

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK –ACTIVOS-

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 7 de julio de 2014 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”) notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de los negocios de banca minorista, tarjetas de pago y mediación de seguros de CITIBANK ESPAÑA, S.A (“CITIBANK”) por el BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A. (“BANCO POPULAR”).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por BANCO POPULAR según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en la letra b del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 39.1 de la LDC, con fecha 10 de julio de 2014, la Dirección de Competencia requirió al Banco de España información de carácter necesario para la resolución del expediente, que fue cumplimentada el 6 de agosto de 2014.
- (4) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 3 de septiembre de 2014 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (5) La operación de concentración consiste en la adquisición por BANCO POPULAR, a través de PANCOPOPULAR-E, S.A, del control exclusivo de los negocios de banca minorista, tarjetas de pago y mediación de seguros de CITIBANK (“activos adquiridos”).
- (6) No forman parte de la operación las unidades de negocio de banca corporativa y de inversión, mercados de capitales, banca transaccional y banca privada, actividades que CITIBANK seguirá desarrollando en España.
- (7) Con fecha de 23 de junio de 2014 las partes suscribieron los siguientes contratos, que regulan los términos y condiciones que rigen la operación:
 - Contrato de Compraventa de Negocio.
 - Contrato de Servicios Transitorios.
 - Contrato Transitorio de Licencia de Marcas.
 - Contrato de Gestión de Datos.
- (8) La cláusula 5 del Contrato de Compraventa de Negocio supedita la eficacia del propio contrato a la obtención de la autorización de la CNMC.

- (9) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1. b) de la LDC.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (10) El Contrato de Compraventa de Negocio incluye en su cláusula 13.12 un pacto de no competencia y otro de no captación de empleados.
- (11) El pacto de no competencia afecta a CITIBANK y a cualquier empresa del GRUPO CITI en relación con los activos adquiridos. La duración de esta obligación es de [...] ¹ meses desde la Fecha de Cierre y el ámbito territorial se limita a España.
- (12) El pacto de no captación prevé la prohibición de inducir o tratar de inducir a cualquier empleado de los activos adquiridos a ser contratado por CITIBANK o por cualquier empresa del GRUPO CITI, durante un período de [...] meses siguientes a la Fecha de Cierre.
- (13) Por otra parte, en virtud del Contrato de Servicios Transitorios, las Partes acuerdan la prestación de servicios técnicos, en concreto, de carácter informático, de telecomunicaciones, de derechos de propiedad intelectual, de mediación con compañías aseguradoras (mantenimiento y liquidación con las compañías de seguros), de impresión y envío de tarjetas de crédito, de atención al cliente, de gestión administrativa y de proyectos y de recuperación de impagados, por parte de CITIBANK a BANCO POPULAR para garantizar, de acuerdo con el notificante, una transición apropiada de los activos adquiridos. Este contrato entrará en vigor en la Fecha de Cierre y finalizará a los [...] meses tras la misma, plazo que puede ampliarse otros [...] meses.

III. 1 Valoración

- (14) El artículo 10.3 de la LDC establece que “en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (15) Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), esta Dirección de Competencia considera que el ámbito geográfico del pacto de no competencia no se limita a las provincias donde están presentes los activos adquiridos, por lo que excedería de lo que, de forma razonable exige la operación, no considerándose accesorio a la misma, quedando dicho pacto sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas en lo que exceda el mencionado ámbito geográfico.
- (16) En cuanto al pacto de no captación, tanto por su contenido como por su duración, esta Dirección considera que no va más allá de lo que, de forma

¹ Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

razonable, exige la operación de concentración notificada, considerándose parte integrante de la misma.

- (17) En cuanto al Contrato de servicios transitorios, este comprende servicios que se consideran necesarios para permitir que los activos adquiridos alcancen una situación de completa autonomía en el mercado y, por otro lado, tiene una vigencia limitada a [...] meses prorrogables por otros [...] más, por tanto, esta Dirección de Competencia lo considera accesorio a la operación.

IV. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (18) De acuerdo con el notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1.2 del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (19) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1 b) de la misma.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1 ADQUIRENTE: BANCO POPULAR

- (20) BANCO POPULAR es la sociedad cabecera del grupo BANCO POPULAR, que cotiza en las Bosas españolas, no estando controlado por ninguna persona física o jurídica.
- (21) El grupo BANCO POPULAR centra sus actividades en la prestación de servicios bancarios, fundamentalmente de banca minorista, para lo que cuenta con una red de 2.045 oficinas, distribuidas por todo el territorio español, que operan bajo cuatro bancos: BANCO PASTOR, POPULAR BANCA PRIVADA, BANCO POPULAR-E y TARGOBANK. También está presente en Portugal y Estados Unidos a través de sus filiales: BANCO POPULAR PORTUGAL y TOTALBANK, respectivamente.
- (22) El grupo BANCO POPULAR ofrece también tarjetas de pago, tanto de crédito como de débito, a consumidores y empresas.
- (23) Asimismo, el grupo BANCO POPULAR realiza actividades de seguros (de vida y no vida), de gestión de planes y fondos de pensiones, así como actividades inmobiliarias.
- (24) En el ámbito de los seguros, el grupo BANCO POPULAR actúa a través de ALLIANZ POPULAR VIDA y PASTOR VIDA², distribuyendo seguros propios y de terceros (actividades de mediación de seguros)³.

² ALLIANZ POPULAR VIDA y PASTOR VIDA, están controladas por ALLIANZ POPULAR. Esta, a su vez, está controlada conjuntamente por BANCO POPULAR (40%) y por el grupo ALLIANZ (60%), operación autorizada por la Comisión Europea el 1 de agosto de 2011 (caso COMP 6232 ALLIANZ/BANCO POPULAR/POPULAR GESTION). Por otro lado, ALLIANZ POPULAR controla ALLIANZ POPULAR PENSIONES y ALLIANZ POPULAR ASSET MANAGEMENT, activas en el ámbito de la gestión de fondos de pensiones y de fondos de inversión, respectivamente.

- (25) La facturación del grupo BANCO POPULAR en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008 es, según el notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BANCO POPULAR (millones de euros) 2013		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2 ADQUIRIDOS: ACTIVOS DE CITIBANK

- (26) CITIBANK es una sociedad española perteneciente al Grupo americano CITIGROUP o GRUPO CITI, que presta servicios financieros en España.
- (27) Los activos adquiridos, propiedad de CITIBANK, incluyen varias divisiones del negocio del grupo CITIBANK:
1. **Negocio de Banca Minorista;** comprende los servicios de banca minorista a particulares y a pequeñas y medianas empresas⁴; incluyendo las sucursales bancarias⁵, las licencias y los empleados parte del Negocio.
 2. **Negocio de Tarjetas de Pago;** comprende la creación, marketing y prestación de servicios de tarjetas de crédito del grupo CITIBANK⁶, así como de tarjetas de pago de marca compartida para consumidores⁷.
 3. **Negocio de Mediación de Seguros;** que desarrolla servicios de mediación de seguros a través de la sociedad CITIBANK MEDIADOR⁸.
- (28) La facturación de los activos adquiridos en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008 es, según el notificante, la siguiente:

³ Las entidades aseguradoras con las que el Grupo tiene firmados contratos para la comercialización de sus seguros son [...], respecto a seguros de no vida en general; y la entidad [...], respecto al ramo de seguros de no vida de responsabilidad civil, en su mayoría seguros hogar. No obstante, la distribución por parte de Grupo BANCO POPULAR de seguros de [...] trae causa de la fusión del Grupo con BANCO PASTOR en 2012 y se trata de una relación comercial que se encuentra en fase de extinción.

⁴ Constituyen los activos adquiridos del Negocio de Banca Minorista, de acuerdo con el Anexo 2 del Contrato de Compraventa de Negocio, los contratos de depósito, de gestión de patrimonio, de préstamo, de préstamos hipotecarios, así como garantías emitidas para asegurar el pago de los contratos frente a terceras partes.

⁵ Las sucursales que forman parte de los activos adquiridos son 45, situadas en las siguientes provincias: Ávila (1), Madrid (14), Barcelona (4), Vizcaya (1), Burgos (1), León (1), La Coruña (1), Orense (1), Navarra (1), Pontevedra (2), Guipúzcoa (1), Soria (1), Valladolid (1), Zaragoza (1), Albacete (1), Badajoz (1), Cáceres (1), Ciudad Real (1), Córdoba (1), Huelva (1), Málaga (2), Mallorca (1), Sevilla (2), Toledo (1), y Valencia (2).

⁶ Constituyen los activos adquiridos, descritos en el Anexo 2 del Contrato de Compraventa de Negocio, las tarjetas de crédito de clientes y contratos asociados con las mismas; derechos y obligaciones derivadas de los citados contratos o de otros con terceras partes que tengan relación con el Negocio de las Tarjetas de Crédito; derechos y obligaciones asociados con el Software Base necesario para servicios de tarjeta instantáneo; derechos y obligaciones derivados de garantías emitidas con el fin de asegurar el pago asociado a tarjetas de crédito; y derechos y obligaciones relativos a la utilización del número de identificación bancario de las tarjetas.

⁷ Las tarjetas de marca compartida son aquéllas con marca especial, además de la bancaria, en las que, por una parte, está la entidad de crédito emisora y, por otra, una empresa o marca comercial, que busca comercializar entre su clientela una tarjeta VISA o MASTERCARD con su imagen corporativa. La única tarjeta de marca compartida es[...].

⁸ Entre otras, las compañías aseguradoras con las que CITIBANK MEDIADOR ha celebrado un Contrato de Agencia de Seguros son [...].

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LOS ACTIVOS ADQUIRIDOS DE CITIBANK (millones de euros) 2013		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

(29) Los mercados afectados por la operación son los de banca minorista, tarjetas de pago y mediación de seguros, en los que operan los activos adquiridos y la adquirente.

1. Banca minorista

(30) Los precedentes nacionales⁹ y comunitarios¹⁰ vienen distinguiendo tres mercados dentro del sector de servicios bancarios (banca minorista, banca corporativa y banca de inversiones), atendiendo a criterios derivados de la demanda y de la naturaleza y composición del tipo de servicios ofrecidos. Además, cada uno de estos mercados opera a través de diferentes canales de venta, de forma que las características de la competencia difieren en cada uno de ellos.

(31) El mercado de banca minorista engloba los servicios y productos prestados a particulares y pequeñas empresas: las cuentas corrientes y a la vista, los depósitos, las cuentas de ahorro, la comercialización de recursos fuera de balance (fondos de inversión, fondos de pensiones y patrimonios personales), los créditos y préstamos, incluidos los préstamos personales (de consumo, hipotecarios). Debido a que la banca minorista mantiene una operativa para una base amplia de clientes que efectúan gran número de operaciones de pequeña cuantía, necesita una amplia red de sucursales para satisfacer una clientela numerosa y con frecuencia dispersa.

(32) Según el notificante, los activos adquiridos no cuentan con una actividad específica de banca corporativa ni de banca de inversiones por lo que ambos segmentos no serán objeto de análisis.

2. Tarjetas de pago

(33) Las tarjetas de pago son instrumentos de pago emitidos a favor de una persona natural o jurídica, que permiten la realización de transacciones

⁹Expedientes C/0518/13 BANCO SABADELL/ BANCO GALLEGO, C/0515/13 BANCO SABADELL/LLOYDS ESPAÑA, C/0467/12 CAJA LABORAL POPULAR/ IPAR KUTXA RURAL; C/0456/12 UNICAJA/CEISS; C/0455/12 IBERCAJA BANCO/ LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES; C/0445/12 BBVA/UNNIM; C/0438/12 CAIXABANK/BANCA CIVICA; C/0422/12 BANCO SABADELL/BANCO CAM; C-0408/11 BANCO POPULAR/BANCO PASTOR; C/0397/11 BBK/KUTXA/CAJA VITAL.

¹⁰ Entre otras, las decisiones COMP/M.6168 - RBI/EFG EUROBANK/JV; COMP/M.5960 - CREDIT AGRICOLE/CASA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA /AGENCES INTESA SANPAOLO; COMP/M.5948 - BANCO SANTANDER/RAINBOW; COMP/M.5811 - ERSTE BANK/ASK; COMP/M.5726 - DEUTSCHE BANK/SAL. OPPENHEIM; COMP/M.5605 - CREDIT MUTUEL/MONABANQ; COMP/M.5432 - CREDIT MUTUEL/COFIDIS; COMP/M. 5363 - SANTANDER/BRADFORD & BINGLEY ASSETS.

comerciales sin necesidad de dinero físico, en aquellos establecimientos o negocios vinculados al sistema de pago al que pertenece una determinada tarjeta. Los pagos se pueden realizar bien en una terminal de punto de venta o a distancia, vía telefónica, internet, etc. En ocasiones las tarjetas de pago se pueden vincular a servicios adicionales en beneficio del usuario de las mismas, tales como contratos de cuenta corriente bancaria, líneas de crédito, servicios de recobro de pagos indebidos, etc.

- (34) Los precedentes comunitarios¹¹ vienen distinguiendo dos actividades principales relacionadas con la prestación de servicios de pago con tarjeta, de un lado, la emisión y prestación de servicios de tarjetas para particulares y empresas y, de otro lado, los servicios de adquirencia de transacciones realizadas con tarjetas para la aceptación de los pagos por parte de los clientes en los puntos de venta (tiendas minoristas, hoteles y demás comercios de aceptan pagos con tarjeta).
- (35) En ambos casos, los precedentes comunitarios¹² han valorado la posibilidad de distinguir entre segmentos más estrechos dentro de cada una de las dos actividades citadas en el párrafo anterior:
- (36) **Las tarjetas de débito** están vinculadas a la cuenta bancaria del cliente y los pagos realizados con las mismas son inmediatamente (o un en un plazo muy breve de tiempo) descontados y cargados en la cuenta del cliente. En caso de que la cuenta vinculada a la tarjeta quede en descubierto, se aplican las condiciones del banco para los descubiertos.
- (37) **Las tarjetas de crédito**, por contra, no tienen que estar necesariamente vinculadas a un contrato de cuenta corriente (y en muchas ocasiones no lo están). Además, permiten que los clientes paguen solo una parte del crédito utilizado durante un determinado período, de forma que la parte del crédito restante puede ser devuelta en períodos posteriores, en cuyo caso se devengan intereses por los importes pendientes de devolución.
- (38) Dentro de las tarjetas de crédito, hay un tipo denominado **tarjetas revolving**, que permiten devolver el pago mediante una cuota fija o un porcentaje determinado de la deuda. Se trata de un híbrido entre las tarjetas de crédito tradicionales y los préstamos personales: se usan como las primeras y se pagan como los segundos. Normalmente conllevan un interés más elevado que las tarjetas de crédito.
- (39) Los precedentes comunitarios¹³ han venido definiendo un segmento individual, que comprende la emisión de créditos al consumo vinculados a este tipo de tarjetas, los **créditos revolving**. Este tipo de créditos es distinto del mercado de producto de los préstamos personales, que incluye los préstamos concedidos directamente a través de los bancos (crédito personal) y la financiación en el punto de venta (crédito clásico). En el caso de las

¹¹ Decisiones COMP/M.4316 ATOS ORIGIN/BANKSYS/BCC y COMP/M.4814 FDC/AIB/JV.

¹² Decisiones COMP/M.3740 - Barclays Bank/Foreningssparbanken/JV, COMP/M.4844 - Fortis/ABN AMRO Assets, COMP/M.5241 - American Express / Fortis / Alpha Card, COMP/M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS, COMP/M.6164 - Barclays Bank/ Egg Credit Card Assets.

¹³ Decisiones COMP/M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS, COMP/M.6164 - Barclays Bank/ Egg Credit Card Assets.

tarjetas revolving, como la línea de crédito ya ha sido autorizada y las verificaciones de crédito ya han sido llevadas a cabo, el crédito a través de las mismas no requiere papeleo adicional y por tanto es de muy fácil acceso para el consumidor.

- (40) **Tarjetas que forman parte de un esquema de pago nacional o internacional;** como MasterCard/Maestro, Visa/Electron, American Express o Diner, pueden ser utilizadas en los terminales de punto de venta y cajeros automáticos en distintos países. Sin embargo, las tarjetas nacionales solo pueden ser usadas en un determinado país.
- (41) **Tarjetas para empresas y para particulares;** Las tarjetas para empresas se emiten a favor de empleados de las mismas con el objeto de su uso para los fines del negocio, mientras que las tarjetas personales se emiten a favor de clientes particulares para su uso personal.
- (42) **Tarjetas selectivas frente a tarjetas generales.** Las tarjetas generales puede usarse en todos los puntos de venta que aceptan tarjetas que pertenecen a un determinado sistema de pago. Las tarjetas selectivas, por contra, son tarjetas aceptadas para el pago en los establecimientos comerciales de una determinada marca y en un determinado área, normalmente dentro del territorio nacional. Fuera de ese circuito específico, tales tarjetas no son aceptadas como medio de pago.
- (43) En el presente caso, esta Dirección de Competencia consideran que no es necesario definir de forma más precisa el mercado en relación con cada segmento, debido a las características de la operación y a la cuota de las partes.

3. Mediación de Seguros

- (44) Los productos de seguro son distribuidos a través de canales directos (oficinas de la empresa aseguradora, venta telefónica, Internet) o indirectos (a través de mediadores de seguros fundamentalmente agentes o corredores independientes, bancos y cajas). Los mediadores de seguros representan los principales canales de distribución del mercado de seguros.
- (45) En decisiones previas, la Comisión Europea¹⁴ ha examinado si el mercado de distribución de seguros puede subdividirse en función de los canales utilizados, diferenciando entre canales externos (brokers y agentes, en definitiva, mediadores de seguros) e internos (las oficinas y canales de venta pertenecientes a las propias compañías aseguradoras, es decir distribuidores internos). Sin embargo la definición siempre se ha dejado abierta.
- (46) Las empresas partícipes en la operación tienen actividad en el sector de la mediación de seguros pero mientras que CITIBANK actúa sólo como mediador, el grupo BANCO POPULAR actúa como mediador de terceros, a través de [...] y de [...], y como distribuidor de sus propios seguros. En cualquier caso, la definición de mercado de producto para los servicios de

¹⁴ COMP/M.1307, Marsh & McLennan/Sedgwick, COMP/M.4284, AXA/Winterthur, COMP/M.6752 - CVC/ Cunningham Lindsey Group.

mediación de seguros puede dejarse abierta, atendiendo a las características de la operación y a las bajas cuotas de mercado de las partes.

VI.2 Mercados geográficos

- (47) En los precedentes comunitarios y nacionales ya citados, se ha venido considerando que el mercado de la banca minorista tiene carácter nacional. El fundamento de esta consideración reside en factores tales como las diferencias de idioma, las preferencias de los consumidores por los oferentes locales, la diferente cultura de los negocios y la importancia de la red de sucursales.
- (48) Igualmente, tanto en los precedentes nacionales como en los comunitarios ya citados, se ha venido considerando que los servicios de tarjetas de pago tienen carácter nacional, aunque se ha considerado la posibilidad de analizar un ámbito geográfico más amplio, de ámbito europeo.
- (49) Respecto a la dimensión geográfica de los mercados de mediación de seguros, los precedentes nacionales y los comunitarios han venido estableciendo que tienen carácter nacional. Esto se debe, entre otras razones, a las diferentes estructuras de los mercados nacionales, a restricciones fiscales y, por tanto, a las diferencias regulatorias de cada país a las que se ven obligadas a adaptarse las entidades extranjeras¹⁵.

VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VII.1. Estructura de la oferta

- (50) Los servicios bancarios en España son prestados por bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito. Cada una de estas instituciones tiene una diferente naturaleza jurídica, pero presta los mismos servicios.
- (51) En el mercado de **banca minorista**, el Banco de España ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los préstamos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito, siendo la emisión de tarjetas, así como el número de oficinas, cajeros u otros canales de distribución, parámetros directamente relacionados con lo anterior y, por tanto, secundarios.
- (52) De acuerdo con dichos criterios y según los datos de 2013 aportados por el notificante, que sustancialmente coinciden con los que obran en poder del Banco de España, la cuota resultante de la operación ascendería al [0-10%] del mercado español de la banca minorista en términos de créditos, al [0-10%] en depósitos y al [0-10%] en número de oficinas. En los tres parámetros la adición de cuota es poco significativa, inferior al [0-10%].
- (53) A nivel provincial, la operación tendrá una mayor incidencia en La Coruña (con una cuota combinada de [20-30%] en créditos, [20-30%] en depósitos y

¹⁵ Resolución del Consejo de la extinta Comisión Nacional de la Competencia en el expediente C-100/08, REALE/CAIXA TERRASA/PREVISIÓ y C/0356/11 MUTUA MADRILEÑA/LA CAIXA/VIDACAIXA ADESLAS.

[10-20%] en oficinas, según datos aportados por el notificante), Orense (cuota combinada de [10-20%] en créditos, [10-20%] en depósitos y [10-20%] en oficinas, según el notificante) y Pontevedra (cuota combinada de [10-20%] en créditos, [10-20%] en depósitos y [10-20%] en oficinas, según el notificante). En las tres provincias la adición de cuota es poco significativa, inferior al [0-10%] en todos los parámetros considerados. En estas tres provincias, según el notificante, BANCO POPULAR tendrá que hacer frente a la competencia de entidades como Caixanovagalicia, BBVA, Banco Santander, Caixabank o Bankia.

- (54) El Banco de España señala que la compra de los activos adquiridos de CITIBANK no altera la posición competitiva de BANCO POPULAR en el mercado nacional de banca minorista, manteniendo, tanto en créditos como en depósitos, una cuota de mercado resultante inferior a la mitad de la del primer operador a nivel nacional.
- (55) Respecto a los sistemas de medios de pago, los activos adquiridos de CITIBANK están adheridas a SERVIRED, mientras que BANCO POPULAR está adherido a TELEBANCO 4B.
- (56) En el ámbito de las **tarjetas de pago**, se produce un solapamiento de actividades de los activos adquiridos y BANCO POPULAR en relación con las actividades de emisión y prestación de servicios relativos a tarjetas de crédito, a tarjetas de la red internacional Visa, a tarjetas para particulares y a tarjetas de uso general. Sin embargo, la cuota conjunta resultante, según datos de 2013, es inferior al [10-20%] en estos segmentos ([0-10%] en tarjetas de crédito; [0-10%] en tarjetas de crédito de la red Visa; [0-10%] en tarjetas para particulares; y [0-10%] en tarjetas de uso general).
- (57) Igualmente, las partes se solapan en los segmentos de tarjetas y créditos revolving. No obstante, la cuota conjunta tras la operación es inferior al [10-20%], representó en 2013 un [0-10%] en el caso de tarjetas revolving, y un [10-20%] en el caso de créditos revolving, con una adición de cuota del [0-10%] y del [0-10%], respectivamente.
- (58) Los activos adquiridos tienen actividades menores en el segmento de tarjetas de débito, con [...] tarjetas de débito en circulación, lo que representó en 2013 un [0-10%] del total del mercado en España. La cuota de BANCO POPULAR en 2013 en este segmento fue del [0-10%].
- (59) En lo que respecta al mercado de **mediación de seguros**, de acuerdo con lo manifestado por la notificante, la cuota adicional aportada por los activos adquiridos es residual (por debajo del [0-10%]) y la de BANCO POPULAR se sitúa por debajo del [0-10%], por lo que la cuota de mercado conjunta de BANCO POPULAR y los Activos Adquiridos sería inferior al [10-20%].
- (60) En cuanto a las implicaciones verticales, cabe mencionar la posible existencia de dicha implicación por lo que respecta a los mercados de seguros, donde está presente BANCO POPULAR. No obstante, la cuota de BANCO POPULAR no supera el [0-10%] en ninguno de los ramos de vida, ni el [0-10%] en los ramos de no vida.

VII. 2. Demanda y canales de distribución

- (61) Por lo general, las entidades financieras clasifican sus clientes en personas físicas y jurídicas. Según el notificante, a diferencia de lo que sucede con BANCO POPULAR, los activos adquiridos, al tratarse de un negocio minorista, no tienen grandes cuentas, por lo que ningún cliente representa más del [0-10%] de su volumen de ventas.
- (62) En cuanto a la distribución de los productos bancarios, las entidades bancarias han empleado tradicionalmente su red de oficinas y en los últimos tiempos los avances tecnológicos han permitido emplear otros canales no presenciales, como banca electrónica, banca telefónica, banca móvil y cajeros. Aunque existen algunas entidades cuyo canal principal es el no presencial, la mayoría combinan los canales presenciales y no presenciales.
- (63) En el caso de las entidades afectadas, tanto los activos adquiridos como BANCO POPULAR utilizan diversos canales para la prestación de los servicios de banca minorista a sus clientes, tanto las redes de sucursales, como banca electrónica (internet y banca telefónica).

VII.3. Barreras a la entrada

- (64) La liberalización del sistema financiero español, como resultado de la armonización europea, ha tenido como consecuencia la eliminación de gran parte de las barreras a la entrada en el sector bancario. Actualmente, no existen barreras tecnológicas o legales a la entrada más allá de las derivadas de los requisitos para la constitución de una entidad financiera.
- (65) La creación de una red de distribución tampoco constituye una barrera insuperable de entrada al mercado de la banca minorista ya que, además de las tradicionales oficinas bancarias, se puede operar mediante canales alternativos (banca on line, banca telefónica y otros), existiendo asimismo la posibilidad de concluir acuerdos de colaboración con entidades que disponen de redes de distribución propias, incluso ajenas al mercado bancario.
- (66) Estos factores contrarrestan la necesidad de disponer de una red propia de oficinas bancarias. De hecho, en los últimos años, tal y como señala el Banco de España, se ha producido la entrada en el mercado de competidores que operan principalmente a través de Internet, como es el caso de ING Direct, Uno-E o Activos Bank, Self Bank, Open Bank, entre otros.
- (67) Por otro lado, no existen barreras específicas vinculadas al cambio de clientes entre entidades minoristas dado que el marco normativo actual facilita dicho cambio en lo relativo, entre otros productos, a cuentas corrientes, fondos de inversión, planes de pensiones e hipotecas. Es decir, que los clientes pueden escoger su proveedor financiero en cualquier momento, sin más limitaciones que las establecidas por el marco legal actual.
- (68) De acuerdo con el Banco de España, en los últimos años no se ha producido la entrada en España de empresas importantes en la banca minorista, en gran parte debido a la crisis del sector vivida. No obstante lo anterior, se han venido produciendo durante los últimos años operaciones de integración entre distintos bancos y cajas de ahorros, ya que el sector ha vivido un proceso de

reestructuración. Con todo, cabe destacar la entrada de fondos de inversión en entidades bancarias.

VIII. EFICIENCIAS

- (69) Las eficiencias de la operación surgen del incremento de tamaño y de la optimización de la gestión de riesgos, en un entorno muy competitivo y financieramente adverso, que ha dado lugar a un aumento generalizado de la morosidad y a un deterioro de la solvencia y de la liquidez de las entidades de crédito presentes en el mercado español.
- (70) En esta línea, el Banco de España ha indicado que la combinación de los negocios de las tarjetas de BANCO POPULAR y el adquirido de CITIBANK supondrá una plataforma con mayor volumen y diversidad de productos, pasando a ser el cuarto operador en el sector.
- (71) La operación contribuirá a la reestructuración del sector financiero español, dando lugar a economías de escala que deberían facilitar la concesión de créditos, mejorar la prestación de servicios bancarios y de mediación de seguros y reducir costes para los clientes.

IX. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (72) La operación notificada consiste en la adquisición por BANCO POPULAR, a través de BANCOPOPULAR-E, S.A., del control exclusivo de los negocios de banca minorista, tarjetas de pago y mediación de seguros de CITIBANK en España.
- (73) La operación supone un incremento de la presencia de BANCO POPULAR en el mercado nacional de la banca minorista, en los distintos segmentos definidos en el ámbito de las tarjetas de pago y en de la mediación de seguros, que no será sustancial dadas las limitadas cuotas que los activos adquiridos presentan en todos ellos.
- (74) En el mercado de banca minorista, de acuerdo con los datos aportados por el notificante, la entidad resultante alcanzará una cuota del [0-10%], en términos de concesión de créditos, del [0-10%], en términos de captación de depósitos y del [0-10%] en número de oficinas, con adiciones de cuota no superiores a 0,2 puntos porcentuales en todos ellos. En el ámbito de las tarjetas de pago, las cuotas conjuntas no superaran el [0-10%] de los distintos segmentos considerados, a excepción de los créditos revolving, donde la entidad resultante dispondrá del [0-10%] de cuota a nivel nacional, según datos del notificante. En el ámbito de la mediación de seguros, la cuota conjunta será inferior al [0-10%] a nivel nacional.
- (75) El Banco de España destaca el elevado número de operadores que compiten en precio, calidad y variedad de bienes y servicios en los mercados analizados. Dicha competencia no se verá limitada como consecuencia de la presente operación.

- (76) Junto a ello es preciso señalar la inexistencia de barreras de entrada insalvables.
- (77) A la vista de lo anterior, y teniendo en cuenta la información aportada por el Banco de España, esta Dirección de Competencia considera que el proceso de concentración analizado no supone un riesgo para el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados afectados, por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

X. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.