INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN SEGUNDA FASE
EXPEDIENTE C/1470/24 BBVA / BANCO SABADELL

La publicación de esta versión es provisional y está sujeta a la resolución definitiva del recurso del artículo 47 de la Ley 15/2007, presentado por el Banco Sabadell sobre solicitud de confidencialidad.

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES 5
2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN 7
3. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA 9
4. EMPRESAS PARTÍCIPES 9
4.1. ADQUIRENTE: BBVA 9
4.2. ADQUIRIDA: SABADELL 10
5. MERCADOS RELEVANTES 12
5.1. Mercados de producto 12
5.1.1. Servicios bancarios 12
5.1.1.1. Banca minorista 12
5.1.1.2. Banca corporativa 16
5.1.1.3. Banca privada 16
5.1.1.4. Banca de inversión 17
5.1.1.5. Leasing 17
5.1.1.6. Factoring 18
5.1.2. Mercados de servicios de pago 18
5.1.2.1. Servicios de emisión de tarjeta 19
5.1.2.2. Servicios de adquisición de operación de pago 19
5.1.2.3. Suministro y gestión de TPV 20
5.1.2.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online 21
5.1.2.5. Cajeros automáticos 21
5.1.3. Seguros 22
5.1.3.1 Producción de seguros: vida y no vida 22
5.1.3.2 Distribución de seguros 23
5.1.4. Planes y fondos de pensiones 23
5.1.4.1. Gestión de fondos de pensiones 24
5.1.4.2. Comercialización de fondos de pensiones 24
5.1.5. Gestión de activos 25
5.1.5.1. Gestión de fondos y carteras de inversión 25
5.1.5.2. Comercialización de fondos de inversión 26

5.1.5.3. Servicios de custodia 27
5.2. Mercados geográficos 27
5.2.1. Servicios bancarios 27
5.2.1.1. Banca minorista 27
5.2.1.2. Banca corporativa 32
5.2.1.3. Banca privada 33
5.2.1.4. Banca de inversión 33
5.2.1.5. Leasing 33
5.2.1.6. Factoring 34
5.2.2. Mercados de servicios de pago 34
5.2.2.1. Emisión de tarjetas 34
5.2.2.2. Servicios de adquisición de operaciones de pago 34
5.2.2.3. Suministro y gestión de TPV 35
5.2.2.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online 35
5.2.2.5. Cajeros automáticos 36
5.2.3. Seguros 36
5.2.4. Planes y fondos de pensiones 37
5.2.5. Gestión de activos 38
5.2.5.1. Gestión de fondos de inversión y carteras 38
5.2.5.2. Comercialización de fondos de inversión 38
5.2.5.3. Servicio de custodia de activos 38
6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS 38
6.1. Estructura de la oferta 38
6.1.1. Banca minorista 38
6.1.2. Banca corporativa 52
6.1.3. Banca privada 53
6.1.4. Leasing 54
6.1.5. Factoring 54
6.1.6. Mercados de servicios de pago 55
6.1.6.1. Servicios de emisión de tarjetas 57
6.1.6.2. Servicios de adquisición de operación de pago (adquirencia) 59
6.1.6.3. Suministro y gestión de TPV 60
6.1.6.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online 60
6.1.6.5. Cajeros automáticos 61
6.1.7. Fondos de pensiones 62
6.2. Estructura de la demanda, canales de distribución y precios 65
6.2.1. Banca minorista 65

6.2.2. Banca corporativa 74
6.2.3. Banca privada 74
6.2.4. Leasing 75
6.2.5. Factoring 75
6.2.6. Mercados de servicios de pago 75
6.2.7. Planes de pensiones 79
6.3. Barreras a la entrada y competencia potencial 80
6.3.1. Banca minorista 80
6.3.2. Banca privada, corporativa, leasing y factoring 87
6.3.3. Mercados relacionados con servicios de pago 88
6.3.4. Fondos de pensiones 93
7. EFICIENCIAS 94
8. POSIBLES OBSTÁCULOS PARA LA COMPETENCIA EFECTIVA 98
8.1. Obstáculos para la competencia en ausencia de compromisos. 98
8.1.1. Banca minorista 98
8.1.2. Empeoramiento de condiciones comerciales para particulares y pymes en determinadas localizaciones 100
8.1.2.1. Exclusión financiera 107
8.1.2.2. Reducción de crédito a pymes 108
8.1.3. Empeoramiento de condiciones en adquirencia, suministro y gestión de TPV y servicios técnicos para la aceptación de pagos online 127
8.1.4. Empeoramiento de condiciones de retirada de efectivo en cajeros 134
8.1.5. Efectos coordinados 136
9. COMPROMISOS PROPUESTOS 140
9.1. Compromiso en relación con los clientes vulnerables 140
9.2. Compromiso en relación con las comunicaciones a los clientes 141
9.3. Compromiso de mantenimiento de presencia física en determinados territorios 142
9.4. Compromiso de mantenimiento de condiciones comerciales ofrecidas en los códigos postales problemáticos 143
9.5. Compromiso sobre el acceso transitorio a cajeros 144
9.6. Compromiso en relación con los servicios de adquirencia 144
9.7. Compromiso sobre la desinversión de los excesos de participaciones estatutarias en sociedades de gestión de pagos 145
9.8. Compromiso de mantenimiento de crédito 145
9.9. Compromiso de comunicación de incidencias derivadas de los compromisos 147

10. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS 147

10.1. Consideraciones previas 147

10.2. Problemas de competencia en los que se centran los compromisos y naturaleza de los mismos 148

10.3. Valoración de los compromisos 150

10.3.1. Compromisos para evitar empeoramiento de condiciones comerciales a particulares, autónomos y pymes 151

10.3.2. Compromisos específicos para evitar empeoramiento de condiciones y reducción de crédito a pymes 155

10.3.3. Compromisos para evitar la exclusión financiera 166

10.3.4. Mantenimiento de condiciones comerciales en los servicios de adquirencia 172

10.3.5. Actuaciones en sociedades de gestión de pagos 175

10.3.6. Creación de buzón para incidencias 176

10.3.7. Mecanismos de monitorización 176

11. PROPUESTA 179

1. ANTECEDENTES

1. Con fecha 31 de mayo de 2024 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición de control exclusivo de BANCO DE SABADELL, S.A. (SABADELL) por BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A. (BBVA), a través de una oferta pública de adquisición (OPA) anunciada el 9 de mayo de 2024.
2. La notificación fue realizada por BBVA, 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 las letras a) y b) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
3. Con fechas 10 y 15 de mayo, 12, 15, 16, 19, 23, 24, 26, 29 y 30 de julio, 24 de septiembre, 18 y 21 de octubre, 28 y 29 de noviembre, 2 y 18 de diciembre de 2024 y 7 y 10 de enero de 2025, se han recibido, por parte de esta Dirección de Competencia, cartas de diversas entidades públicas y privadas en las que expresaban sus preocupaciones por los posibles efectos de la presente operación.
4. Con fechas 27 y 29 de agosto, 9 de septiembre y 22 de octubre de 2024, esta Dirección de Competencia, en virtud de los artículos 39.1. y 55.6. de la LDC, solicitó información necesaria para la adecuada valoración de la concentración a terceros operadores (en adelante, test de mercado).
5. Con fechas 23 de septiembre y 25 de octubre de 2024, BBVA remitió propuestas de compromisos en primera fase, al amparo del artículo 59 de la LDC y el artículo 69 del RDC, al objeto de resolver los posibles obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que puedan derivarse de la operación.
6. Conforme al artículo 57.1. de la LDC, esta Dirección de Competencia formó expediente y elaboró el correspondiente informe de la operación junto con una propuesta de resolución. El Consejo de la CNMC dictó, en fecha 12 de noviembre de 2024, resolución en primera fase, en la que acordó iniciar la segunda fase del procedimiento conforme al artículo 57.2.c) de la LDC, por considerar que la operación de concentración analizada podía obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en determinados mercados analizados.
7. Con fecha 15 de noviembre de 2024, conforme a lo dispuesto en el artículo 58.1. de la LDC y en el artículo 65 del RDC, la Dirección de Competencia remitió una nota sucinta sobre la concentración a aquellos que pudieran verse afectados por el expediente de referencia, así como al Consejo de Consumidores y Usuarios con fecha 22 de noviembre de 2024. La nota sucinta sobre la concentración fue publicada por la Dirección de Competencia con fecha 20 de noviembre de 2024.

8. También, con fecha 15 de noviembre de 2024, conforme a lo dispuesto en los artículos 58.1 de la LDC y 65.3. del RDC, la Dirección de Competencia solicitó informe preceptivo, no vinculante, a las autoridades de competencia de las Comunidades Autónomas de Cataluña (la ACCO) y de la Comunidad Valenciana (CDC – CV), por considerarse que la concentración incide de forma significativa en el territorio de dichas Comunidades Autónomas. Las contestaciones a dichas solicitudes de informe preceptivo fueron remitidas por ambas autoridades con fecha 23 de diciembre y 20 de diciembre de 2024, respectivamente.

9. Con fecha 21 de noviembre de 2024 se concedió a SABADELL la condición de interesado en el expediente de referencia y entre las fechas 16 de diciembre de 2024 y 18 y 22 de enero de 2025 se denegaron el resto de las condiciones de interesado solicitadas.

10. Con fechas 26 de noviembre y 9 de diciembre de 2024, la Dirección de Competencia realizó solicitudes de información a BBVA que suspendieron el plazo máximo para dictar resolución, en virtud de lo dispuesto en los artículos 37.1.b) y 37.2.b) de la LDC.

11. Asimismo, con fecha 11 de diciembre de 2024, BBVA presentó a la Dirección de Competencia una nueva propuesta de compromisos que sustituyó las precedentes.

12. Con fecha 30 de enero de 2025, la Dirección de Competencia elaboró un pliego de concreción de hechos (PCH), en aplicación del artículo 58.2. de la LDC, donde se recogían los posibles obstáculos para la competencia derivados de la concentración, que fue notificado a los interesados para que en el plazo de 10 días formularan alegaciones.

13. Con fecha 20 de febrero de 2025, tanto BBVA como SABADELL presentaron alegaciones al pliego de concreción de hechos. En esa misma fecha BBVA presentó a la Dirección de Competencia una nueva propuesta de compromisos, que sustituyó a las anteriores. Conforme a lo dispuesto en el artículo 59.2. de la LDC, la presentación de dichos compromisos amplió en 15 días hábiles el plazo para dictar y notificar la Resolución del expediente de referencia.

14. Con fecha 1 de abril de 2025, BBVA presentó una nueva propuesta de compromisos. En fecha 2 de abril de 2025, la Dirección de Competencia, en virtud de lo dispuesto en el artículo 55.6. de la LDC y a fin de valorar la suficiencia de los compromisos presentados por BBVA, solicitó a terceros operadores información necesaria para la adecuada valoración de la concentración (en adelante, test de compromisos) que, según lo dispuesto en el artículo 37.1.b) de la LDC, suspendió el transcurso de los plazos máximos para resolver. Con fecha 22 de abril de 2025 se recibió la última contestación en plazo. Se han recibido nuevas versiones de los compromisos, en fechas 29 y 30 de abril de 2025.

15. La fecha límite para resolver en segunda fase el expediente de referencia es el 5 de mayo de 2025, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

16. La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de BBVA del control exclusivo de SABADELL.

17. La operación se instrumentará a través de una OPA hostil, articulada en virtud de lo previsto en el Real Decreto 1066/2007, de 27 de julio, sobre el régimen de las ofertas públicas de adquisición de valores.

18. El 9 de mayo de 2024, BBVA anunció los términos de la oferta monetaria, por la cual se ofrece a adquirir la totalidad del capital social (100%) de SABADELL. La contraprestación ofrecida por BBVA a los accionistas de SABADELL es de una acción ordinaria de nueva emisión de BBVA por 4,83 acciones ordinarias de la SABADELL.

19. La eficacia de la oferta se encuentra condicionada, de acuerdo con el anuncio previo de la OPA publicado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) (9 de mayo de 2024), a: (i) la autorización de la CNMV; (ii) la aceptación de la OPA por titulares de, al menos, el 49,3% del capital social de SABADELL[1]; (iii) la aprobación por la Junta General de Accionistas de BBVA de la ampliación de capital social suficiente para atender a la contraprestación ofrecida a los accionistas de SABADELL[2]; (iv) la autorización de la CNMC y (v) la autorización de la Prudential Regulation Authority de Reino Unido[3]. Una vez ejecutada la OPA, BBVA adquirirá control exclusivo sobre SABADELL, a efectos de la normativa de control de concentraciones, si se cumplen las anteriores condiciones[4].

20. Asimismo, la OPA de BBVA sobre SABADELL ha recabado la no oposición del Banco Central Europeo (BCE)[5] a dicha oferta.

21. Aunque la ejecución de la OPA no se encuentra sujeta a otras autorizaciones, más allá de las anteriormente descritas, la operación de concentración se ha notificado, por superar los umbrales nacionales de notificación en Francia y Portugal dentro de la UE, así como en Estados Unidos, Marruecos y México. Adicionalmente, la operación se ha notificado,

---

1 De acuerdo con información pública, con fecha 9 de enero de 2025 BBVA modificó el porcentaje de aceptación mínima inicial del 50,01% al 49,3%, con el objetivo de evitar que las acciones gestionadas en autocartera por parte de SABADELL pudieran alterar el resultado de la OPA. Dicho movimiento fue comunicado por parte de BBVA a la CNMV, y ratificado por dicha autoridad. En caso de que la OPA tuviera éxito, BBVA buscaría la recompra de dichas acciones en autocartera en la primera Junta de Accionistas celebrada por la nueva entidad, para obtener el control efectivo de SABADELL, tal como se explica en los siguientes párrafos.

2 Obtenida con fecha 5 de julio de 2024.

3 Obtenida con fecha 2 de septiembre de 2024.

4 Una vez recabada la autorización de la solicitud de OPA por parte de la CNMV, y de acuerdo con el artículo 23 del Real Decreto 1066/2007, BBVA deberá fijar un plazo de entre 15 y 70 días hábiles para que los accionistas de SABADELL decidan si aceptan la oferta en los términos autorizados por la CNMV.

5 La no oposición del BCE a la operación fue anunciada con fecha 5 de septiembre de 2024.

según información aportada por las partes de manera voluntaria, a la autoridad de Reino Unido[6].

22. En lo que se refiere al control que BBVA ejercerá sobre SABADELL, una vez completada la OPA, el hecho de que se supere una participación del 49,3% (en caso de que se adquiera dicho porcentaje de participación finalmente) supondrá, en la práctica, la existencia de un control exclusivo de BBVA sobre SABADELL.

23. De acuerdo con la información aportada por la notificante[7], dicho control exclusivo se basará en la existencia de una mayoría suficiente para la toma de decisiones y materias "reforzadas", de acuerdo con los estatutos sociales de SABADELL. Así, en el caso de acuerdos de la Junta General de Accionistas, estos quedarán válidamente adoptados por mayoría simple, como norma general (la cual con un 49,3% de participaciones se encontraría en manos de BBVA). Asimismo, en relación con determinadas materias reforzadas (emisión de obligaciones; aumentos o reducción de capital; transformación, fusión o escisión de la sociedad; y, en general, cualquier modificación de los estatutos sociales), será necesaria la mayoría absoluta del capital presente o representado (en primera convocatoria, cuando al menos concurra el 50% del capital social suscrito con derecho a voto) o una mayoría de 2/3 del capital social presente o representado (cuando en segunda convocatoria concurra el 25% del capital social suscrito con derecho a voto).

24. Por tanto, de acuerdo con estas mayorías, BBVA contará con capacidad para aprobar acuerdos por mayoría simple, así como una capacidad de veto para aquellas cuestiones que requieran de mayorías reforzadas. Dicha capacidad le permitirá, entre otras cuestiones, realizar modificaciones en el Consejo de Administración de SABADELL, designando un número de consejeros que se corresponda con dicha participación de control.

25. De acuerdo con los estatutos sociales de SABADELL, el Consejo de Administración (sobre el que BBVA obtendrá una mayoría de consejeros) es el máximo órgano de decisión de la compañía, salvo en relación con las materias reservadas a la Junta General de accionistas y los acuerdos de este, que se adoptarán por mayoría absoluta de los consejeros concurrentes a las sesiones, decidiendo el Presidente (que será designado por BBVA) en caso de empate.

26. Según información aportada por la notificante, [CONFIDENCIAL].

27. En consecuencia, con base en lo recogido en la "Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de

---

6 BBVA ha obtenido la autorización de las autoridades de Francia (con fecha 9 de julio de 2024), Portugal (10 de julio de 2024), Estados Unidos (3 de julio de 2024), Marruecos (25 de julio de 2024), y México (19 de febrero de 2025) no habiéndose iniciado por parte de la CMA de Reino Unido investigación sobre la concentración en el ámbito de competencia.

7 Dicha información ha sido confirmada por SABADELL.

competencia, sobre el control de concentraciones entre empresas"[8] (en adelante, la Comunicación) sobre esta materia, puede concluirse que BBVA adquirirá control exclusivo sobre SABADELL tras la ejecución de la OPA, de conformidad con lo establecido en el artículo 7 b) de la LDC.

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

28. La operación es una concentración económica, conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC, siempre y cuando se produzca la aceptación de la OPA por parte de, al menos, las acciones de SABADELL representativas del 49,3% de su capital social, lo que supondría la adquisición de control exclusivo por parte de BBVA sobre SABADELL[9].

29. La operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de concentraciones entre empresas, puesto que la operación propuesta no cumple con los umbrales establecidos en el artículo 1 del citado Reglamento[10].

30. La operación notificada cumple, adicionalmente, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en los artículos 8.1. a) y b) de la misma.

4. EMPRESAS PARTÍCIPES

4.1. ADQUIRENTE: BBVA

31. BBVA es un grupo financiero español, con presencia en más de 25 países, destacando su posición relevante en España, México y Turquía. BBVA cotiza en las bolsas de Nueva York, México, Londres, y Madrid. Asimismo, forma parte del índice IBEX 35 y del índice Dow Jones Euro Stoxx 50.

32. BBVA es una empresa independiente no controlada por ninguna persona o entidad[11]. En España, BBVA se encuentra presente en el mercado de servicios bancarios, ofertando diversos servicios de banca minorista, banca corporativa, banca de inversión, medios de pago y operaciones monetarias en mercados financieros. Por otro lado, BBVA también está activa en España en el sector de seguros y fondos de pensiones. De forma accesoria

---

[8] Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas

[9] De acuerdo con el artículo 9.3. de la LDC, la obligación de no ejecución de una concentración económica en los términos recogidos en el art. 9.2. de la LDC no impedirá la realización de una OPA autorizada por la CNMV que sea una concentración económica sujeta a control, siempre y cuando (i) la concentración se notifique a la CNMC en un plazo de 5 días desde que se presenta la solicitud de autorización de la oferta a la CNMV y (ii) el comprador no ejerza los derechos de voto inherentes a los valores en cuestión o solo los ejerza para salvaguardar el valor íntegro de su inversión sobre la base de una dispensa concedida por la CNMC.

[10] Tanto la adquirente como la adquirida realizan más de dos tercios de su volumen de negocios total comunitario en un mismo Estado Miembro (España).

[11] Su mayor accionista, con una participación del 6,34%, es el fondo de inversión BlackRock, siendo otro de los accionistas relevantes en BBVA la sociedad Capital Research and Management Company, con una participación del 5,09%. BBVA no tiene constancia de otros accionistas individuales con participaciones mayores al 3%.

a su negocio bancario y de seguros, BBVA realiza también actividades en el ámbito inmobiliario[12] [13].

33. Según la notificante, su volumen de negocios en España en 2023, conforme al artículo 5 del RDC, fue de 15.351,11 millones de euros.

Volumen de negocios de BBVA en 2023 (millones euros)		
Mundial	**UE**	**España**
61.395,82	17.320,44	15.351,11

4.2. ADQUIRIDA: SABADELL

34. SABADELL es un grupo financiero español, con presencia en más de 15 países, destacando España como mercado donde ostenta una posición relevante y contando con sociedades participadas en Reino Unido y México[14]. SABADELL cotiza desde el año 2001 en la Bolsa de Madrid y forma parte del índice IBEX 35 desde el año 2004.

35. SABADELL es una empresa independiente no controlada por ninguna persona o entidad[15].

36. En España, SABADELL se encuentra presente en el mercado de servicios bancarios, ofertando diversos servicios de banca minorista, banca

[12] BBVA está presente en el mercado inmobiliario principalmente como resultado de la adjudicación o recuperación de inmuebles en el contexto de su actividad bancaria. Si bien indica que no es posible realizar una estimación precisa de su cuota de mercado, la notificante señala que, a cierre del año 2023, BBVA tenía en cartera 8.058 activos inmobiliarios (residenciales y no residenciales), contando el mercado inmobiliario español con 26.811.833 de activos totales solo para la parte residencial. Adicionalmente, la notificante ha confirmado que en todo caso su actividad es residual y no superaría la cuota de mercado para considerar relevante ninguno de los mercados definidos en precedentes de la CNMC en el sector inmobiliario.

[13] Junto a la actividad en el sector bancario, de seguros y pensiones, BBVA tiene participaciones minoritarias en las siguientes entidades o empresas españolas (se señala en las sociedades donde BBVA ostenta control y la naturaleza del mismo):
- Adquira España S.A. (44,44%).
- Altura Markets Sociedad de Valores S.A. (50,00%) (control conjunto).
- BBVA Allianz Seguros y Reaseguros, S.A. (50,00%).
- Bizum S.L. (18,24%).
- Compañía Española de Financiación del Desarrollo, S.A. (16,67%).
- Fraudefense, S.L. (33,33%).
- Metrovacesa S.A. (20,85%).
- Promocions Terres Cavades, S.A. (39,11%) (control conjunto).
- Redsys Servicios de Procesamiento S.L. (24,90%).
- Servired Sociedad Española de Medios de Pago S.A. (28,72%).
- Sistemas de Tarjetas y Medios de Pago S.A. (20,61%).
- Sociedad Española de Sistemas de Pago, S.A. (Iberpay) (13,52%).
- Telefónica Factoring España S.A. (30,00%).
- Veridas Digital Authentication Solutions S.L. (32,05%).

[14] El resto de los países donde SABADELL cuenta con presencia física tienen una relevancia menor, bien mediante sucursales que ofertan servicios bancarios (como en el caso de Portugal, Marruecos, Francia o Estados Unidos) o bien mediante oficinas de representación que ofrecen asesoramiento y consultoría especializada a los clientes (en Perú, Colombia, República Dominicana, India, China, Singapur, EAU, Turquía y Argelia.

[15] Según los datos obtenidos de la CNMV (con última actualización diciembre de 2023) su mayor accionista, con una participación del 6,31%, es el fondo de inversión BlackRock, siendo otro de los accionistas relevantes en SABADELL las siguientes sociedades: Dimensional Funds Advisors LP, con una participación del 3,75%; fintech Europe S.A.R.L. con una participación del 3,105%; [CONFIDENCIAL], con una participación del 3,49%; Norges Bank con una participación del 1,81%; Vanguard Total International Stock Index Fund, con una participación del 1,33% y The Goldman Sachs Group, INC. con una participación del 1,01%.

corporativa, banca privada, banca de inversión, medios de pago y operaciones monetarias en mercados financieros. Por otro lado, SABADELL también está activa en España en el sector de seguros y fondos de pensiones. De forma accesoria a su negocio bancario y de seguros, SABADELL realiza también actividades en el ámbito inmobiliario[16].

37. Entre las sociedades sobre las que SABADELL ostenta una participación mayoritaria y que están relacionadas con los mercados afectados por la presente operación, cabe destacar[17]:

— BanSABADELL Mediación, OBS Vinculado del Grupo Banco SABADELL, S.A. (100%[18]).
— Crisae Private Debt, S.L.U. (100%[19]).
— Mediterráneo SABADELL, S.L. (100%[20]).
— Paycomet, S.L.U. (100%).
— Ripollet Gestión, S.L.U. (100%).
— Rubí Gestión, S.L.U. (100%).
— SABADELL Consumer Finance, S.A.U. (100%).
— Urquijo Gestión, S.A.U., S.G.I.I.C. (100%).

38. Por otro lado, cabe destacar que SABADELL cuenta con una serie de acuerdos de colaboración con condiciones preferentes en las retiradas en efectivo con las siguientes entidades de la red Euro6000 para sus clientes:

---

[16] De acuerdo con la información aportada por la notificante, SABADELL fue hasta 2022 propietaria de la sociedad gestión de inmobiliaria Solvia, si bien realizó la venta del 100% de sus participaciones en dicha sociedad en dos operaciones consecutivas (la primera en la que se vendió el 80% del capital social de Solvia a Intrum y en la que SABADELL perdió el control sobre Solvia, se analizó en el expediente de la CNMC C/1019/19 Nordic Capital / Solvia). Actualmente SABADELL cuenta, según la información aportada, con una sociedad (Sogeviso) que gestiona alquileres de vivienda social como parte de la acción social de SABADELL, con un total de 2.336 viviendas, dentro de un mercado de alquiler en España conformado según el BdE por 3,6 millones de viviendas, por lo que confirman que sus actividades no superarían la cuota del 15% en ningún mercado afectado por la operación dentro del sector inmobiliario. Dicha información ha sido asimismo confirmada por SABADELL en su respuesta al requerimiento de información de 16 de julio de 2024.

[17] Junto a la actividad en el sector bancario, SABADELL tiene participaciones minoritarias en las siguientes entidades o empresas españolas (se señalan aquellas sociedades donde SABADELL ostenta control y la naturaleza del mismo):

- BanSABADELL Pensiones EGFP, S.A. (50,00%) (ejerce control).
- BanSABADELL Seguros Generales, S.A. de SEG (50,00%) (ejerce control).
- BanSABADELL Vida S.A. (50,00%) (ejerce control).
- Bizum S.L. (11,82%).
- Fondo CPE CV F.C.R. (alquiler vehículos) (50,00%) (ejerce control).
- Redsys Servicios de Procesamiento S.L. (9,91%).
- Servired Sociedad Española de Medios de Pago S.A. (9,03%).
- Sistemas de Tarjetas y Medios de Pago S.A. (10,67%).
- Sociedad Española de Sistemas de Pago, S.A. (Iberpay) (10,16%).
- Sogeviso Servicios Gestión Vivienda Innovación Social S.L. (participación >50%, ejerce control).

[18] La participación de SABADELL en esta sociedad se realiza de modo indirecto a través de sus filiales Gestión Financiera del Mediterráneo, S.A.U. (que ostenta un 99,8%) y BanSABADELL Inversió Desenvolupament, S.A.U. (que ostenta el restando 0,2%).

[19] Participación indirecta del 100% a través de BanSABADELL Inversió Desenvolupament, S.A.U.

[20] Participación directa del 50% e indirecta del 50% restante, a través de su filial Gestión Financiera del Mediterráneo, S.A.U.

Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Unicaja, Caja Sur, Caixa Ontinyent y Colonya Caixa Pollença.

39. Según la notificante, el volumen de negocios de SABADELL en España en 2023, conforme al artículo 5 del RDC, fue de 7.395,28 millones de euros.

Volumen de negocios de SABADELL en 2023 (millones euros)		
Mundial	**UE**	**España**
10.599,04	7.395,28	7.395,28

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercados de producto

40. El sector económico afectado en la presente operación es el financiero, especialmente el mercado de prestación de servicios bancarios, en el que centran su actividad ambas partes, así como el de servicios de pagos.

41. Adicionalmente, las partes están simultáneamente presentes en el mercado de producción y distribución de seguros, en el de fondos y planes de pensiones y en el mercado de gestión de activos.

5.1.1. Servicios bancarios

42. De conformidad con los precedentes nacionales[21] y comunitarios[22] se han distinguido los siguientes segmentos en esta operación: (i) banca minorista, (ii) banca corporativa, (iii) banca de inversión y (iv) banca privada, atendiendo a criterios derivados de las características de la demanda y de la naturaleza y composición del tipo de servicios ofrecidos. Adicionalmente, en línea con la Comisión Europea[23], se han diferenciado otros dos mercados: el de factoring y el de leasing. Cada uno de estos segmentos opera a través de diferentes canales de venta, de forma que las características de la competencia difieren entre sí[24].

5.1.1.1. Banca minorista

43. Los servicios de banca minorista están orientados hacia los particulares, así como hacia comercios y pymes. Siguiendo precedentes nacionales[25] y

[21] C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[22] M.11111 - UBS / CREDIT SUISSE, M. 5726 DEUTSCHE BANK / SAL. OPPENHEIM, M.10786 - BNP PARIBAS / CACEIS / JVI, M.8553 - BANCO SANTANDER / BANCO POPULAR GROUP, M.6168 - RBI/EFG EUROBANK/JV.

[23] M.8553 - BANCO SANTANDER / BANCO POPULAR GROUP, M.10786 - BNP PARIBAS / CACEIS / JV, M.8414 - DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP.

[24] C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[25] Casos C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK; C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, C/0901/17 BANKIA/BMN; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

europeos[26], se ha analizado el mercado de banca minorista a través del estudio de créditos, depósitos y sucursales.

44. El BCE ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los créditos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito[27]. Además, existen informes de la OCDE sobre competencia en el sector bancario en los países de la OCDE, que indican que los depósitos y créditos pueden ser utilizados como índices para evaluar la competencia en el sector[28].

45. Asimismo, el informe estadístico sobre indicadores estructurales de los mercados financieros del BCE proporciona valores, tanto de los activos bancarios como del número de sucursales de las entidades de crédito nacionales, que permiten comparar el nivel de competencia en los diferentes países miembro de la UE[29].

a) Créditos

46. Hace referencia a los préstamos concedidos a hogares y pymes para financiar la adquisición de distintos bienes y/o servicios. Se han analizado, dentro de este mercado, las cuotas que resultan en función del destinatario y fin del crédito, como ya se ha hecho en precedentes nacionales[30] y europeos[31].

47. Por un lado, se han analizado los créditos concedidos a hogares y familias que, a su vez, se han segmentado, según su fin, en créditos a vivienda (hipotecas) y créditos al consumo, este último no analizado en precedentes recientes. Esta segmentación ha sido confirmada por el test de mercado[32], ya que las propias entidades competidoras de las partes consideran ambos como productos diferenciados entre sí.

48. Tanto el Banco de España (por sus siglas BdE), como BBVA[33] y SABADELL[34] han reportado datos sobre cada uno de estos segmentos y

---

26 COM/ M.10668 – PPF/MMB, COMP/M. 8553 – BANCO SANTANDER/BANCO POPULAR GROUP, COMP/M.9366 BPCE/AUCHAN/ONEY BANK, COMP/M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

27 C/0901/17 BANKIA/BMN.

28 https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/bank-competition-and-financial-stability_9789264120563-en

29 https://data.ecb.europa.eu/data/geographical-areas

30 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, C/0504/13 APOLLO/FINANMADRID.

31 COM/ M.10935 - DNB / DANSKE BANK / SB1 / EIKA / BALDER / VIPPS / MOBILEPAY, COM/ M.9366 - BPCE / AUCHAN / ONEY BANK, COMP/M.7078 - SANTANDER CONSUMER FINANCE / EL CORTE INGLES / FINANCIERA EL CORTE INGLES.

32 Dentro del test de mercado, tanto competidores tradicionales (Ibercaja, Kutxabank, Abanca, CaixaBank) como competidores online y neobancos (ING, Openbank, Revolut) identifican como productos diferenciados dentro de su oferta los créditos hipotecarios y los créditos al consumo, a pesar de ser productos que, a priori, están destinados al mismo grupo de clientes (particulares).

33 Incluye en el formulario las cuotas de mercado de créditos en España, y considera que dicho mercado está conformado por “créditos hipotecarios, crédito al consumo y pymes” como categorías diferenciadas de crédito. Asimismo, se hace referencia a estas distintas categorías de crédito en las respuestas a las distintas solicitudes de información realizadas.

34 Hace referencia a los créditos al consumo y créditos hipotecarios como categorías de producto separadas.

consideran estas categorías de crédito diferenciadas, dentro de los créditos destinados a familias[35].

49. Por otro lado, siguiendo la segmentación que recoge el BdE y los datos aportados en base al Estado Público 6853[36], se han diferenciado los créditos concedidos a pymes y empresarios individuales[37].

50. SABADELL ha planteado en sus alegaciones[38], que el mercado de pymes constituye un mercado propio y que el umbral de 50 millones que recomienda la Comisión Europea[39] y ha sido utilizado por la CNMC, resultaría obsoleto y no sería el más adecuado para diferenciar entre pymes y grandes empresas. Siguiendo su operativa interna, SABADELL argumenta que deberían considerarse pymes aquellas empresas de entre 50 y 200 millones de euros de facturación, dado que la dinámica competitiva y su operativa interna cambiaría a partir del umbral de los 200 o incluso 250 millones de euros de facturación.

51. En respuesta, debe destacarse que el mercado de pymes se analiza de forma independiente y se utiliza el criterio considerado más objetivo, asumiendo, en línea con precedentes nacionales recientes[40], la definición de pymes establecida por la UE y utilizada actualmente, tanto por el BCE (para la confección de sus estadísticas), como por el BdE (también para la confección de sus estadísticas).

52. El precedente comunitario en el que se basa SABADELL (Fortis-ABN), que ampliaba el concepto de pyme hasta 250 millones, data de 2007, existiendo otros casos más recientes, como M.8414 DNB Bank ASA/Nordea Bank AB/Luminor Group AB, de 2017, en el que incluso se tuvo en consideración un umbral de 20 millones de euros para distinguir entre pymes y grandes

---

[35] Cabe asimismo mencionar que en algunos precedentes (C/0504/13 APOLLO/FINANMADRID, M.9366 BPCE/AUCHAN/ONEY BANK, M.7078 SANTANDER CONSUMER FINANCE/ EL CORTE INGLÉS/ FINANCIERA EL CORTE INGLÉS), se ha hecho una distinción entre los préstamos personales concedidos directamente por bancos o por las financieras en el punto de venta ("préstamos personales") y los créditos renovables ligados a la utilización de las tarjetas de pago ("créditos renovables"), considerando que cada uno de estos tipos de crédito podrían constituir un mercado de producto diferenciado desde el punto de vista de la demanda. No obstante, dado que dicha segmentación no fue cerrada en precedentes y que la operación no plantea problemas en el segmento de créditos al consumo, no será necesario atender a mayores segmentaciones.

[36] Folio 2404.

[37] En cuanto a la posible distinción entre el crédito destinado a construcción de obra civil y a construcción y promoción inmobiliaria, BBVA confirma que no tiene datos disponibles, ni a nivel nacional ni autonómico, para los mercados de crédito para (i) construcción y promoción inmobiliaria y (ii) construcción de obra civil (C/1386/23 ABANCA TARGOBANK; C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK; C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA). Aunque el BdE dispone de datos a nivel nacional y autonómico para estos segmentos, dado que no constituyen una finalidad principal del crédito demandado por las pymes y teniendo en cuenta que el dato incluye el volumen de crédito concedido a grandes empresas (principales demandantes de este tipo de crédito), no se consideran representativas para el segmento de pymes y, por tanto, no se profundizará en el análisis. Por otro lado, debe tenerse en cuenta, que esta clasificación es realizada por parte del BdE a partir de los datos que, obligatoriamente, las entidades deben reportarle periódicamente.

[38] Folios 8906-9036.

[39] La CE considera pymes a aquellas empresas cuya facturación no exceda de 50 millones de euros anuales (siguiendo el enfoque que estableció la Recomendación 2003/361 de la Comisión Europea, que posteriormente se ha plasmado en disposiciones reglamentarias como el citado Reglamento 651/2014).

[40] En los expedientes C/114/20 CAIXABANK / BANKIA; C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK; C/1386/23 ABANCA / TARGOBANK.

empresas, por las circunstancias del caso concreto (país pequeño) y a propuesta de las partes.

53. Además, la CE mantiene en estos supuestos que *"no existe un criterio único obvio por el que las empresas puedan ser designadas como pymes o grandes empresas*[41]*",* lo que lleva a que las empresas que se fusionaban en los precedentes citados presentasen argumentos para justificar la utilización de cada uno de los umbrales. En este caso, la forma interna en que SABADELL tiene organizado su negocio de empresas, no se considera motivo suficiente para separarse del concepto de pyme, según descrito.

b) Depósitos

54. Los depósitos se refieren al producto bancario orientado al ahorro. De acuerdo con la normativa sobre información y clasificación de productos financieros[42], se pueden identificar tres tipos de depósitos: depósitos a la vista, de ahorro y a plazo, donde las principales diferencias radican en el grado de disponibilidad de los fondos con el que cuenta el cliente, así como la remuneración en tipos de interés[43].

55. El mercado de depósitos también puede segmentarse, según la identidad del depositante, entre depósitos realizados por familias (particulares) y depósitos realizados por pymes, si se sigue el mismo enfoque adoptado en el caso del segmento de créditos. Dicha segmentación se realiza teniendo en cuenta que, al igual que en créditos, existen segmentos de demanda muy bien perfilados (familias y pymes), con ofertas diferenciadas[44] y demandantes con necesidades distintas[45].

56. Si bien esta distinción no se ha hecho en precedentes, en aras de una mayor exhaustividad, se han analizado en este caso también las cuotas en dichos segmentos.

---

41 Ver párrafo 26 del caso de la Comisión Europea M.8414 – DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP.

42 Orden ECC/2316/2015, de 4 de noviembre, relativa a las obligaciones de información y clasificación de productos financieros.

43 Las diferencias por el lado de la demanda que se pueden dar entre los distintos tipos de depósitos han llevado a algunas autoridades de competencia europeas a analizarlos como mercados independientes, tal es el caso del precedente griego National Bank of Greece S.A.|Eurobank Ergasias S.A. o del precedente de la autoridad portuguesa Ccent. 48/2011 Banco BIC Portugues, S.A. / Banco Portugues de Negócios, S.A. No así en precedentes nacionales, ya que el BdE no dispone de información desglosada por entidades.

44 Tal como manifiestan los competidores que han respondido al test de mercado (Ibercaja, Kutxbank, Abanca, CaixaBank, Deutsche Bank, Openbank, ING), que aportan información de pymes y de particulares como productos diferenciados entre sí, con productos distintos según las necesidades de cada colectivo (en el caso de particulares los productos más relevantes serían los créditos hipotecarios y de consumo, así como los depósitos y tarjetas entre otros; para pymes la operativa es más variada, teniendo además de créditos y depósitos, otras necesidades como factoring y leasing, gestión de efectivo, negocio internacional, etc.). Asimismo, BBVA ha aportado información de depósitos realizados por pymes y familias de forma separada, al ser solicitada dicha información por la Dirección de Competencia.

45 Como expuesto en la anterior nota al pie, los particulares demandan habitualmente una serie de productos (créditos para vivienda y consumo, depósitos, tarjetas) que no coinciden exactamente con la demanda que realizan las pymes y autónomos (líneas de crédito circulante para necesidades diarias del negocio, depósitos, operativa de comercio internacional, gestión de efectivo, factoring, leasing y renting, etc.), y que son tratadas de forma diferente por parte de las entidades desde un punto de vista de la oferta.

c) Sucursales

57. Son las oficinas o establecimientos pertenecientes a un banco cuya finalidad es ofrecer servicios bancarios. A través de éstas, la banca minorista realiza un elevado número de operaciones, generalmente de pequeña cuantía, para una base amplia de clientes[46].

58. Pese a que en los últimos años se ha producido un aumento de la digitalización en el ámbito de los servicios bancarios[47], especialmente de banca minorista, las sucursales físicas siguen representando un activo relevante para gran parte de los clientes minoristas, tanto pymes como particulares, tal como se desprende del test de mercado[48].

5.1.1.2. Banca corporativa

59. La banca corporativa comprende los servicios bancarios a grandes empresas e instituciones públicas. Su actividad se desarrolla en grandes centros financieros, en pocas unidades operativas muy especializadas y con personal altamente cualificado[49]. Comprende diferentes productos como depósitos, préstamos a corto y largo plazo, créditos de garantía, gestión de papel comercial, financiación del comercio exterior o swaps, entre otros.

60. Al igual que en el mercado de banca minorista, se ha identificado un segmento de créditos y otro de depósitos para banca corporativa, que constituyen los elementos más representativos de la competitividad en dicho mercado[50].

5.1.1.3. Banca privada

61. Este mercado incluye servicios generalmente prestados a clientes individuales, como recomendación sobre inversiones, planificación financiera, fiscal y otros servicios relacionados. Estos servicios no se ofrecen a todos los individuos, sino que están destinados a clientes que poseen activos significativos y requieren soluciones financieras complejas, lo cual lleva a que la banca privada se caracterice por un servicio más personalizado, llevado a cabo por empleados con una mayor cualificación[51]. Con carácter general, la Comisión Europea ha considerado la posibilidad de usar la cuantía de 1 millón de euros en activos líquidos como umbral potencial para el acceso de los individuos al mercado de

---

46 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

47 Entre otros, se ha obtenido información de las siguientes fuentes en este sentido: del Informe del BdE "*La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: informe de seguimiento 2023",* así como del Informe de FUNCAS de 2022 *"digitalización financiera tras la pandemia".*

48 Estas alegaciones han sido realizadas por asociaciones de consumidores (como ASUFIN, FACUA u OCU) así como por asociaciones de empresas (como la Confederación Nacional de pymes, la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos ATA, o la Confederación Española de la pyme entre otras). También el BdE ha aportado, en su respuesta al segundo requerimiento de información realizado por esta Dirección de Competencia, datos que se analizarán posteriormente, que apuntan a una relevancia del canal presencial para determinados productos y segmentos de clientes.

49 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

50 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

51 M.11111 - UBS / CREDIT SUISSE, COMP/M.5726- DEUTSCHE BANK/ SAL. OPPENHEIM, COMP/M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS.

banca privada[52], si bien dicho umbral puede variar según las consideraciones de cada entidad bancaria.

62. Por este motivo, y atendiendo a los citados precedentes europeos[53], se ha considerado que la banca privada constituye un mercado con características propias, que lo hacen distinto del mercado de banca de inversión y del de banca minorista.

5.1.1.4. Banca de inversión

63. De acuerdo con precedentes europeos[54], puede definirse como el servicio bancario que incluye el asesoramiento en los aspectos financieros de fusiones y adquisiciones, la asesoría sobre emisión de instrumentos financieros, ofertas públicas iniciales, las operaciones en los mercados financieros y productos de intermediación estructurados, derivados, renta fija, renta variable, inversión alternativa, capital riesgo, fondos de inversión libre, fondos de fondos, cartera de fondos, etc.

64. Según los citados precedentes, los posibles segmentos que se podrían definir dentro del mercado de banca de inversión serían: (i) asesoramiento sobre fusiones y adquisiciones; (ii) actividades relacionadas con los mercados de capitales, como la oferta pública inicial (OPI) y servicios de asesoramiento relacionados con la organización de nuevas emisiones de acciones y obligaciones.

65. Dicha segmentación se dejó abierta por parte de la Comisión Europea. Ante la ausencia de problemas de competencia en este mercado, que conllevaría la presente operación, no se ha considerado necesario cerrar las segmentaciones anteriores.

5.1.1.5. Leasing

66. La Asociación Española de Leasing define el leasing o arrendamiento financiero como aquellos contratos que tienen por objeto exclusivo la cesión del uso de bienes muebles o inmuebles, a cambio de una contraprestación económica consistente en el abono periódico de cuotas[55].

67. En precedentes nacionales[56], este mercado fue analizado como un segmento dentro del mercado de banca corporativa. No obstante, el test de mercado[57] confirmó que este tipo de servicios en España no son solo demandados por grandes empresas (clientes de banca corporativa), sino también por pymes, por lo que, en línea con precedentes comunitarios, se ha analizado como mercado separado dentro de servicios bancarios.

---

52 M.11111 - UBS / CREDIT SUISSE, M.5726- DEUTSCHE BANK/ SAL.OPPENHEIM.

53 COMP/ M.11111 - UBS / CREDIT SUISSE, y otros como COMP M.5726 – DEUTSCHE BANK / SAL. OPPENHEIM.

54 M.11111 - UBS / CREDIT SUISSE, COMP/M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS, M.10786 - BNP PARIBAS/CACEIS/JV.

55 https://ael.es/que-es-leasing

56 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA

57 Varios competidores de banca tradicionales (Abanca, Bankinter, CaixaBank, Ibercaja, Santander, Unicaja) han señalado que el negocio de leasing comprende, tanto empresas de gran tamaño como pymes y autónomos. Algunos han respondido que centran una parte relevante de su negocio de leasing en empresas de menor tamaño.

68. Asimismo, siguiendo precedentes recientes europeos[58] y nacionales[59] se ha segmentado el mercado entre leasing financiero[60] y leasing operativo[61], estando la adquirida presente en ambos.

5.1.1.6. Factoring

69. De acuerdo con el BdE[62], el factoring "consiste en la adquisición de créditos con origen en ventas de bienes inmuebles, prestación de servicios o realización de obras, concediendo anticipos sobre dichos créditos, asumiendo o no sus riesgos, y encargándose de cobrarlos a su vencimiento". Por tanto, es un servicio financiero por el cual el demandante cede sus créditos a cobrar a una empresa de factoring, que será quien cobre el dinero, proporcionando así a los clientes comerciales una mayor liquidez.

70. Siguiendo los precedentes nacionales[63] y europeos[64] más recientes se ha analizado el factoring como un mercado propio[65].

5.1.2. Mercados de servicios de pago

71. Tal y como se identifica en precedentes nacionales[66] y europeos[67], existen dos actividades financieras principales relacionadas con la prestación de servicios de pago con tarjeta: (i) la emisión y prestación de servicios de tarjetas para particulares y empresas y (ii) los servicios de adquirencia de

---

58 M.11119 GCA / STELLANTIS /ALD / LEASEPLAN, M.10638 - ALD / LEASEPLAN, M. 10727 – SANTANDER / STELLANTIS / OPEL BANK ASSETS / FCA BANK ASSETS / JV, M.10728 - CACF / STELLANTIS / FCA BANK / F2ML.

59 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK.

60 Asimismo, el leasing financiero se puede analizar en función de la naturaleza del bien objeto de arrendamiento (que es la garantía). Así, la Central de Información de Riesgos (CIR) del BdE clasifica los arrendamientos financieros en: i) mobiliario, si el bien objeto de la operación es un bien mueble como los bienes de equipo, ii) inmobiliario, si el bien financiado es un inmueble como instalaciones, naves o locales comerciales. Sin embargo, esta segmentación no ha sido contemplada en precedentes y existe sustituibilidad por el lado de la oferta entre leasing mobiliario e inmobiliario, ya que el porcentaje de bancos, entidades de crédito y sucursales que ofrecen cada uno de los servicios es aproximadamente igual, con independencia del tipo de leasing que se trate. Por tanto, no se ha analizado esta posible segmentación. De acuerdo con la información proporcionada por el BdE en respuesta al requerimiento de información realizado con fecha del 2 de agosto de 2024, la diferencia en el tratamiento de los servicios de leasing mobiliario e inmobiliario está en la cuantificación del riesgo de crédito al que está expuesta la entidad en función de la garantía de la operación que se trate. Sin embargo, no hay requisitos regulatorios diferentes para el acceso a la actividad de servicios de leasing.

61 Según los mencionados precedentes, el leasing financiero es un producto que funciona como un préstamo concedido por el arrendador para permitir al arrendatario la adquisición del bien, realizándose el pago en forma de cuota. En el leasing operativo, el arrendatario no tiene la opción de adquirir el bien al final del contrato, por lo que se devuelve el activo al arrendador, que es quien ostenta la propiedad económica y legal del bien. Es por ello que, a diferencia de lo que sucede con el leasing financiero, en el leasing operativo, es el arrendador el que asume el riesgo operacional y el valor residual del bien.

62 Información del BdE en respuesta al requerimiento de información realizado con fecha 2 de agosto de 2024 (folios 3269 – 3296).

63 Expedientes C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK; C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

64 M.8414 - DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP.

65 En función del nivel de riesgo asumido, algunos precedentes (M.8414 - DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP) han señalado que la operativa de factoring se podría clasificar en: i) factoring con recurso (o con garantía), en el que no se asume el riesgo de impago del deudor, ii) factoring sin recurso (o sin garantía), en el que la empresa de factoring asume riesgo de impago y; (iii) confirming o "*reverse factoring*", que supone la gestión de pagos, pero no de cobros. No obstante, esta segmentación no ha sido cerrada ni analizada en precedentes nacionales, ni el BdE dispone de datos al respecto.

66 C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK —ACTIVOS.

67 M.9776 - WORLDLINE / INGENICO, COMP/M.4316 ATOS ORIGIN/BANKSYSIBCC y COMP/M.4814 FDC/AIB/JV.

transacciones realizadas con tarjetas, para la aceptación de los pagos de los clientes realizados en los puntos de venta.

72. A la vista de lo anterior y de acuerdo con prácticas nacionales[68] y europeas[69], se analizan en esta operación[70]: (i) los servicios de emisión de tarjetas de pago, (ii) los servicios de adquisición de operación de pago o adquirencia, (iii) servicios de suministro y gestión de TPVs, (iv) servicios técnicos para aceptación de pagos con tarjeta y (v) cajeros automáticos.

5.1.2.1. Servicios de emisión de tarjeta

73. Debido a la existencia de distintos tipos de tarjeta, en precedentes nacionales y comunitarios[71], se ha planteado la posibilidad de identificar distintos segmentos en función del tipo de tarjeta: i) tarjetas de crédito y de débito, ii) tarjetas para uso particular y para uso comercial, iii) tarjetas nacionales e internacionales, iv) tarjetas emitidas por una entidad financiera o no financiera. Sin haberse cerrado una definición de mercado en precedentes y de acuerdo con la práctica seguida[72], se ha analizado la cuota de mercado distinguiendo por el tipo de tarjeta, entre tarjetas de débito y de crédito y distinguiendo por el destinatario, entre tarjetas para uso particular y uso comercial[73].

5.1.2.2. Servicios de adquisición de operación de pago

74. En el esquema de pago con tarjeta, el servicio de adquisición de operaciones de pago (también llamado adquirencia) lo presta un proveedor de servicios de pago que se constituye como la entidad adquirente[74].

75. De acuerdo con la información proporcionada por el BdE y atendiendo a la definición del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, el servicio de adquisición de operaciones de pago o adquirencia es característico del

---

[68] C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY; C/1229/21 COMERCIA/ACTIVOS DE CAIXABANK C/0587/14 *Banco Popular/Citibank (Activos)*, C/0911/17 *Servired/Sistema 4B/EURO 6000*.

[69] M.10075 – NEXI/NETS GROUP, M.9776 - WORLDLINE / INGENICO M.5384 *BNP Paribas/Fortis*, M.9776 *Wordline/Ingenico*.

[70] De acuerdo con el precedente C/0271/10 REDSYS/REDY habría, adicionalmente, otro mercado afectado, que es el mercado de servicios de procesamiento de operaciones de pagos con tarjeta. Este mercado, de acuerdo con el precedente C/0911/17 SERVIRED/SISTEMA 4B/EURO 6000 se define la prestación de servicios de naturaleza técnica a las entidades emisoras y adquirentes para la gestión de la orden de pago entre dichas entidades, de conformidad con los criterios y estándares fijados por los sistemas. No obstante, las partes no están presentes por lo que no se analizará en mayor profundidad.

[71] C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK —ACTIVOS, C/1229/21 COMERCIA / ACTIVOS DE CAIXABANK, M.10935 - DNB / DANSKE BANK / SB1 / EIKA /BALDER / VIPPS / MOBILEPAY, M.8553 - BANCO SANTANDER / BANCO POPULAR GROUP.

[72] C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK —ACTIVOS.

[73] No se dispone de datos para calcular la cuota de mercado de la entidad resultante para las segmentaciones de emisión de tarjetas según el emisor: i) tarjetas emitidas entidades nacionales y extranjeras y ii) tarjetas emitidas por entidad financiera y no financiera. Además, el BdE dispone únicamente de cuotas segmentando entre tarjetas de crédito y débito.

[74] Este servicio se define en el RDLSP como “un servicio de pago prestado por un proveedor de servicios de pago que ha convenido mediante contrato con un beneficiario en aceptar y procesar las operaciones de pago, de modo que se produzca una transferencia de fondos al beneficiario.

Como se expone en el precedente C/0911/17 SERVIRED/SISTEMA 4B/EURO 6000, el Real Decreto-ley 8/2014 recoge los componentes de la tasa de descuento o remuneración global percibida por la entidad adquirente por la prestación al establecimiento del servicio de adquisición.

proceso de pagos con tarjeta pero no de los pagos realizados a través de transferencias[75]. Por tanto, dado que, con carácter general, los servicios de adquisición de pagos no participan en los modelos operativos en los que el pago es realizado a través de una transferencia, se analizará únicamente el esquema de pagos con tarjeta.

76. La prestación de los servicios de adquisición de pagos se puede llevar a cabo directamente por la entidad prestadora de servicios de pago (una entidad bancaria o no) al comerciante o bien externalizarlo (de forma que la entidad prestadora liquida las operaciones a través de otro proveedor de servicios de pago -normalmente una entidad de crédito-)[76]. Tanto BBVA como SABADELL prestan estos servicios.

77. En precedentes comunitarios[77] se ha analizado si este mercado podía subdividirse en mercados más estrechos, sobre la base de las siguientes segmentaciones: (i) tipos de sistemas de tarjetas de pago (internacionales o nacionales); (ii) marcas de las tarjetas de pago (por ejemplo, Visa o MasterCard); (iii) tipo de tarjeta de pago (tarjetas de débito o de crédito); (iv) pago físico a través de TPV ("*adquirencia para comerciantes en TPV*") o pago basado en la web ("*adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico*"); (v) tamaño del comerciante (por ejemplo, empresas grandes, pequeñas y medianas); y (vi) si el servicio se presta a nivel mayorista o minorista (es decir, a bancos o a comerciantes).

78. La Comisión dejó abiertos todos estos segmentos, con la excepción de dos: (i) adquirencia para comerciantes con TPV y (ii) adquirencia para comerciantes en comercio electrónico, quedando abierta la cuestión de si estos mercados debían subdividirse en mayor medida. En esta operación se han analizado ambos segmentos.

5.1.2.3. Suministro y gestión de TPV

79. Los TPV son dispositivos electrónicos utilizados para procesar las transacciones con tarjeta en las tiendas físicas de los comerciantes[78], constituyendo un amplio catálogo que ofrecen las distintas entidades (datáfonos al uso, TPV vinculado a móvil o Tablet, TPV no atendidos para máquinas de vending…).

---

[75] Y ello, en tanto que en la definición del RDLSP "*se indica que el proveedor de dicho servicio "acepta y procesa las operaciones de pago". Sin embargo, en una transferencia, normalmente no hay una entidad tercera que "acepte y procese la operación de pago" ya que en la transferencia el ordenante transmite a su proveedor de servicios de pago (PSP) gestor de cuenta una orden de pago para que este PSP ejecute una transferencia, realizándose un cargo en la cuenta de dicho ordenante*"[75]. Además, el RDLSP ofrece una definición de transferencia, de la que se obtiene que la transferencia no implica un servicio de aceptación y procesamiento. Esta definición se recoge en el art.3 del RDLSP según el cual, una transferencia es el *"servicio de pago destinado a efectuar un abono en una cuenta de pago de un beneficiario mediante una operación de pago o una serie de operaciones de pago con cargo a una cuenta de pago de un ordenante por el proveedor de servicios de pago que mantiene la cuenta de pago del ordenante, y prestado sobre la base de las instrucciones dadas por el ordenante*".

[76] COMP/M.9759 - Nexi/Intesa Sanpaolo, M.9776 - WORLDLINE / INGENICO o C12502 - NEXI/RAMO DI AZIENDA DI BPER BANCA (precedente italiano). Cuando el proveedor de servicios de pago ofrece directamente el servicio, estos precedentes se han referido a dicho servicio como "adquirencia minorista", frente al segundo caso que constituiría la denominada "adquirencia mayorista".

[77] M.10075 - NEXI / NETS GROUP, M.9776 - WORLDLINE / INGENICO.

[78] M.10358 ADVENT INTERNATIONAL / EURAZEO / PLANET PAYMENT GROUP.

80. En precedentes europeos[79] y nacionales[80], se ha considerado que el mercado de suministro y gestión de TPV es un mercado de producto distinto del mercado de servicios de adquisición de operaciones de pago[81]. Esto vendría explicado por el hecho de que los servicios de adquirencia y el suministro de TPV no tienen que producirse necesariamente de manera conjunta. Así, los comercios pueden utilizar TPVs suministrados por empresas distintas de las que les prestan servicios de adquirencia[82].

5.1.2.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online

81. En precedentes nacionales[83] y europeos[84] se ha definido un mercado para los servicios técnicos, que permiten a los clientes seleccionar un método de pago e introducir sus datos de autentificación del pago a través de una página web[85]. Estos servicios conforman un mercado distinto al de los servicios de adquisición de operaciones de pago, ya que la contratación de cada uno de estos no tiene porqué realizarse de manera conjunta[86]. Además, se ha definido el mercado sin una mayor segmentación con base en la marca o el tipo de tarjeta, en la medida en que la mayoría de los proveedores de servicios tecnológicos para la aceptación de pagos online permitían pagar con todas las tarjetas[87].

82. Ambas partes ofrecen distintos servicios técnicos para pagos online[88] (en forma de pasarelas de pago, soluciones tecnológicas a través de un link o código QR, soluciones para la realización del pago con tarjeta en una llamada telefónica sin intervención de un operador, soluciones tecnológicas que facilitan la gestión y cobro de reservas que reciben hoteles).

5.1.2.5. Cajeros automáticos

83. Los cajeros operados por clientes son unidades de autoservicio que permiten la retirada de efectivo que tradicionalmente realizaban trabajadores de banca minorista. Algunos cajeros sólo permiten la retirada de efectivo, mientras que los más nuevos, también permiten aceptar depósitos de clientes, lo que implica verificar, clasificar y almacenar billetes, entre otros servicios. Están sujetos a una regulación específica en cuanto

---

79 M.10358 - ADVENT INTERNATIONAL / EURAZEO /PLANET PAYMENT GROUP, M.10075 - NEXI / NETS GROUP

80 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

81 En precedentes nacionales y europeos como C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY o M.10358 ADVENT INTERNATIONAL / EURAZEO / PLANET PAYMENT GROUP; se ha considerado, la posibilidad de distinguir, dentro del suministro de TPV, distintos subsegmentos por tipo de TPV (por ejemplo, TPV tradicionales, TPV móviles o TPV inteligentes) o en función del tamaño del cliente. No obstante, la definición final de estos subsegmentos ha quedado abierta, por lo que dichos segmentos no serán objeto de análisis en la presente operación.

82 M.7873 - WORLDLINE / EQUENS / PAYSQUARE.

83 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/ EVO PAYMENTS.

84 M.9776 - WORLDLINE / INGENICO.

85 Referenciado en precedentes como servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico: C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/ EVO PAYMENTS.

86 M.9776 - WORLDLINE / INGENICO.

87 C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS. Además, de acuerdo con las respuestas al test de mercado, COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, ENTIDAD DE PAGO, S.L. (Comercia) indica que han empezado a implementar la posibilidad de pago a través de transferencias instantáneas (Bizum) para algunos comerciantes.

88 Muchas veces referidos en el catálogo de productos disponible en la página web de las partes como “TPV virtual” o “TPV para venta a distancia”.

al acceso a estos servicios y comisiones establecidas en acuerdos bilaterales o multilaterales[89] entre los emisores de las tarjetas y los adquirentes (los propietarios de los cajeros automáticos)[90].

5.1.3. Seguros

84. Comprende el conjunto de actividades económicas relacionadas directamente con la actividad aseguradora, por medio de la cual se transforma, total o parcialmente, un suceso aleatorio o incierto (riesgo asegurado), mediante el pago de una prima, en una indemnización cierta, determinada o determinable, previamente pactada[91].

85. Siguiendo los precedentes nacionales y europeos[92], se han distinguido los mercados de (i) producción y de (ii) distribución de seguros, ambos relacionados verticalmente[93].

5.1.3.1 Producción de seguros: vida y no vida

86. El mercado de producción comprende la generación de seguros propios distribuidos a través de canales directos (la fuerza de ventas y la red de oficinas de las aseguradoras) o canales indirectos (seguros propios distribuidos a través de terceros).

87. Precedentes nacionales[94] y comunitarios[95] señalan que el mercado de producción de seguros puede segmentarse atendiendo a la naturaleza del riesgo en: (i) seguros de vida, (ii) seguros de no vida y (iii) reaseguros[96].

88. A su vez, las autoridades nacionales han considerado que, desde el punto de vista de la demanda, los mercados de seguros de vida y no vida pueden subdividirse en tantos mercados de producto como riesgos cubran, debido a la inexistencia de sustituibilidad de demanda entre ellos, por las distintas características, primas y propósitos de cada uno de ellos[97].

---

89 En concreto, SABADELL mantiene acuerdos con diversas entidades de la Red Euro6000 (que está formada por Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Unicaja, Caja Sur, Caixa Ontinyent y Colonya Caixa Pollença). Adicionalmente, SABADELL dispone de un acuerdo con Cardtronics (que opera en España bajo la marca Cashzone). BBVA no forma parte de estos acuerdos.

90 C/0743/16 DIEBOLD / WINCOR NIXDORF, COMP/M.6535 - GLORY/ TALARIS TOPCO.

91 Por todos, C/1333/22 CAIXABANK/ SA NOSTRAVIDA.

92 C/1289/22 MUTUA-ECI /SECI-CESS; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK; C/ 1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/BCG; o los asuntos comunitarios M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE y M.4284 AXA/WINTERTHUR.

93 C/1289/22 MUTUA-ECI/SECI-CESS.

94 C/1289/22 MUTUA-ECI /SECI-CESS; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK; C/ 1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/0973/18 ALLIANZ PARTNERS/MULTIASISTENCIA.

95 M.6053 -CVC/Apollo/Brit Insurance; M.6217 –Baloise Holding/Nateus/Nateuslife; M.5432 CREDIT MUTUEL/COFIDIS; M.7078 SANTANDER CONSUMER FINANCE/EL CORTE INGLES/FINANCIERA EL CORTE INGLES; y M.5384 BNP PARIBAS/FORTIS.

96 El reaseguro es el acuerdo mediante el cual una aseguradora transfiere a otra compañía de seguros una parte de su riesgo de pérdidas resultante de sus pólizas por medio de un contrato de seguros. El mercado de reaseguros constituye un mercado distinto al de los seguros de vida y no vida, ya que su finalidad es repartir el riesgo entre los aseguradores.

97 C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDAA/ LAIETANA GENERALES; C-0128/08 Cajasol/Caser.

89. No obstante, desde el punto de vista de la oferta, ciertos precedentes nacionales[98] y comunitarios[99] se han referido a la inclusión de diferentes tipos de seguros de vida y no vida en un mismo mercado de producto cuando los riesgos cubiertos afecten a un mismo bien. SABADELL está activa en la producción de seguros de vida y de no vida, segmentos en los que se solapa la actividad de ambas partes.

90. En particular, las partes están presentes en los segmentos de riesgo y de ahorro, individuales y colectivos, del mercado de producción de seguros de vida; y BBVA en las ramas de hogar, protección de pagos[100], multirriesgo para comercios, vehículos a motor, salud, decesos, accidentes e incendios, en el caso de seguros de no vida.

91. Por último, el mercado de reaseguros no es un mercado afectado en la presente operación.

5.1.3.2 Distribución de seguros

92. El mercado de distribución de seguros comprende la comercialización de productos correspondientes a los distintos ramos de seguro por medio de diversos canales, como la venta a través de canales directos (fuerza de ventas y red de oficinas de las compañías de seguros) e indirectos (tales como bancos, agentes o *brokers*, entre otros).

93. La Comisión Europea ha considerado la posibilidad de distinguir entre la distribución de seguros de vida y de no vida debido a las diferencias regulatorias y al hecho de que los operadores activos en la distribución de uno y otro producto difieren[101]. Dicha segmentación ha sido analizada también en precedentes nacionales[102].

94. Tanto BBVA como SABADELL están activas en la distribución de seguros de vida y de no vida.

5.1.4. Planes y fondos de pensiones

95. La diferencia entre los planes y los fondos de pensiones reside en que el plan de pensiones es el producto efectivamente comercializado por la entidad financiera, mientras el fondo de pensiones es el instrumento financiero utilizado para llevar a cabo la inversión (administrado por una entidad gestora) y en el que se integrarán el plan o planes de pensiones. Por este motivo, a menudo se utilizan ambos términos indistintamente y

---

98 C/0066/08 MAPFRE/CAJA DUERO/DUERO VIDA/DUERO PENSIONES; C/0100/08 REALE/CAIXA TERRASSA/TERRASSA PREVISIÓ; N-05003 REALE SEGUROS/AEGON SEGUROS.

99 M.3556 FORTIS/BCP.

100 De acuerdo con la información que aparece en su página web, BBVA estaría activo en el ramo de protección de pagos: https://www.bbva.com/es/seguros-proteccion-pagos-asegurando-riesgo-impagos/. La DGSFP ha informado acerca de la imposibilidad de calcular las cuotas en este ramo, por ausencia de datos desagregados. En cualquier caso, este ramo nunca ha sido analizado como mercado relevante en precedentes, y tampoco está recogido en el mencionado Anexo A de la Ley 20/2015, en la que se enumeran 19 posibles categorías de seguros de no-vida. Como consecuencia, y atendiendo a la reducida presencia de las partes en el mercado de seguros, no se considera necesario analizar este ramo como un segmento de mercado en la presente operación.

101 M.9432 - ALLIANZ HOLDINGS / LEGAL AND GENERAL INSURANCE; M.7233 – ALLIANZ / GOING CONCERN OF UNIPOLSAI ASSICURAZIONI.

102 C/1333/22 CAIXABANK/ SA NOSTRA VIDA y C/1289/22 MUTUA-ECI/SECI-CESS.

ningún precedente ha llegado a definir mercados separados para planes y fondos de pensiones, a pesar de que se trata de figuras diferenciadas[103] y relacionadas verticalmente entre sí[104].

5.1.4.1. Gestión de fondos de pensiones

96. Con carácter general, todas las empresas consultadas[105] coinciden en definir la actividad de gestión de fondos de pensiones como la administración y organización de los activos financieros de la cartera para alcanzar los objetivos de inversión previstos en cada plan.

97. El artículo 11.7 del RDL de Pensiones prevé una clasificación de los fondos de pensiones: (i) fondos de pensiones de empleo, que solo estarán integrados por planes de empleo[106] y cuyo ámbito de actuación se limita al desarrollo de estos y (ii) fondos de pensiones personales, que podrán desarrollar y estar integrados tanto por planes individuales[107] como asociados[108].

98. La gestión de fondos incluye, por tanto, los denominados fondos personales (individuales y asociados) y los fondos de empleo. La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha confirmado la idoneidad de esta segmentación que no había sido realizada en precedentes[109].

99. BBVA y SABADELL[110] están presentes en la gestión de fondos de pensiones, tanto personales como de empleo.

5.1.4.2. Comercialización de fondos de pensiones

100. La actividad de comercialización ha sido definida como la promoción y distribución de planes de pensiones, así como la asistencia en la gestión y ejecución de la contratación de dichos productos[111].

101. El artículo 4 del RDL de Pensiones, recoge las distintas modalidades de planes de pensiones atendiendo a la relación jurídica que exista entre los sujetos constituyentes[112] del plan: (i) planes de pensiones del sistema de empleo; (ii) planes de pensiones del sistema asociado; y (iii) planes de pensiones del sistema individual.

---

[103] C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK; C/1333/22 CAIXABANK/ SA NOSTRAVIDA; C/1194/21 UNICAJABANCO/LIBERBANK; C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/BCG.

[104] C/1333/22 CAIXABANK/ SA NOSTRAVIDA.

[105] Bestinver, Abanca, CaixaBank, Caser, Fonditel, Ibercaja, Mapfre, Santalucía, Unicaja y Zurich.

[106] Esta clase de planes corresponde a aquéllos en los que existe una relación laboral entre promotor y partícipe, de tal forma que el promotor sea una empresa y los partícipes sus empleados.

[107] En los planes individuales no se exige ninguna relación concreta entre promotor y partícipes, sino que basta con que una entidad financiera inste a la creación de un plan.

[108] Este tipo de planes son aquéllos en los que existe una relación asociativa o corporativa entre promotor y partícipes.

[109] Respuesta al requerimiento de información realizado el 29 de julio de 2024 por esta Dirección de Competencia.

[110] SABADELL se encuentra activo en la gestión de fondos de pensiones a través de una *joint venture* controlada conjuntamente con Zurich Seguros: BanSABADELL Pensiones, E.G.F.P., S.A. Véase, a este respecto, M.5277 *Zurich/ Banco SABADELL / BanSABADELL Vida / BanSABADELL Pensiones / BanSABADELL Generales*.

[111] Mapfre, Ibercaja o Santander, en respuesta al test de mercado.

[112] Los sujetos constituyentes de un plan de pensiones son, por un lado, el promotor del plan, que puede ser cualquier empresa, asociación o entidad financiera que promueva su creación y, por otro, los partícipes, que son aquellas personas físicas en cuyo interés se crea el plan.

102. Con la entrada en vigor de la Ley 12/2022, de 30 de junio, de regulación para el impulso de los planes de pensiones de empleo, por la que se modifica el RDL de Pensiones, se ha prohibido la promoción de nuevos planes del sistema asociado.

103. La comercialización de planes individuales se realiza a través de la figura del comercializador, que puede ser la propia entidad gestora del fondo en el que dicho plan se integre o una tercera entidad (por ejemplo, otra entidad financiera o un corredor de seguros), mediante la suscripción del correspondiente acuerdo de comercialización. En el caso de los planes de empleo, las respuestas del mercado no son unánimes, pues unos afirman que la comercialización de este tipo de planes se realiza directamente por la entidad gestora del fondo[113] y otros señalan que también puede llevarse a cabo por terceros (por ej., por empresas especializadas tipo *brokers*)[114].

104. Tanto BBVA como SABADELL están presentes en la comercialización de planes de pensiones individuales y de empleo[115], por lo que se han analizado ambos segmentos.

5.1.5. Gestión de activos

105. De acuerdo con la información aportada por la CNMV, la gestión de activos englobaría una serie de actividades que permiten que los inversores tengan a su disposición una variedad de productos y servicios que satisfacen sus necesidades de rentabilidad, riesgo y liquidez.

106. De acuerdo con precedentes nacionales[116] y comunitarios[117] la gestión de activos incluye: (i) la creación y gestión de fondos de inversión, así como la prestación de servicios de gestión de carteras, (ii) la posterior comercialización de estos productos y servicios a los clientes finales y (iii) la provisión de servicios de custodia.

5.1.5.1. Gestión de fondos y carteras de inversión

107. La Ley 35/2003 de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva, define a las sociedades gestoras como aquéllas, cuyo objeto social consiste en la gestión de las inversiones, el control y la gestión de riesgos, la administración, representación y gestión de las suscripciones y reembolsos de los fondos y las sociedades de inversión. Además, las sociedades gestoras pueden estar autorizadas para realizar varias actividades, entre las que se incluye la prestación de servicios de gestión de carteras.

---

[113] Zurich e Ibercaja.

[114] Caser y Santalucía.

[115] BBVA ha sostenido que "*no procede hacer un análisis separado de las actividades de gestión y comercialización ya que cada grupo financiero comercializa, por norma general, los planes y fondos de pensiones de su propia gestora, y la comercialización de productos de terceros tiene una relevancia residual*".

[116] C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK.

[117] M8359. Amundi/Credit Agricole/Pioneer Investments M.4844, Fortis/ABN Amro Assets y M.8837 Blackstone/Thomson Reuters F&R Business).

108. Las sociedades gestoras pertenecientes a los grupos de las principales entidades de crédito son actores esenciales en la rama de gestión de fondos y de carteras.

109. La Comisión Europea[118] también contempló la posibilidad de distinguir los siguientes mercados estrechos: (i) la creación y gestión de fondos de inversión para clientes particulares[119] y fondos a medida para clientes corporativos e institucionales y (ii) la gestión de carteras para inversores privados, fondos de pensiones e instituciones[120], sin llegar a cerrar estas definiciones. Atendiendo a esta segmentación, BBVA gestiona, tanto carteras como fondos de inversión, mientras SABADELL se dedica, principalmente, a la gestión de carteras a medida, a través de su filial Urquijo Gestión[121].

5.1.5.2. Comercialización de fondos de inversión

110. Las entidades de crédito juegan un papel fundamental en la comercialización de fondos de inversión, pues la práctica totalidad de los fondos de inversión, tanto propios[122] como ajenos, son distribuidos por el canal bancario[123]. BBVA comercializa tanto fondos propios como de terceros, pero principalmente los segundos, tras la venta de su entidad gestora a Amundi[124].

111. Tanto la CNMC[125] como la Comisión Europea[126] han mencionado la importancia de los diferentes canales de distribución, considerando que constituye un mercado diferenciado de la gestión de los fondos y carteras.

---

118 M.6812 SFPI/Dexia y M.4844, Fortis/ABN AMRO Assets y M.9810 NATIXIS INVESTMENT MANAGERS/LA BANQUE POSTALE/JV entre otros.

119 Dentro del mercado de gestión de activos para clientes particulares, la Comisión consideró (M.5728, Crédit Agricole/Société Générale Asset Management, M. 3894 Unicredito/HVB y M.4844 Fortis/ABN AMRO Assets) varias subsegmentaciones: (i) entre fondos minoristas abiertos y cerrados; ii) entre fondos de inversión vendidos junto con un seguro de vida y fondos de inversión vendidos de forma independiente ; (iii) entre fondos del mercado monetario y otros acuerdos de ahorro a corto plazo, y dentro de los fondos del mercado monetario entre (a) los vendidos a inversores empresariales y (b) los vendidos a inversores minoristas, y (iv) una posible distinción entre los denominados *Fonds Communs de Placement d'Entreprise ("FCPE")* y los fondos de inversión minoristas abiertos. Dichas segmentaciones no fueron cerradas y, de acuerdo con la notificante, existe una fuerte sustituibilidad de la oferta en este mercado, por lo que la Dirección de Competencia considera que no es necesario estrechar más el análisis.

120 Dentro del mercado de gestión de activos para clientes institucionales la Comisión consideró una subgementación entre la gestión activa y gestión pasiva (M. 5728, Credit Agricole/ Société Générale Asset Management y M.5580, BlackRock/Barclays GIH).

121 Con la excepción de la gestión de SICAVs (un tipo concreto de fondos de inversión abiertos) que presta a través de Urquijo Gestión, SABADELL no ofrece servicios de gestión de fondos desde la venta de SABADELL Asset Management (SABAM) al grupo Amundi en 2020.

122 Según la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva las sociedades gestoras también pueden estar autorizadas para la distribución de participaciones de fondos de inversión y de otras instituciones de inversión colectiva.

123 De acuerdo con la información aportada en la contestación al requerimiento de información de 9 de julio. También la consultora FinReg en su artículo “La era pos-MiFID II en España: impulso de la distribución de fondos”, confirma que los principales distribuidores de fondos siguen siendo las entidades de crédito. Asimismo, según datos aportados por la CNMV en respuesta al requerimiento de información realizado el 6 de septiembre de 2024 por esta Dirección de Competencia confirman que el principal canal de comercialización de activos de inversión es bancario.

124 C/1114/20: AMUNDI/SABAM.

125 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK.

126 M8359. Amundi/Credit Agricole/Pioneer Investments M.4844, Fortis/ABN Amro Assets.

112. Por otra parte, en el caso del mercado español, la Ley 6/2023[127] establece que las entidades que vayan a prestar servicios de inversión deben clasificar a los demandantes en tres categorías: clientes minoristas, clientes profesionales y contraparte elegible[128]. Aunque las entidades gestoras puedan diseñar un producto para una determinada categoría, según la CNMV[129] no existe ningún impedimento en la normativa, que prohíba que una categoría de cliente adquiera uno u otro producto si cumplen los requisitos exigidos para ello[130], por lo que esta Dirección considera que existiría sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda, para el mercado de comercialización.

113. Adicionalmente, una mayor segmentación en este mercado no afectaría a la valoración de la operación, dada la reducida presencia de las partes en esta actividad, como se verá al analizar las cuotas. Por ello, no ha resultado necesario ahondar en una definición más estrecha de este mercado.

5.1.5.3. Servicios de custodia

114. Por último, las entidades depositarias se encargan de la custodia y administración de los fondos mediante una serie de actividades que comprenden la vigilancia de los valores de los activos, la emisión de órdenes de compra y venta de participaciones o la realización de operaciones relativas a los cobros y pagos. De acuerdo con información de la CNMV, varias entidades de crédito están registradas como depositarios, como ocurre con BBVA y SABADELL.

115. En conclusión, atendiendo a la actividad de las partes, se han considerado mercados afectados, el mercado de gestión de fondos y carteras de inversión (y se analizarán sus posibles segmentos de creación y gestión de fondos de inversión y gestión de carteras de inversión), el mercado de comercialización de activos de inversión y el de custodia y administración de los mismos.

5.2. Mercados geográficos

5.2.1. Servicios bancarios

5.2.1.1. Banca minorista

116. El mercado de banca minorista**,** según los últimos precedentes nacionales[131], es de ámbito nacional. Esto se fundamenta en las diferencias de idioma, preferencias de los consumidores por oferentes locales, diferente cultura de los negocios y la importancia de su red de sucursales.

---

[127] Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión.

[128] Esta segmentación es similar a la recogida en precedentes comunitarios, (M.9810 NATIXIS INVESTMENT MANAGERS/LA BANQUE POSTALE/JV), que distinguen según se trate de productos de inversión que puedan segmentarse según fuesen diseñados para clientes particulares o clientes corporativos e institucionales, si bien estas posibles segmentaciones de mercado quedaron abiertas.

[129] En su respuesta al requerimiento de información realizado por esta Dirección de Competencia con fecha de 6 de septiembre de 2024.

[130] Por ejemplo, aportando la cuantía mínima inicial.

[131] C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

No obstante, dadas las características de estos mercados, la magnitud de las entidades fusionadas, su peso en determinadas zonas y regiones y el riesgo de que determinados problemas de competencia pueden surgir de forma localizada, el mercado de banca minorista también se ha analizado a nivel inferior al nacional en precedentes nacionales[132] y comunitarios[133].

117. En línea con los mencionados precedentes **se han estudiado los tres parámetros considerados (créditos, depósitos y sucursales) no sólo a nivel nacional, sino también a nivel autonómico y provincial**[134], dado que la cuota resultante de la operación supera[135] el 15% a nivel nacional, así como a **nivel municipal y de CCPP** (los datos de sucursales son una variable que permite aproximar el análisis de otros productos minoristas).

a) Créditos

118. El ámbito geográfico inferior a nacional para estos segmentos viene justificado en la medida en que, como se analizará posteriormente, la presencialidad sigue siendo un elemento valorado tanto por pymes como por determinados segmentos de clientes particulares (clientes de la tercera edad o que viven en un ámbito rural), así como para determinados productos (hipotecas y productos más complejos)[136].

119. Por su parte, en el caso de los créditos destinados a consumo, aunque el test de mercado apunta a que su dimensión podría ser nacional, se han analizado también las dimensiones más estrechas, si bien, como se verá, la dimensión considerada no afecta a la valoración de la operación.

b) Depósitos

120. Respecto a los depósitos destinados a familias, por un lado, y los destinados a pymes, por otro, la notificante sostiene que, ante la ausencia de datos públicos disponibles a nivel provincial y autonómico, no es posible estimar la cuota de mercado ni de las partes ni de sus competidores a niveles inferiores al nacional. Tampoco el BdE dispone de este nivel de información, por lo que se analizarán estos segmentos en su dimensión nacional. Si bien SABADELL ha alegado que estos segmentos (familias y pymes) deberían analizarse también en una dimensión inferior a la nacional, tampoco ha aportado datos para este escenario.

c) Sucursales

121. En este caso, debe tenerse en consideración la necesidad de la existencia de una amplia red de sucursales para poder satisfacer las necesidades de

---

132 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

133 M.7947 BANCO SANTANDER TOTTA/BANIF, M.6405 BANCO SANTANDER/RAINBOW; M.5960 CREDIT AGRICOLE/CASSA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA/AGENCES INTESA SANPAOLO, M.3894 UNICREDIT/HVB, M.4356 DEUTSCHE BANK/BERLINER BANK.

134 Excepto, como se verá, para los segmentos de (i) depósitos de familias y (ii) depósitos de pymes.

135 Se analizará en el apartado correspondiente a estructura de la oferta.

136 Estos argumentos han sido presentados también por las asociaciones de consumidores y de pymes que han respondido al test de mercado, así como adicionalmente por datos aportados por el BdE y por SABADELL. También se ha pronunciado en este mismo sentido la Autoridad Vasca de Competencia en alegaciones remitidas a la CNMC (folios 8106-8138).

parte de la demanda, especialmente sobre determinados productos y facilitar la inclusión financiera. Lo anterior, junto a la existencia de cuotas de mercado e índices elevados de concentración a nivel provincial, ha motivado que, en los precedentes nacionales recientes[137] y también en esta operación, se haya realizado un análisis más estrecho, a nivel de códigos postales (CCPP).

Análisis de alegaciones sobre mercado geográfico

122. BBVA se ha mostrado en desacuerdo con este análisis geográfico a lo largo del procedimiento, ya que considera que la competencia se produce a nivel nacional, tanto para particulares como para pymes.

123. En este sentido, ha presentado un análisis econométrico[138] que concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre los niveles de concentración local y la política comercial aplicada por BBVA. Por tanto, a su juicio, el análisis debería realizarse a nivel nacional, puesto que las condiciones de competencia no difieren en el ámbito local.

124. Sin embargo, este planteamiento de BBVA ignora la importancia de la negociación de condiciones, vinculada a la presencialidad en la prestación de determinados servicios, según manifestado por SABADELL y el test de mercado, en servicios a pymes, entre otros. Este aspecto se desarrollará en el estudio de precios y del riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales en determinadas localizaciones.

125. En todo caso, en el supuesto de que se considere necesario realizar un análisis competitivo local, BBVA señala que éste debería fundamentarse en evidencia empírica sobre los patrones reales de desplazamiento de los clientes bancarios al contratar productos y servicios financieros, en lugar de basarse en un criterio simplificado y excesivamente restrictivo como el código postal.

126. Así, BBVA aporta un análisis local basado en la evidencia empírica sobre los patrones reales de desplazamiento de los clientes bancarios al contratar productos y servicios financieros. En particular, ha presentado un análisis realizado mediante áreas de influencia (radio en kilómetros) que varían en función del tipo de cliente y de si la oficina se sitúa en ciudades, aglomeraciones urbanas o zonas rurales[139].

127. Se centra en las ocho provincias en las que el análisis de la DC considera que habrá un mayor impacto[140] y define las áreas de captación como circunferencias en las que se sitúan el 80% de los clientes más próximos a una sucursal (para pymes y particulares) o donde se localizan los clientes

[137] C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[138] Tercer Informe aportado por BBVA (folios 8648-8718).

[139] Para los clientes pyme las áreas de referencia oscilan entre [0-5] y [10-15] kilómetros para las oficinas situadas en ciudades, entre [5-10] y [15-20]kilómetros en aglomeraciones urbanas y entre [10-15] y [20-25] kilómetros en zonas rurales. Por su parte, para los clientes particulares, se observan áreas de entre [0-5] y [5-10] kilómetros en el primer caso, entre [5-10] y [10-15] kilómetros en el segundo caso, y entre [5-10] y [10-15] kilómetros en el tercero.

[140] Aquellas en las que la cuota conjunta de las partes es mayor (o se aproxima) al 30% y la adición es superior al 10% en los mercados de crédito.

que suponen el 80% del volumen de crédito contratado. Estas áreas de influencia, más extensas para pymes que para particulares, en cualquier caso, excederían el límite de los correspondientes códigos postales.

128. Por su parte, SABADELL argumenta la idoneidad de analizar los distintos segmentos de banca minorista en un ámbito inferior al nacional (autonómico o local), si bien manifiesta, en línea con BBVA, que el análisis por CCPP podría ser demasiado estrecho. Sin embargo, tampoco comparte el análisis de áreas de influencia presentado por BBVA, especialmente para pymes (i) por considerarlas demasiado estrechas; esto obedece a que, los cálculos de BBVA no diferencian las pymes por facturación de las empresas y las empresas más pequeñas comparten código postal con su sucursal en una proporción mayor que las empresas y (ii) únicamente permite analizar las diferencias de precios a nivel de CCPP y a nivel municipal pero no evaluar diferencia de precios a nivel provincial o autonómico que, a su juicio, es el ámbito geográfico correcto especialmente para el segmento de pymes.

129. SABADELL realiza un análisis similar al propuesto por BBVA y sus resultados, menos detallados que los de BBVA, sugieren que, si bien la unidad geográfica de referencia para cada tamaño de cliente empresarial es diferente, en general las áreas de captación serían más amplias que las propuestas por BBVA y que los CCPP. Sin embargo, el análisis no llega a identificar el número de áreas que resultarían problemáticas tras la concentración si se tuvieran en cuenta las áreas de captación definidas según las distancias que SABADELL plantea.

130. En consecuencia, SABADELL[141] considera, finalmente, que el mercado de pymes debe analizarse en el ámbito regional o provincial, al existir una relación entre los tipos de interés de los créditos concedidos a empresas y el nivel de concentración regional. No obstante, los propios datos aportados por SABADELL permiten descartar que el ámbito de análisis pueda ser el regional[142].

131. También señala que ninguna de las respuestas al test de mercado muestra que el CCPP sea un ámbito de análisis adecuado para pymes y que los patrones de desplazamiento señalan que la mayoría de ellas tienen su domicilio fiscal en un CCPP distinto que el de su oficina gestora. Y argumenta que SABADELL cuenta con oficinas específicas para pymes[143],

[141] En las alegaciones presentadas al PCH.

[142] Los datos aportados por SABADELL de acuerdo con su clasificación interna de clientes empresariales, muestran que si bien hay un >50% de sus clientes empresariales que operan con oficinas o gestores fuera del ámbito de su código postal (este porcentaje sería mayor conforme el tamaño de la empresa aumenta), este porcentaje se ve reducido a un <10%(con porcentajes que llegan al <30% en el caso de empresas con facturación entre 10 y 200 millones de euros) en el caso de la provincia, y menor aún para el caso del ámbito de la Comunidad Autónoma, por lo que se desprende de dichos datos que en todo caso la definición podría circunscribirse potencialmente al ámbito provincial, pero no al regional (CCAA).

[143] Las oficinas especializadas en empresas de SABADELL se definen por las zonas geográficas que cubren, siendo las siguientes: Alicante, Álava, Andalucía Occidental, Andalucía Oriental, Aragón, Baleares, Barcelona, Canarias, Cantabria, Castellón, Castilla, Galicia Centro, Galicia Norte, Galicia Sur, Gijón-Avilés, Gipuzkoa, Girona, Jerez, La Rioja, León, Lleida, Llobregat-Penedés, Madrid Cuzco, Madrid Castellana, Madrid Norte, Madrid Sur, Málaga, Navarra, Oviedo, Región de Murcia, Tarragona, Tenerife, Valencia, Vallès Occidental, Vallès Oriental-Osona y Vizcaya.

lo que hace que las sucursales no sean intercambiables entre sí y, por tanto, que la utilización de las sucursales como "proxy" no sea adecuada.

132. En respuesta a estas consideraciones, debe apuntarse, en primer lugar, que el análisis de CCPP no se ha realizado de forma aislada, sino que se ha combinado (i) con el del ámbito municipal, precisamente tomando en consideración que aquél pueda ser demasiado estrecho para reflejar la dinámica de las pymes; y confirma que todos los CCPP en los que se produciría un monopolio o duopolio tras la operación están situados en municipios en los que se genera un duopolio y cuya cuota es superior al 65% (aunque existen, adicionalmente, otros CCPP situados en otros municipios en los que también la operación da lugar a duopolios o monopolios) y (ii) con el análisis provincial, confirmándose que la mayoría de dichos municipios se encuentran en provincias donde, en términos de sucursales, se alcanzan cuotas superiores al 30% con adición mayor al 10%.

133. Además, las sucursales han sido confirmadas en el test de mercado como una variable adecuada para analizar los efectos de la operación. Las respuestas destacan la importancia de la demanda presencial en el entorno de la sucursal, en el caso de créditos, servicio de cajeros y, en menor medida (como se verá posteriormente) depósitos[144]. También en el caso de las pymes, siendo el propio SABADELL[145] y las asociaciones de pymes quienes han hecho especial hincapié en la importancia de la cercanía y la presencialidad, lo que no es coherente con la defensa de una dimensión autonómica.

134. Además, como ya expuesto, el análisis de SABADELL se basa en la premisa de incluir como pymes a empresas con facturación por encima del umbral de 50 millones definido por esta Dirección. En concreto, indica que "*el código postal no es una medida adecuada, especialmente para las empresas en el tramo de facturación entre los 2 y los 200 millones de euros*", pero parte importante de estas empresas -por encima de 50 millones- no se incluyen en la definición de producto adoptada por esta Dirección para mercado minorista de pymes, sino en el mercado de banca corporativa, en el que, efectivamente, la dimensión geográfica se ha definido como nacional.

135. Cabe concluir que esta Dirección de Competencia puede compartir que la dinámica competitiva para pymes pueda producirse en un ámbito superior al del CCPP y, de hecho, así se ha tenido en cuenta, como expuesto, al realizar el análisis. Pero no puede obviarse la importancia atribuida por parte de los operadores consultados, muy particularmente SABADELL, a la proximidad y la presencialidad, especialmente para las pymes. Además, se

[144] Esta importancia es señalada en el test de mercado por todas las Asociaciones de empresas y Asociaciones de consumidores.

[145] La relevancia de la presencialidad y la importancia de la relación cercana y habitual con los gestores fue destacada por SABADELL en su respuesta al segundo requerimiento de información llevado a cabo por la Dirección de Competencia (folios 3493-3542).

ha comprobado que el análisis realizado mediante CCPP presenta escasas diferencias con respecto al análisis municipal e incluso el de áreas de influencia, siendo más conservador, ya que capta más zonas problemáticas sometidas a compromisos (168 CCPP como se analizará posteriormente) que cualquiera de los anteriores, y, en todo caso, que el análisis regional o provincial defendido por SABADELL, que llevaría a cuestionar la propia existencia de localizaciones problemáticas como consecuencia de la operación.

136. De hecho, considerar las dimensiones geográficas propuestas por las partes, más amplias, como provincial o regional, llevaría, como se verá en el análisis de cuotas, a una dilución de las mismas, pues ninguna cuota autonómica alcanza el 40% y tan solo 2 provincias en todo el territorio nacional superan levemente esa cifra y puntualmente el 30%. Considerar la dimensión municipal daría lugar, como se verá, a 48 duopolios y tener en cuenta el análisis de áreas de influencia realizado por BBVA reduciría a 19 las áreas de influencia problemáticas.

137. Cabe señalar que, a pesar de que esta Dirección considera metodológicamente válida la realización de un análisis por áreas de captación, como proponen BBVA y SABADELL, interesa subrayar que se ha optado por el análisis por códigos postales, en línea con precedentes recientes, precisamente porque es el enfoque que refleja el escenario más preocupante posible de los efectos de la concentración.

138. En consecuencia, se concluye que el análisis geográfico realizado es completo y consistente con el resultado del test de mercado. Así, en línea con precedentes, y habida cuenta de las cuotas resultantes e índices de concentración en algunas provincias, que se expondrán al analizar la estructura de la oferta, se ha realizado un análisis, también a nivel **municipal** y de **CCPP.**

5.2.1.2. Banca corporativa

139. El ámbito geográfico relevante del mercado de banca corporativa según precedentes[146] es el supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de grandes corporaciones, aunque ciertos servicios se siguen ofreciendo a nivel nacional.

140. En la presente operación se ha analizado el mercado a nivel **nacional** puesto que, a efectos de valoración, se pondrá el foco en los servicios de banca corporativa para grandes empresas en sus operaciones en España/con base en España.

[146] C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

5.2.1.3. Banca privada

141. En precedentes europeos[147] se ha considerado que el ámbito geográfico es **nacional**, aunque se reconoce la posibilidad de la existencia de servicios con un ámbito geográfico más amplio que el nacional.

5.2.1.4. Banca de inversión

142. Los precedentes[148] consideran el mercado de banca de inversión como supranacional, si bien para algunos de sus segmentos, algunos precedentes han considerado que la dimensión del mercado podría ser nacional[149].

143. En todo caso, la notificante ha aportado la estimación de sus cuotas de mercado combinadas tras la operación a nivel **nacional** en todos los posibles segmentos definidos en precedentes[150], sin que se supere el 15% en ninguno de dichos segmentos, ni a nivel nacional ni tampoco supranacional. En consecuencia, este mercado y sus posibles segmentaciones no son relevantes en el marco de la presentación operación.

5.2.1.5. Leasing

144. Tanto los precedentes nacionales[151] como europeos[152] han considerado que su dimensión es **nacional**[153]. Dentro de este mercado, en el segmento de leasing operativo (donde solo está presente SABADELL), la cuota resulta inferior al 5%, por lo que no se ha considerado relevante a efectos de la presente operación.

145. Además, los precedentes comunitarios exponen la reducida presión competitiva que ejercen entidades extranjeras en la medida en que, como se ha mencionado, este mercado se considera de dimensión nacional, precisamente, debido a las diferencias de la regulación impositiva, así como a las diferencias en cuanto a requisitos de registro y seguros, que llevan a que sea complicado prestar servicios de leasing transfronterizos.

---

147 M. 11111 - UBS / CREDIT SUISSE.

148 C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; M. 11111 - UBS / CREDIT SUISSE.

149 Por ejemplo, en el caso M.3894 UNICREDITO / HVB se consideró que el posible segmento de actividades relacionadas con los mercados de capitales (como OPIs y asesoramiento en materia de emisión de acciones), podría ser de ámbito nacional, y por tanto se analizó el mismo por separado, si bien no se cerró la definición de mercado y, además, la CE reconoció en su análisis que era probable que dicho mercado fuera "al menos en parte, de alcance internacional".

150 A nivel nacional expedientes C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; a nivel comunitario caso M. 11111 - UBS / CREDIT SUISSE y anteriores.

151 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

152 M.11119 - GCA/STELLANTIS/ALD/LEASEPLAN, M.10728 - CACF/STELLANTIS/FCA BANK/F2ML

153 El precedente comunitario M.10638 - ALD / LEASEPLAN justifica la dimensión nacional de este mercado en las diferencias regulatorias de la regulación impositiva, así como las diferencias en cuanto a requisitos de registro y seguros que llevan a que sea complicado prestar servicios de leasing transfronterizos.

5.2.1.6. Factoring

146. El mercado de factoring se ha considerado de dimensión **nacional**, siguiendo los precedentes nacionales y comunitarios[154].

5.2.2. Mercados de servicios de pago

5.2.2.1. Emisión de tarjetas

147. Tanto la CNMC[155] como la Comisión Europea[156] han considerado que la dimensión del mercado de emisión de tarjetas es de alcance **nacional**, sin perjuicio de que su ámbito pueda extenderse a nivel europeo.

148. Por ello, en línea con los precedentes citados, se ha realizado un análisis a nivel nacional en los mercados de emisión de tarjetas de crédito y débito, así como de tarjetas para uso particular o comercial.

5.2.2.2. Servicios de adquisición de operaciones de pago

149. Algunos precedentes comunitarios han considerado que la prestación de este servicio tiene una dimensión geográfica que abarca el EEE[157].

150. Pero tanto la Comisión Europea[158] como la CNMC[159] han considerado que los mercados de adquirencia para comerciantes y sus posibles segmentos tienen, con carácter general, dimensión geográfica **nacional**.

151. Entre los motivos que justifican este enfoque, se encuentra el hecho de que los clientes consideren importante la presencia a nivel nacional de la entidad adquirente para facilitar la comunicación con el proveedor del servicio en la lengua local, especialmente al dar apoyo técnico. Además, de acuerdo con la información del BdE[160] y los resultados del test de mercado, los proveedores de servicios de pago internacionales encuentran ciertos obstáculos para acceder a los esquemas de tarjetas que, sin embargo, no han impedido la entrada, en este mercado, de competidores internacionales[161] en la prestación de estos servicios.

152. No obstante, para el caso de España, el test de mercado ha puesto de manifiesto que el mercado español no se encuentra, de momento,

---

154 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, M.8414 - DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP, COMP/M.3894 UNICRÉDITO/HVB; COMP/M.4155 BNP Paribas/BNL; COMP/M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

155 Expediente C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, C/0587/14 Banco Popular/Citibank.

156 Expediente M.5384 BNP Paribas/Fortis.

157 COMP/M.9387 - Allied Irish Banks/First Data Corporation/Semeral, COMP/M.9357 - FIS/WorldPay.

158 M.9776 WORDLINE / INGENICO y M.10075 NEXI / NETS GROUP.

159 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/ EVO PAYMENTS.

160 Contestación del BdE al requerimiento de Información formulado con fecha 2 de agosto de 2024. No obstante, el Reglamento (UE) 2015/751 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2015, sobre las tasas de intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta, contiene, en su Capítulo III, normas tendentes a evitar cualquier tipo de discriminación.

161 De acuerdo con la información proporcionada por BBVA en respuesta al requerimiento de información formulado con fecha del 3 de junio de 2024 para el mercado de adquirencia en comercio electrónico, la cuota de mercado de operadores internacionales calculada en número de transacciones es del [30-40]%.

totalmente internacionalizado, lo que ha llevado a analizarlo en el presente expediente en su ámbito nacional[162].

5.2.2.3. Suministro y gestión de TPV

153. Los precedentes comunitarios[163] más recientes han considerado que este mercado es de ámbito nacional ya que, entre otros motivos, con el objetivo de poder ofrecer un servicio de mantenimiento y soporte de los terminales TPV de forma más eficiente, resulta conveniente que el oferente del servicio tenga presencia en el país.

154. Los precedentes nacionales[164] también han considerado un alcance **nacional**, aunque algunos precedentes[165] han matizado la necesidad de tener en cuenta el desarrollo futuro de un mercado geográfico europeo, mientras otros[166] han dejado abierta la definición geográfica.

155. Por tanto, en base a los últimos precedentes citados, se ha analizado el mercado de suministro y gestión de TPV a nivel nacional.

5.2.2.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online

156. En los precedentes europeos[167] se ha definido el alcance geográfico de estos servicios a nivel de **EEE**, ya que muchos clientes utilizan servicios provistos en todo el EEE y muchos proveedores ofrecen estos servicios en todos los países del EEE, no existiendo factores que restrinjan significativamente ni la contratación ni la provisión de estos servicios a lo largo del EEE.

157. Asimismo, de acuerdo con el BdE, todos los proveedores de servicios de pagos autorizados en la Unión Europea para prestar servicios de pago "*pueden ofrecer dichos servicios en el conjunto de la UE, en virtud de la libre prestación de servicios o de la libertad de establecimiento.*" Así, en respuesta al test de mercado, Worldline, proveedor de servicios de pago, aclara que ofrecen servicios de aceptación de comercio electrónico en toda Europa, a través de varias soluciones/plataformas.

158. Se ha analizado también el efecto de la operación en el ámbito geográfico **nacional**, al utilizar como aproximación la cuota de las partes para el servicio de adquisición de operaciones de pago en comercio electrónico, ya que la mayoría de ellas se llevan a cabo a través de una tarjeta o están respaldados por una tarjeta[168].

---

[162] Así de acuerdo con diferentes respuestas, si una entidad presta "servicios en mercados internacionales tiene en cuenta a competidores internacionales y/o locales", prestando atención a las condiciones de prestación de servicios de los principales operadores de cada mercado. "Sin embargo, los competidores españoles tienen poca presencia en esta área (adquirencia) fuera de España". Por ello, cuando se opera en España, "consideramos a los competidores españoles ya que éstos tienen una presencia muy relevante en el país". Esto encaja con la respuesta al test de mercado de parte de los operadores de banca tradicional, según los cuales, únicamente operan en España.

[163] M.9776 – Worldline / Ingenico, M.10075 – NEXI / NETS Group.

[164] C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[165] C/0032/07 INGENICO / SAGEM.

[166] C/0410/11 VERIFONE/HYPERCOM; C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

[167] M.9776 – Worldline / Ingenico.

[168] C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY.

5.2.2.5. Cajeros automáticos

159. Los precedentes nacionales más recientes[169] han considerado un mercado geográfico más estrecho que el nacional, de manera similar a lo que sucede con sucursales.

160. Atendiendo a la necesidad de presencialidad para la prestación de este servicio, la definición geográfica podría estrecharse más (municipal y por CCPP).

161. Sin embargo, el nivel **provincial** es el ámbito más estrecho para el que las partes han podido aportar datos. No obstante, el análisis de sucursales realizado a nivel municipal y de CCPP, permite aproximar los resultados también a este mercado, si bien dichas cuotas estarían sobreestimadas al no incluir cajeros desplazados.

5.2.3. Seguros

5.2.3.1. Mercado de producción de seguros

162. Las autoridades de competencia nacional y comunitaria coinciden en señalar que los mercados de seguros de vida y no vida tienen, por lo general, un **ámbito nacional**. Entre otras razones, debido a las diferentes estructuras de los mercados nacionales, las restricciones fiscales y las diferencias regulatorias de cada país a las que se ven obligadas a adaptarse las entidades extranjeras, así como debido a la necesidad de canales de distribución adecuados y estructuras de mercado establecidas.

163. Conforme a la información aportada por las partes, [CONFIDENCIAL], la cuota conjunta de BBVA y SABADELL no supera el 15% en ninguno de los mercados ni posibles segmentos considerados (concretamente, hogar, multirriesgo para comercios, vehículos a motor, salud, decesos, accidentes e incendios), por lo que el mercado de producción de seguros no es relevante a los efectos de la presente operación.

5.2.3.2. Mercado de distribución de seguros

164. Con respecto al mercado de distribución de seguros, las autoridades de defensa de la competencia nacional[170] y comunitaria[171] coinciden en señalar que éste tiene, por lo general, un **ámbito nacional**.

165. De acuerdo con la información aportada por la notificante, [CONFIDENCIAL], la cuota resultante de la operación es inferior al 15% tanto en el mercado de distribución de seguros como en sus segmentos de

[169] C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[170] C0698/15 GACM/RACC SEGUROS; C/0659/15 BBVA/CX VIDA/CX SEGUROS GENERALES; C/0582/14 IBERCAJA/CAJA BADAJOZ VIDA; C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDA/LAIETANA GENERALES; C/0100/08 REALE/CAIXA TERRASSA/TERRASSA PREVISIÓ; C/0356/11 MUTUA MADRILEÑA/LA CAIXA/VIDACAIXA ADESLAS.

[171] IVM.759 SUN ALLIANCE/ROYAL INSURANCE; IV/M.862 AM/UAP; IV/M.5083 GrouPama/OTP Garancia; IV/M.2225, Fortis/ASR; IV/M.4713 Aviva/Hamilton; IV/M.6743 TALANX INTERNATIONAL/MEIJI YASUDA LIFE INSURANCE COMPANY/ HDI POLAND.

distribución de seguros de vida y de no vida, por lo que este mercado no es relevante en la presente operación[172].

5.2.4. Planes y fondos de pensiones

166. Las autoridades nacional[173] y comunitaria[174] coinciden en considerar que el mercado geográfico de planes y fondos de pensiones es de dimensión **nacional**. La Comisión Europea basó esta consideración en que la naturaleza de los sistemas de pensiones viene determinada en gran medida por los marcos normativos nacionales y otras legislaciones nacionales, por ejemplo, en materia de seguridad social y fiscalidad.

167. No obstante, en lo que respecta a la comercialización de planes de pensiones, las respuestas[175] al test de mercado señalizan la importancia de la presencialidad (a través de las redes de oficinas o de los mediadores de seguros) sobre el canal online[176] o telefónico, que la mayoría consideran menos relevante[177]. Estas conclusiones aplican tanto a la comercialización de planes individuales como de empleo, si bien la incidencia del canal presencial con respecto a estos últimos podría ser incluso mayor, debido a la necesidad de mantener reuniones con los responsables de las empresas promotoras interesadas, así como a que este tipo de clientes requiere de un asesoramiento más personalizado y sofisticado[178].

168. También BBVA ha señalado que, si bien el canal online está ganando peso con respecto al presencial, hay determinadas gestiones, como el rescate de los fondos, que los clientes siguen prefiriendo realizar de forma presencial, debido a la confianza que genera el trato presencial y a la importancia del asesoramiento directo.

169. Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que la actividad de comercialización de planes de pensiones podría tener alcance inferior a nacional, especialmente en los supuestos expuestos y, por tanto, atendiendo a la información aportada por la notificante, se ha analizado también a nivel **provincial**. El mercado de gestión se estudiará a nivel nacional.

---

172 En el caso de la distribución indirecta de seguros de vida la cuota sería del [0-5]%. Para el caso de la distribución indirecta de seguros de no vida [0-5]%.

173 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK; C/1200/21 ABANCA/LASUCURSAL; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK; C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C-0251/10 BANCO SABADELL/BANCO GUIPUZCOANO; C/0227/10 GRUPO BANCA CÍVICA.

174 M.8257 - NN GROUP / DELTA LLOYD; M.5597 - TOWERS PERRIN/ WATSON WYATT.

175 11 de 15 encuestados (4 no se han posicionado), si bien uno de ellos (Caser) ha defendido especialmente la presencialidad para los planes de empleo, ante el actual auge del canal online desde 2020 para la modalidad individual.

176 Si bien algunos operadores han advertido del auge del canal online en los últimos años (Caser, Ibercaja, Unicaja y Santander).

177 3 operadores que han apoyado la prevalencia del canal presencial sobre el online, afirman que el canal online es residual para la contratación de este tipo de productos.

178 Bestinver, Caser y Unicaja. Asimismo, estas afirmaciones sobre la presencialidad en la comercialización de los planes de empleo también han sido apoyadas por SABADELL.

5.2.5. Gestión de activos

5.2.5.1. Gestión de fondos de inversión y carteras

170. La CNMC[179], en línea con la Comisión Europea[180], ha considerado que el mercado de gestión de carteras y fondos de inversión sería de dimensión **nacional o más amplia**, cubriendo el EEE[181], especialmente en el caso de la gestión de activos para clientes corporativos e institucionales[182], si bien los precedentes europeos han dejado esta definición abierta.

5.2.5.2. Comercialización de fondos de inversión

171. El mercado de comercialización de productos de inversión tiene, según la Comisión Europea[183] dimensión **nacional**, debido al peso mayoritario de la distribución bancaria[184].

5.2.5.3. Servicio de custodia de activos

172. La Comisión Europea[185] ha estudiado los servicios de custodia en mercados internacionales en una dimensión global o, al menos, EEE, mientras que los mercados domésticos han sido analizados a nivel **nacional**[186].

173. La cuota combinada de las partes a nivel nacional es inferior al 15%[187] en los tres mercados mencionados, por lo que ninguno de ellos es relevante en la presente operación.

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de la oferta

6.1.1. Banca minorista

174. Los servicios bancarios en España son prestados por bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito. Cada una de estas instituciones tiene una

---

179 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK.

180 M.6812 SFPI/DEXIA; M.9810 NATIXIS INVESTMENT MANAGERS/LA BANQUE POSTALE/JV.

181 La Directiva 2014/65 sobre mercados de instrumentos financieros (MiFID II) garantiza la libertad de establecimiento y libre prestación de servicios de inversión en la Unión Europea.

182 Estos clientes tienen mayor propensión a invertir en productos y servicios de gestión de activos de otras nacionalidades.

183 M.6812 SFPI/DEXIA.

184 De acuerdo con el informe "Digitalización tras la Pandemia" elaborado en 2022 por FUNCAS más del 75% de los encuestados prefería el canal presencial a la hora de contratar productos como fondos de inversión. En cualquier caso, en línea con el precedente M.4844 - FORTIS / ABN AMRO ASSETS el posible impacto que pudiese tener estrechar geográficamente este mercado ya será analizado en el mercado de banca minorista, atendiendo a la definición geográfica municipal o CCPP según el número de sucursales.

185 M.8359 Amundi/Credit Agricole/Pioneer Investments M. 3781 Crédit Agricole/Caísse d' Epargne/JV.

186 M.6812 SFPI/DEXIA; COMP/M.4844 - FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

187 Respecto a la comercialización de dichos activos, así como atendiendo a la actividad de custodia desempeñada por las partes, las cuotas resultantes no superan el 15%. En el caso del mercado de creación y gestión de fondos de inversión y carteras la cuota combinada también es inferior al 15%. Atendiendo a su posible segmentación: (i) para la gestión de fondos de inversión la cuota combinada sería del [10-20]% con adición del [0-5]%, por lo que no sería mercado relevante; y (ii) para el posible segmento de gestión de carteras de inversión alcanzaría una cuota conjunta del [10-20]% con adición del [0-5]%. Ante la reducida cuota resultante y adición, teniendo en cuenta que es un segmento que no ha sido cerrado en precedentes, tampoco será considerado relevante.

naturaleza jurídica distinta, pero ofrecen los mismos servicios a los clientes finales[188].

175. En los últimos años, el sector bancario español ha experimentado un **proceso de concentración**.

176. Desde diciembre de 2007 hasta diciembre de 2021, las entidades financieras supervisadas por el BdE se redujeron en 120[189], por lo que el 51,9% de las que existían antes de iniciarse la crisis financiera han desaparecido del mercado español[190].

177. En este sentido, en el año 2021 se produjeron dos concentraciones bancarias y en el año 2023 una[191], que se suman a otras concentraciones en años anteriores[192]. Estas concentraciones bancarias se reflejaron en las cifras del índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) que construye el BCE y que pasaron, en el caso de España, de un HHI igual a 965 puntos en 2017 hasta un HHI de 1.331 puntos en 2023[193].

178. El reajuste dentro del sector bancario no solo ha afectado al número de entidades que operan en el mercado, sino también a su red de distribución, tanto en términos de oficinas (se redujo un 61,4% entre 2008 y 2023)[194] como de trabajadores[195].

179. Pese a la notable reducción del número de oficinas en los últimos años, España sigue teniendo un nivel superior a la media de la UE. Así, en el año 2021, España era el segundo país de la UE con mayor ratio de oficinas por habitante (47 oficinas por cada 100.000 habitantes), por detrás de Francia, pero por encima de la media europea, de 26 oficinas por cada 100.000 habitantes[196].

180. Asimismo, se ha producido un **proceso de digitalización** que, según la notificante resulta fundamental a la hora de determinar el entorno competitivo del sector financiero.

181. De acuerdo con el Informe "La digitalización como eje de transformación bancaria" de FUNCAS[197], la penetración de la banca digital en España, con base en datos de Eurostat, alcanza al 70% de la población (33% en 2013), por encima de la media de la UE (60%) y solo por detrás de los países

---

188 C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

189 Se ha pasado de 231 a 111 entidades.

190 "*Informe de Promoción de la Competencia IPRO 3/2022 informe sobre la concentración bancaria en Galicia desde el punto de vista de la competencia*", Comisión Galega da Competencia (CGC), 29 de diciembre de 2022.

191 C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK C/1386/23 ABANCA / TARGOBANK.

192 Desde 2017: C/0901/17 BANKIA / BMN; C/0873/17 BANCO SANTANDER / SANTANDER ELAVON MERCHANT SERVICES – SEMS; C/0985/18 BANKINTER / EVO BANCO, C/1013/19 ABANCA / BCG.

193 https://data.ecb.europa.eu/data/datasets/SSI/SSI.A.ES.122C.H10.X.A1.Z0Z.Z (BCE "EU structural financial indicators").

194 En dicho periodo el número de oficinas según datos del BdE se vio reducido desde 45.662 oficinas hasta las 17.604 oficinas que quedaban abiertas en España en 2023.

195 De acuerdo con los datos publicados por el BdE, en su boletín estadístico de mayo de 2024, el número de empleados en el sector bancario ha pasado de más de 269.000 personas en el año 2009 a 162.740 en 2022, último año con datos disponibles, lo que supone un descenso del 60,5%.

196 https://www.elmundo.es/uestudio/2021/12/03/61aa2b7521efa0355a8b45d8.html

197 Elaborado en colaboración con KPMG y publicado en 2023.

nórdicos (92%)[198]. Así, la digitalización ha facilitado la entrada de nuevos actores en el mercado, tales como bancos digitales[199] (que ofrecen una cartera de servicios semejante a la de los bancos tradicionales más implantados), neobancos[200] y fintech (que suelen estar activas en segmentos o nichos de mercados más específicos que los bancos tradicionales) o Bigtech[201].

182. Además, BBVA[202] considera que el proceso de digitalización en el sector bancario "ha permitido a las entidades operar más allá de sus fronteras tradicionales". Esto habría llevado, en su opinión, a la expansión a nivel nacional de entidades establecidas originariamente en una determinada región (como Kutxabank o Abanca, entre otras).

183. Sin embargo, las entidades tradicionales consultadas por esta Dirección de Competencia en el test de mercado[203], no consideran todavía a neobancos y fintech competidores directos en muchos de los productos que éstas ofrecen, como créditos hipotecarios o créditos a pymes[204]. Así, tanto las asociaciones de consumidores como empresariales encuestadas[205] reconocen que fintech son empresas que todavía se encuentran muy focalizadas en determinados nichos de mercado (como apertura de cuentas y depósitos para particulares, crédito al consumo y servicios de pago) y que no resultan una alternativa real, al menos de momento, para determinados colectivos de clientes, tanto pymes como particulares (sería el caso de aquellos clientes en riesgo de exclusión financiera, personas mayores o poco digitalizadas)[206].

---

198 Además, se espera que el porcentaje alcance el 85% para el año 2027.

199 En este sentido, los operadores digitales en España superaron los nueve millones de clientes en 2023, entre los que se encuentran Imagin (grupo CaixaBank) con 4,4 millones de clientes u Openbank (grupo Banco Santander) con 2 millones de clientes, según información publicada por el diario "El País" (https://cincodias.elpais.com/companias/2023-09-25/los-neobancos-superan-los-9-millones-de-clientes-en-espana-gracias-al-tiron-de-los-depositos.html)

Esta tendencia también se ha seguido en otros países europeos con resultados exitosos, por ejemplo, JP Morgan lanzó en Reino Unido un banco 100% digital que ha conseguido atraer en menos de 3 años a más de 2 millones de clientes.

200 El Observatorio eCommerce define los neobancos como: "*entidades bancarias que usan la filosofía 'fintech' (tecnología financiera)*" pero sin tratarse de empresas fintech, dado que las fintech ofrecen soluciones financieras diversas (pagos, préstamos, e-trading) en un nicho determinado (monoproducto), mientras que los neobancos son entidades 100% digitales, sin oficina física, con un catálogo multiproducto, y que pueden no contar con licencia bancaria, como sucede en el caso de bancos tradicionales. Ejemplos de neobancos que operan en España serían N26 (un millón de clientes); Revolut (3 millones de clientes) o Myinvestor.

201 Este término agrupa a grandes empresas tecnológicas (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft, Paypal, Samsung…) que se diferencian de las fintech principalmente porque cuentan con un enorme capital, una tecnología muy avanzada y una presencia mundial, así como gran cantidad de datos relevantes (Big Data), que está llevando a estas empresas o bien a explotar dichos datos mediante colaboraciones con bancos más tradicionales o bien adquiriendo compañías del sector financiero para entrar al negocio bancario.

202 Folios 3163 – 3188.

203 Argumento aportado por 9 de los 11 competidores de banca tradicional encuestados.

204 La propia N26 ha confirmado que no oferta productos como créditos hipotecarios, crédito al consumo ni crédito para pymes (ni en general crédito para pymes). Tampoco Revolut oferta crédito hipotecario ni crédito para pymes (sí crédito al consumo), ni tampoco ING tendría oferta de productos para pymes.

205 Expuesto por Asociaciones de consumidores (como FACUA, OCU, Unión de Consumidores de Aragón y de C. Valenciana, ASUFIN) y por asociaciones empresariales (como Cámara de Comercio de Alicante, ATA, Confederación Nacional de pymes, CEPYME, Federación Asturiana de Empresarios, entre otras).

206 Las 5 asociaciones de consumidores han hecho hincapié en el argumento de la importancia de la presencialidad a la hora de demandar determinados servicios, y también lo confirman todas las asociaciones de pymes que han respondido a esta cuestión (un total de 8 de 9 asociaciones de empresas).

184. El BdE también se ha pronunciado en este sentido[207], haciendo referencia a un informe del Fondo Monetario Internacional[208], que analiza la situación de las fintech en España. Éste concluye que este tipo de entidades digitales han tenido una penetración más significativa en el ámbito de servicios de pagos, mientras cuentan aún con una presencia reducida en otros ámbitos, como es el caso de servicios bancarios, en particular en la concesión de determinados préstamos.

a) Créditos

185. A nivel **nacional,** la cuota[209] resultante de la operación sería la siguiente[210]:

Tabla 1. Cuota de mercado nacional de crédito total minorista			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA

[207] En respuesta al segundo requerimiento de información realizado por la Dirección de Competencia (folios 3269 – 3296).

[208] https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2024/08/01/Spain-Financial-Sector-Assessment-Program-Technical-Note-on-fintech-Developments-and-552833

[209] Las cifras de cuotas que se recogen en los siguientes apartados corresponden a las cifras presentadas por BBVA a lo largo del procedimiento, tal y como explicado en los párrafos 281 a 287 del PCH. A este respecto, señalaba la notificante que la Dirección de Competencia había incluido en las tablas del IP de paso a segunda fase las estimaciones de cuota de mercado aportadas por BBVA durante el procedimiento, tanto para la propia BBVA como para los competidores, salvo en los casos en los que el dato proporcionado por el BdE o por el SABADELL reflejaba una cuota superior a la aportada por la notificante, donde se había sustituido el dato estimado por BBVA por el más elevado de los obtenidos del BdE o SABADELL. La notificante criticaba que ello se hubiera realizado sin modificar ni adaptar el total de mercado ni el resto de los datos de los competidores; por ello, el total del mercado no sumaba 100% y la cuota de mercado de SABADELL y, por tanto, la cuota combinada de las partes, estaban sobrestimadas y no reflejaban adecuadamente su posicionamiento en el mercado en relación con el resto de los competidores. Para poner de manifiesto las divergencias derivadas de la utilización de la referida metodología, la notificante aportó tablas comparativas que mostraban las diferencias resultantes en los mercados y segmentos relevantes. Las más significativas se situaban en el mercado de crédito total autonómico y provincial, y en el mercado de depósitos autonómico y provincial.

En su IP de paso a segunda fase, la Dirección de Competencia utilizó en los supuestos de divergencias de datos entre fuentes, los datos más conservadores para poder llevar a cabo un análisis completo que comprendiera los escenarios de máxima concentración que podría generar la concentración en estudio. Así se indicaba en el informe en las tablas de datos en las que esto ocurría. Por este motivo, además de la información aportada por la notificante, se tomó también en consideración la información del BdE, como fuente oficial que recopila los datos relativos a los mercados analizados, así como la información reportada por la empresa adquirida. Sin embargo, finalmente la Dirección de Competencia coincidió en la apreciación de la notificante acerca de la imprecisión que supone utilizar información sobre algunas cuotas de mercado sin realizar un ajuste posterior del resto de las cifras.

En consecuencia, en el PCH y en el presente informe se ha utilizado, en los mercados y tablas señalados por BBVA en sus alegaciones, las cifras aportadas por la notificante, salvo donde se indica explícitamente que se ha tenido en cuenta la información aportada por SABADELL. En cualquier caso, las discrepancias resultaron casi siempre limitadas y no alteran el análisis general que ha llevado a cabo la Dirección de Competencia, ni el análisis específico de las CCAA y provincias (Cataluña y C. Valenciana; Alicante, Barcelona, Lleida y Tarragona) donde se han identificado de forma consistente problemas potenciales para la competencia mediante el análisis de CCPP problemáticos en los que, de forma clara e inequívoca, la entidad resultante contará con un poder de mercado superior al de otras localizaciones. Por tanto, las conclusiones sobre riesgos alcanzadas en dichas localizaciones no se ven modificadas.

[210] También compiten en este mercado entidades consideradas como neobancos, si bien dichas entidades, según el test de mercado, se encontrarían activas dentro del mercado de créditos solamente en crédito al consumo, siendo su presencia muy limitada actualmente en el mercado de crédito hipotecario y en el crédito a pymes. Por tanto, las cuotas presentadas no resultarían ser muy diferentes si se eliminaran dichas entidades del cálculo.

186. El HHI[211] calculado con estos datos asciende a 1.408, con un delta de 222, por lo que no supera los umbrales considerados problemáticos por la Comisión Europea[212].

187. **A nivel autonómico,** según datos de 2023, la cuota resultante de la operación supera o se acerca al 30% con una adición superior al 10% en las siguientes CCAA[213]:

Tabla 2. Cuota de mercado autonómica de créditos en 2023		
CCAA	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Cataluña	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%
Comunidad Valenciana	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

188. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, los índices HHI superan los umbrales en Cataluña (HHI de 2.271 y delta de 610) y en la Comunidad Valenciana (HHI de 1.528 y delta de 304)[214].

189. **A nivel provincial**, según datos de 2023, la cuota resultante de la operación supera o se aproxima al 30% con una adición superior al 10% en las siguientes provincias[215]:

Tabla 3. Cuota de mercado provincial de créditos en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Barcelona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[10-20]%

[211] Los HHI calculados en esta nota se aproximan sobre la base de la información aportada por la notificante.

[212] De acuerdo con las "Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas", es improbable que existan potenciales problemas para la competencia en los casos en los que los niveles de HHI después de la concentración y las variaciones del HHI con la concentración (deltas) son: i) HHI entre 1.000 y 2.000 y un delta inferior a 250 o ii) HHI superior a 2.000 y un delta inferior a 150.

[213] Además, se supera la cuota de 15% en Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias, Galicia, Madrid, Murcia y País Vasco.

[214] Según las estimaciones realizadas por la ACCO en su informe, la cuota de la entidad resultante en Cataluña sería igual al 39,6% (adición del 16,1%). El HHI alcanzaría un valor de 2.820 y un incremento de 757. Las discrepancias en los cálculos de ese informe respecto a los de la CNMC se deben a que la ACCO utiliza datos de AFI correspondientes a 2022, mientras que los cálculos de la CNMC se basan en datos aportados por el BBVA (procedentes de distintas fuentes públicas además de datos propios) y por Santander correspondientes a 2023, por lo que los cálculos realizados por la CNMC presentan una imagen más fiable del nivel de concentración de los distintos mercados analizados.
Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

[215] Además, se supera una cuota conjunta del 30% pero con adición inferior al 10% en Ceuta ([40-50]% con adición del [0-5]%), Melilla ([40-50]% con adición del [0-5]%) y Tarragona ([30-40]% con adición del [5-10]%). Por otra parte, se supera una cuota conjunta del 15% (pero inferior al 30%) con adición mayor al 2% en Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga, Sevilla, Huesca, Baleares, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Albacete, Salamanca, Segovia, Valladolid, León, Palencia, Salamanca, Asturias, Girona, Badajoz, A Coruña, Lugo, Madrid, Murcia, Vizcaya, Alicante, Castellón y Valencia.

Lleida	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[5-10]%
Alicante	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

190. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, los índices han superado umbrales en Barcelona (HHI de 2.649 y delta de 698), Lleida (HHI de 1.568 y delta de 454) y Alicante (HHI de 1.504 y delta de 326)[216].

a.1) Crédito para familias

191. **A nivel nacional**, la cuota de la resultante para 2023 asciende a un [**20-30]%** con adición del [5-10]%, siendo el líder del mercado CaixaBank con un [20-30]%, seguido de Santander con un [10-20]%. El HHI calculado con estos datos asciende a 1.358 y el delta es de 186, por lo que no supera los umbrales establecidos por la Comisión Europea.

192. **A nivel autonómico**, la cuota resultante de la operación supera el 30% con una adición superior al 10% en Cataluña[217]:

Tabla 4. Cuota de mercado autonómica de crédito a familias en 2023

CCAA	Entidad	Cuota de mercado
Cataluña	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

193. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, se alcanza un HHI de 2.259 y un delta de 585 en Cataluña, por lo que se superan los umbrales establecidos por la CE[218].

[216] De acuerdo con el informe de la ACCO en todas las provincias de Cataluña se alcanzaría una cuota superior al 30% y una adición superior al 10% tras la operación. En concreto, la cuota de mercado tras la concentración sería del 41,5% (adición del 17,5%) en Barcelona, del 32,8% (adición del 15,5%) en Girona, del 33,8% (adición del 11,5%) en Lleida y del 39,3% (adición del 11,3%) en Tarragona. Sobre el motivo de las discrepancias con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2. Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

[217] Además, se supera una cuota conjunta del 15% con adición superior al 2% en Canarias, Andalucía y C. Valenciana.

[218] Igualmente, el análisis de la ACCO llevaría a HHI que superarían los umbrales establecidos por la CE, con un valor de 2.780 y un delta igual a 736. Sobre el motivo de las discrepancias con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2.

Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

194. **A nivel provincial**, las cuotas de mercado resultan superiores al 30% con adición de más del 10% en la provincia de Barcelona[219]:

Tabla 5. Cuota de mercado provincial de crédito a familias en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Barcelona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad

195. Según las cuotas aportadas por la notificante y el Santander, se alcanza un HHI de 2.637 y un delta de 674 en Barcelona, por lo que se superan los umbrales establecidos por la CE[220].

Crédito hipotecario (familias)

196. **A nivel nacional**, la cuota de la entidad resultante para el mercado de crédito hipotecario para familias asciende a un [**20-30]%,** con una adición del [5-10]%, siendo el líder del mercado CaixaBank con un [20-30]%, seguido de Santander con un [10-20]%. El HHI calculado con estos datos asciende a 1.531 y el delta es de 195, por lo que no supera los umbrales establecidos por la Comisión Europea.

197. De acuerdo con la notificante, existen otros competidores[221] que, si bien cuentan con cuotas de mercado menores (en torno al 5% a nivel nacional), están especializados en el mercado de crédito hipotecario, como serían Unicaja, Bankinter, Kutxabank o ING[222].

198. A nivel **autonómico,** se supera el 30% con adición mayor del 10% en Cataluña[223]:

Tabla 6. Cuota de mercado autonómica de crédito hipotecario para familias en 2023		
CCAA	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Cataluña	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%

[219] Además, se supera una cuota conjunta del 30% pero con adición inferior al 10% en Ceuta ([40-50]% con adición del [0-5]%), Melilla ([50-60]% con adición del [5-10]% y Tarragona ([20-30]% con adición del [5-10]%). Por otra parte, se supera una cuota conjunta del 15% (pero inferior al 30%) con adición superior al 2% en Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Asturias, Baleares, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Albacete, Salamanca, Valladolid, Girona, Lleida, A Coruña, Murcia, Madrid, Vizcaya, Alicante, Castellón y Valencia.

[220] Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

[221] En el caso de los neobancos y fintech, actualmente no existe ninguna compañía que oferte este tipo de producto, si bien Revolut tendría intención en un futuro de poder ofertar hipotecas a particulares a medio plazo.

[222] Esta información ha sido corroborada asimismo por SABADELL.

[223] Además, se supera una cuota conjunta del 15% con adición superior al 2% en Andalucía, Canarias, Castilla y León, Galicia y Comunidad Valenciana.

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

199. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, se alcanza un HHI de 2.429 y un delta de 660 en Cataluña, por lo que se superan los umbrales establecidos por la CE.

200. En el ámbito **provincial,** se presentan las cuotas que superan el 30% con adición superior al 10% a continuación[224]:

Tabla 7. Cuota de mercado provincial de crédito hipotecario para familias en 2023

Provincia	Entidad	Cuota de mercado
Barcelona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[40-50]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[10-20]%
Lleida	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[5-10]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

201. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, los índices han superado umbrales en Barcelona (HHI de 2.850 y delta de 766) y en Lleida (HHI de 1.514 y delta de 424).

Crédito al consumo (familias)

202. De acuerdo con la información aportada por BBVA, la cuota de la entidad resultante a nivel **nacional** para el mercado de crédito al consumo para familias asciende a un **[20-30]%** con adición del [0-5]%, seguido de CaixaBank, con una cuota del [10-20]% y de Santander con una cuota del [10-20]%. El HHI calculado con estos datos asciende a 1.858 y el delta es de 131, por lo que no supera los umbrales establecidos por la Comisión Europea

203. La notificante afirma[225] que determinadas entidades (como Abanca o Ibercaja) han adquirido relevancia en este mercado y que en este segmento se encuentran presentes nuevos competidores, como entidades digitales que, aun contando con cuotas todavía limitadas, comienzan a ejercer

[224] Además, se supera una cuota conjunta del 30% pero con adición inferior al 10% en Ceuta ([40-50]% con adición del [5-10]%), Melilla ([50-60]% con adición del [5-10]%), y Tarragona ([30-40]% con adición del [5-10]%). Por otra parte, se supera una cuota conjunta del 15% (pero inferior al 30%) con adición superior al 2% en Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Sevilla, Asturias, Baleares, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Salamanca, Segovia, Girona, Madrid, Murcia, Vizcaya, Alicante, Castellón y Valencia.

[225] Folios 4 – 124.

presión competitiva sobre las entidades tradicionales[226], como ING o Revolut.

204. La cuota conjunta tampoco alcanza el 30% con adición del 10% a nivel **autonómico**[227] ni **provincial**[228].

a.2) Crédito a pymes

205. La cuota de la entidad resultante a nivel **nacional** de crédito a pymes asciende a un [**20-30]%** con adición del [10-20]%, siendo el competidor más cercano CaixaBank con una cuota del [20-30]%, seguido de Santander con una cuota del [20-30]%. De acuerdo con estos datos, en este segmento resulta un HHI de 1.656 y delta de 293, por lo que sí se superan los umbrales recogidos en las Directrices de la Comisión Europea.

206. A nivel **autonómico**, la cuota de la entidad resultante supera el 30% con adición mayor al 10% en Cataluña y Baleares[229].

Tabla 8. Cuota de mercado autonómica de crédito a pymes en 2023

CCAA	Entidad	Cuota de mercado
Cataluña	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[20-30]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%
Baleares	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[20-30]%

Fuente: BBVA y Santander para los datos de esa entidad.

207. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, los índices han superado umbrales en Cataluña (HHI de 2.334 y delta de 570) y en Baleares (HHI de 3.180 y delta de 550)[230].

---

[226] Esta información ha sido aportada por BBVA, y confirmado por otros competidores tradicionales como Abanca o Ibercaja, así como por competidores online (ING, Openbank) y neobancos (Revolut).

[227] Según BBVA se supera una cuota conjunta del 30% con adición inferior al 10% en Cataluña ([30-40]% con adición del [5-10]%) y Canarias ([30-40]% con adición del [0-5]%). Por otra parte, la cuota resultante supera el 15% (pero sin alcanzar el 30%) con adición superior al 2% en Andalucía, Comunidad Valenciana, Galicia, Castilla la Mancha y Castilla y León.

[228] Según BBVA, se supera una cuota conjunta del 30% pero con adición inferior al 10% en Melilla ([40-50]% con adición del [0-5]%), en Ceuta ([30-40]% con adición del [0-5]%), Cádiz ([30-40]% con adición del [0-5]%, en Badajoz ([30-40]% con adición del [0-5]%), en Las Palmas ([40-50]% con adición del [5-10]%) y en Albacete ([40-50]% con adición del [0-5]%). Por otra parte, la cuota resultante supera el 15% (pero sin alcanzar el 30%) con adición superior al 2% en Córdoba, Granada, Jaén, Málaga, Sevilla, Asturias, Baleares, Valladolid, Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona, Murcia, A Coruña, Madrid, Murcia, Alicante y Valencia.

[229] Además, se supera una cuota conjunta del 15% con adición superior al 2% en Andalucía, Aragón, Canarias, Castilla y la Mancha, Castilla y León, Galicia, País Vasco y Comunidad Valenciana.

[230] El informe de la ACCO incluye cuota de mercado para la concesión de crédito a empresas, si bien no aclara si solamente incluye pymes o también grandes empresas, lo que, de acuerdo con la definición de mercado anteriormente expuesta, correspondería al mercado de banca corporativa. Teniendo en cuenta lo anterior, la cuota del mercado de crédito a empresa en Cataluña sería del 40,93% (adición del 19,5%), siendo el banco líder, con CaixaBank en la segunda posición (30,60%). En HHI pasaría de 1.991 a 2.827, con un incremento de 836 puntos.

208. A nivel **provincial,** la cuota de la entidad resultante supera el 30% con adición de más del 10% en las siguientes provincias[231]:

Tabla 9. Cuota de mercado provincial de créditos a pymes en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Barcelona	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[20-30]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[20-30]%
Lleida	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[20-30]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: estimaciones de BBVA a partir de la memoria anual de las entidades y Santander para los datos de esa entidad[232]

209. Según las cuotas aportadas por la notificante y Santander, los índices han superado umbrales en Barcelona (HHI de 2.720 y delta de 629) y Lleida (HHI de 2.074 y delta de 694)[233].

b) Depósitos

210. Se presenta a continuación la información sobre las cuotas de mercado a nivel **nacional**:

Sobre los otros motivos de discrepancia con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2.

Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

[231] Además, de acuerdo con las estimaciones de BBVA se supera una cuota conjunta del 15% con adición superior al 2% en Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga, Sevilla, Zaragoza, Asturias, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Toledo, Burgos, Salamanca, Segovia, Valladolid, Girona, Tarragona, Badajoz, A Coruña, Lugo, Pontevedra, La Rioja, Madrid, Murcia, Vizcaya, Alicante, Castellón, y Valencia.

[232] Según la notificante, para realizar esta estimación, se han seguido los siguientes pasos:

1. Primero, se estima el crédito a pymes de las entidades a nivel nacional, atendiendo bien a la información facilitada al BdE (en el caso de BBVA) o la información de la memoria anual (resto de entidades).
2. Segundo, el total de mercado se estima asignando a cada territorio una parte del crédito a pymes proporcional a la contribución del PIB de ese territorio al PIB total del país

[233] Considerando los créditos a empresas (sin matizar si se trata únicamente de pymes, adaptándose así a la definición de mercado anteriormente descrita), la ACCO estima en su informe que la entidad resultante tendría una cuota de mercado superior al 30% y adición del 10% en todas las provincias catalanas para el crédito a empresas. En concreto, la cuota sería del 42,9% (adición del 21,1%) para Barcelona, del 34,3% (adición del 18,6%) en Girona, del 35,1% (adición del 14,3%) en Lleida y del 39,6% (adición del 13,8%) en Tarragona. Los HHI superarían los niveles señalados por la Comisión Europea en todas las provincias de Cataluña. El HHI sería de 2.796 y delta de 920, en Girona, el HHI sería de 2.981 y delta de 584, en Lleida, el HHI sería de 3.368 y delta de 594 y en Tarragona, el HHI sería de 3.156 y delta de 711. No obstante, como ya se ha mencionado, estos datos no están calculados conforme a las definiciones de mercado anteriormente expuestas, en la medida en que no consideran únicamente a pymes sino que incluyen todo tipo de empresas. Sobre los otros motivos de discrepancia con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2.

Los HHI calculados con los datos de la notificante para todas las CCAA y provincias españolas se pueden consultar en el Anexo 1.

Tabla 10. Cuota de mercado nacional de banca minorista – depósitos			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%

Fuente: BBVA.

211. Aparte de los bancos tradicionales españoles, principales competidores de la entidad resultante, también se encuentran entidades digitales, como neobancos, entre los competidores, puesto que el test de mercado ha confirmado que, para este producto, sí ejercen presión competitiva con respecto a las partes[234] Se alcanza un HHI de 1.508 con delta de 187 en el mercado nacional de depósitos, por lo que no supera los umbrales recogidos en las Directrices de la CE.

212. A nivel **autonómico**[235], las cuotas resultantes son las siguientes:

Tabla 11. Cuota de mercado autonómica de depósitos en 2023		
CCAA	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Cataluña	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**

Fuente: BBVA.

213. Se alcanza un HHI de 2.622 y un delta de 442 en Cataluña, por lo que se superan los umbrales establecidos por la CE.

214. A nivel **provincial**, la cuota de la entidad resultante supera o se aproxima al 30% con una adición superior al 10% en las siguientes provincias[236]:

[235] Además, la cuota resultante es superior al 15% con adición superior al 2% en Canarias, Andalucía, Aragón, Castilla la Mancha Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia y en el País Vasco.

[236] Además, la cuota conjunta es mayor al 15% con adición superior al 2% en Cádiz, Córdoba, Huelva, Málaga, Sevilla, Huesca, Zaragoza, Asturias, Baleares, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Cantabria, Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Toledo León, Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid, Zamora, Girona. Badajoz, Cáceres, A Coruña, Ourense, La Rioja, Madrid, Vizcaya, Baleares, Murcia, Castellón y Valencia.

Tabla 12. Cuota de mercado provincial de depósitos en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Barcelona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Lleida	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Tarragona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Ceuta	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Melilla	BBVA	[30-40]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[40-50]%**

Fuente: BBVA.

215. Los índices de concentración superan el umbral establecido por la CE en las provincias de Barcelona, Lleida, Tarragona y Alicante, así como en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla[237].

b.1) Depósitos de familias

216. De acuerdo con los datos aportados por la notificante, la cuota de la entidad resultante a nivel **nacional** respecto a los depósitos realizados por familias asciende a [**20-30]%** con adición del [5-10]%. Los principales competidores en este mercado son CaixaBank (líder del mercado con una cuota del [20-30]%), Santander ([10-20]%) y otros como Unicaja ([5-10]%) y Bankinter ([0-5]%).

b.2) Depósitos de pymes

217. Según datos aportados por BBVA, la cuota de la entidad resultante a nivel **nacional,** respecto a los depósitos realizados por pymes, asciende a [**10-20]%** con adición del [5-10]%. Los principales competidores en este mercado son Santander (líder del mercado con una cuota del [20-30]%), CaixaBank ([20-30]%) y otros como Bankinter ([5-10]%) y Unicaja ([0-5]%).

c) Sucursales

218. A nivel **nacional** las cuotas tras la operación son las siguientes:

[237] En cinco de las seis provincias, los valores HHI post operación serán superiores a 2.000 y los deltas superiores a 150: en Barcelona, el valor HHI se situará en 2.501 y el delta en 442; en Lleida, el HHI será de 3.473 y el delta de 461; en Tarragona, el HHI será igual a 3.432 y el delta 550; en Ceuta el HHI ascenderá a 4.963 y el delta a 817; y en Melilla, el HHI será igual a 4.595 y el delta 889. Por su parte, en Alicante, el valor HHI es 1.599 y el delta es 266. No obstante, cabe señalar que, en esta provincia, no se dispone de datos suficientemente desagregados para realizar de forma precisa el cálculo.

Tabla13. Cuota de mercado nacional de banca minorista – sucursales			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA

219. El índice HHI se sitúa en 1.063 con un delta de 136, por lo que no alcanza los umbrales de las Directrices de la Comisión Europea.

220. A **nivel autonómico**[238] las cuotas resultantes son las siguientes:

Tabla 14. Cuota de mercado autonómica en sucursales en 2023		
CCAA	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Cataluña	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
	SANTANDER	[10-20]%

Fuente: BBVA

221. En Cataluña, de acuerdo con estos datos, el HHI asciende a 2.658 y el delta es de 555, por lo que sí supera los umbrales establecidos por la Comisión Europea[239].

222. A **nivel provincial,** la cuota resultante de la operación es superior al 30% con adición superior al 10% en las siguientes provincias[240].

Tabla 15. Cuota de mercado provincial de sucursales en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cuota de mercado**
Alicante	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[20-30]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[10-20]%
Barcelona	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[30-40]%
Tarragona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
	CAIXABANK	[40-50]%

Fuente: BBVA.

[238] Además, la cuota conjunta es mayor al 15% con adición del [0-5]% en Canarias, Galicia, País Vasco y Comunidad Valenciana.

[239] Según las estimaciones del informe de la ACCO, la entidad resultante en Cataluña ostentaría una cuota de mercado ligeramente superior a la reflejada en la tabla (del 34,8% y adición del 16,1%). El HHI en Cataluña tras la operación se situaría de acuerdo con la ACCO en 2.888 con un incremento de 599. Sobre los motivos de discrepancia con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2.

[240] Además, la cuota conjunta es superior al 30% pero con una adición inferior al 10% en Ceuta ([30-40]% con adición del [5-10]%) y en Melilla ([30-40]% con adición del [5-10]%).

223. Según las cuotas aportadas por la notificante, los índices han superado umbrales en Alicante (HHI de 1.674 y delta de 518), Barcelona (HHI de 2.537 y delta de 635) y Tarragona (HHI de 3.230 y delta de 465)[241].

224. A la vista del elevado grado de concentración, en términos de HHI, alcanzado en 6 provincias (Alicante, Barcelona, Lleida Tarragona, Ceuta y Melilla), se ha realizado un análisis más detallado a nivel municipal y de CCPP en términos de sucursales, en la medida en que, como ya se ha expuesto, se considera[242] que las sucursales pueden resultar también un proxy adecuado de los efectos sobre la actividad de depósitos y créditos en las zonas locales más afectadas por la concentración. Por tanto, los índices provinciales observados se han contrastado con el resultado obtenido del análisis a nivel de municipios y de CCPP para apreciar la eventual afectación a la estructura de competencia en estos mercados.

225. A nivel **municipal**, la operación no genera ningún monopolio, pero sí **48 duopolios**[243]. Se supera la cuota conjunta del 50% con adición mayor del 15% en 96 municipios, resultando:

- 1 municipio con cuota resultante del 75%;
- 42 municipios con cuota resultante del 66,7%;
- 2 municipios con cuota resultante del 60% y
- 51 municipios con cuota resultante del 50%.

226. Por otra parte, siguiendo la metodología de los precedentes más recientes, la notificante ha presentado un análisis **código postal,** en aquellos en los que se producirá solapamiento de sucursales entre ambas entidades, resultando 738 CCPP.

227. En ellos ha hecho una evaluación de la concentración en el mercado usando el índice HHI de sucursales por entidad y concluye que, al menos, 543 CCPP presentan potenciales problemas de competencia después de la concentración (en 447 CCPP se supera un HHI de 2.000 y un delta de 150 y 96 CCPP presentan un HHI superior a 1.000 y un delta superior a 250).

228. Considerando, además, la cuota conjunta de BBVA y SABADELL en cada uno de esos CCPP, así como el número de competidores presentes en ellos, tras la concentración existirán 72 CCPP en los que la cuota conjunta

---

[241] Además de Alicante, Barcelona y Tarragona, los índices HHI de Ceuta y Melilla en términos de sucursales también han resultado elevados, siendo el HHI en Ceuta de 2.893 (delta de 496) y en Melilla de 2.361 (delta de 417). Según el informe de la ACCO, la cuota resultante de la operación sería superior al 30% con adición superior al 10% en las provincias de Barcelona, con una cuota del 37,7% (adición del 17,9%) y de Tarragona, con una cuota del 32,4% (adición del 11,1%). Asimismo, los HHI superarían los valores de referencia señalados por la Comisión Europea, siendo la provincia de Barcelona la que tendría un mayor grado de afectación en términos de concentración pese a ser la que en la actualidad tiene un nivel de concentración más bajo. En concreto, en Barcelona el HHI pasaría de 2.118 a 2.826, con un aumento de 708 puntos; y en Tarragona pasaría de 2.816 a 3.290, con un aumento de 473. Sobre los motivos de discrepancia con los cálculos de la CNMC, vid. el comentario ofrecido en la nota a los resultados de la Tabla 2.

[242] Especialmente en el expediente C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA, aunque también en expedientes posteriores como C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK.

[243] Los 48 duopolios municipales, de acuerdo con las alegaciones de BBVA de 14 de enero de 2025, representan un 0,59% del total de municipios en España (8.132).

es igual o superior al 50%, quedando un solo competidor o ninguno. En concreto, tras la ejecución de la operación, 7 **CCPP se convertirán en monopolios, 65 en duopolios**[244, 245] **y en 96 se enfrentará a 2 competidores.**

6.1.2. Banca corporativa

229. La oferta, en este mercado, estaría compuesta[246] por (i) bancos tradicionales españoles, como CaixaBank, Santander, Bankinter, Unicaja, Abanca e Ibercaja, además de BBVA y SABADELL y (ii) otros operadores de gran entidad internacionales, como BNP Paribas, Deutsche Bank, Barclays, HSBC o Goldman Sachs, entre otros.

230. De acuerdo con el test de mercado[247], los servicios prestados a grandes empresas, a diferencia de los prestados a pymes, cuentan con una mayor complejidad (como préstamos sindicados o financiación de proyectos, que las pymes no suelen demandar) y requieren de una alta especialización. Además, estos servicios están hechos a medida para los distintos clientes siendo gestores especializados de las entidades financieras, los que establecen una relación directa y centralizan la gestión de estos servicios a las grandes empresas que forman parte de su cartera de clientes.

231. Como consecuencia de lo anterior y según la información obtenida en el test de mercado[248], los neobancos y las fintechs no deben ser considerados competidores de las partes en el mercado de banca corporativa, ya que estas entidades no disponen del modelo de negocio descrito, necesario para prestar el servicio a los clientes de grandes empresas e instituciones.

232. Se presentan, a continuación, las cuotas en el mercado de banca corporativa a nivel nacional, tanto para créditos como para depósitos, como productos más representativos de la competencia de las entidades en este mercado:

---

[244] Como se verá posteriormente, esta Dirección de Competencia ha realizado un cruce de datos entre los CCPP y los municipios, confirmándose que existe correlación entre ellos (es decir, todos los CCPP en los que se produce un monopolio o duopolio tras la operación están situados en municipios en los que se genera un duopolio y cuya cuota es superior al 66,7%). Asimismo, también se confirma que la mayoría de dichos municipios se encuentran en provincias donde, en términos de sucursales, se alcanzan cuotas superiores al 30% con adición mayor al 10%.

[245] Finalmente, como ya se expuso en el apartado de definición de mercado geográfico, BBVA ha presentado un análisis basado zonas de influencia, que incluirían el 80% de las ventas/clientes, mediante el que se reducirían las áreas detectadas como problemáticas en el PCH (72 CCPP) para identificar 19 oficinas de BBVA, 8 para pymes y 17 para particulares, siendo 6 de ellas comunes a ambos tipos de cliente; sin que ninguna de estas áreas se convierta en monopolio tras la operación y existiendo en la mayoría de las áreas factores que mitigarían potenciales problemas de competencia, como la presencia de competidores cuando se amplía el área de referencia. No obstante, por las razones ya explicadas, se ha preferido utilizar un enfoque más conservador que recoge los 69 CCPP definidos como problemáticos ya en el PCH (72 CCPP finalmente identificados en este informe).

[246] Según la información aportada por la notificante (folios 4 - 124) y por sus principales competidores (incluido SABADELL, folios 3435 - 3492) en el marco del primer test de mercado, entre otros Abanca, CaixaBank, Ibercaja, Santander o Unicaja.

[247] Ibercaja, Kutxabank, Abanca, CaixaBank, Openbank, ING y la propia SABADELL (folios 3435 – 3492).

[248] Tanto de los operadores de banca tradicional (Abanca, Bankinter, CaixaBank, Ibercaja, Kutxabank, Santander o Unicaja entre otros), que no han identificado a este tipo de entidades como competidores, como de la información aportada por los propios neobancos, que han reconocido que no se encuentran activas en este mercado actualmente.

Tabla 16. Cuota de mercado nacional de banca corporativa – Créditos a empresas			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%

Fuente: BBVA[249].

Tabla 17. Cuota de mercado nacional de banca corporativa –Depósitos de empresas			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[10-20]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%

Fuente: BBVA.

6.1.3. Banca privada

233. En este mercado la oferta estaría compuesta, de acuerdo con la información aportada por la notificante[250], por distintos operadores que podrían dividirse de la siguiente forma: (i) entidades tradicionales, como Banco Santander, CaixaBank, Bankinter o las propias partes en la operación[251]; (ii) grandes operadores internacionales, como JP Morgan o Deutsche Bank; (iii) boutiques especializadas en banca privada que van creciendo en relevancia, como Renta 4, A&G o Singular Bank entre otras, así como (iv) empresas de asesoramiento financiero ("EAFIS"), que ofrecen asesoramiento financiero integral a los clientes.

234. Al resultar fundamental poder establecer una relación estrecha y de confianza con los clientes, uno de los parámetros decisivos de competencia radica en tener un equipo de asesores especializados, normalmente con una especialización mayor que en el caso de servicios de banca minorista dirigidos a particulares[252]. Como consecuencia de lo anterior[253], en este mercado no se da la presencia de "nuevos competidores" como neobancos o fintech, dado que su modelo de negocio no estaría adaptado a las exigencias descritas.

[249] El total del mercado de banca corporativa se ha estimado por la notificante a partir de los datos publicados en el Boletín Estadístico del BdE, epígrafes 8.33 y 8.18.

[250] Folios 4 – 124.

[251] Alrededor del 56% del patrimonio gestionado en España estaría en manos de Santander (primer banco por patrimonio gestionado en España), CaixaBank (segundo) y BBVA (tercero), estando el restante 44% en manos de 24 entidades, entre las que destaca Bankinter como cuarto operador por volumen de patrimonio gestionado. Más información: https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/12690425/02/24/la-banca-privada-crece-un-19-y-dobla-el-patrimonio-en-fondos-de-inversion.html

[252] Información aportada por BBVA, SABADELL y competidores como Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Deutsche Bank.

[253] SABADELL, Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Deutsche Bank.

235. Se presentan a continuación las cuotas en el mercado de banca privada a nivel nacional, en términos de patrimonio gestionado.

Tabla 18. Cuota de mercado nacional de banca privada			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[10-20]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CAIXABANK	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA con datos de Funds People

6.1.4. Leasing

236. De acuerdo con la información obtenida en el test de mercado[254], *"las entidades que ofrecen leasing en España son principalmente los bancos y entidades financieras de leasing especializadas como las financieras adscritas a las marcas de vehículos, sin que neobancos, fintech o bigtech incidan de forma significativa en este negocio"*.

237. Según la información aportada por SABADELL[255], existen 24 entidades financieras y de crédito en España asociadas en la Asociación Española de Leasing y Renting, donde cinco bancos principales, entre los que se incluyen BBVA y SABADELL, tienen más del 80% de la cuota de mercado,

238. Las cuotas presentadas en la tabla podrían estar sobreestimadas: SABADELL estima una cuota propia un [0-5]% inferior a la que le atribuye BBVA y, además, las cuotas se han calculado considerando el total del mercado aquellas compañías que forman parte de la Asociación Española de Leasing, por lo que no se estaría teniendo en cuenta la cuota que puedan ostentar otras compañías que no son miembros de dicha asociación.

Tabla 19. Cuota de mercado nacional de leasing financiero			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SABADELL	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[30-40]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**
CAIXABANK	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA

6.1.5. Factoring

239. De acuerdo con los datos de la Asociación Española de Factoring (AEF) proporcionados por la notificante, el 80% de la cuota de mercado se acumula en cuatro entidades: CaixaBank, Santander, BBVA y SABADELL.

[254] Por parte del competidor Ibercaja. Dicha información ha sido corroborada por otros competidores en el mercado, así como por la propia BBVA.

[255] Folios 3435 – 3492.

240. La mayoría de las entidades que prestan este servicio forman parte de la AEF, entre las que se encuentran las entidades financieras internacionales como Crédit Agricole (con su filial Eurofactor) o BNP Paribas, si bien existen, adicionalmente, otras como HSBC o Morgan Stanley que, pese a no ser miembros de la AEF, también están presentes en el mercado español.

241. Cabe, además, destacar la importancia de la oferta de las entidades financieras españolas, ya que, según los resultados del test de mercado[256] y de acuerdo con el BdE, la mayoría de las entidades financieras consideran a estas entidades de banca tradicional como competidoras más directas.

242. Existen, asimismo, entidades que llevan a cabo operaciones de nicho; ejemplo de estas son Telefónica Factoring (creada por Telefónica, BBVA y CaixaBank) o CESCE (de participación pública).

243. También forman parte de la oferta de este mercado, algunas fintech especializadas en factoring, que han comenzado a operar en España en los últimos años, como Twinco Capital, MytripleA o Novicap. No obstante, según la información obtenida del test de mercado[257], éstas cuentan "con una cuota de mercado muy limitada, y orientadas a empresas con peor calidad crediticia".

244. Asimismo, de la información aportada por el BdE[258] se desprende que el canal online tiene un peso muy reducido en este segmento, lo cual explicaría, en parte, la presencia limitada que, por el momento, tienen los neobancos y fintech.

245. A nivel **nacional**, según datos de la notificante[259], la cuota combinada es del **[20-30%]** con adición del [5-10]%. CaixaBank y Santander tienen cuotas superiores al [20-30]% cada una, mientras el resto de entidades activas en el mercado[260] tienen cuotas por debajo del 5%.

6.1.6. Mercados de servicios de pago

246. Los servicios de pago en España son prestados por las entidades recogidas en el art. 5 del RDLSP, esto es, las entidades de crédito, las entidades de dinero electrónico y las entidades de pago[261]. Aunque todas estas entidades pueden prestar servicios de pago, de acuerdo con la información

---

256 Han respondido en este sentido algunas entidades como Abanca, Banca March, Bankinter, CaixaBank, Deutsche Bank, Ibercaja, Kutxabank, Santander o Unicaja entre otras.

257 Información aportada por Kutxabank (folios 2971 – 2982).

258 Folios 3269 – 3296.

259 La notificante reconoce que sus cuotas aportadas podrían sobreestimar la posición real de las Partes en el mercado español de factoring debido a que los datos de su fuente empleada (Asociación Española de Factoring) cubren únicamente el 80% del mercado según estimaciones de la propia notificante.

260 Abanca, Banca March, Banco Cooperativo Español, Bankinter, BFF, BNP Paribas Factor, Cajamar, Cesce, Credit Agricole, Deutsche Bank, EBN Banco, Ibercaja, Kutxabank, Laboral Kutxa, Telefónica Factoring y Unicaja.

261 El art. 5 del RDLSP también recoge como proveedor de servicios de pago a la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A., respecto de los servicios de pago para cuya prestación se encuentra facultada en virtud de su normativa específica.

proporcionada por el BdE[262] cabe destacar que, mientras las entidades de crédito pueden prestar cualquier tipo de servicio de pago, las entidades de dinero electrónico y las entidades de pago solo pueden prestar los servicios de pago para los que específicamente se les haya autorizado[263].

247. En los últimos años, el marco normativo que establece la Directiva 2015/2366 de servicios de pago (PSD2)[264] ha abierto el mercado a nuevos competidores que se han centrado principalmente en la prestación de servicios de pago. Esta Directiva ha permitido el acceso de terceros a los datos bancarios de clientes con su consentimiento y ha regulado la situación de las entidades especializadas en servicios de pago, mejorando la protección de los clientes y la seguridad de las transacciones realizadas en comercio electrónico. Asimismo, ha establecido los fundamentos sobre los que poder desarrollar el "open banking", que permite compartir información con terceras partes digitalmente, de forma segura y bajo condiciones que el consumidor autorice de forma expresa[265].

248. Impulsado por esta Directiva, ha aumentado la competencia en la prestación de servicios de pago en España, gracias a la entrada de nuevos operadores, entre los que se encuentran las Bigtech (como Google, Amazon o Facebook)[266], fintech nacionales y extranjeras y operadores de banca online (como Revolut, N26 o Bnext). Asimismo, han aparecido nuevos modelos de negocio y nuevos métodos de pago online para consumidores.

249. De esta forma, la oferta de los servicios de pago en la actualidad está conformada por entidades financieras y otros proveedores de servicios de pagos nacionales e internacionales. En este sentido, las fintech (nacionales y extranjeras) han entrado a prestar servicios de adquirencia en mayor medida que otros servicios de pago, como servicios de emisión de tarjetas.

250. De acuerdo con precedentes recientes[267] y según la notificante, competidores como Adyen Stripe o Wordline tienen actualmente la capacidad de competir con las partes de la operación en el mercado de servicios de adquirencia, siendo los servicios prestados por estos nuevos operadores, básicamente los mismos que prestan las entidades de banca

---

262 En respuesta al requerimiento de información realizado con fecha del 2 de agosto de 2024 - Folio 18.

263 Es posible consultar las entidades con autorización para prestar servicios de pago en el Registro de entidades del BdE (Accesible de manera online http://app.BdE.es/ren_www). Con autorización para prestar el servicio de adquisición de operaciones de pago hay inscritas 4 entidades de dinero electrónico, 23 entidades de pago, 5 sucursales.

264 Conocida como Directiva PSD2 por sus siglas en inglés. Esta directiva se transpone en España a través del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

265 Compartir estos datos puede tener utilidad al permitir ver toda la información financiera en una única plataforma incluso en el caso de ser cliente de varias instituciones financieras. Para más información sobre "open banking" consultar https://clientebancario.BdE.es/pcb/en/blog/open-banking.html

266 De acuerdo con la información aportada por Revolut Bank en el test de mercado realizado en primera fase y la información aportada por el BdE, la mayoría de estas entidades ofrecen servicios de pago actuando como Entidad de Dinero Electrónico o Entidad de pagos. Asimismo, algunas Bigtech han entrado a prestar servicios de pago en otros países gracias a la colaboración con entidades bancarias (por ejemplo, Apple Card en colaboración con Goldman Sachs).

267 C/1229/21 COMERCIA / ACTIVOS DE CAIXABANK.

tradicional. Esto ha sido, en parte, gracias a que actúan con menos estructuras y costes fijos, al no contar con presencia física de sucursales, lo que les otorga una mayor flexibilidad.

251. Según el informe económico aportado por BBVA[268] "*la cuota de mercado de estos adquirentes internacionales está destinada a crecer aún más en los próximos años, a costa de los bancos tradicionales, impulsada por el auge del comercio electrónico y la creciente difuminación entre pagos físicos y online*".

6.1.6.1. Servicios de emisión de tarjetas

252. Según la notificante, las cuotas pueden calcularse de acuerdo con dos metodologías: i) el número de tarjetas emitidas y ii) el valor de las compras realizadas. La mayoría de las entidades de banca tradicional preguntadas en el test de mercado consideran que ambas metodologías se complementan. Sin embargo, Deutsche Bank, Ibercaja, Santander y Cajamar consideran más correcto la utilización del valor de las transacciones, al depender de éste la rentabilidad de los servicios de emisión de tarjetas.

253. Puesto que las conclusiones del análisis no varían, se analizan las cuotas atendiendo a ambas metodologías para la segmentación del mercado de emisión según tipo de tarjetas (crédito o débito), mientras que se analizan las cuotas atendiendo al valor de las transacciones realizadas para la segmentación que distingue tarjetas de uso comercial de las de uso particular, al ser la única variable disponible para la notificante en este caso.

254. Para el mercado de emisión del total de tarjetas, sin realizar segmentaciones, la entidad resultante se mantiene como segundo operador del mercado con una cuota del [**20-30**]% (adición del [5-10]%). CaixaBank se mantendrá como líder del mercado con una cuota del [20-30]% y Santander como tercer operador, con una cuota del [10-20]%. Segmentando por tipo de tarjeta y uso:

[268] Informe aportado por la notificante con fecha del 31 de julio de 2024: *"Análisis económico del impacto potencial sobre la competencia de la adquisición de Banco SABADELL por parte de BBVA*" preparado por RBB por encargo de BBVA.

Tabla 20. Cuota de mercado nacional de emisión de tarjetas de débito						
Entidad	**2021**		**2022**		**2023**	
	Valor %	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[10-20]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[20-30]%	-	[20-30]%	-	[10-20]%	-
SANTANDER	[10-20]%	-	[10-20]%	-	[10-20]%	-

Fuente: BBVA para las cuotas en valor[269]. Para las cuotas en volumen se ha utilizado la Información proporcionada por las Partes, utilizando la información de STMP, y del BdE cuando no había otra información[270].

Tabla 21. Cuota de mercado nacional de emisión de tarjetas de crédito						
Entidad	**2021**		**2022**		**2023**	
	Valor %	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CONJUNTA	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**
CAIXABANK	[30-40]%	-	[40-50]%	-	[40-50]%	-
SANTANDER	[5-10]%	-	[5-10]%	-	[5-10]%	-

Fuente: para la cuota en valor la información ha sido aportada por BBVA. Para la cuota en volumen la información proporcionada por las Partes, utilizando la información de STMP[271]

Tabla 22. Cuota de mercado nacional de emisión de tarjetas uso particular			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
	Valor %	**Valor %**	**Valor %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA[272]

[269] Para la cuota estimada en valor en todos los segmentos del mercado de emisión de tarjetas, BBVA calcula la cuota de mercado de la siguiente forma: i) se obtiene el gasto total efectuado con tarjetas emitidas por BBVA en comercio adquiridos por BBVA ii) posteriormente, se compara este gasto con el gasto total realizado en esos mismos comercios con tarjetas emitidas por todas las entidades financieras. No hay información pública disponible sobre competidores para las cuotas en volumen.

[270] El total de mercado en valor de las compras con tarjeta de débito en 2021 asciende a 164.718,6 millones de euros y el número transacciones total de mercado a 49.436.242. El total de mercado en valor de las compras en 2022 asciende a 184.759,7 millones de euros y el número de transacciones total a 47.068.885. El total de mercado en valor de las compras en 2023 asciende a 200.726 millones de euros y el número de transacciones total de mercado a 49.371.414.

[271] El total de mercado en valor de las compras con tarjeta de crédito en 2021 asciende a 86.262,46 millones de euros y volumen a 38.550.021 tarjetas. El total de mercado en valor de las compras en 2022 asciende a 299.414,98 millones de euros y en volumen a 41.372.002 tarjetas. El total de mercado en valor en 2023 asciende a 331.804,66 millones de euros y en volumen a 42.153.270 tarjetas

[272] El total de mercado en valor de las compras en el mercado de emisión de tarjetas de uso particular asciende a 164.718,6 millones de euros en 2021; a 273.971,2 millones de euros en 2022 y a 302.887,9 millones de euros en 2023

Tabla 23. Cuota de mercado nacional de emisión de tarjetas de uso comercial			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
	Valor %	**Valor %**	**Valor %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CONJUNTA	**[30-40]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA[273]

6.1.6.2. Servicios de adquisición de operación de pago (adquirencia)

255. La presencia creciente de entidades extranjeras que prestan servicios de adquirencia en España (como Stripe, Adyen, Square o Worldline) es especialmente relevante en los servicios de adquirencia en comercio electrónico, representando un [30-40]% de cuota de mercado, aunque están también presentes en la prestación de servicios de adquirencia a través de TPV físico.

256. De acuerdo con el BdE, atendiendo a la información disponible del sistema de pagos STMP, que procesa una parte relevante de la operativa de pagos con tarjetas en España (sus participantes son entidades españolas principalmente), "*se estima que casi el 16% de las operaciones con tarjetas emitidas en España que procesa [STMP] tienen como adquirente entidades no residentes. Esta cifra sería mucho mayor en el segmento del comercio electrónico, donde el 67% de las operaciones realizadas por entidades adheridas al STMP, desde una perspectiva emisora, son adquiridas por entidades no residentes*". Según estos datos, se consideran las cuotas calculadas de tal forma, que incluyen en el total de mercado entidades nacionales y extranjeras[274] que operan en España[275].

Tabla 24. Cuota de mercado nacional de adquirencia con TPV						
Entidad	**2021**		**2022**		**2023**	
	Valor %	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: BBVA utilizando información de STMP

[273] El total de mercado en valor de las compras en el mercado de emisión de tarjetas de uso comercial asciende a 19.746,9 millones de euros en 2021; a 25.4437 millones de euros en 2022 y a 28.916,8 millones de euros en 2023.

[274] De acuerdo con la notificante, incluso calculando las cuotas de mercado de esta manera, las cuotas estarían sobreestimadas ya que, bajo este total de mercado amplio, se incluyen las transacciones en las que titulares de tarjetas emitidas por entidades nacionales compran en comercios españoles con servicios de adquirencia provistos por entidades internacionales (ej. Worldline). Sin embargo, no se considerarían las transacciones realizadas por titulares de tarjeta emitidas por entidades extranjeras (ej. Revolut o N26) en comercios españoles que utilicen un sistema de adquirencia provisto por una entidad extranjera.

[275] De acuerdo con la práctica seguida en precedentes anteriores (C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY), se analiza el mercado a través de cuotas calculadas siguiendo dos metodologías i) cuotas calculadas a partir del número de transacciones realizadas y ii) cuotas calculadas según el valor de las compras realizadas. Ambas metodologías serán aplicadas para el cálculo de cuotas en los dos segmentos del mercado, es decir, adquirencia con TPV y adquirencia en comercio electrónico.

257. El cálculo del HHI en términos de adquirencia con TPV, calculado según el número de transacciones a nivel nacional, supera el umbral definido por la Comisión Europea al alcanzarse un HHI de 2.153 y un delta de 518. Si el HHI se calcula según valor de las compras a nivel nacional, supera también los umbrales definidos por la Comisión Europea al alcanzarse un HHI de 2.128 y un delta de 510[276].

Tabla 25. Cuota de mercado nacional de adquirencia en comercio electrónico						
Entidad	**2021**		**2022**		**2023**	
	Valor %	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**	**Valor %**	**Volumen %**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[30-40]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[20-30]%	-	[20-30]%	-	[20-30]%	-
SANTANDER	[5-10]%	-	[5-10]%	-	[5-10]%	-

Fuente: BBVA y SABADELL utilizando información de STMP[277]

6.1.6.3. Suministro y gestión de TPV

258. La cuota en volumen (medido por número de TPV), a partir de los datos de STMP es la siguiente[278]:

Tabla 26. Cuota de mercado de suministro y gestión de TPV físicos			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CONJUNTA	**[30-40]%**	**[30-40]%**	**[30-40]%**

Fuente: BBVA y SABADELL utilizando información de STMP

6.1.6.4. Servicios técnicos para la aceptación de pagos online

259. La notificante indica que no dispone de información suficiente para proporcionar cuotas específicas para este mercado[279]. No obstante, en

[276] La ACCO ha aportado cuotas calculadas para el ámbito geográfico de Cataluña, donde la cuota de mercado de la entidad resultante en servicios de adquirencia, realizados a través de un TPV físico, sería cercana al 45% y adición superior al 20%, tanto en términos de importe (volumen de compras netas), como del número de operaciones, ligeramente por delante de CaixaBank y a una gran distancia del resto de operadores. Por lo que respecta al comercio electrónico, en términos de valor, la cuota sería prácticamente del 49%, superior a la de CaixaBank. Para el número de operaciones, la cuota sería del 43,19%, menor que la de CaixaBank. En ambos casos la adición del SABADELL sería superior al 15%. La diferencia respecto al resto de los operadores sería mayor que en el caso de las transacciones a través de TPV físico. A nivel provincial, se alcanzan cuotas superiores al 40% y adición mayor al 15% para el segmento de adquirencia con TPV físico para todas las provincias catalanas. No obstante, la dimensión geográfica de este mercado es nacional, por las razones expuestas, por lo que no puede realizarse el análisis de la presente operación sobre la base de cuotas que no se correspondan con esa dimensión.

[277] El total de mercado en valor de las compras en 2021 asciende a 31.413 millones de euros y el número de transacciones total de mercado a 553.441.492. El total de mercado en valor de las compras en 2022 asciende a 42.281 millones de euros y el número de transacciones total de mercado asciende a 680.949.883. El total de mercado en valor de las compras en 2023 asciende a 48.298 millones de euros y el número de transacciones total de mercado asciende a 780.069.514.

[278] De acuerdo con la contestación de BBVA al requerimiento de información formulado con fecha del 19 de julio de 2024, BBVA no dispone de información sobre los operadores activos en este mercado, puesto que STMP no ofrece dichos datos. Esto mismo ha ocurrido en precedentes.

[279] En todo caso, la notificante ha confirmado que la cuota en el ámbito del EEE para este mercado resultaría inferior al 15% una vez completada la operación de concentración analizada.

línea con precedentes nacionales[280], es posible utilizar como aproximación las cuotas del mercado de servicios de adquisición de operaciones de pago en comercio electrónico. Esta aproximación se justifica en tanto que (i) la gran mayoría de los pagos de comercio electrónico se realizan con tarjeta o están respaldados por una tarjeta[281]; y (ii) las partes prestan estos servicios como parte de su oferta de servicios de adquirencia para comerciantes. El test de mercado ha confirmado que esta aproximación es adecuada[282].

6.1.6.5. Cajeros automáticos

260. La oferta de cajeros viene dada, principalmente, por las entidades bancarias y la mayoría de las oficinas bancarias disponen de cajero, si bien existen también cajeros desplazados, situados, generalmente, en localidades en las que las entidades no cuentan con oficina. De hecho, según los datos aportados por la notificante, de 1.800 oficinas solo 13 no disponen de ningún cajero.

261. Sin embargo, BBVA dispone, además, de [CONFIDENCIAL] cajeros desplazados[283], situados normalmente en localidades sin oficina, por lo que, en caso de utilizar la cuota de mercado de sucursales, como aproximación en ámbitos geográficos más estrechos para el mercado de cajeros, se estaría sobreestimando la cuota de la entidad resultante, habida cuenta de que existen más operadores que disponen de cajeros sin estar necesariamente ubicados en sucursales bancarias.

262. A nivel **nacional**, tras la operación las cuotas de mercado son las siguientes:

Tabla 27. Cuota de mercado nacional de cajeros automáticos

Entidad	2021		2022		2023	
	Nº	Volumen %	Nº	Volumen %	Nº	Volumen %
BBVA	[CONF.]	[10-20]%	[CONF.]	[10-20]%	[CONF.]	[10-20]%
SABADELL	[CONF.]	[5-10]%	[CONF.]	[5-10]%	[CONF.]	[5-10]%
CONJUNTA	[CONF.]	**[10-20]%**	[CONF.]	**[10-20]%**	[CONF.]	**[10-20]%**
CAIXABANK	[CONF.]	[20-30]%	[CONF.]	[20-30]%	[CONF.]	[20-30]%
SANTANDER	-	-	-	-	[CONF.]	[10-20]%

Fuente: BBVA

[280] C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY.

[281] A modo de ejemplo, COMERCIA indica que el [CONFIDENCIAL].

[282] Considerando adecuada la utilización de la cuota de servicios de adquirencia como proxy, Worldline en respuesta al test de mercado realizado en primera fase considera que la métrica adecuada se debe hacer a través del número de transacciones. Sin embargo, Comercia considera más representativo el importe total de las transacciones. En cualquier caso, el análisis de la cuota del mercado de adquirencia no cambia utilizando cualquiera de las métricas anteriores.

[283] En el requerimiento de información contestado por BBVA con fecha de 23 de julio de 2024, BBVA informó sobre la existencia de [CONFIDENCIAL] cajeros desplazados. La diferencia con el dato de cajeros desplazados existente en la actualidad se debe a que se incluían los cajeros desplazados a 1 de enero de 2024, y se ha producido el cierre de [CONFIDENCIAL] cajeros desde entonces.

SABADELL, de acuerdo con la información proporcionada en el último Requerimiento de Información de fecha de 3 de abril de 2025 cuenta con [CONFIDENCIAL] cajeros desplazados, de los cuales [CONFIDENCIAL] cajeros están ubicados en 281 CCPP donde se sitúa una oficina de BBVA. Dentro de este último grupo, hay 5 CCPP donde sólo existen cajeros de SABADELL ([CONFIDENCIAL] cajeros) y oficinas de BBVA (5 oficinas), sin presencia de más competidores y hay 37 CCPP con cajeros desplazados de SABADELL ([CONFIDENCIAL] cajeros) y oficinas de BBVA (40 oficinas) en los que hay presencia de un competidor adicional. Para el resto de CCPP, hay presencia de dos o más competidores.

263. A nivel **provincial**, la cuota resultante de la operación supera el 30%, con una adición superior al 10%, según datos de 2023 aportados por la notificante, en las siguientes provincias[284]:

Tabla 28. Cuota de mercado provincial en cajeros en 2023		
Provincia	**Entidad**	**Cajeros**
Barcelona	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Alicante	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**

Fuente: BBVA

6.1.7. Fondos de pensiones

264. Las diez primeras entidades por volumen de negocio que operan en el mercado de planes y fondos de pensiones acumulan, aproximadamente, el 82,5% del patrimonio gestionado total, si bien esto coexiste con un elevado número de entidades que operan en el sector y que ostentan unas cuotas inferiores, completando la oferta existente en el mercado[285].

265. Concretamente, de acuerdo con la información recogida en el Informe de Seguros y Fondos de Pensiones que publica la DGSFP, correspondiente a 2022 (último disponible), había activas a la fecha de cierre de dicho informe 54 entidades gestoras[286].

266. Respecto a la comercialización, según la información aportada por la DGSFP se inscribieron como comercializadores 162 entidades en el ejercicio 2023, de las cuales 3 son entidades de crédito y una, un operador banca seguros[287].

267. La notificante afirma que en los últimos años han surgido en España nuevos operadores y empresas *fintech* que habrían comenzado a ofrecer planes de pensiones gestionados por otras entidades. No obstante, indica que el papel de las *fintech* (e incluso de las gestoras independientes) como comercializadores es, todavía, reducido. Por su parte, SABADELL ha negado la presencia de otras entidades "no tradicionales" (como neobancos, fintech o incluso entidades con sede social fuera de España), en el mercado de planes y fondos de pensiones[288].

---

[284] La cuota combinada supera el 40% en Melilla ([40-50]% con adición del [5-10]%), en Ceuta ([40-50]% con adición del [5-10]%) y en Tarragona ([40-50]% con adición del [5-10]%).

[285] DGSFP.

[286] Durante los años 2021 a 2023, la entidad Santa Lucía, S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros fue autorizada a operar como gestora de planes y fondos de pensiones.

[287] Cabe señalar que la actividad relativa a los planes y fondos de pensiones no solo implica su comercialización y gestión, sino también la custodia o depósito de los valores mobiliarios y demás activos financieros integrados en los fondos de pensiones, función que solo podrá ser desarrollada por una entidad de crédito establecida en España (artículo 21 RDL Pensiones). En cualquier caso, la actividad de las partes como depositarias de fondos de pensiones será analizada en el mercado de gestión de activos.

[288] SABADELL basa esta afirmación en su conocimiento del mercado [CONFIDENCIAL].

6.1.7.1. Gestión de fondos de pensiones

268. Según los datos de 2023 aportados por las partes, las cuotas de la entidad resultante en términos de patrimonio gestionado (variable utilizada por el sector tanto para el cálculo de las cuotas de gestión como de comercialización) son:

Tabla 29. Cuota de mercado de gestión de fondos de pensiones a nivel nacional

Entidad	2021	2022	2023
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: Las partes, INVERCO

- **Gestión de fondos de pensiones personales:**

Tabla 30. Cuota de mercado de gestión de fondos de pensiones personales a nivel nacional

Entidad	2021	2022	2023
BBVA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
SABADELL	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
CONJUNTA	**[<30%]**	**[<30%]**	**[<30%]**
[CONFIDENCIAL]	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
[CONFIDENCIAL]	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]

Fuente: DGSFP[289]

- **Gestión de fondos de pensiones de empleo:**

Tabla 31. Cuota de mercado de gestión de fondos de pensiones de empleo a nivel nacional

Entidad	2021	2022	2023
BBVA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
SABADELL	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
CONJUNTA	**[<30]**	**[<30%]**	**[<30%]**
[CONFIDENCIAL]	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]
[CONFIDENCIAL]	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]

Fuente: DGSFP[290]

6.1.7.2. Comercialización de planes de pensiones

269. A **nivel nacional**, la cuota conjunta de comercialización de planes de pensiones apenas difiere de la de gestión:

Tabla 32. Cuota de mercado de comercialización de planes de pensiones a nivel nacional

Entidad	2021	2022	2023
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CONJUNTA	**[20-30]%**	**[20-30]%**	**[20-30]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: Las partes, INVERCO

[289] Los datos incluidos en esta tabla han sido considerados confidenciales por la DGSFP.

[290] Los datos incluidos en esta tabla han sido considerados confidenciales por la DGSFP.

- **Comercialización de planes de pensiones individuales:**

270. A nivel **nacional:**

Tabla 33. Cuota de mercado de comercialización de planes de pensiones individuales a nivel nacional			
Entidad	**2021**	**2022**	**2023**
BBVA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SABADELL	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CONJUNTA	**[10-20]%**	**[10-20]%**	**[10-20]%**
CAIXABANK	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
SANTANDER	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: Estimaciones de BBVA

271. A nivel **autonómico**:

Tabla 34. Cuota de mercado de comercialización de planes de pensiones individuales a nivel autonómico		
CCAA	**Entidad**	**Cuota 2022**
Andalucía	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
Canarias	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
Castilla La Mancha	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[10-20]%**
Castilla León	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[10-20]%**
Cataluña	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
Extremadura	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
Galicia	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
País Vasco	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[5-10]%
	COMBINADA	**[20-30]%**
Valencia	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[0-5]%
	COMBINADA	**[20-30]%**

Fuente: BBVA[291]*, INVERCO*

272. A **nivel provincial**, la cuota resultante de la operación será superior al 30% con adición superior al 10% en las siguientes provincias[292]:

[291] La notificante afirma no disponer de información relativa al ejercicio 2023 en niveles inferiores al nacional.

[292] Adicionalmente, en cuatro provincias se supera el 30% con adición inferior al 10%: Ceuta: [40-50]% (adición [0-5]%); Lugo: [30-40]% (adición [0-5]%); Melilla: [50-60]% (adición [0-5]%) y Vizcaya: [20-30]% (adición [5-10]%).

Tabla 35. Cuota de mercado de comercialización de planes de pensiones individuales a nivel provincial		
CCAA	**Entidad**	**Cuota 2022**
Guipúzcoa	BBVA	[10-20]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**
Alicante	BBVA	[20-30]%
	SABADELL	[10-20]%
	COMBINADA	**[30-40]%**

Fuente: BBVA, INVERCO

- **Comercialización de planes de pensiones de empleo:**

273. De acuerdo con la información aportada por las partes, ni BBVA ni SABADELL distribuyen planes de pensiones de empleo de terceros, por lo que sus cuotas de comercialización de estos productos coinciden con las cuotas relativas al segmento de gestión de fondos de empleo: **[<30%]** con adición del [CONFIDENCIAL]% para el año 2023.

6.2. Estructura de la demanda, canales de distribución y precios

6.2.1. Banca minorista

(i) Demanda

274. La demanda de los servicios de banca minorista está muy atomizada por estar integrada, principalmente, por personas físicas y pequeñas y medianas empresas. Este perfil de demanda implica un elevado número de clientes que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño, en comparación con otras actividades de los sectores bancario y financiero[293].

275. La mayoría de los clientes particulares de banca minorista, habitualmente, trabajan con, al menos, dos entidades bancarias distintas[294]. Esto, según la notificante[295], permitiría a los clientes mantenerse informados sobre las condiciones comerciales ofrecidas por distintos proveedores y dirigir así, sus demandas hacia aquellos que ofrezcan condiciones más favorables.

276. No obstante, como se verá, en España persiste cierta rigidez a la hora de cambiar de entidad, ya que la banca minorista se ha caracterizado por fidelizar a sus clientes a través de bonificaciones por la adquisición de varios productos, algo habitual con la solicitud de créditos hipotecarios[296], siendo estos productos de larga duración[297].

---

[293] Todo ello sin perjuicio de que la banca minorista suponga un porcentaje muy relevante de la actividad total del sector bancario, siendo su principal segmento.

[294] La media de entidades bancarias con las que trabajan los ciudadanos es de 1,73 según la consultora INMARK (de acuerdo con el Informe sobre el comportamiento financiero de las empresas en España 2023). Tanto BBVA como SABADELL aportan datos que confirmarían esta información en el caso de clientes particulares, si bien los datos que presentan ambas entidades para pymes son dispares, como se analizará posteriormente.

[295] Información aportada por BBVA (folios 4 – 124).

[296] https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/12404822/08/23/los-espanoles-son-mas-infieles-a-su-banco-y-la-mitad-usa-varias-entidades.html

[297] En España, este efecto puede ser diferencial por la mayor tendencia a tener vivienda en propiedad.

277. La Comisión de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana (CDC-CV), ha señalado también, como característica de la banca minorista, la demanda atomizada y poco elástica, lo que le restaría, en su opinión, poder de negociación para limitar los efectos anticompetitivos de la concentración. Lo justifica por la escasa alternativa creíble disponible, en caso de producirse un empeoramiento de condiciones que llevan a retrasos excesivos en caso de cambiar de entidad.

278. La CNMC ha analizado recientemente[298] los factores por el lado de la demanda, que podrían reducir la presión competitiva en el mercado de banca minorista, en particular en el mercado de depósitos. El informe plantea que factores como los costes de movilidad[299], los niveles de educación financiera, inferiores a la mayoría de los países de la eurozona y la desconfianza frente a los nuevos operadores, podrían explicar la reducida presión competitiva por el lado de la demanda en este mercado.

279. El informe parte de que existen productos[300] con rentabilidad, riesgo y liquidez similares a los depósitos ofertados por las entidades bancarias tradicionales, como letras del Tesoro, fondos monetarios y ofertas competitivas de entidades, que operan exclusivamente a través del canal online, que tienen el potencial de aumentar la presión competitiva que ejercen. No obstante, la contratación de estos productos parcialmente sustitutivos sigue siendo limitada por los motivos mencionados. Algunos de estos factores podrían extrapolarse al análisis de otros mercados de producto de banca minorista.

(ii) Canales de distribución

280. Las entidades bancarias tradicionales desarrollan una estrategia multicanal que utilizan para comunicarse con sus clientes: (i) una red de sucursales bancarias; (ii) una red de agentes financieros; (iii) banca por internet; (iv) banca móvil (caracterizado por el uso del teléfono móvil inteligente); (v) banca con atención telefónica y (vi) una red de cajeros automáticos (que han incrementado sensiblemente las operaciones que pueden gestionar) [301].

281. En los últimos tiempos, los avances tecnológicos han permitido un importante desarrollo en la prestación de servicios de banca minorista a través de canales distintos al tradicional (la oficina bancaria), hasta el punto de que algunos operadores ya actúan principalmente, o casi en exclusiva, a través de canales no tradicionales[302].

---

[298] INF/CNMC/149/24 – Informe sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancario sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancarios que podrían afectar a los incentivos para la remuneración de los depósitos. https://www.cnmc.es/sites/default/files/5710381.pdf

[299] Aunque no existen barreras legales significativas que impidan a los clientes contratar productos de ahorro con distintas entidades, el informe de la CNMC señala que en la práctica varios factores reducen la movilidad. Por ejemplo, las prácticas de fidelización de las entidades, la existencia de menores alternativas en entornos rurales y de baja densidad de población o los costes transaccionales asociados a la portabilidad de cuentas.

[300] El informe admite que estos productos tienen mayor capacidad para competir con los depósitos a plazo que con los depósitos a la vista ya que estos últimos son más líquidos.

[301] C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA, párrafo 57 y siguientes del Informe propuesta de resolución.

[302] Ejemplos de este tipo de negocio centrado en canales online, como ya se ha mencionado, serian bancos como ING u Openbank, y neobancos como N26 o Revolut, que han confirmado en respuesta al primer test de mercado realizado, que el núcleo de su negocio se basa en el canal a distancia (banca online y telefónica).

282. Así, según datos del Estudio del Comportamiento Financiero de los Particulares en España 2024, elaborado por Grupo Inmark, desde 2020 a 2024 el **canal digital** duplicó la captación de nuevos clientes[303] (pasando del 21,2% de clientes que han iniciado una relación bancaria a través de la web al 53%[304])[305], en detrimento de la captación a través del canal presencial (que pasó de un 74,3% al 42,1%), de acuerdo con el citado estudio.

283. Un informe elaborado por la Comisión Galega da Competencia[306], señala que, según estimaciones de FUNCAS realizadas a partir de datos del BdE, cerca de dos tercios de la población adulta es usuaria de banca electrónica[307] y esas cifras son aún más elevadas entre los jóvenes de entre 25 y 34 años (78,6%) y la población de grandes ciudades y capitales de provincia (66,3%).

284. A pesar de estos datos, existen todavía determinados sectores de la población que demandan de forma especial un **servicio presencial**[308], tal como refleja el BdE en su informe "*La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: informe de seguimiento 2023*".

285. De acuerdo con el mismo, el porcentaje de hogares que en 2023 declararon usar la banca online y cuyo cabeza de familia tenía más de 74 años no llegaba al 20%[309] (sin que se haya observado un aumento significativo desde 2002 cuando comenzó a hacerse el seguimiento), siendo el canal más utilizado el de las oficinas, por más del 70% de estos usuarios.

286. A pesar de la reducción del número de oficinas bancarias en España[310] (sobre todo en municipios más pequeños, de menos de 500 habitantes), un 62,2% de la clientela continúa utilizando habitualmente las oficinas bancarias, mientras que el porcentaje en el caso de la banca online se mantendría por debajo de los anteriores (50,6%)[311]. Estas cifras se mantienen similares en

---

303 El estudio considera que un nuevo cliente inicia una nueva relación bancaria por acciones como abrir una cuenta o contratar el primer producto con una entidad.

304 31,7% a través de la web, a lo que habría que sumar el 21,3% de la demanda vía app, que en 2020 era irrelevante.

305 Estos datos son semejantes a los de SABADELL (55% de las nuevas altas de clientes particulares se producen por canales digitales. Disponible en https://www.elindependiente.com/economia/2023/08/25/el-55-de-los-nuevos-clientes-de-banco-SABADELL-son-digitales/) y BBVA ([40-50]% de las nuevas altas de clientes particulares, dato de marzo de 2024).

306 Información recogida en el Informe de Promoción de la Competencia IPRO 3/2022: *Informe sobre la concentración bancaria en Galicia desde el punto de vista de la competencia,* elaborado por la Comisión Galega da Competencia.

307 Siendo, incluso, superiores los datos para los clientes de BBVA (folios 4 – 124).

308 La relevancia de la presencialidad ha sido confirmada en el primer test de mercado por (i) 5 asociaciones de consumidores, especialmente para segmentos de clientes (personas en riesgo de exclusión financiera, como personas mayores o que viven en entornos rurales con difícil acceso a canales digitales); (ii) 8 asociaciones empresariales, que la consideran fundamental para las pymes (especialmente las más pequeñas y para las operaciones más complejas como financiación). Asimismo, los propios neobancos y bancos digitales (cuyo modelo de negocio precisamente no suele ofrecer servicios presenciales) han reconocido que no están presentes en productos de mayor complejidad (como las hipotecas en el caso de particulares) ni en segmentos como el de pymes.

309 También FUNCAS, en su informe "*Digitalización financiera tras la pandemia*" de 2022 recoge entre sus principales conclusiones que, si bien los españoles han avanzado de forma significativa en su grado de digitalización financiera con la pandemia, se evidencia todavía que las personas de mayor edad requerirán de un tiempo adicional de adaptación para abordar este proceso, estando todavía los clientes bancarios lejos de poder ser considerados usuarios "omnidigitales".

310 Informe de 2023 del BdE titulado "*La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: Informe de seguimiento 2023*.

311 En cambio, se observa un uso minoritario de banca telefónica y, sobre todo, de los canales alternativos (Agentes financieros, ofibuses, cashback, Correos Cash) con porcentajes de uso en torno al 8% y al 1%, respectivamente.

caso de municipios sin oficina estable, lo que sugiere que, en general, la población residente en estos municipios acude a otros cercanos con oficinas para realizar sus gestiones bancarias[312].

287. El BdE[313] ha aportado asimismo porcentajes medios de prestación de los distintos servicios (presencial y a distancia[314]) para las distintas categorías de créditos en 2023: (i) crédito para familias 91,8% presencial[315], con un 94,7%[316] en el caso de crédito para vivienda y un 74,8% para crédito al consumo[317]; (ii) crédito para pymes 95% presencial[318]. En el caso de depósitos, el 95,4% de la demanda se realizaría de forma presencial según el BdE[319].

Análisis de alegaciones de BBVA sobre digitalización

288. BBVA alega[320] que estos datos no permiten extraer conclusiones robustas sobre la importancia relativa de los diferentes canales ni sobre el mantenimiento de una supuesta elevada importancia del canal físico. En particular, la comparación de estos porcentajes presenta, a su juicio, limitaciones significativas por tres razones fundamentales: (i) los datos se limitan a registrar la inclusión de cada canal entre los tres más utilizados a lo largo del año, sin proporcionar información sobre su frecuencia e intensidad de uso, por lo que no permiten extraer conclusiones sobre la intensidad relativa de uso de cada canal (ya que la metodología equipara, por ejemplo, a un cliente que visita la oficina anualmente con otro que utiliza la banca digital de manera diaria o semanal); (ii) no proporcionan información sobre la evolución temporal en el uso de los distintos canales, elemento crucial para evaluar la transformación en los hábitos bancarios; y (iii) revelan que un porcentaje significativo de encuestados no incluye entre sus tres primeros canales al menos uno de los principales medios de interacción bancaria (oficinas, canales digitales o cajeros automáticos).

289. Esta aparente anomalía, según la notificante, podría indicar limitaciones en la metodología de recogida de los datos o sugerir que una proporción relevante de los encuestados mantiene una relación nula o muy poco frecuente con sus entidades bancarias; pero la imposibilidad de acceder a los datos brutos de la encuesta o a un desglose más detallado de los resultados

[312] De hecho, los resultados del Estudio sobre hábitos del uso de efectivo del BdE (EHUE) muestran que en 2023 el 59% de la población residente en municipios sin oficina estable se desplazó a municipios cercanos con oficina estable para acceder a los servicios bancarios (en su mayoría a municipios a más de 5 kilómetros de distancia).

[313] En su respuesta a requerimiento de información realizado por esta Dirección de Competencia (Folios 3269 – 3296).

[314] Recogería, según los datos del BdE, banco online y telefónica.

[315] Este dato sobre crédito a familias es similar al que recoge FUNCAS en su informe "*Digitalización Financiera tras la pandemia*" (un 6,8% de los particulares encuestados en 2022 habría contratado un préstamo de forma 100% digital).

[316] Según datos de las partes, el porcentaje de créditos hipotecarios concedidos presencialmente por BBVA es del [50-60]% y para SABADELL ascendería a un [80-90]%.

[317] El dato del porcentaje de crédito al consumo aportado por SABADELL es del [20-30]% presencial y para BBVA del [5-10]%.

[318] Según BBVA, solo el [20-30]% de las pymes formalizan sus créditos de forma presencial. Según SABADELL la formalización de créditos online la han habilitado recientemente [CONFIDENCIAL]

[319] Sobre contratación de depósitos, según los datos aportados por SABADELL ([30-40]% presencial), del informe FUNCAS (56,7% presencial) y de BBVA ([50-60]% presencial).

[320] En sus alegaciones al Informe Propuesta de paso a segunda fase (folios 7530-7557).

impide entender la razón de esta aparente anomalía, limitando significativamente la validez de esta evidencia como indicador de la importancia relativa de los diferentes canales.

290. Con respecto al mencionado informe de FUNCAS, BBVA señala que sus conclusiones evidencian un incremento significativo en la importancia relativa del canal digital tras la pandemia. Así, el informe revela que el porcentaje de clientes entrevistados que utilizan banca digital, al menos una vez a la semana, se ha incrementado del 46,8% al 72,8% entre los períodos pre y postpandemia. Por el contrario, el porcentaje de clientes bancarios que acude a sucursales menos de una vez al mes ha aumentado del 62,9%, en el período prepandemia, al 75,8% en el período postpandemia, evidenciando una reducción significativa en la frecuencia de uso del canal presencial.

291. Además, el informe de FUNCAS muestra que los segmentos identificados como más dependientes de la presencia física bancaria (población de mayor edad y aquélla situada en entornos rurales) experimentaron un notable incremento en la adopción digital tras la pandemia. En particular, el porcentaje de usuarios entre 60 y 70 años que utiliza diariamente la banca digital se ha duplicado, alcanzando el 34,1%, una cifra próxima a la de otros segmentos de edad. De hecho, el propio informe de FUNCAS afirma que *"no existen diferencias significativas en el uso de la banca online por nivel de ingresos, situación laboral o localidad de residencia".*

292. BBVA insiste en este planteamiento[321] y considera que la creciente relevancia de los canales remotos no ha sido adecuadamente considerada por la Dirección de Competencia; y es en ellos donde se producirían en la actualidad, la mayoría de las interacciones con los clientes y las fases iniciales en la contratación de productos, como comparación de ofertas, gracias a herramientas de simulación y comparación de entidades o negociación de condiciones entre clientes de banca minorista y gestores.

293. En respuesta a estas observaciones, esta Dirección de Competencia argumenta que las limitaciones que atribuye BBVA a los datos de los informes referenciados, para extraer conclusiones robustas, también son de aplicación a las afirmaciones de BBVA, que aporta datos sobre la "utilización" de la banca digital sin concretar a qué tipo de operaciones se refiere, pudiendo estas operaciones abarcar desde la realización de transferencias a la contratación de préstamos.

294. Tampoco se ha ignorado la importancia creciente del proceso de digitalización, pues esta se reconoce expresamente[322]; pero, del mismo modo que se exponen los datos de los dos informes citados[323], que reflejan la realidad del proceso de digitalización, han de tomarse también en consideración los datos que indican que el canal físico sigue siendo relevante,

[321] Alegaciones al PCH, folios 8589-8647

[322] En concreto, por el lado de la oferta, esta Dirección de Competencia destaca la importancia de la digitalización en los párrafos 184,185, 186, 187 del PCH, por el lado de la demanda y los canales de distribución, la importancia de la digitalización se señala en los párrafos 295, 296, 297.

[323] Informe de FUNCAS en 2022 "*Digitalización financiera en la pospandemia: ¿qué ha cambiado?*" y el informe del BdE "*La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: informe de seguimiento 2023*".

sin que sea éste un factor que pueda ignorarse en el análisis de esta operación.

295. Así lo ha puesto también de manifiesto el test de mercado, en particular las asociaciones de consumidores, que consideran que las oficinas bancarias siguen siendo relevantes no solo para determinados colectivos que menciona BBVA (como es el caso de personas mayores, habitantes de ámbitos rurales o personas en riesgo de exclusión financiera), sino también para la prestación de determinados servicios, como es el caso de hipotecas u otros productos más complejos.

296. Por ello, se concluye que, si bien los datos de dichos informes reflejan una tendencia inequívoca, las limitaciones planteadas por BBVA no invalidan el argumento principal, y es que, a pesar del incremento en el uso de los medios digitales por parte de los clientes bancarios, para un porcentaje relevante de ellos, las sucursales siguen siendo un medio relevante para contratar determinados productos financieros.

297. Por otro lado, la presencialidad es un factor también muy valorado por parte de **clientes empresariales**, de acuerdo con el test de mercado[324]. De hecho, el propio SABADELL reconoce que en este tipo de cliente no está muy extendida, en la actualidad, la formalización de operaciones de crédito y depósitos en el canal online[325]. Cita, para ello, que el informe de INMARK estima que el [80-90]% de las pymes [CONFIDENCIAL] utilizaron en 2023, habitualmente, la sucursal física de su banco.

298. BBVA, por su parte, destaca una creciente importancia de los gestores online. En concreto, informa de que, en [CONFIDENCIAL], BBVA introdujo la figura del gestor de pymes transaccional para dar respuesta a las necesidades de estos clientes, y de un gestor remoto para el caso de particulares. Esta iniciativa es común a otras entidades bancarias, que han desarrollado también modelos de atención remota a través de gestores especializados[326]. BBVA precisa que, en los últimos años, el número de gestores que operan completa o principalmente en remoto han pasado de menos del [10-20%] en 2019 a un [60-70%] en la actualidad y se han encargado del [20-30%] de las operaciones en las que se ha requerido la asistencia de un gestor en 2024.

299. Señala, asimismo, que la creciente importancia del canal digital se refleja en la cada vez mayor presión competitiva que ejercen entidades con oferta total o parcialmente digital como ING, neobancos o fintechs, como Qonto que ofrece servicios como cuenta corriente 100% online para pymes y

[324] Así lo han hecho constar en el primer test de mercado todas las asociaciones empresariales consultadas (8 asociaciones). Los propios neobancos y fintech han confirmado que no se encuentran presentes en el segmento de pymes más que residualmente en el caso de Revolut.

[325] De acuerdo con la respuesta de SABADELL al requerimiento de información segundo realizado por la Dirección de Competencia (folios 3493-3542).

[326] Tal es el caso de SABADELL, CaixaBank, Santander y Unicaja. Asimismo, de acuerdo con BBVA, otras entidades financieras cuentan con canales de comunicación remotos similares a través de gestores especializados para pymes y empresas como es el caso de Kutxabank, Bankinter, Banca March o Caja de Ingenieros. Otras entidades como ING ofrecen servicios de atención a clientes empresariales mediante canales digitales y telefónicos.

autónomos, o MyTripleA[327] y la expansión a nivel nacional de entidades originariamente establecidas en una región, como Kutxabank o Abanca.

300. No obstante, tal y como señala SABADELL[328], según los propios datos aportados por BBVA las operaciones realizadas por gestores de pymes que atienden a sus clientes de forma mayoritariamente digital o totalmente remota son una minoría, constituyendo el 20-30% del importe de las ventas de préstamos comerciales y el 10-20% del importe de las ventas de cuentas de crédito en 2024.

301. Además, señala que entidades como las fintechs no constituyen una alternativa real a las entidades de banca tradicional, al menos en los servicios ofrecidos a pymes. En concreto, las entidades citadas por BBVA, como Qonto, se centran en productos de circulante, como factoring, y en pocas ocasiones ofrecen financiación a las empresas. Esta entidad, junto con otras como MyTripleA, tendrían una reducida penetración en el mercado español y otras entidades que han tratado de penetrar en el mercado de pymes en España habrían terminado abandonando el sector; incluso ING habría abandonado el mercado de pymes en 2019 y no prestaría ya estos servicios.

302. En opinión de esta Dirección de Competencia, los datos expuestos muestran también la innegable importancia que el canal digital está adquiriendo también para las empresas, pero puede concluirse que la mayoría de las operaciones relevantes para pymes y otras operaciones complejas se siguen realizando de forma presencial, sin que las fintechs parezcan ser una alternativa real todavía.

303. El test de mercado, especialmente en las respuestas de las asociaciones de empresas y consumidores, ha reflejado la importancia que la presencialidad sigue teniendo en determinados productos y segmentos de clientes, así como la existencia de una posible brecha digital para determinados colectivos (personas mayores o con difícil acceso a la red). De ahí la importancia de mantener el foco del análisis de este mercado en el canal presencial y el ámbito geográfico determinado por esta variable.

(iii) Política de precios

304. De acuerdo con la información aportada por la notificante[329], así como por sus principales competidores, en el marco de los requerimientos de información realizados[330], la estrategia de fijación de precios en el ámbito de banca minorista sería, en general, nacional y homogénea en todo el territorio. Además, lo habitual es contar con unos precios y condiciones base de cada producto y que luego se adapten los mismos a cada cliente, con criterios igualmente homogéneos, en función de una serie de factores como el perfil

[327] Empresa de crowlending centrada en financiación de circulante. De acuerdo con la información proporcionada por SABADELL, se trata de una entidad participada por BBVA, por lo que se espera que no se vaya a convertir en un competidor relevante para BBVA,

[328] En su escrito de 3 de marzo de 2025, de respuesta a las alegaciones al PCH de BBVA. Folios 9232-9246.

[329] En los folios 4 – 124 así como en los folios 4439 – 4457.

[330] SABADELL, Abanca, Kutxabank, Banco Cooperativo Español, Bankinter, Cajamar, Ibercaja, Deutsche Bank, CaixaBank, Banca March, [CONFIDENCIAL], Santander.

ajustado a riesgo de cada cliente, la rentabilidad esperada de la operación, los plazos de la operación, los gastos de explotación asociados, entre otros.

305. Así, la determinación de precios para los servicios bancarios depende de múltiples factores, más allá de la propia estructura de costes de los operadores. Así, entre otros factores, se tienen en cuenta[331]:

- Los tipos de interés oficiales que establece el BCE para la Eurozona.
- Los tipos de interés del mercado interbancario, siendo el Euribor de los más relevantes a estos efectos, que sirven de referencia para muchos productos financieros, como hipotecas y préstamos.
- El entorno competitivo obliga a los operadores a ajustar sus precios (tasas de interés en préstamos y depósitos, comisiones, etc.) para atraer y retener clientes.
- El perfil del demandante, tanto en términos de riesgo crediticio de los clientes[332] como de fidelización con la entidad oferente[333].

Análisis de alegaciones de BBVA sobre política de precios

306. BBVA ha presentado un informe[334] que concluye que no existe una correlación entre grado de concentración bancaria a nivel geográfico inferior a nacional (medida según el índice HHI a nivel provincial) y la aplicación de unas políticas de precios más desfavorables, aplicándose con la misma frecuencia descuentos a los clientes en todo tipo de provincias, tanto en las de concentración más baja como en las de concentración media–alta.

307. Interesa hacer dos comentarios sobre este análisis. Por un lado, la selección de datos podría condicionar la aplicabilidad general de sus resultados para aquellas áreas donde se han identificado problemas potenciales. El análisis del informe presentado por BBVA utiliza los dos productos más representativos en financiación de pymes y los clientes con ratings de riesgo de crédito más habituales en la cartera empresarial de esta entidad, pero tanto los productos como los perfiles de cliente empleados podrían no ser los más característicos en las áreas de mayor concentración, o en las que se produce un mayor solapamiento de las partes.

308. Por otra parte, estos resultados no permiten concluir categóricamente que no existan incentivos para implementar una política comercial de diferenciación entre áreas geográficas con distintos grados de concentración. En efecto, el hecho de que las [CONFIDENCIAL], obliga a contemplar la posible existencia

[331] Información aportada por BBVA (folios 4 – 124). Esta información ha sido corroborada por los competidores tradicionales de banca en el marco del test de mercado.

[332] Este factor resulta fundamental a la hora de fijar las políticas de precios de los diferentes productos para todas las entidades que han respondido al test de mercado realizado en primera fase.

[333] Si un cliente tiene contratados otros productos o servicios con la entidad financiera, le podría permitir obtener bonificaciones al contratar nuevos productos. Esto es bastante habitual al solicitar un crédito hipotecario, donde son frecuentes las bonificaciones de tipos de interés por la contratación de otros productos y servicios, así como por el mantenimiento de saldos en cuenta.

[334] Informe económico "Análisis económico del impacto potencial sobre la competencia de la adquisición de Banco SABADELL por parte de BBVA". Realizado por RBB Economics (folios 2501 – 2569).

de heterogeneidad de condiciones de contratación en los distintos ámbitos geográficos.

309. SABADELL[335] también critica este análisis de BBVA por considerar que las conclusiones proceden de un análisis excesivamente simplificado y muy dependiente de los datos empleados. Adicionalmente, advierte que la comparación de medias no es homogénea y es parcial (se emplean dos tipos de productos y un subconjunto de clientes, no pudiendo asumir los resultados como extensibles a la totalidad del mercado), y que no se tienen en cuenta otros factores que influyen en los descuentos, como las características del cliente (perfil de riesgo o cartera de productos vinculados a la entidad), las del producto (importe del crédito, modalidad del tipo de interés o plazo de devolución) o la propia política comercial de la entidad que puede centrarse en potenciar su crecimiento en áreas concretas.

310. Ante estas observaciones, BBVA realiza[336] otro análisis más sofisticado partiendo de la admisión de la posible existencia de características heterogéneas de los clientes, dependiendo de las localidades en las que estos se encuentran; estas características podrían ser el origen de las diferencias en las condiciones comerciales analizadas, además del grado de concentración. El nuevo análisis quiere tener en cuenta también la existencia de otros factores que influyen en el precio y que no habrían sido tenidos en cuenta en el primero.

311. Para ello presentan un análisis de Propensity Score Matching (PSM) por códigos postales. Esta herramienta identifica observaciones comparables en dos grupos con características heterogéneas. En este caso, un grupo estaría compuesto por las áreas locales de mayor concentración[337] y el otro por las áreas locales de menor concentración a través de algoritmos de emparejamiento. El PSM resuelve el riesgo de sesgo de selección a la hora de buscar la causalidad con datos observacionales.

312. El informe presenta los resultados de las diferencias medias de las condiciones comerciales aplicadas, en función del grado de concentración local a nivel código postal separadamente para cada tipo de producto analizado: préstamos, cuentas de crédito y límites al circulante y, en este contexto, solo en un caso concreto, esta diferencia es estadísticamente significativa.

313. A pesar de que, en general, los resultados sugieren que no hay relación entre los precios y el nivel de concentración, se recogen algunos casos en los que sí habría una diferencia entre los precios aplicados en áreas de mayor concentración, lo que no permite admitir las conclusiones como inequívocas en todos los casos.

---

[335] Página 7 del informe "Impacto de la operación en el mercado de crédito a pymes: análisis de las preocupaciones expresadas por Banco SABADELL", firmado por RBB Economics, folios 8291-8310.

[336] "BBVA/Banco Sabadell: análisis económico de los potenciales riesgos para la competencia señalados en el PCH", preparado por RBB Economics (folios 8648-8718).

[337] Está constituido por aquellos códigos postales en los que BBVA opera en una situación de monopolio o duopolio.

314. En consecuencia, según la evidencia empírica no se puede descartar la posibilidad de que se den condiciones heterogéneas entre las áreas con diferente grado de concentración, por lo que resulta más prudente llevar a cabo un análisis más pormenorizado que limitarlo al nivel nacional y tener en cuenta así, la relevancia de la presencialidad en el mercado.

315. Es razonable asumir, a juicio de esta Dirección, que la importancia de la presencialidad que se ha puesto de manifiesto para parte de la demanda, se vincula a un proceso de negociación y mejora de precios y otras condiciones, fundamental en la adopción de la decisión final de contratar. Ese proceso podría alterar la homogeneidad de condiciones en todo el territorio.

316. Por último, del análisis comparativo de los precios de los diferentes productos del catálogo de ambas entidades se concluye que las condiciones de precios para la categoría de cliente particulares son similares, no existiendo una disparidad relevante entre ambas entidades en su catálogo de productos y sus condiciones[338]. [CONFIDENCIAL].

6.2.2. Banca corporativa

317. De acuerdo con la información aportada por la notificante[339] y con el test de mercado[340], las grandes empresas que solicitan este tipo de servicios son más sofisticadas y demandan una gama más amplia de productos y gestores especializados.

318. Además, utilizan habitualmente múltiples bancos para diversificar su riesgo financiero y asegurarse unas condiciones financieras competitivas[341].

319. Por otro lado[342], los precios, en general, serían más reducidos que en el caso de pymes, dado que este tipo de grandes clientes suelen contar con un perfil de riesgo mejor que el de entidades de menor tamaño.

6.2.3. Banca privada

320. De acuerdo con la información aportada por la notificante, la demanda en el mercado de banca privada se compone de aquellos clientes particulares que cuentan con un patrimonio personal superior a una determinada cifra[343], que demandan un asesoramiento personalizado y servicios y productos financieros destinados a la gestión de dicho patrimonio.

---

338 Existen varios productos de BBVA que resultan ser más competitivos en cuanto a condiciones y tipos de interés aplicados respecto a los productos equivalentes de SABADELL (por ejemplo,[CONFIDENCIAL]). Se han identificado también ciertos productos que ofrece BBVA con condiciones peores respecto a los de SABADELL: [CONFIDENCIAL].

339 Folios 4 – 124.

340 En general todos los bancos tradicionales que han respondido al test de mercado realizado en primera fase alegan que los servicios de banca corporativa son más sofisticados en determinados productos, si se comparan los mismos con los ofertados a pymes (por ejemplo, en materia de financiación de proyectos). También ha respondido en este sentido SABADELL (folios 3435 – 3492).

341 Decisión de la Comisión Europea en el asunto Banco Santander / Banco Popular, párrafo 84.

342 De acuerdo con la información aportada por la notificante, por SABADELL (folios 3435 – 3492) y algún competidor como Ibercaja.

343 Por ejemplo, SABADELL [CONFIDENCIAL].

321. En este mercado se valoran las relaciones personales entre el gestor y los clientes[344], es menos relevante la realización de transacciones en línea y es frecuente la diversificación de relaciones bancarias.

322. Por otro lado, en lo que se refiere a los precios aplicados[345], los clientes de banca privada, por su mayor rentabilidad ajustada al riesgo y su mayor propensión a utilizar múltiples productos, generan más ingresos y por tanto se busca atraer a dichos clientes mediante mejores precios y condiciones de las de la banca minorista para particulares.

6.2.4. Leasing

323. Según la información aportada por la notificante[346] y el test de mercado[347], tanto pymes y autónomos, como grandes empresas demandan servicios de leasing.

324. Suele emplearse para la gestión de flotas de vehículos corporativas o para la renovación de equipos tecnológicos y de oficina.

6.2.5. Factoring

325. De acuerdo con la información aportada por la notificante, el BdE y en respuesta al test de mercado, los clientes en el mercado de factoring varían según la entidad de la que se trate, si bien se trata de un servicio prestado mayoritariamente a sociedades no financieras, en muchos casos pymes[348].

6.2.6. Mercados de servicios de pago

(i) Demanda y canales de distribución

326. La demanda de los servicios de **emisión de tarjetas** viene dada, tanto por particulares, como por empresas que requieren de una tarjeta para realizar pagos.

327. Atendiendo al tipo de demandante, algunas de las entidades encuestadas en el test de mercado confirman que ofrecen distintas condiciones, según las tarjetas estén destinadas a consumidores o a un uso comercial[349].

328. Respecto a los canales de distribución en este mercado, todas las entidades han respondido en el test de mercado que ofrecen estos servicios directamente al demandante, ya sea particular, empresa o autónomo. Para distribuirlas, se utiliza tanto el canal presencial o físico como el canal online[350]. En este sentido, los consumidores realizan cada vez más el canal

[344] SABADELL, Ibercaja, Kutxabank, Abanca, Deutsche Bank, Banco Cooperativo Español.

[345] Según BBVA y algunos de sus competidores principales en este segmento (SABADELL, Ibercaja).

[346] Folios 3066 – 3116.

[347] En este sentido han aportado información al respecto competidores como Abanca, Banca March, CaixaBank, Cajamar, Ibercaja y Santander. También se ha pronunciado en los mismo términos SABADELL (folios 3435 – 3492).

[348] Aunque la demanda de BBVA está conformada principalmente por empresas de mayor tamaño que representan además un porcentaje mayor de facturación, la demanda de SABADELL de este producto [CONFIDENCIAL].

[349] Revolut Bank, N26 Bank, CaixaBank Payment & Consumers.

[350] Los neobancos sólo emplean el canal en línea (Revolut Bank, N26).

online para operaciones relacionadas con medios de pago y tarjetas, lo que facilita la competencia de los neobancos[351].

329. De acuerdo con los precedentes nacionales[352] y en línea con la información aportada por la notificante, la demanda de los servicios de **adquisición de operaciones de pago** (o adquirencia), los servicios de suministro y gestión de TPVs físicos y los servicios técnicos para la aceptación de operaciones de pago, está conformada por particulares (autónomos) y empresas que necesitan terminales físicos y/o virtuales para aceptar pagos con tarjeta realizados por clientes en sus locales comerciales y tiendas en línea. Por tanto, la demanda se caracteriza por ser relativamente atomizada, lo que se traduce en un gran número de clientes que, individualmente, suponen un volumen de negocio relativamente pequeño.

330. De acuerdo con BBVA[353], el tamaño del cliente no es el único factor a tener en cuenta para considerar el poder negociador de la demanda, sino que éste depende también de la disponibilidad de alternativas con las que cuente y de los costes de cambio. Sin embargo, este argumento se ve debilitado en la medida en que la presente operación elimina una alternativa, llevando a una mayor concentración en el mercado.

331. Asimismo, para el caso de los servicios de adquirencia, el BdE[354] aclara que "*pueden observarse modelos de adquirencia en los que el PSP[355] que presta dicho servicio liquida las operaciones a través de otro PSP (normalmente una entidad de crédito, que a veces comparte incluso su base de clientes con el PSP que presta el servicio de adquirencia). En estos casos, el primer PSP recibe el nombre de subadquirente, pero ello no convierte en adquirente al segundo PSP (la entidad de crédito)*."

332. Todos los operadores no bancarios (fintech nacionales y extranjeras) preguntados en el test de mercado, ofrecen sus servicios directamente al comerciante[356], mientras que dos entidades, Comercia y Worldline, indican que también ofrecen sus servicios a través del canal bancario. De acuerdo con Worldline, cuando ofrece sus soluciones directamente a comercios, generalmente se trata de grandes clientes.

333. Por su parte, la demanda de **cajeros** se puede vincular a la demanda de efectivo. De acuerdo con el informe ejecutivo del BdE "*Estudio sobre hábitos en el uso del efectivo 2023*", más del 74% de la población obtiene el efectivo a través de cajeros automáticos.

---

[351] De acuerdo con el informe de FUNCAS "*La digitalización como eje de transformación bancaria*" de 2023, el 76,9% de los encuestados prefirió realizar la operación de ampliación del límite de una tarjeta utilizando el canal online antes que acudir al canal presencial y el 73,3% de los encuestados había transferido dinero mediante apps de pagos en 2022.

[352] C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY, C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

[353] En las alegaciones al IP presentadas con fecha de 14 de enero de 2025.

[354] En la contestación a requerimiento de información de fecha 10 de septiembre de 2024 (folios 3297 a 3324), realizado con fecha del 5 de agosto de 2024.

[355] Proveedor de Servicios de Pago.

[356] La entidad Divilo fintech, S.L. no especifica sus canales de distribución.

334. Esta demanda se ha visto afectada por la variación en las dinámicas de demanda de efectivo de los últimos años. De acuerdo con un informe de FUNCAS aportado por la notificante[357], el porcentaje de operaciones de pagos digitales se ha duplicado en tres años. Pese a que el sector bancario ya estaba sumergido en un proceso de digitalización desde antes de la pandemia, la llegada del COVID-19 aceleró esta tendencia de forma significativa. En 2020, los pagos con tarjeta en España crecieron un 10% respecto al año anterior, mientras que las retiradas de efectivo en los cajeros automáticos se desplomaron un 18%[358].

335. Además, el ya citado estudio del BdE sobre uso de efectivo, muestra cómo la ciudadanía percibe que, al haber cada vez menos puntos de retirada de efectivo, su cajero más próximo se encuentra cada vez más alejado, habiendo disminuido el porcentaje de personas que se encuentran a menos de 1 kilómetro de distancia del lugar de retirada de efectivo en el 2023 respecto al año anterior. Esto afecta principalmente a personas mayores de 55 años que tienden a utilizar en mayor medida este medio de pago. A pesar de esto, el efectivo continúa siendo el medio de pago dominante por delante del pago con tarjeta.

336. En particular, la ACCO ha señalado en su informe que existe un reducido número de cajeros en Cataluña. Según el Informe sobre la inclusión financiera 2023 del IVIE[359], esta Comunidad Autónoma cuenta con una ratio de oficinas y cajeros por cada 1000 habitantes inferior a la de España en su conjunto. Por ello, con el objetivo de reducir el riesgo de exclusión financiera, la Generalitat de Cataluña puso en marcha un servicio itinerante de banca móvil para llevar los cajeros automáticos y servicios financieros a los 503 municipios de Cataluña que no disponen de oficina bancaria.

(ii) Política de precios

337. La entidad prestadora de los **servicios de emisión** recibe una remuneración de la entidad adquirente denominada tasa de intercambio. Los límites máximos de la tasa de intercambio quedan regulados legalmente[360], existiendo límites distintos en función de si la operación se lleva a cabo a través de tarjetas de crédito o tarjetas de débito[361].

---

357 "La digitalización como eje de transformación bancaria". https://kpmg.com/es/es/home/tendencias/2023/09/digitalizacion-eje-transformacion-bancaria.html

358 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY.

359 Los datos del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) han sido incluidos por parte de la ACCO en su informe preceptivo remitido a la Dirección de Competencia.

360 En concreto, se fijan en la ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.

361 Concretamente, el art. 11 de la ley 18/2014 establece que: "*En operaciones efectuadas con tarjetas de débito, la tasa de intercambio por operación no será superior al 0,2% del valor de la operación, con un máximo de 7 céntimos de euro.*

En el caso en el que el importe de la operación no exceda de veinte euros la tasa de intercambio por operación no excederá del 0,1% del valor de la operación.

En operaciones con tarjeta de crédito, la tasa de intercambio por operación no será superior al 0,3% del valor de la operación.

En el caso en el que el importe de la operación no exceda de veinte euros la tasa de intercambio por operación no excederá del 0,2% del valor de la operación."

338. La entidad adquirente recibe del beneficiario el pago la tasa de descuento que, de acuerdo con la Ley 18/2014, de 15 de octubre, estará compuesta por "*la tasa de intercambio, la comisión de procesamiento y del sistema de pagos y el margen del adquirente*". De esta forma, y de acuerdo con la información expuesta por la entidad adquirente y adquirida[362], el comercio asume un coste por el uso del **TPV**, ya sea en forma de comisión por cada operación realizada o a través de una tarifa mensual, según lo dispuesto en el contrato. Este coste existe, incluso cuando en campañas comerciales se ofrece el TPV de forma gratuita.

339. En este sentido, de acuerdo con la información proporcionada por SABADELL[363], "*el TPV es un producto clave para vincular a las empresas, por lo que la banca generalista suele comercializar este producto a precios ajustados como medio de captar la operativa y necesidades de financiación de un cliente*".

340. Respecto a pagos físicos con TPV, según BBVA, los pagos móviles representan el [20-30%] de las compras realizadas en tienda física. En este sentido, las empresas tecnológicas "Bigtech" como Apple, Google y Amazon, están integrando de forma creciente servicios financieros dentro de sus ecosistemas digitales establecidos. Ejemplo de ello son Apple Pay y Google Pay que, tras almacenar las tarjetas en un monedero virtual, permiten utilizar tarjetas de crédito y débito y realizar pagos a través de dispositivos móviles y en transacciones online. Esto, de acuerdo con la notificante, supondría una presión a la baja de los márgenes de los bancos tradicionales en el negocio de pagos, ya que estas Bigtech reciben de los bancos emisores una cuota de la tasa de intercambio generada en cada transacción realizada a través de sus plataformas.

341. En relación con la **retirada de efectivo en cajeros** automáticos, las partes de esta operación confirman que en cajeros propios es gratuita para sus clientes[364].

342. Asimismo, de acuerdo con BBVA[365], la política de comisiones cobrada por la retirada de efectivo en cajeros automáticos se diseña a nivel nacional, al existir barreras de carácter legal[366] que impiden introducir comisiones distintas en el territorio nacional.

343. Si los clientes de las partes retiran efectivo a través de cajeros de terceros, las comisiones que les serán cobradas por su propia entidad dependerán de si dichas entidades disponen de acuerdos con dichos terceros propietarios del servicio de cajero demandado. Estos acuerdos de acceso recíproco a

[362] Concretamente, requerimiento de información realizado a BBVA el día 14 de agosto de 2024 y requerimiento de información realizado a SABADELL el día 14 de agosto de 2024.

[363] En respuesta al requerimiento de información formulado con fecha del 14 de agosto de 2024.

[364] BBVA matiza que la retirada de efectivo es gratuita si se realiza a débito, mientras que cobra un máximo del 4% del importe retirado a crédito, con un mínimo de 4 euros. Esta aclaración no ha sido realizada por SABADELL.

[365] Formulario de notificación presentado por BBVA, página 67.

[366] En concreto, la Disposición adicional segunda del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

cajeros tienen como objetivo permitir retiradas de efectivo en condiciones más favorables.

344. Es el caso de SABADELL, que pertenece a la Red de cajeros EURO 6000 y mantiene un acuerdo con Cardtronics. De esta manera, según la información proporcionada por la adquirida[367], se cobra una comisión de 0,65€ en caso de retirar efectivo en una entidad distinta de SABADELL, pero perteneciente a Cardtronics o a la Red Euro6000, bonificando SABADELL esta comisión bajo algunas condiciones[368].

345. Por el contrario, BBVA informa de que, ante la ausencia de acuerdos con terceros, "*BBVA repercutirá el mismo importe de la comisión cobrada por la entidad titular del cajero a BBVA. Dicho importe será informado por la entidad titular del cajero antes de la retirada de efectivo*"[369]. En consecuencia, la notificante aplica a la entidad emisora una comisión estándar de 2,7 euros por operación para retiradas de efectivo en cajeros de BBVA, en las que se utilice una tarjeta emitida por cualquier otra entidad dentro de la Unión Europea.

6.2.7. Planes de pensiones

346. Al igual que ocurre en el mercado de seguros, una entidad gestora de fondos de pensiones puede comercializar sus propios planes de pensiones o encargar dicha distribución a una tercera entidad comercializadora, a través del correspondiente acuerdo de comercialización. Las principales distribuidoras de los planes de pensiones son las entidades bancarias y las aseguradoras.

347. Los consumidores valoran el prestigio de la entidad en cuestión, las rentabilidades históricas obtenidas, las capacidades técnicas, el servicio ofrecido o que sea un cliente previo de la entidad[370]. A este respecto, un operador ha afirmado que, con frecuencia, las entidades bancarias bonifican otros productos bancarios (como pueden ser las hipotecas) por la suscripción de planes y fondos de pensiones con la misma entidad[371].

348. En cuanto a los canales de contratación[372], el canal presencial sigue siendo el preferido por los consumidores[373].

349. El beneficiario del plan de pensiones abona unas comisiones de gestión y depósito que se calculan en función de la modalidad del plan y del tipo de activos en que invierte el fondo al que se adscribe, debiendo estar siempre dentro de la horquilla establecida por la regulación de estos fondos[374]. Tales

---

367 En respuesta a requerimiento de información realizado a SABADELL el día 21 de junio de 2024.

368 Retiradas de efectivo mayores o iguales a 60€ y clientes BS con Key Account para entidades de la Red Euro 6000.

369 En respuesta al requerimiento de información formulado con fecha 26 de noviembre de 2024.

370 Caser, Fonditel, Mapfre, Zurich, Kutxabank, Ibercaja, Abanca, Deutsche Bank o CaixaBank.

371 Bestinver.

372 "*Digitalización financiera tras la pandemia*" de 2022.

373 Concretamente, más del 75% de los encuestados prefería el canal presencial a la hora de contratar productos como planes de pensiones o fondos de inversión.

374 C/1333/22 CAIXABANK/ SA NOSTRAVIDA.

comisiones vendrán determinadas e individualizadas para cada uno de los planes de pensiones integrados en el fondo.

350. Respecto de la comercialización de planes de pensiones individuales, el artículo 26 bis del RDL de Pensiones establece que los gastos inherentes a la comercialización del plan y las remuneraciones o comisiones establecidas por los servicios de comercialización, en ningún caso serán a cargo del partícipe o beneficiario del plan o fondo de pensiones correspondiente.

6.3. Barreras a la entrada y competencia potencial

6.3.1. Banca minorista

(i) Barreras a la entrada

351. De acuerdo con los precedentes más recientes[375], la liberalización del sistema financiero español, resultado de la armonización europea, ha tenido como consecuencia la eliminación de gran parte de las barreras a la entrada en el sector bancario, teniendo los operadores fácil acceso a la tecnología y a la información necesaria.

352. Actualmente, no existen barreras tecnológicas o legales a la entrada más allá de las derivadas de los requisitos legales para la prestación de actividades bancarias, recogidos en el Capítulo II de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito y su desarrollo reglamentario y en el Real Decreto 84/2015, que la desarrolla.

353. Los mencionados precedentes recogen que la necesidad de establecimiento de una **red física de sucursales** para distribuir productos bancarios no constituye una barrera importante de entrada. Como acaba de analizarse en el anterior apartado, los avances tecnológicos y el uso generalizado de Internet han permitido que se presten servicios de banca minorista, además de a través de las tradicionales oficinas bancarias, empleando canales alternativos, como la banca telefónica, la banca móvil o la banca *on-line*, e incluso cajeros automáticos, que han incrementado el número de operaciones que pueden gestionar.

354. En línea con lo anterior, el BdE[376] afirma que el proceso de digitalización del sector bancario ha contribuido a reducir barreras de entrada e intensificar la competencia, incorporando nuevos agentes.

355. Según BBVA[377], el proceso de digitalización "*ha contribuido a la desaparición de cualquier barrera a la entrada y expansión en el sector bancario*", y ha permitido a las entidades operar "*sin necesidad de una extensa red de sucursales físicas, reduciendo los costes iniciales y operativos*". De acuerdo

[375] C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK.; C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

[376] Foro Banca Consumer Axactor. "Crédito al consumo: un segmento en crecimiento en medio de un descenso generalizado del crédito". (https://www.BdE.es/wbe/es/noticias-eventos/actualidad-banco-espana/intervenciones-publicas/d-g--supervision--foro-banca-consumer-axactor---credito-al-consumo--un-segmento-en-crecimiento-en-medio-de-un-descenso-generalizado-del-credito-.html)

[377] Folios 3163 – 3188.

con su primer informe económico[378] , la digitalización en el sector bancario ha permitido la entrada al mercado español de bancos europeos que operan en España con marcas 100% digitales, que en la actualidad prestarían servicios al 30% de los clientes. De hecho[379], en línea con precedentes nacionales[380], matiza que algunos de estos operadores cuentan con licencia bancaria en otros Estados Miembros y ofrecen directamente sus productos en España, habiendo establecido algunos de ellos filiales en España, como el caso de Revoult, Wise o N26, entre otros[381].

356. SABADELL, por su parte, ha manifestado[382] que "*la necesidad de inversión en una red de sucursales a gran escala que permita un nivel de servicio adecuado a los consumidores se erige como una de las barreras de entrada más importantes en el sector de banca minorista tradicional […]. En consecuencia, no se han producido entradas de bancos tradicionales en España en los últimos años*".

357. Del resto de operadores consultados en el test de mercado, 6[383] de los 11 competidores tradicionales encuestados, consideran que las oficinas han perdido su relevancia, en detrimento de otros canales digitales que han favorecido la aparición de nuevos competidores (como neobancos y fintech). Ni los restantes 5 competidores tradicionales ni la totalidad de los competidores de banca online han identificado la necesidad de contar con sucursales físicas como una barrera a la entrada al mercado de banca minorista.

358. Se puede concluir, por tanto, que, la disposición de una red física de sucursales no representa una barrera al mercado insalvable, a la vista de la llegada de nuevos neobancos o de bancos online propiedad de entidades tradicionales (como Evo Banco, ING, Imaginbank u Openbank), incluso de entidades extranjeras. Las dificultades de estas entidades para hacerse con una posición más relevante en el mercado estarían más relacionadas con las características de la demanda, como ya se ha expuesto.

359. Sin embargo, dado que la presencialidad mantiene un papel relevante y la tenencia de una red de sucursales genera una ventaja competitiva allí donde la demanda es realizada principalmente de forma presencial[384], puede ser un elemento diferenciador, al menos en el caso de las entidades de corte tradicional.

---

[378] Folios 2501 – 2569.

[379] Folios 125 – 196.

[380] C/1386/23 ABANCA / TARGOBANK.

[381] La libre prestación de servicios bancarios y de establecimiento de operadores que cuentan con licencia bancaria en otros Estados Miembros queda recogida en la Directiva 2013/36/UE y en la correspondiente norma de transposición al ordenamiento jurídico español (Ley 10/2014 de Ordenación, Supervisión y Solvencia de Entidades de Crédito).

[382] Folios 3493 – 3542.

[383] Abanca, CaixaBank, Cajamar, Ibercaja, Kutxabank y Santander.

[384] Tal como ya se ha expuesto anteriormente, la presencialidad sigue resultando relevante para grupos de clientes como aquellos en riesgo de exclusión financiera o las pymes y autónomos, así como en productos de cierta complejidad de tramitación o que requieren de un asesoramiento personalizado a los clientes (como las hipotecas entre otros).

360. Con respecto a la existencia de **costes de cambio**, SABADELL, sostiene[385] que: *"Por diversos motivos (prestigio, reputación, solvencia, etc.), los clientes no cambian de banco a menudo (la tasa de abandono en particulares es de tan solo el 8,1%). Esta inercia de los clientes bancarios tiene un impacto desincentivador en la entrada de nuevos operadores al mercado. La preferencia de los consumidores por los bancos ya establecidos y la falta de familiaridad de los consumidores con las opciones de cambio son probablemente los mayores obstáculos de crecimiento que experimentan los nuevos entrantes al mercado*".

361. La CDC-CV afirma en su informe que "*aunque es cierto que el marco normativo actual facilita dicho cambio en lo que concierne, entre otros productos, a cuentas corrientes, fondos de inversión, planes de pensiones e hipotecas, en muchas ocasiones los costes de cambio son considerables y van más allá de lo que la simplificación y facilitación meramente jurídica de los mismos puede aspirar a limar*". Entre los costes existentes, señala los "*impedimentos relativos al acceso a la información, a la ejecución material (escasez de oficinas y de horarios de atención al público), penalizaciones económicas, tanto directas como indirectas (en muchas ocasiones, se contratan productos vinculados que ofrecen una serie de beneficios que, al diversificar entre bancos, se pierden, reduciéndose, por tanto, la competencia en mercados conexos de aquellos productos con los que se fideliza al consumidor, como el préstamo hipotecario para vivienda).*"

362. Por su parte, como se ha mencionado al analizar las características de la demanda, el reciente informe de la CNMC sobre el mercado de depósitos[386] se refiere a factores, como niveles de educación financiera inferiores a la mayoría de los países de la eurozona o el grado relativamente alto de desconfianza en el uso de servicios bancarios online según Eurostat, que reducirían la propensión a contratar productos sustitutivos de los ofertados por las entidades bancarias tradicionales. Los clientes pymes, no obstante, no se verían tan afectados por algunos de estos factores, lo que es consistente con los datos aportados por BBVA que, como se ve a continuación, reflejan una mayor rotación de pymes que de clientes particulares.

363. En el test de mercado, ningún operador encuestado ha identificado la existencia de altos costes de cambio como barrera a la entrada, si bien sí ha reflejado[387] otros elementos como: (i) elevados requisitos de capital (introducidos a raíz de la crisis financiera de 2008) y solvencia, así como requisitos de tipo regulatorio (licencias bancarias, requisitos de blanqueo de capitales entre otros); (ii) necesidad de innovación constante en el ámbito digital, así como riesgos de tipo tecnológico, centrados sobre todo en el auge

[385] Folios 3493 – 3542.

[386] INF/CNMC/149/24 – Informe sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancario sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancarios que podrían afectar a los incentivos para la remuneración de los depósitos. https://www.cnmc.es/sites/default/files/5710381.pdf

[387] Respecto a requisitos regulatorios y de capital: 8 de 11 entidades tradicionales y 3 de 6 entidades online. En el caso de innovación y riesgos tecnológicos: 5 de 11 entidades tradicionales y 3 de 6 entidades online Finalmente, respecto a las economías de escala: ha sido señalada por 8 de 11 entidades tradicionales.

de las estafas y ciberataques en el sector; y (iii) importantes economías de escala para poder operar de manera rentable.

Análisis de alegaciones de BBVA sobre costes de cambio

364. La notificante ha argumentado que[388], tal como ha reconocido la CNMC en precedentes[389], un factor que influye en la existencia de unas bajas barreras de entrada a este mercado es precisamente la inexistencia de costes de cambio significativos por parte de los clientes, facilitado por el marco normativo. Así, con la adopción del Real Decreto 19/2017, de 24 de noviembre,[390] se estableció un régimen legal por el cual los clientes pueden realizar el traspaso de cuentas de forma ágil y eficaz, inspirado en los "Principios comunes para el traslado de cuentas bancarias" elaborado conjuntamente por la CECA, la AEB y la UNACC, que incorporó los *"Common principles for bank account swichting"* promovidos por el Comité Europeo de Industria Bancaria ("EBIC").

365. También ha señalado que la ausencia de costes de cambio y el incremento de la intensidad competitiva se reflejan en la creciente propensión de los clientes a diversificar sus relaciones bancarias entre distintas entidades y/o a distribuir de forma más diversificada su riesgo de crédito entre distintas entidades.

366. Además, la notificante considera que la tasa de bajas proporciona una visión incompleta y parcial de la dinámica competitiva del mercado; así, señala que los bajos costes de cambio se evidencian en la elevada frecuencia con la que los clientes cambian de proveedor. BBVA experimenta, según sus datos, una rotación importante en todos los segmentos de clientela; por ejemplo, en el segmento de pymes, el porcentaje de nuevos clientes sobre el número de clientes existentes al final del año se ha incrementado del [10-20]% en 2022 al [10-20]% en 2024. Asimismo, BBVA habría experimentado un elevado dinamismo en su cartera de crédito de clientes empresariales: durante el período 2020-2024, entre el [10-20]% y el [20-30]% de sus clientes PYME correspondían a nuevas captaciones procedentes de la competencia o a clientes que experimentaron variaciones significativas en su nivel de vinculación con la entidad.

367. A juicio de esta Dirección, estos datos son compatibles con una entrada discreta de nuevos competidores en el mercado de servicios minoristas a pymes. Ello podría explicarse por una reducción del número de competidores, consecuencia de las operaciones de concentración en los últimos años; dado que las pymes suelen contratar con más de una entidad, habría aumentado el número de las mismas, clientes de las entidades restantes, fundamentalmente banca tradicional, a pesar de la relativa ausencia de nuevos operadores en este mercado.

---

388 Folios 4439 – 4457.

389 C/1386/23 ABANCA/TARGOBANK C/1144/CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/BCG.

390 Real decreto – ley 19/2017, de 24 de noviembre, de cuentas de pago básicas, traslado de cuentas de pago y comparabilidad de comisiones.

368. Pero efectivamente, estos datos no apuntan a la existencia de costes de cambio importantes y reflejan la existencia de presión competitiva entre entidades tradicionales para la prestación de servicios a pymes, que, tal y como ha mostrado también el test de mercado, centrarían su demanda en entidades de corte tradicional.

369. En el caso de los particulares, las tasas de rotación se han mantenido estables durante el período 2022-2024 en torno al [5-10]% y en todo caso por debajo del [5-10]%. Según el primer informe de BBVA[391], el número de clientes que mantenían múltiples relaciones bancarias, también se ha mantenido estable entre 2017 y 2022 pero mostraba un ligero aumento en 2023.

370. Sin embargo, en este segmento se ha detectado una mayor presencia de nuevos entrantes, a pesar de que las tasas de rotación, posiblemente influidas por factores como los identificados por el citado informe de la CNMC para el mercado de depósitos, son más bajas.

(ii) Competencia potencial

371. Lo expuesto permite concluir que la banca digital se configura como competencia potencial que ya ha logrado captar clientes, de manera más notable en determinados mercados. Así lo ha puesto también de manifiesto el test de mercado[392].

372. A modo de ejemplo, afirmaba CaixaBank[393] que "*con carácter general, en el segmento de particulares, se da la presencia de operadores distintos a los tradicionales, ya sean neobancos, fintechs y/o bigtechs. En el ámbito de los neobancos, entendemos que el principal competidor seria Revolut. Asimismo, también están apareciendo algunas fintechs como Qonto, especializada en el segmento de los comercios, que, en algunos lugares de Europa, parecen mostrar signos de crecimiento acelerado. En España por el momento no parecen ser todavía relevantes*".

373. La ACCO señalaba en su informe que, *"aunque la banca digital, los nuevos operadores (neobancos, fintech o bigtech), y los bancos de otros países pueden ejercer cierta presión competitiva, que probablemente será creciente en el tiempo, hasta el momento esta presión parece limitada. En términos generales, cuando las familias deben contratar los productos y servicios de mayor importancia o complejidad para ellos, como por ejemplo los créditos hipotecarios, parecen decantarse por la banca tradicional del Estado y por la utilización de las oficinas. Este último es el caso, especialmente, para las*

[391] Figura 11, página 50, informe "Análisis económico del impacto potencial sobre la competencia de la adquisición de Banco SABADELL por parte de BBVA", preparado por RBB Economics.

[392] 9 de 11 competidores tradicionales han identificado la presencia de estos nuevos competidores (neobancos y fintech). Especialmente las asociaciones empresariales, como Cámara de Comercio de Alicante, Confederación de empresarios de Pontevedra, Confederación Nacional de pymes, Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA), Federación Asturiana de Empresarios (FADE) o Confederación Española de la pyme (CEPYME) y también lo han reconocido así algunas las entidades tradicionales competidoras, que en ningún caso han identificado como competidores relevantes a este tipo de entidades (neobancos, fintechs), habiendo enmarcado a las mismas como competidoras en segmentos determinados de mercado (depósitos o crédito al consumo).

[393] Folios 4223 – 4256.

personas de mayor edad o con mayores dificultades para acceder a los medios digitales. También sucede cuando las empresas y, particularmente, las pymes, buscan acceder a crédito o necesitan otros servicios bancarios". Asimismo, comparte que la importancia del canal online "*es mayor para determinados productos como los créditos al consumo y las cuentas y depósitos para particulares"*.

374. SABADELL[394] reconoce también que se ha producido la entrada de nuevos competidores especialmente en el ámbito de particulares, y de forma más limitada de momento, en el ámbito de pymes[395].

375. De hecho, según la Memoria de Supervisión 2022 del BdE[396], "*el sector financiero debe seguir abordando decididamente los retos estructurales y otros de aparición más reciente",* entre los que menciona explícitamente la digitalización de las finanzas y la irrupción de nuevos competidores de gran potencial (particularmente, las bigtechs, las fintechs y otras análogas).

376. BBVA recoge en el formulario de notificación que *"Estos nuevos entrantes, que operan sin una red de sucursales físicas, lo que les permite ofrecer servicios bancarios a costos más bajos y con mayor flexibilidad, han pasado de ser una promesa, a captar un elevado número de nuevos clientes"*.

377. De acuerdo con FUNCAS[397], entre 2019 y 2022 el porcentaje que representaban los clientes de neobancos del total de clientes de banca digital en España, pasó de un 18,0% a un 29,0%, con un crecimiento que, según ese informe, podría amenazar el liderazgo de la banca tradicional a largo plazo.

378. Según el Estudio del Comportamiento Financiero de los Particulares en España 2024, elaborado por Grupo Inmark, operadores digitales (como Revolut), han pasado de captar el 0,1% de clientes totales en 2020 al 19,8% en 2024, estableciéndose como la primera entidad del mercado en este sentido tras adelantar a BBVA (12,9%) y distanciarse de Santander (12,5%) o CaixaBank (9,9%). Destaca asimismo el papel de N26, que capta el 3,2% de nuevos clientes, estando situada en el top 10 de entidades, por delante de entidades tradicionales como Bankinter, Abanca, Unicaja o Ibercaja entre otras[398].

379. También, según información aportada por la notificante[399], empresas tecnológicas de soluciones de pago (como PayPal o Stripe) han empezado a ofrecer a sus clientes líneas de crédito basadas en el historial de ventas de

---

394 Folios 3493 – 3542.

395 SABADELL defiende que en la actualidad la formalización de operaciones de crédito o de depósitos con pymes no está muy extendida, lo cual demuestra la importancia del canal físico y la figura del gestor en este tipo de cliente (activos que son característicos de bancos tradicionales en España y no tan presente en el modelo de negocio de los neobancos).

396 https://www.BdE.es/wbe/es/publicaciones/informes-memorias-anuales/memoria-supervision/?page=1&start=012023&end=052023&sort=DESC

397 Informe "*La digitalización como eje de transformación bancaria*" elaborado en colaboración con KPMG, de 2023.

398 https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/13046377/10/24/revolut-se-impone-a-la-gran-banca-y-copa-casi-el-20-de-las-nuevas-altas-de-clientes.html

399 Folios 4 – 124.

pymes. Asimismo, menciona a neobancos como Revolut o N26, que han empezado a ofertar herramientas financieras adaptadas a pymes[400][401] y se refiere a la creciente e intensa presión competitiva que ejercen los neobancos, que superan en 2023 los nueve millones de clientes en España.

380. CEPYME señalaba en esta línea en el test de mercado[402] que "*En la actualidad, el interés de las pymes por contratar los servicios de neobancos y compañías fintech va en aumento como consecuencia de la combinación de reducción de costes y herramientas que ofertan*"[403].

381. A la vista de los datos y del test de mercado, esta Dirección coincide con las anteriores manifestaciones, en que la evolución de la oferta de los neobancos y el porcentaje de nuevos clientes que representan sugieren que serán competitivos, también en el segmento pymes; y en que, sin embargo, estas cifras no se ven aún reflejadas en el análisis de cuotas de mercado. Así, incluso si se atiende al porcentaje de clientes bancarios, Revolut ostentaría una cuota del [5-10]%, muy alejada de las entidades bancarias tradicionales como CaixaBank ([30-40]%), BBVA ([20-30]%) o Santander ([20-30]%), aunque próxima a la de SABADELL ([10-20]%).

382. En el caso de <u>créditos hipotecarios</u> actualmente, tampoco existe algún neobanco o fintech que oferte este tipo de producto.

383. Por el contrario, como ya se ha mencionado[404], los operadores digitales tienen mayor presencia en <u>préstamos al consumo</u>, donde, además, existen otras alternativas innovadoras cada vez más frecuentemente demandadas[405] (como servicios de Buy-now-pay-later, créditos exprés o microcréditos), ofrecidas por neobancos y otros operadores digitales[406] que podrían considerarse competencia potencial del crédito al consumo tradicional[407].

384. También en el <u>ámbito de depósitos</u>, todo apunta a que[408] los neobancos y fintech sí serán una alternativa a los bancos tradicionales, generando una

---

400 Como el caso de la plataforma Revolut Business, que ofrece cuentas para empresas con funcionalidades como pagos internacionales sin comisiones y herramientas de gestión financiera.

401 Ninguna de las entidades bancarias a las que se ha preguntado en el marco del test de mercado (tradicionales y online como ING) ha identificado a los neobancos como un competidor directo y con presencia relevante en el ámbito de pymes.

402 Folios 4486 – 4508.

403 Añade que "*los puntos fuertes de estas compañías son la rapidez de la operativa y la puesta a disposición de los clientes de herramientas muy intuitivas que permiten agilizar y ahorrar tiempo en cuestiones tales como la facturación, la gestión de gastos, la contabilidad, el control de los flujos de caja o la integración en una única plataforma*".

404 Ver apartado "estructura de la oferta".

405 Información aportada por BBVA y competidores como Ibercaja, así como por el propio BdE.

406 Como Klarna, Clearpay o Cetelem.

407 Respecto a este tipo de créditos, en precedentes europeos (M.7078 - SANTANDER CONSUME FINANCE / EL CORTE INGLES / FINANCIERA EL CORTE INGLES, M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS, M.9366 - BPCE / AUCHAN / ONEY BANK) y nacionales (C/0504/13 APOLLO/FINANMADRID), también se han analizado como dos segmentos separados dentro del mercado de créditos al consumo: i) los préstamos para consumo ofrecidos por bancos, incluyendo los préstamos en el punto de venta y ii) los créditos ligados a una tarjeta de crédito.

408 Tal y como se recoge en prensa (<u>https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/13046377/10/24/revolut-se-impone-a-la-gran-banca-y-copa-casi-el-20-de-las-nuevas-altas-de-clientes.html</u>) También fue confirmado en el test de mercado realizado en primera fase por algunos competidores de banca tradicional (Abanca, Bankinter, Cajamar, Ibercaja, Kutxabank, Santander, Unicaja) y asociaciones de empresas (en concreto Confederación de empresarios de Pontevedra, Confederación Nacional de pymes, Federación Asturiana de Empresarios, CEPYME, Confederación

presión competitiva relevante en el mercado en los últimos años. De hecho, las entidades más pequeñas, especialmente fintech y neobancos, han llevado a su catálogo de manera general depósitos y cuentas remuneradas (que no suelen figurar en el escaparate de la banca tradicional), con el objetivo de atraer al mayor número de clientes posible. Esto explicaría en gran medida su crecimiento exponencial en captación de clientes[409].

385. Esta Dirección comparte, en definitiva, lo señalado en el informe INF/CNMC/149/24: "*la creciente presencia de entidades que operan única y fundamentalmente en el canal de internet puede ejercer una presión competitiva superior a la que revelan las cuotas de mercado de las entidades de crédito tradicionales. En otras palabras, la dimensión geográfica está perdiendo progresivamente peso en favor del canal online*".

386. Es decir, ante la ausencia de barreras de entrada significativas, ya sea por la presencia de una red física o la existencia de costes de cambio relevantes, es razonable esperar que los nuevos competidores online, a pesar de no ser todavía una alternativa real en todos los mercados, sigan incrementando la presión competitiva sobre la banca tradicional y extiendan su negocio a mercados donde cuentan, actualmente, con una presencia más limitada.

387. Por ello, considerando los datos que obran en este expediente, y a diferencia del contexto existente al analizar los últimos precedentes en el sector, sí puede afirmarse que los competidores de base tecnológica suponen en la actualidad una amenaza competitiva para las entidades financieras, especialmente en determinados mercados.

6.3.2. Banca privada, corporativa, leasing y factoring

388. Finalmente, cabe señalar que las conclusiones alcanzadas en materia de barreras de entrada y competencia potencial en banca minorista pueden hacerse extensivas al resto de mercados de servicios bancarios analizados (banca privada, banca corporativa, leasing y factoring), si bien debe tenerse en cuenta que, especialmente en los mercados de banca privada[410], banca corporativa y leasing, la presencia de operadores digitales es todavía limitada actualmente, ya que en este tipo de servicios requieren de una elevada especialización y relaciones de confianza con gestores, siendo estos elementos poco característicos, al menos actualmente, del modelo de negocio de neobancos y fintechs.

389. En este sentido, se ha pronunciado SABADELL alegando que: "*No existen en el mercado competidores en banca privada distintos de las entidades de*

Empresarial de C. Valenciana) así como los propios neobancos y bancos digitales (Revolut, N26, Bnext, ING, Openbank, ImaginBank) que han reconocido que uno de los productos donde destacan los neobancos y las fintech es en materia de depósitos.

409 https://cincodias.elpais.com/companias/2023-09-25/los-neobancos-superan-los-9-millones-de-clientes-en-espana-gracias-al-tiron-de-los-depositos.html

410 Se podrían añadir otras posibles barreras a la entrada que aplicarían en este mercado, de acuerdo con la información aportada por SABADELL, tales como barreras de tipo regulatorio (obligaciones de Directiva MIFID II, de comunicación y evaluación constante por la entidad respecto a sus clientes, obligaciones en materia de blanqueo de capitales…) o barreras relativas a la necesidad de contar con personal altamente cualificado para atender este tipo de negocio, si se compara con el negocio de banca minorista.

banca genérica y banca privada especializada: no están presentes en este mercado entidades como neobancos, fintech o bigtech. Prueba de lo anterior es que no figuran en la base de datos de FundsPeople".

390. Asimismo, SABADELL considera poco probable que este tipo de entidades accedan al mercado de banca privada en un futuro debido a: (i) la preponderancia de entidades tradicionales (banca genérica y banca privada especializada); (ii) el asesoramiento especializado y personalizado centrado en la figura del gestor y (iii) que la operativa online suele limitarse a operaciones menos complejas. Extiende además estas mismas conclusiones al mercado de banca corporativa.

391. En el caso del leasing se matizan las barreras de entrada para fintech y neobancos; de entre las entidades sujetas a supervisión por el BdE, bien sea de forma autónoma o bien en el marco del Mecanismo Único de Supervisión, están legalmente autorizados para realizar operaciones de leasing en España las entidades de crédito (bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito) y los establecimientos financieros de crédito[411]. Además, para poder prestar estos servicios, resulta necesario contar con importantes fuentes de liquidez que son más difícilmente accesibles para nuevos competidores[412]. Estos factores hacen que la presencia de nuevos competidores sea también limitada todavía en este mercado y exista una preponderancia de entidades tradicionales.

392. Sin embargo, estas conclusiones serían aplicables al mercado de factoring, de forma más limitada, ya que, tanto la propia SABADELL[413] como los competidores tradicionales[414], reconocen la creciente presencia de fintech especializadas en este tipo de servicio si bien, por el momento, es asimismo limitada.

6.3.3. Mercados relacionados con servicios de pago

393. De acuerdo con un estudio de la Comisión Europea sobre el impacto de la directiva PSD2[415], "*la necesidad de una competencia más eficaz sigue siendo pertinente a la luz de las barreras técnicas, comerciales y regulatorias para entrar en el mercado*". No obstante, el informe concluye que, si bien el mercado está en continua evolución, existen determinadas tendencias que estaban presentes en el inicio de la PSD2 y que continúan hasta el día de hoy[416]. De hecho, en dicho estudio la Comisión Europea destaca cómo estas barreras presentes en todos los países son aún mayores en España debido

[411] De acuerdo con la información proporcionada por el BdE en respuesta al requerimiento de información realizado con fecha del 2 de agosto de 2024.

[412] Información aportada por SABADELL, folios 3435 – 3492.

[413] Folios 3435 – 3492.

[414] Algunos competidores como Banca March, Bankinter, CaixaBank, Kutxabank y [CONFIDENCIAL].

[415] Estudio de la Comisión Europea "A study on the application and impact of Directive (EU) 2015/2366 on Payment Services (PSD2)" https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f6f80336-a3aa-11ed-b508-01aa75ed71a1/language-en

[416] El mencionado estudio de la CE fue publicado en 2023.

a la existencia de bancos tradicionales en los que la oferta digital ya es muy amplia[417].

394. Si bien prácticamente todos los operadores de banca tradicional preguntados en el test de mercado[418], han señalado que los neobancos, fintech y Bigtech compiten con la entidad, destacando su presencia, en general, en los servicios de pago[419], en particular en **emisión de tarjetas**, dos entidades destacaron[420] la persistencia de determinadas barreras regulatorias o legales; ejemplo de ello es el hecho de que nuevas entidades como las fintech, encuentran más dificultades a la hora de prestar estos servicios, ya que suelen operar con licencia de entidad de dinero electrónico (EDE), con limitaciones frente a las entidades bancarias tradicionales[421]. A esta barrera legal, se añaden las posibles dificultades para la obtención de las autorizaciones pertinentes.

395. Según la fintech Paynopain Financial Services S.L, los servicios de adquirencia, son los más sencillos de sustituir por parte de empresas similares o competidoras de las partes "*ya que la elección del comercio es libre, pudiendo liquidar fondos en cualquier cuenta titularidad del comercio*"; sin embargo, "*el servicio de emisión de tarjetas es más complejo de sustituir por parte de una fintech dado que, con carácter general, están soportadas por cuentas de dinero electrónico que tiene ciertas limitaciones frente a las cuentas bancarias tradicionales*".

396. De acuerdo con el informe de la CDC-CV, los efectos de la Directiva PSD2, en cuanto a la apertura del mercado de emisión de tarjetas y entrada de nuevos competidores, son mixtos. Por un lado, "*se ha abierto relativamente a la competencia y a nuevas soluciones de pago, como agregadores de cuentas, proveedores de servicios de iniciación de pagos (PISP) y proveedores de servicios de información de cuentas (AISP)*". Sin embargo, considera que "*el éxito que han tenido, en comparación con el poder de mercado que tienen estas empresas en otros sectores, puede ya evaluarse que ha sido, como mínimo, lento*"

397. En esta misma línea, el BdE[422] señala, respecto a los **servicios de adquirencia,** que "*no se aprecian más barreras de entrada que la exigencia de cumplir las condiciones establecidas en la norma para la autorización como entidad de crédito, de pago o de dinero electrónico. La prestación del servicio de adquirencia no se somete a ningún requisito especial.*" No

[417] En este sentido, Revolut Bank señala que el hecho de que la banca española tenga una presencia fuerte en el segmento online constituye una barrera de entrada que afecta en general a los servicios financieros (bancarios y de pago) ya que los entrantes deberán desarrollar productos diferenciados en un mercado ya muy maduro.

[418] Salvo Deutsche Bank, Kutxabank y Banco Cooperativo Español.

[419] Concretamente, destacan la presencia en estos servicios Cajamar, Abanca, Santander (para el caso de las Bigtech), Ibercaja (que de hecho señala como de forma general la presencia de estos operadores no es muy destacable, con la excepción de pagos).

[420] Concretamente, el neobanco Bnext y la fintech PAYNOPAIN.

[421] El neobanco Bnext aclara que, aunque la EDE tenga autorización para prestar un servicio financiero concreto, estas entidades no están autorizadas para tener cuentas directamente en el BCE por lo que para prestar el servicio de pago para el que esté autorizada, la EDE necesita de una entidad bancaria que le preste un servicio de representación en la cámara y pueda liquidar en cámaras de compensación nacionales.

[422] En respuesta al requerimiento de información formulado con fecha del 14 de agosto de 2024.

obstante, señala cómo, desde un punto de vista operativo, resulta necesario acceder a los correspondientes esquemas de tarjetas.

398. La notificante argumenta[423], en línea con precedentes nacionales[424], que la CNMC ha descartado la existencia de barreras legales en el mercado de medios de pago, más allá de la obtención de las correspondientes licencias.

399. Así, la presencia de estos nuevos operadores se ha visto incrementada tanto en el mercado de emisión de tarjetas como en los servicios de adquirencia, gracias a la entrada de fintechs en el mercado español, que se han especializado en la prestación de servicios de pago, suponiendo para los demandantes de estos mercados, una alternativa real respecto a las entidades tradicionales. De hecho, la mayoría de los operadores de banca tradicional[425] consideran como competidores a fintech, neobancos o Bigtech, especializados, principalmente, en servicios de pago.

400. Además, de acuerdo con la información proporcionada por el BdE[426], cuando un PSP[427] está autorizado en la UE para prestar servicios de pago, puede ofrecerlos en el conjunto de la UE, en virtud de la libre prestación de servicios o de la libertad de establecimiento. Por tanto, actualmente la competencia potencial en la prestación de todos los servicios de pago la constituyen otros PSP de cualquier país de la UE.

401. A pesar de que, a la luz de lo anterior, las barreras regulatorias, comerciales o tecnológicas no parecen preocupantes, el test de mercado ha puesto de manifiesto ciertas restricciones. Así, una de las fintech[428] destaca en el test de mercado la existencia de barreras de carácter tecnológico para empresas más pequeñas que quieren entrar a prestar estos servicios y que para ello deben competir contra grandes entidades bancarias cuyos recursos tecnológicos, de capital y personal son superiores.

402. Asimismo, existiría una barrera adicional derivada del hecho de que la explotación de este servicio requiere del desarrollo de una infraestructura tecnológica, debido a la necesidad de conexión con los diferentes esquemas de pago (fundamentalmente Visa y MasterCard)[429], siendo las grandes empresas las que tienen una mayor capacidad para explotar economías de escala y llevar a cabo innovaciones tecnológicas.

403. La innovación tecnológica resulta también clave respecto a los TPVs físicos y servicios técnicos para la aceptación de operaciones de pago, al desempeñar un papel relevante para aumentar su funcionalidad y facilidad

---

423 "Informe económico: Análisis económico del impacto potencial sobre la competencia de la adquisición de Banco SABADELL por parte de BBVA". Realizado por RBB Economics

424 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY

425 Cajamar, Santander, Ibercaja y [CONFIDENCIAL], para segmentos específicos como segmento de clientela joven y servicios de pagos. También destaca la competencia que ejercen estos nuevos competidores Banca March y CaixaBank, para toda la banca minorista dirigida a particulares, sin especificar segmentos dentro de la misma. Banco Santander destaca también la presencia de las Bigtech en pagos.

426 En respuesta a Requerimiento de información formulado con fecha del 2 de agosto de 2024.

427 Proveedor de Servicios de Pago.

428 DIVILO FINTECH S.L.

429 C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY.

de uso. Así, en el mercado de servicios de adquirencia cabe apreciar diferencias en la tecnología de los TPVs físicos de los distintos operadores, del software empleado en la pasarela o TPV virtual para aceptar los pagos realizados en el comercio online[430].

404. Estas diferencias en las características y tecnología ofrecida surgen de la especialización llevada a cabo por los Neobancos, fintech o Bigtech, que se han centrado en el desarrollo de servicios concretos, como los servicios de pago, que están siendo analizados en la presente operación[431]. Pese a la ventaja competitiva que puede suponer esta especialización, las entidades de banca tradicional cuentan con capacidad para poder fidelizar al cliente gracias a la oferta de una gama amplia de servicios como cuentas, tarjetas, créditos y al suministro del TPV, que en ocasiones se suministra de forma gratuita o con margen reducido con esta finalidad[432], confiriéndoles ventaja a la hora de captar clientes.

405. Adicionalmente, existirían barreras derivadas de la importancia del prestigio y nombre de la entidad que presta los servicios y de la digitalización de la banca tradicional en España, barreras que, además de ser mencionadas en el informe de la Comisión Europea, han sido identificadas en el test de mercado[433], argumentando que los servicios de adquirencia se basan en la confianza en la entidad que presta los servicios, siendo por tanto, una ventaja significativa, el nombre y prestigio de una entidad bancaria de gran tamaño que venga ya prestando servicios de adquirencia.

406. A este respecto, BBVA alega[434] que no todos los clientes prefieren contar con un proveedor bancario, sino que existen entidades que prefieren contratar los servicios relacionados con cobros y pagos con empresas no bancarias. Esto lleva a que la capacidad de las plataformas para expandirse no se vea restringida por la notoriedad de la marca de la banca tradicional y que para ciertos segmentos de la clientela "*la especialización, orientación digital y presencia internacional de estos operadores podría incluso constituir una ventaja competitiva frente a la banca doméstica en términos de reconocimiento de marca*".

407. Sin embargo, las cuotas de mercado de entidades de banca tradicional para los servicios de adquirencia en España reflejan un peso superior de estas entidades frente a entidades no bancarias especializadas en servicios de pago. Además, tanto el mencionado informe de la Comisión Europea[435] sobre el impacto de la Directiva PSD2, como el informe de la CDC-CV comparten que la presencia de las entidades de banca tradicional en la prestación de servicios de pago es especialmente relevante en España.

---

430 C/1229/21 COMERCIA / ACTIVOS DE CAIXABANK.

431 C/1229/21 COMERCIA / ACTIVOS DE CAIXABANK.

432 Tal y como se pone de manifiesto en la respuesta al test de mercado realizado en primera fase de BNext y la respuesta al requerimiento de información de SABADELL realizado con fecha del 14 de agosto de 2024.

433 De acuerdo con la información proporcionada en respuesta al test de mercado realizado en primera fase por Divilo fintech, S.L.

434 Alegaciones al IP presentadas con fecha de 14 de enero de 2025.

435 "A study on the application and impact of Directive (EU) 2015/2366 on Payment Services (PSD2)".

408. Por otro lado, la colaboración con terceros a la hora de prestar servicios de pago y liquidación, claves para la operativa bancaria diaria en España, podría suponer un obstáculo para competidores que afecta, tanto a servicios de emisión como de adquirencia[436], en la medida en que el accionariado de estas entidades suele estar compuesto por entidades bancarias. Esto ocurriría en entidades como: Servired, STMP, Bizum, Redsys o Iberpay[437], cuyo accionariado está compuesto por las principales entidades bancarias del país.

409. En este sentido, el neobanco Bnext ejemplifica la existencia de estas barreras de entrada con el funcionamiento de la prestación de servicios de transferencias instantáneas a través de Bizum, "*cuyos criterios de acceso no son transparentes y que impiden que otro tipo de entidades (incluso aquellas autorizadas para prestar servicios de pago) accedan a dicha plataforma. De hecho, no existe en la actualidad ninguna entidad financiera de pago que no sea una entidad de crédito que sea partícipe de Bizum*". No obstante, esta posible dificultad sería, en todo caso, previa y ajena a la operación. Por otro lado, cabe señalar que en los últimos años neobancos como N26 en 2022 o Revolut en 2024 han integrado Bizum y ofrecen estos servicios a sus clientes.

410. Con el fin de evitar que unas pocas entidades puedan vetar decisiones clave, los estatutos sociales de estas entidades configuran límites en las participaciones de capital o una participación de bloqueo de al menos una tercera parte del capital en el caso de Iberpay. A modo de ejemplo, Bizum es una entidad cuyo accionariado está compuesto por entidades bancarias, fijándose un límite máximo del 24% del capital de la sociedad que pueden mantener cada uno de sus accionistas.

411. Respecto a **cajeros,** la notificante menciona en su informe económico[438] que también la digitalización ha facilitado nuevas alternativas a la retirada de efectivo que tradicionalmente venía realizándose en cajeros. Así, recientemente se ha producido la entrada de Nickel, marca 100% digital de BNP Paribas, que cuenta con una asociación con una red de estancos los cuales "*actúan como puntos físicos donde los clientes pueden abrir su cuenta, ingresar y retirar dinero en efectivo"*.

412. Asimismo, la notificante señala como posible alternativa a los cajeros, el denominado servicio de "*cashback*"[439] que según indica, ya ofrecen en España bancos como ING o la sociedad alemana Viafintech. Este servicio permite obtener efectivo a través de redes no bancarias, tales como supermercados o gasolineras, en el momento en el que se realiza una compra, sin coste adicional para el cliente. A pesar de existir entidades que

[436] Barrera destacada para los servicios de emisión de tarjetas por el neobanco BNext.

[437] De acuerdo con la información proporcionada por la notificante en el Requerimiento de Información realizado con fecha del 14 de junio de 2024. No obstante, no es necesario formar parte del accionariado de Bizum para prestar este servicio, entidades como Revolut o N26 prestan servicios de Bizum sin formar parte del accionariado de la entidad.

[438] Informe económico: Análisis económico del impacto potencial sobre la competencia de la adquisición de Banco SABADELL por parte de BBVA. Realizado por RBB Economics.

[439] En este caso, la notificante se refiere al "cashback tradicional", que es un sistema de retirada de efectivo a través de un establecimiento comercial que cuente con este servicio.

prestan el servicio en España, según un estudio del BCE de 2020[440], los ciudadanos de la eurozona obtienen únicamente el 2% del efectivo a través de "*cashback"*. Para el caso de España, de acuerdo con información del BdE[441], la presencia del servicio es insignificante y se ha mantenido estable en los años 2022 y 2023.

413. Existe una alternativa adicional a los cajeros automáticos que viene dada por "*Correos Cash"*, la cual permite retirar efectivo en oficinas de Correos. No obstante, al igual que ocurre con el método "*cashback*", "*Correos Cash"* sigue siendo una alternativa poco conocida y utilizada en España.

414. De acuerdo con el informe de BdE "*Estudio sobre hábitos en el uso del efectivo*" de 2023, el nivel de conocimiento de este servicio no supera el 25% en ninguno de los perfiles analizados. Asimismo, según el informe del BdE "*La accesibilidad presencial a los servicios bancarios en España: informe de seguimiento 2023*", el uso de canales alternativos para la retirada de efectivo, donde se encuentran el "*cashback*" y "*Correos Cash*", tiene un porcentaje de uso inferior al 1%.

415. De igual forma, la ACCO señala en su informe que, aunque haya aumentado el conocimiento sobre la existencia de Correos Cash en comparación a 2023, su uso continúa siendo bajo, "*en concreto, solo lo utiliza el 1% de los entrevistados de municipios sin oficina bancaria estable y únicamente lo utiliza el 2% de los establecimientos entrevistados de municipios sin oficina bancaria estable".* Otros servicios, como el servicio de cartero a domicilio para retirada de efectivo de Correos, es poco conocido y tiene un uso marginal.

6.3.4. Fondos de pensiones

416. La actividad relativa a los planes y fondos de pensiones está sometida a un control previo en el que se verifica el cumplimiento de los requisitos que prevé la normativa al respecto, persiguiendo proteger los intereses de los partícipes y beneficiarios de los planes, de manera similar a lo que ocurre con la normativa de seguros.

417. En cualquier caso, tal y como afirma la DGSFP, la exigencia de los mencionados requisitos para poder acceder a dicha actividad no constituye un obstáculo formal o material, siendo dichos requisitos diferentes en función de si se trata de una entidad gestora pura o de una entidad aseguradora que gestiona fondos de pensiones.

418. La actividad de gestión de fondos de pensiones requiere autorización administrativa previa y sólo podrá ser realizada por las entidades que cumplan lo dispuesto en el artículo 20 del RDL de Pensiones[442]. En cuanto a la comercialización de planes individuales, esta podrá ser realizada por las

[440] Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/shared/pdf/ecb.spacereport202212~783ffdf46e.en.pdf

[441] Información en su web: https://clientebancario.BdE.es/pcb/es/blog/que-es-el-cashback-y-como-funciona-.html

[442] Además de las entidades aseguradoras autorizadas para operar en España en los seguros de vida, podrán ser entidades gestoras de fondos de pensiones las sociedades anónimas que, habiendo obtenido autorización administrativa previa, reúnan determinados requisitos entre los que destacan, tener como objeto social y actividad exclusivos la administración de fondos de pensiones.

personas y entidades contempladas en el artículo 26 bis del RDL de Pensiones, siempre y cuando estén autorizadas para operar en España[443].

419. Asimismo, tanto las partes como la mayoría de los operadores consultados consideran que hay determinados productos financieros que, sin formar parte del mercado de planes y fondos de pensiones, pueden ejercer presión competitiva sobre ellos debido a su capacidad para cumplir objetivos similares de ahorro y planificación para la jubilación.

7. EFICIENCIAS

420. De acuerdo con la información aportada por BBVA[444], la operación de concentración podría generar una serie de eficiencias económicas y de calidad en la prestación de los servicios bancarios ofrecidos por la entidad resultante.

421. La primera eficiencia alegada sería la obtención de una mayor escala, que permitirá hacer frente de forma más solvente a costes fijos crecientes[445], sobre todo asociados a inversiones tecnológicas, de IA y de ciberseguridad, pudiendo igualarse en este sentido a empresas punteras del sector y con estructuras de costes más ligeras, como son los nuevos competidores (neobancos, fintech). Esto permitirá a la entidad resultante ofrecer productos más innovadores, mejor acceso a distintos servicios y una menor exposición al riesgo de ciberataques.

422. En segundo lugar, BBVA alega que se generaría una eficiencia relativa a la complementariedad[446] existente entre ambas entidades, que se traduciría en la práctica en la prestación de servicios de mayor calidad y variedad para los clientes de ambas. Concretamente, los clientes de SABADELL tendrán acceso a avanzadas capacidades tecnológicas y digitales de BBVA, que lleva años invirtiendo en tecnología para mejorar la experiencia de usuario, además de contar con una oferta de productos más completa y la posibilidad de ampliar sus oportunidades de negocio internacionales a países donde BBVA está presente.

423. En tercer lugar, la resultante gozará, según BBVA, de una mayor solvencia y resiliencia ante posibles shocks externos[447] en comparación con la situación

[443] Las entidades de crédito, las entidades aseguradoras, las empresas de servicios de inversión, las sociedades gestoras de instituciones de inversión colectiva, las entidades gestoras de fondos de pensiones, los agentes de seguros vinculados, los operadores de banca-seguros vinculados y los corredores de seguros.

[444] Folios 2501 – 2569.

[445] Según datos de BBVA, dichos costes fijos han mantenido una senda progresiva de crecimiento, habiendo aumentado desde [CONFIDENCIAL]. Según las alegaciones de BBVA, la escala es un factor clave para ser más competitivos en esta materia y poder igualarse con otras entidades punteras en este aspecto.

[446] BBVA alega que la oferta de SABADELL estaría más concentrada que la suya por ámbitos geográficos (Cataluña y Comunidad Valenciana especialmente), estando el negocio de BBVA más repartido a nivel nacional. Asimismo, la oferta de SABADELL estaría más centrada por segmentos en banca comercial, teniendo una fortaleza menor en banca corporativa, gestión de activos y banca de inversión respecto a BBVA.

[447] BBVA cita como ejemplo de resiliencia frente a situaciones adversas la crisis financiera de 2008, en la que algunos bancos de corte más internacional (como BBVA o Santander) vieron su rentabilidad reducida en menor medida respecto a otros bancos con mayor concentración de riesgos en España y menor diversificación internacional (como CaixaBank o SABADELL). Esta volatilidad también se habría visto reflejada durante la crisis del COVID-19.

actual de SABADELL, teniendo en cuenta la diversificación de riesgos[448] que se produciría como consecuencia de la operación, lo que permitirá además contar con una mayor capacidad para ofrecer financiación a particulares y empresas en coyunturas complicadas. La mayor resiliencia de la entidad resultante se traduciría, según BBVA, en una mayor capacidad para absorber pérdidas potenciales y mantener operaciones estables, incluso en condiciones de mercado adversas, lo que beneficiaría a hogares y empresas que enfrentan dificultades financieras en tiempos de crisis, cuando el acceso al crédito suele ser más escaso y, al mismo tiempo, más necesario. Asimismo, se produciría un efecto de estabilización del sistema bancario en general en España, mitigando potenciales efectos de contagio entre entidades en tiempos de crisis.

424. Finalmente, BBVA alega la existencia de una eficiencia derivada de las sinergias en costes que generaría la fusión de ambas entidades que, presumiblemente, tendrá lugar de forma posterior a la operación de concentración propuesta. BBVA estima que, a partir del tercer año desde que se complete la fusión, se producirá un ahorro para España y México de unos (i) 450 millones de euros anuales derivado de la reducción de gastos generales por integración de infraestructuras, sistemas y procesos de las dos entidades; de (ii) 300 millones de euros de ahorro por las sinergias previstas en materia de gastos de personal, que se realizarán progresivamente y (iii) 100 millones de euros de ahorro, derivados de las mejores condiciones que el BBVA obtendría en el mercado de deuda. Según las estimaciones de BBVA, los ahorros de 850 millones de euros se traducirán en un aumento de capacidad de concesión de crédito de 5.000 millones de euros adicionales al año destinado a hogares y empresas, lo que potencialmente produciría un incremento de oferta en el mercado y una presión a la baja en los precios y una mejora de la oferta crediticia. En el período de transición, la capacidad adicional para ofrecer nuevo crédito seguiría la misma trayectoria que la obtención de sinergias: [CONFIDENCIAL].

425. Se valoran a continuación las eficiencias alegadas por BBVA.

426. En primer lugar, deben tenerse en cuenta los párrafos 76 y siguientes de las Directrices sobre concentraciones horizontales[449]. Especialmente deben reseñarse los párrafos 77 y 78 que indican lo siguiente (subrayado añadido):

> *77. En su evaluación general de una concentración, la Comisión toma en consideración toda eficiencia invocada y probada. Puede decidir que, gracias a las eficiencias que la concentración trae consigo, no hay motivos para declarar la concentración incompatible con el mercado común conforme al apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de concentraciones. Así lo hará cuando tenga pruebas suficientes para*

[448] Según datos de BBVA, el porcentaje de Activos Ponderados por Riesgo con los que cuenta SABADELL fuera de España es actualmente de 22,3% (están concentrados principalmente en Reino Unido, aunque SABADELL opera en 3 países), mientras que el porcentaje de BBVA en este sentido asciende a un 65,6% en 2023, destacando como países con porcentajes más elevados México, Turquía y América del Sur, con operaciones en un total de más de 25 países.

[449] Directrices de la Comisión Europea sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas.

concluir que las eficiencias generadas por la concentración probablemente aumentarán la capacidad y el incentivo de la entidad fusionada para actuar de manera procompetitiva en beneficio de los consumidores, contrarrestando así los posibles efectos anticompetitivos de la concentración.

78. Para que la Comisión pueda tener en cuenta las eficiencias invocadas en su evaluación de la concentración y llegar a la conclusión de que, gracias a las mismas, no hay motivos para declarar la concentración incompatible con el mercado común, las eficiencias deben beneficiar a los consumidores, tener un carácter inherente a la concentración y ser verificables. Estas condiciones son acumulativas.

427. De lo anterior se deriva que, para que una concentración que pueda conllevar potenciales problemas de competencia pueda ser aprobada por las eficiencias generadas, estas deberán ser probadas, aumentar la capacidad y el incentivo de la entidad resultante para actuar de manera procompetitiva en beneficio de los consumidores, ser inherentes a la concentración y ser verificables.

428. Respecto a la primera eficiencia alegada de una mayor escala que permitirá ofrecer servicios más innovadores a todos sus clientes, unida a la segunda eficiencia que permitiría a los clientes de SABADELL disfrutar de las capacidades digitales desarrolladas por BBVA en los últimos años, si bien es cierto que los clientes de SABADELL podrán acceder a ciertas herramientas digitales de las que actualmente dispone BBVA, no resulta cuantificable ni verificable la posible traslación de beneficios a los consumidores. Así, estas eficiencias podrían ser tenidas en cuenta siempre que pudieran probarse y no se mantuvieran en el terreno de las hipótesis. Asimismo, al no haberse remitido un compromiso específico de inversión en productos innovadores por parte de la notificante, no puede garantizarse que se vayan a producir dichas eficiencias en la práctica.

429. En segundo lugar, respecto a la eficiencia alegada de la complementariedad entre entidades, que según la notificante permitirá ofrecer una cartera de productos más completa a los clientes, si bien esta Dirección de Competencia considera que existe una cierta complementariedad entre los negocios de BBVA y SABADELL (como demuestra por ejemplo la composición de la cartera de crédito a empresas de cada una de las entidades), la entidad resultante pasará a ser líder en varios mercados (como el mercado nacional de crédito al consumo o el crédito a pymes a nivel nacional entre otros), reforzando su posición notablemente, al producirse adiciones de cuota relevantes en varios segmentos, especialmente en determinadas localizaciones geográficas. Por todo lo anterior, se considera que la complementariedad que pueda generarse como consecuencia de la operación (además de que no se ha cuantificado el beneficio concreto que se trasladaría al consumidor) no compensaría el incremento de cuota que se producirá en determinados segmentos y zonas geográficas por parte de la resultante.

430. En tercer lugar, en lo que se refiere a la eficiencia relativa a la mayor resiliencia y solvencia de la entidad, esta Dirección de Competencia no cuestiona que la resultante efectivamente tendrá una mayor capacidad para absorber shocks externos, tal como demuestran los test de estrés realizados por la Autoridad Bancaria Europea y el hecho de que el propio BCE haya dado su visto bueno a la concentración. Sin embargo, esta cuestión es precisamente uno de los criterios de evaluación que analiza el BCE para determinar si tras una operación de este tipo se "*garantizaría una gestión sólida y prudente de la entidad de crédito en la que se propone la adquisición*", por lo que no necesariamente debe considerarse un atenuante de la operación desde el punto de vista de la competencia[450].

431. Finalmente, respecto a la alegada eficiencia derivada de las sinergias de costes generadas por la fusión, no se aprecian motivos para dudar de las estimaciones que BBVA realiza respecto a los ahorros de costes, que se producirían progresivamente tras la integración, si bien es cierto que el origen de dichas eficiencias podría haberse justificado y cuantificado con mayor detalle, especialmente en cuanto a la forma en que se trasladarían a los consumidores.

432. En cualquier caso, y como se verá en el siguiente apartado, los posibles problemas derivados de la concentración, identificados tras analizar la estructura de mercado y singularmente las cuotas de mercado resultantes y los índices HHI, están localizados tanto geográficamente como en determinados mercados de producto, mientras que las eficiencias reflejadas en el informe se generarían a nivel global para toda la entidad resultante, y se aplicarían de manera transversal en todas las zonas donde la nueva entidad tuviera actividad. Por tanto, no es posible concluir que dichas eficiencias vayan a ser capaces de compensar por sí solas los problemas generados por la concentración en las localidades o CCPP más afectados.

433. Esta misma opinión es compartida por la ACCO, según la cual no es posible concluir que las eficiencias alegadas por BBVA resuelvan los potenciales problemas de competencia detectados en las áreas geográficas de Cataluña que surgen como consecuencia de la operación de concentración puesto que "*las eficiencias alegadas son generales y los problemas o riesgos inherentes a los niveles de concentración del mercado, como consecuencia de la operación, se producen en ámbitos geográficos concretos, situados en gran medida en Cataluña*". Además, el traslado de las eficiencias alegadas al consumidor no queda, según la ACCO, suficientemente probado, con la excepción de la mayor resiliencia y solvencia de la entidad para absorber shocks. De igual forma la CDC-CV identifica como eficiencias derivadas de la operación los ahorros de costes procedentes de la eliminación de duplicidades innecesarias y por economías de alcance y de escala y los incrementos de eficiencia operativa derivada de una entidad más robusta

[450] Según la Cuarta Directiva de Requisitos de Capital (Directiva 2013/36/UE), el BCE es la autoridad competente para evaluar la adquisición de participaciones de una entidad de crédito bajo criterios de: (i) Reputación del adquirente; (ii) Conocimiento y capacidades del adquirente; (iii) Solvencia financiera del adquirente; (iv) Capacidad de cumplir con los requisitos de capital y de liquidez; (v) Posibles implicaciones sobre el blanqueo o financiación del terrorismo.

financiera y económicamente, sin que sea posible garantizar que estas eficiencias se vayan a trasladar al consumidor final.

8. POSIBLES OBSTÁCULOS PARA LA COMPETENCIA EFECTIVA

434. Antes de analizar los obstáculos para la competencia detectados por la Dirección de Competencia, cabe señalar que existen una serie de mercados en los que no se han detectado problemas de competencia derivados de la concentración.

435. Es el caso de los mercados de banca corporativa, banca privada, leasing y factoring a nivel nacional dentro del mercado de servicios bancarios, así como el mercado de emisión de tarjetas a nivel nacional y también el mercado de fondos y planes de pensiones, para los que se concluye que (i) la cuota resultante de la concentración no resulta preocupante y que (ii) existe un nivel de competencia tal en dichos mercados que no se generan riesgos para la competencia derivados de la presente operación[451].

8.1. Obstáculos para la competencia en ausencia de compromisos.

8.1.1. Banca minorista

436. A nivel nacional, las cuotas no alcanzan el 25% y presentan adiciones inferiores al 10%, manteniéndose CaixaBank como líder en todos los mercados de créditos, depósitos y sucursales, salvo en crédito al consumo y pymes[452]. El índice de concentración no supera los umbrales establecidos por la CE, salvo en el segmento de crédito concedido a pymes, que tras la concentración tendrá un HHI de 1.656 con delta igual a 293.

437. En el caso de **créditos**, a nivel autonómico, las cuotas se aproximan conjuntamente al 30% con adición superior al 10% en la Comunidad Valenciana para el mercado de crédito amplio (quedando con una cuota muy próxima pero inferior a la de CaixaBank); se supera el 30% sin alcanzar el 40% en Cataluña para todos los segmentos, donde la entidad resultante se constituirá como líder del mercado por delante de CaixaBank y distanciándose de Santander; y lo mismo ocurre en Baleares, solo en el mercado de crédito a pymes, donde CaixaBank se mantiene como líder del mercado ([30-40]%).

---

[451] Párrafos 430 a 439 del PCH. Estas conclusiones se han alcanzado teniendo en cuenta la estructura de los mercados así como las opiniones del test de mercado realizado por la Dirección de Competencia en primera fase a operadores relevantes en el mercado.

[452] Crédito al consumo: la entidad resultante se constituiría como la líder a nivel nacional por delante de CaixaBank ([10-20]%), si bien la cuota resultante es del [20-30]% y la adición es muy pequeña ([0-5]%).

Crédito concedido a pymes: tras la operación, la entidad resultante pasaría de ser el tercer operador del mercado a constituirse como líder a nivel nacional. En este caso, si bien la cuota es se sitúa en el [20-30]%, la adición supera el 10%. Existen competidores con cuotas muy próximas como CaixaBank ([20-30]%) y Santander ([20-30]%).

En cuanto al análisis de sucursales, la cuota alcanzada es del [10-20]% y la adición del [5-10]%. El escaso refuerzo de la posición de BBVA, fruto de la operación, dando lugar a cuotas moderadas, hace que se descarten problemas para la competencia en este ámbito.

438. Al descender al ámbito provincial, la cuota conjunta del 30% con adición superior al 10% se supera en Barcelona y Lleida en todos los mercados, constituyéndose como líder, sin alcanzar el 40% salvo en el caso de Barcelona, para crédito hipotecario.

439. En cuanto a las cuotas de **depósitos,** a nivel autonómico, la entidad resultante superaría levemente la cuota del 30% en Cataluña, siendo más elevada en las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, especialmente en la última, donde supera levemente el 40%. A nivel provincial se supera el 30% en Barcelona, Lleida y Tarragona, con adiciones que [superan levemente el 10%] Tanto en Cataluña como en las Ciudades Autónomas y en todas las provincias mencionadas, el índice de concentración supera los umbrales establecidos por la CE.

440. Para **sucursales**, pese a que en Cataluña la entidad resultante refuerza su posición, la líder del mercado continuará siendo CaixaBank. También se supera la cuota del 30% con adición mayor del 10% en Tarragona (levemente, quedando por detrás de CaixaBank a distancia notable), Alicante y también en Barcelona, donde la entidad resultante se constituye como líder del mercado (seguida de cerca por CaixaBank). Tanto en Cataluña, como en estas 3 provincias los índices HHI superan los umbrales de las Directrices de la Comisión Europea.

441. En consecuencia, no se pueden descartar problemas de competencia en banca minorista en dichas localizaciones, razón por la que se ha realizado un análisis más detallado.

442. Así, a nivel **municipal**, la operación no genera ningún monopolio, pero en **48 municipios** da lugar a una estructura de **duopolio**[453].

443. Además, existe una coincidencia entre aquellos municipios donde las cuotas resultantes de la concentración son más elevadas y las provincias en las que se supera la cuota del 30% (o se aproxima), con adición mayor al 10% en términos de sucursales: Barcelona (61 municipios del total de 95 en los que se produce solapamiento entre las partes y se da una cuota conjunta de al menos el 50%), y en menor medida en Lleida (7 municipios), Tarragona (6 municipios) y Alicante (5 municipios)[454].

444. **En los 72 CCPP** en los que se ha identificado que la entidad resultante quedará, bien en una situación de **monopolio** (7 CCPP[455]) **o** de **duopolio** (65 CCPP), la nula o escasa presión competitiva otorgará a la entidad resultante un elevado poder de mercado que podría influir en su

[453] Independientemente de la cuota de mercado de la entidad resultante.

[454] El resto de los municipios se encontrarían en las provincias de Asturias (2 municipios), León (1 municipio), Girona (8 municipios), Lugo (1 municipio), Murcia (1 municipio), Guipúzcoa (1 municipio) y Valencia (2 municipios). Por tanto, se ha seguido el enfoque más conservador posible, que alcanza áreas problemáticas situadas en provincias en las que, según el informe de la ACCO, también se superaba la cuota del 30%.

[455] En: (03008) Alicante; (08203 u 08205) SABADELL; (35580) Yaiza (Las Palmas); (28906) Getafe; y (49003) Zamora.

comportamiento en estos CCPP[456], con posibles efectos adversos para los consumidores.

445. Del total de estos, casi el 80% se encuentran en Cataluña (57 de 72) y 6 de ellos en la Comunidad Valenciana (Alicante)[457].

446. Considerando estos elementos se exponen a continuación (i) los riesgos horizontales unilaterales para la competencia identificados por esta Dirección, ya recogidos en el PCH y (ii) los riesgos alegados por SABADELL que se descartan por parte de esta Dirección. Asimismo, se da contestación a las alegaciones de BBVA y SABADELL.

8.1.2. Empeoramiento de condiciones comerciales para particulares y pymes en determinadas localizaciones

447. La situación de monopolio y duopolio observada en determinados CCPP impide descartar la existencia de un **riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales a los clientes particulares para determinados productos** de banca minorista, pues la entidad resultante tendrá capacidad e incentivos para modificar y/o empeorar condiciones sin riesgo de perder clientes en favor de otra entidad.

Análisis de alegaciones de BBVA sobre ausencia de capacidad e incentivos para empeorar condiciones

448. BBVA ha defendido a lo largo del expediente la ausencia de capacidad e incentivo[458] de la entidad resultante para empeorar las condiciones comerciales que aplica en determinados CCPP basándose en que: (i) las decisiones de política comercial de las entidades bancarias se adoptan y diseñan a nivel nacional[459]; (ii) la digitalización, tanto de operadores tradicionales como de nuevos entrantes al mercado, disminuye la asimetría de información, permitiendo realizar comparaciones de productos y servicios de forma prácticamente inmediata y la selección de las opciones más ventajosas[460]; y (iii) se trata de un mercado con reducidas barreras de entrada (actualmente no resulta imprescindible disponer de una red de sucursales físicas para atender a los clientes) y bajos costes de cambio de proveedor, que llevarían a una pérdida rápida de clientes en caso de empeoramiento de condiciones.

449. También la totalidad de entidades bancarias tradicionales encuestadas en el test de mercado ha manifestado que consideran que existe un nivel de competencia elevado y suficiente en el mercado de banca minorista en

[456] En el ámbito de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla no se ha identificado ningún CP en que se den monopolios o duopolios como consecuencia de la operación.

[457] El resto se encuentran repartidos en distintas provincias (Asturias, Cádiz, Guipúzcoa, Las Palmas, Madrid, Santa Cruz de Tenerife y Zamora).

[458] Folios 4 – 124; Folios 4439 – 4457.

[459] En este sentido, la totalidad de las entidades de banca tradicional encuestadas en el test de mercado realizado en primera fase han confirmado que sus condiciones comerciales ofrecidas son homogéneas a nivel nacional, pero pudiendo ajustarse según el perfil de cada cliente y la negociación bilateral llevada a cabo con cada uno de ellos.

[460] Folios 4439 – 4457.

España y que ellas mismas tienen la capacidad y estarían dispuestas a captar clientes descontentos de la entidad resultante tras la concentración[461].

450. No obstante, en línea con el análisis de mercado geográfico expuesto, esta Dirección mantiene que la negociación de condiciones es fundamental en el proceso de fijación de precios y, al vincularse a la presencialidad, modula el alegado diseño de políticas comerciales a nivel nacional. El hecho de que los clientes tengan acceso a información de productos de otros competidores no significa que, en la práctica, los clientes cambien, con carácter general, de entidad bancaria, ya que la detección de un producto con mejores condiciones no conlleva necesariamente su contratación, especialmente si se trata de productos que implican cierta complejidad, no son inmediatamente comparables y para muchos clientes requieren de una atención especializada y, por tanto, del componente presencial.

451. Los datos aportados por BBVA en sus alegaciones[462] refieren que más del [80-90]% de las interacciones de BBVA con sus clientes se realizan en plataformas digitales y que las ventas de BBVA que se inician en canales digitales han crecido desde el [10-20]% hasta el [70-80]% entre los años 2016 y 2023, para concluir que no contradicen el anterior planteamiento. Sin embargo, (i) estos datos reflejarían que la interacción digital, que es un concepto amplio, se produce en las fases previas a la contratación, en las que puede producirse la búsqueda y comparación de ofertas, pero no necesariamente la negociación de condiciones, que también determina el entorno competitivo para valorar el ámbito geográfico del mercado; (ii) incluirían solamente a clientes particulares, por lo que no rebaten el argumento de que, para determinados tipos de producto y clientes, el canal presencial sigue siendo especialmente relevante y (iii) se refieren a "transacciones" con carácter general, lo que puede incluir operaciones muy diversas.

452. En el mismo sentido, deben interpretarse los datos aportados por BBVA, en relación con el crédito hipotecario, indicando que, según información publicada por el propio SABADELL, registró un incremento del 33% en 2023 en las solicitudes tramitadas por canales digitales y un aumento del 52% en el número de potenciales clientes que completaron el proceso de precalificación crediticia de forma autónoma, sin requerir intervención de un gestor; pues se refiere, de nuevo, a interacciones que no implican negociación de condiciones, fundamental en el proceso de decisión, que difícilmente puede realizarse de forma digital, al menos para una parte significativa de clientes.

453. Es factible, por tanto, que los clientes puedan realizar la mayoría de sus operaciones bancarias de forma remota, pero éstas son variadas y no necesariamente comparables y justamente la contratación de determinados productos minoristas de mayor entidad, como un préstamo hipotecario o la

[461] Esta manifestación ha sido realizada por las siguientes entidades tradicionales competidoras de BBVA: Abanca, Bankinter, CaixaBank, Cajamar, Deutsche Bank, Ibercaja, Kutxabank, Santander y [CONFIDENCIAL].

[462] En sus alegaciones al Informe de paso a segunda fase (folios 7530-7557) y en sus alegaciones al PCH.

financiación de un negocio, se rigen por factores adicionales a los mencionados por BBVA, que no se satisfacen en todo caso en una relación digital.

454. Así, se comparte con BBVA que los clientes no se ven ya condicionados hoy en día, a tener que concentrar todas sus operaciones en las entidades más próximas geográficamente, pero también se constata que la proximidad para la negociación de condiciones sigue jugando un papel relevante en las transacciones complejas y, especialmente, para determinado perfil de clientes.

455. Debe tenerse en cuenta, además, que el acceso o recurso digital descrito por BBVA en sus alegaciones no es generalizado y, menos aún, en determinadas zonas y para determinados colectivos de población. Así lo confirma el reciente estudio de la CNMC ya citado[463], que concluye que los niveles de concentración en el mercado de depósitos son particularmente altos en provincias con baja densidad de población o población concentrada en ciudades pequeñas, habitadas por población mayor de edad y, por tanto, con más limitaciones para el uso de los canales digitales. Estos datos refuerzan, por tanto, la idea de que el acceso a las nuevas tecnologías y a los nuevos operadores no alcanza de igual manera a todos los territorios ni a toda la población. A estas limitaciones se añade el nivel de educación financiera, también identificado en dicho informe, que reduce en general la propensión a comparar ofertas por parte de los clientes.

456. En consecuencia, esta Dirección reitera, en línea con lo ya expuesto en este informe, que la digitalización habría reducido, pero no eliminado, la importancia de la proximidad geográfica en la elección de la entidad bancaria y que el ámbito geográfico nacional resulta demasiado amplio para poder valorar adecuadamente todos los potenciales problemas de competencia que derivan de esta operación.

457. Tampoco puede afirmarse, a la vista del análisis de barreras de entrada y competencia potencial, que la presión competitiva procedente de nuevos entrantes neutralice el riesgo derivado de (i) la ausencia de competidores con oferta de banca presencial en determinadas zonas y (ii) la escasa presión competitiva procedente de neobancos y fintech en determinados mercados de banca minorista. En este mismo sentido se ha pronunciado SABADELL en sus alegaciones.

458. También se descarta que los impedimentos legales limiten, como afirma BBVA, su capacidad para modular su política comercial, pues dichos impedimentos (como la homogeneidad de la comisión por el uso de cajeros), no están previstos para la contratación de productos de banca minorista.

459. Otro factor a considerar es que en el mercado español, la sustituibilidad entre entidades competidoras puede ser más limitada que en otros mercados europeos, por la elevada demanda de créditos hipotecarios (al ser un país

[463] En el documento INF/CNMC/149/24 – Informe sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancario sobre los factores ligados a la estructura y funcionamiento del mercado bancarios que podrían afectar a los incentivos para la remuneración de los depósitos.

con mayor tendencia a demandar vivienda en propiedad), en los que suele ser habitual la bonificación por la contratación adicional de otros productos financieros[464].

460. Y aunque BBVA insiste en que la movilidad de los clientes entre distintas entidades financieras en España es comparable e incluso superior a la existente en otras economías de la eurozona, este es un argumento que no resulta de aplicación en las localizaciones consideradas problemáticas en esta operación, donde no hay alternativas de cambio para los demandantes que valoran la presencialidad o encontrarlas tiene un elevado coste para la demanda.

461. A la vista de todo lo expuesto, se reitera el **riesgo de que, tras la operación de concentración, la entidad resultante pueda tomar la decisión de adaptar sus políticas comerciales a su poder de mercado, variándola de forma selectiva, en función de la presión competitiva que enfrente** (pues en la actualidad los propios comerciales de las sucursales bancarias también pueden tener cierto margen de negociación[465]).

462. Incluso si los consumidores, pese a las limitaciones expuestas, estuviesen realmente dispuestos a cambiar de entidad bancaria, ante el hipotético caso de que la resultante empeorase sus condiciones comerciales, para determinados productos o perfiles de demandantes no sería posible, como se viene diciendo, en aquellos CCPP en los que no existe otra sucursal alternativa o escasa competencia presencial; es decir, cualquier empeoramiento de condiciones en áreas geográficas concretas, con nula o escasa presión competitiva, podría ser detectable -pues, de hecho, tendría que comunicarse a los clientes por la entidad bancaria- pero sería difícilmente contestable por determinados clientes o tendría un elevado coste para esos demandantes.

463. El test de mercado ha confirmado este posible problema de competencia[466], especialmente por parte de las asociaciones de consumidores y de empresas. Así, excepto en determinados productos (cuentas, crédito al consumo) y en poblaciones más grandes, en aquellos ámbitos geográficos donde la resultante adquiera un importante poder de mercado, considera que existirá un perfil de clientes que sería más vulnerable a un empeoramiento de condiciones comerciales consecuencia de la operación.

---

[464] Información publicada en la web del BdE. También en esta línea, se pronuncia el citado estudio de la CNMC en materia de remuneración de depósitos.

[465] Este extremo ha sido confirmado en el test de mercado por los competidores de banca tradicional, así como por SABADELL, que argumentan que, existiendo unas condiciones generales aplicables a nivel nacional, las mismas se modulan para cada cliente, según determinados criterios, principalmente por el perfil riesgo de cada cliente, así como por otros factores como coste de la financiación, plazo de la operación productos asociados que pueden bonificar los tipos aplicados, etc.

[466] En este sentido se han pronunciado dos de las entidades de banca tradicional (CaixaBank e Ibercaja) algunas entidades digitales (como Revolut) y, en general, las asociaciones de consumidores (5) y asociaciones de empresas (8) que han respondido al test de mercado realizado por esta Dirección de Competencia en primera fase. También ha sido manifestado este riesgo por parte del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) en sus alegaciones a la Nota Sucinta. No ha sido, sin embargo, identificado este riesgo por SABADELL para el caso de clientes particulares específicamente, sino únicamente, y de forma indirecta, para pymes. Este riesgo también ha sido identificado por numerosas entidades (14) en sus cartas remitidas a la Dirección de competencia a lo largo de la instrucción del expediente.

464. En este sentido, CaixaBank[467] manifestaba que *"no son descartables efectos no deseados en banca minorista en aquellas áreas o regiones en donde SABADELL y BBVA puedan tener una presencia preponderante*", lo que podría conllevar *"un eventual empeoramiento de algunas condiciones comerciales para aquellos clientes particulares ubicados en municipios y/o códigos postales en los que el nuevo grupo bancario pase a ser el único presente*".

465. También el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU), en sus alegaciones a la nota sucinta[468] ha destacado, respecto al riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales que *"este riesgo es especialmente relevante en zonas donde las entidades fusionadas acaparan gran parte del mercado, lo que podría llevar a un monopolio o duopolio de facto*".

466. Por su parte, Revolut[469] argumentaba que *"La fusión podría crear un dominio casi monopolístico en ciertas regiones de España, particularmente en Cataluña, donde Banco SABADELL tiene una fuerte presencia […] en mercados más concentrados, los bancos tienden a imponer condiciones más onerosas para servicios básicos como préstamos personales o hipotecas, al no haber alternativas competitivas disponibles"*.

467. En esta misma línea, FACUA identificaba[470] que "*uno de los principales riesgos es el empeoramiento de las condiciones comerciales. La concentración bancaria tiende a reducir la competencia en el mercado, lo que permite a las entidades fusionadas imponer condiciones menos favorables a los clientes sin temer una pérdida significativa de cuota de mercado. En un escenario de menor competencia, los bancos tienen menos incentivos para mejorar las condiciones de sus productos financieros, como los préstamos personales, las hipotecas o las cuentas corrientes. Este riesgo es especialmente relevante en zonas donde las entidades fusionadas acaparen gran parte del mercado, lo que podría llevar a un monopolio o duopolio de facto*".

468. En el mismo sentido se pronuncia también la Federación Asturiana de Empresarios (FADE)[471], que alega que *"la concurrencia de estas circunstancias nos sitúa ante un gran riesgo de que exista menor oferta y, como consecuencia previsible, endurecimiento de los criterios de concesión y condiciones menos beneficiosas de financiación para la mayoría de empresas, una vez estabilizado el mercado tras la hipotética adquisición"*.

469. Estas conclusiones son compartidas por la ACCO y la CDC-CV en sus informes, que alegan que, a pesar de que la política comercial y los precios medios para la concesión de créditos se fijen a nivel nacional, la posición de la entidad resultante podría dificultar la negociación individual del cliente, ya

[467] Folios 4223 – 4256.
[468] Folios 6232-6237,
[469] Folios 3361 - 3380.
[470] Folios 4511 - 4519.
[471] Folios 4075 – 4082.

que la estructura del mercado resultante podría endurecer la obtención y consideración de ofertas alternativas por parte de los clientes.

470. Este **riesgo también afecta a las pymes** y no solo a los clientes particulares, si bien esto (al margen de la posible reducción de crédito a pymes, que se analizará), solo fue mencionado por uno de los competidores de banca tradicional[472], así como por tres asociaciones de empresas en el marco del test de mercado[473], haciendo referencia al posible empeoramiento de condiciones comerciales sin mayor precisión. La ACCO ha compartido también esta conclusión al señalar que el mayor grado de concentración del mercado fruto de la operación, podría llevar a un empeoramiento de las condiciones comerciales reflejado en el encarecimiento del crédito para pymes, la reducción de la remuneración de los depósitos o el aumento de las comisiones aplicadas a los clientes.

471. Esta Dirección de Competencia considera extensibles, para este segmento de clientes, las conclusiones alcanzadas para particulares anteriormente expuestas, por varios motivos: (i) tiene todavía un componente presencial relevante, dado que las pymes requieren de un servicio personalizado y cercano con sus gestores[474], (ii) la limitada presencia todavía de nuevos entrantes competitivos en este segmento, (iii) la desaparición de la significativa presión competitiva que, en los ámbitos geográficos identificados y singularmente para este tipo de demanda, venía ejerciendo SABADELL, con un modelo de negocio focalizado en este segmento y (iv) es el único mercado minorista en el que el índice de concentración no permite descartar potenciales problemas de competencia a nivel nacional, de acuerdo con las Directrices de la Comisión Europea.

472. Como ya se ha expuesto, BBVA argumenta que (i) los gestores de pymes de BBVA que operan completa o principalmente en remoto han pasado de menos del [10-20]% en 2019 al [50-60]% en la actualidad y (ii) solo el [20-30]% de las pymes clientes de BBVA formalizan sus créditos de forma presencial. Sin embargo, se trata de datos que se corresponden con la política comercial de su entidad y que no necesariamente tienen que reflejar la dinámica general de las pymes cuando contratan con otras entidades financieras, en particular, los clientes de la empresa adquirida.

473. Lo anterior es compatible con la tendencia descrita en el apartado 6.3 de este informe, consistente en un creciente cambio de proveedor por parte de las pymes pero fundamentalmente entre entidades tradicionales con un modelo presencial, dado que la presencia de neobancos en este segmento de mercado se ha mostrado todavía limitada. Por tanto, de nuevo, BBVA utiliza

---

[472] Ibercaja (folios 3980 – 3397). De forma indirecta, SABADELL también recoge en su informe presentado que el mayor poder de mercado de las entidades fruto de concentraciones bancarias ha supuesto un encarecimiento del crédito a pymes ya que, como recogen en sus alegaciones preliminares, la existencia de un mayor número de entidades bancarias podría conllevar "*cierto poder de negociación en precio por parte de la empresa*".

[473] Concretamente la Confederación Española de la pyme (CEPYME), el Gremi de Transports I Logistica de Catalunya y el Instituto Industrial de Terrassa Gremi Textil. Adicionalmente, 18 entidades han identificado este riesgo mediante carta enviada a la CNMC...

[474] Esta información está contenida en el apartado de Estructura de la oferta del presente informe.

un argumento de aplicación limitada a aquellas localizaciones identificadas como problemáticas.

474. Finalmente, no se comparte tampoco la alegación de BBVA, relativa a que el análisis realizado por la Dirección de Competencia concede un peso desproporcionado al análisis local, en la medida en que, como se ha detallado ya en el estudio de mercado geográfico, ese peso se ha modulado al identificar que el riesgo de empeoramiento de condiciones se limita a los CCPP problemáticos, ya que (i) muchos coinciden con ámbitos municipales también problemáticos y (ii) se han identificado como tales, solamente aquéllos en los que se configura una situación de monopolio o duopolio.

475. Por otra parte, los cambios acontecidos con respecto a análisis previos, identificados en el análisis de barreras de entrada y competencia potencial, no pueden ignorarse al valorar esta operación, pero no revisten aún una entidad tal que justifique un cambio en la metodología de análisis seguida en abundantes precedentes recientes.

476. Estrechamente relacionado con lo anterior y por los mismos motivos, BBVA tendría **incentivo y capacidad para traspasar a los clientes de SABADELL hacia sus propios productos de forma automática**, dándose la posibilidad de que, en el caso de productos equivalentes de BBVA donde las comisiones sean más elevadas y/o las condiciones sean menos favorables respecto a las de SABADELL, se produzca un empeoramiento automático de condiciones sin posibilidad, por parte de dichos clientes, de buscar otras alternativas en la propia entidad o en terceras entidades, especialmente si dicho traspaso se produce sin que exista una transparencia suficiente para que puedan tomar decisiones informadas sobre la conveniencia de aceptar los productos que les sean ofrecidos por la entidad resultante. Este riesgo tiene especial relevancia, una vez se unifique la política comercial de ambas partes.

477. Por otra parte, cuando se analizaron los principales productos de las dos entidades[475], se concluyó que, en términos generales, los productos de ambas entidades tienen unas condiciones bastante similares en cuanto a comisiones y condiciones. En algunos productos, las condiciones de BBVA son algo peores que las ofrecidas por SABADELL. Sin embargo, también existen productos en los que BBVA presenta mejores condiciones que SABADELL.

478. Podría ocurrir, por tanto, que, tras la adquisición de control y antes de la unificación de la oferta comercial, la posible ausencia de transparencia por parte de la entidad resultante pudiese llevar a omitir la información de posibles mejoras en los servicios ofrecidos a los clientes de SABADELL[476].

[475] Debe tenerse en cuenta que se han comparado los productos más similares en las dos entidades, si bien no se conoce cuáles son los planes de BBVA sobre el ajuste de oferta de productos que puede realizar, dado que el carácter hostil de la OPA no ha permitido que la notificante obtenga información completa para poder adoptar decisiones sobre este asunto.

[476] Sería el caso, por ejemplo, de los siguientes productos: [CONFIDENCIAL]

479. A ello debe añadirse la dificultad para llevar a cabo la comparativa de las condiciones comerciales de los productos de las dos entidades, de manera que los clientes de SABADELL podrían no disponer de información suficientemente clara para conocer las implicaciones de la operación sobre sus productos contratados y poder realizar una valoración comparativa entre otros similares de la entidad resultante o de terceras.

480. Este riesgo se vería agravado por los bajos niveles de educación financiera en España, confirmados por las estadísticas publicadas por la Comisión Europea en 2023[477] y resultaría más acusado en el caso de clientes vulnerables, en términos de renta (junto a otros colectivos como personas mayores o personas que viven en entornos rurales).

481. Asimismo, tanto la ACCO como la CDC-CV han señalado en sus informes, que el empeoramiento de la calidad del servicio también podría derivar de la reducción del número de oficinas. En palabras del informe presentado por la CDC-CV, "*se está presentando una reducción de output o empeoramiento de la calidad, dado que habrá más clientes para operar con el mismo horario, empeorando el servicio que se presta".*

8.1.2.1. Exclusión financiera

482. Como consecuencia de la ya mencionada importancia de la presencialidad en el mercado de banca minorista, en la medida en que una gran parte de los clientes continúan demandando dichos servicios, asistiendo físicamente a las sucursales, otro de los riesgos detectados es el de **exclusión financiera por cierre de sucursales**.

483. BBVA ha declarado públicamente que, una vez ejecutada la operación, tras sumar las oficinas de BBVA y SABADELL, los clientes de la adquirida tendrán acceso a más del doble de oficinas que actualmente en toda España (1.143 oficinas SABADELL y 2.700 en conjunto tras la operación)[478], al tiempo que ha informado de que su previsión de cierre es de 300 sucursales[479].

484. Sin embargo, el aumento de capilaridad de la entidad resultante por todo el país (y especialmente en Cataluña y C. Valenciana)[480] a través de su incrementada red de oficinas, podría generar el incentivo de realizar más cierres de los previstos en un futuro, especialmente si se atiende a la propia tendencia del mercado, que refleja una disminución progresiva y creciente de sucursales bancarias disponibles para los clientes, siendo esta tendencia más acusada en zonas con poca población[481].

---

[477] https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2953 Solamente el 19% de la población española tiene un nivel de conocimiento financiero elevado, por debajo del 26% de la UE, únicamente por delante de Rumanía, Portugal y Chipre.

[478] https://theobjective.com/economia/2024-10-15/bbva-clientes-SABADELL-doble-oficinas/

[479] BBVA ha estimado que el cierre de oficinas por eficiencias en costes estimado ascendería a sinergias oficinas en toda España, basándose en información pública disponible sobre la red de oficinas de SABADELL (folios 2322 – 2238): "*En todo caso, esta cifra no puede concretarse por el momento ni es posible precisar [CONFIDENCIAL].*

[480] En dichas regiones SABADELL tiene una presencia más asentada, bien sea por motivos históricos (como es el caso de Cataluña), bien sea por adquisiciones de cajas que se han producido en los últimos años por parte de este banco (caso de la Comunidad Valenciana)

[481] Ver apartado de "Estructura de oferta".

485. Este hecho sería particularmente preocupante si se produjesen, como consecuencia de la operación, cierres de sucursales en aquellos municipios en los que la entidad resultante no se enfrenta a competencia, siendo estos un total de 8 municipios (preexistentes, 1 de BBVA y 7 de SABADELL)[482].

486. Y sería especialmente nocivo para personas poco digitalizadas[483], que quedarían sin acceso a servicios financieros o provocaría su desplazamiento obligado a otros municipios próximos, para poder satisfacer su demanda de servicios de banca minorista presencialmente en una sucursal.

487. El test de mercado identificó también este riesgo (la totalidad de asociaciones de consumidores), precisamente en municipios con poca oferta de sucursales bancarias y, por tanto, elevada concentración (muchas veces situadas en zonas rurales), donde suelen habitar colectivos que habitualmente tienen menos acceso a la banca online. También ha sido identificado este riesgo por parte del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) en sus alegaciones a la Nota Sucinta.

488. En su informe, la ACCO singularizaba este potencial riesgo para Cataluña, donde el número de oficinas es inferior al del resto de España e inferior a la media de oficinas y cajeros de la eurozona y de la UE. Señala que, aunque las nuevas tecnologías permiten realizar operaciones bancarias y reducen el riesgo de exclusión financiera, el cierre de oficinas lo propicia al dificultar el acceso al dinero en efectivo y a servicios bancarios a algunos segmentos de la población "*como las personas mayores, que como consecuencia de la brecha digital acostumbran a tener menos acceso a las nuevas tecnologías y suelen utilizar el efectivo como medio de pago principal*."

489. Por tanto, a la vista de la importancia que la red de sucursales de las entidades tiene en materia de inclusión financiera, el incremento de la exclusión es otro riesgo derivado de la operación, que esta Dirección de Competencia no descarta.

8.1.2.2. Reducción de crédito a pymes

(i) <u>El riesgo de reducción de crédito a pymes específico de la concentración</u>

Alegaciones sobre el riesgo de reducción del crédito a pymes específico de la concentración

[482] En este sentido, el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) en sus alegaciones a la Nota Sucinta alegaba que la CNMC debería realizar este ejercicio que efectivamente se ha realizado de identificar aquellos municipios donde solo estén presentes BBVA y SABADELL, con el objetivo de reducir el riesgo de exclusión financiera en dichas áreas geográficas.

[483] De hecho, de acuerdo con el informe de FUNCAS aportado por la notificante ("La digitalización como eje de la transformación bancaria" de 2023), se considera que uno de los retos a futuro para poder alcanzar mayores porcentajes de digitalización en la banca en España será asesorar digitalmente a clientes mayores.

490. Algunas entidades bancarias consideraron en sus respuestas al test de mercado[484] que las necesidades de diversificación de las pymes tras la concentración podrían ser satisfechas por otros operadores.

491. Sin embargo, tanto SABADELL como las asociaciones empresariales[485] destacaron su preocupación por que la concentración conlleve un riesgo de reducción de acceso al crédito para clientes pymes.

492. SABADELL considera que el riesgo de reducción de crédito a pymes deriva de dos factores relevantes. Por un lado, la necesidad de las empresas de operar con varios bancos para diversificar su acceso al crédito. La concentración dificultaría el acceso al crédito al eliminar una de las principales entidades que proporcionan crédito a las pymes. Por otro lado, afirma que también las entidades bancarias preferirían no asumir todo el riesgo de cada cliente, sino compartirlo con otras entidades de crédito para diversificar su exposición al riesgo. Por lo tanto, sería esperable que la nueva entidad redujera la financiación a las empresas para reducir su exposición al riesgo.

493. La ACCO también muestra su preocupación en relación con este mercado, presentando argumentos similares a los de SABADELL, sobre todo debido a la diversificación de riesgos de los bancos.

494. Más en concreto**,** SABADELL considera que la situación competitiva en ese mercado se vería seriamente dañada por la operación analizada. En sus alegaciones señala que el análisis de riesgos horizontales unilaterales solo considera los efectos de la operación sobre el poder de mercado de la entidad resultante, pero no los efectos que tiene la eliminación de una fuerza competitiva como SABADELL sobre el resto de competidores del mercado, reduciendo la presión competitiva entre ellos (más allá de efectos coordinados) y señala las razones por las que considera que la situación competitiva en ese mercado se vería seriamente dañada por la operación analizada.

495. En primer lugar, la entidad adquirida considera que la operación tendría un impacto especialmente dañino porque sucede en un mercado con un nivel de concentración elevado que se vería incrementado por la operación. Las alegaciones destacan que, a nivel nacional, los tres mayores bancos tendrían cuotas de mercado similares y que el resto de las entidades a nivel nacional tendrían cuotas de mercado muy inferiores.

496. En segundo lugar, las alegaciones de SABADELL tratan de justificar que es una entidad fundamental por su especialización para la competencia en el mercado nacional de crédito a pymes, como se comprueba porque su cuota de mercado en este segmento de negocio es superior a sus cuotas de mercado en otros, y por la especial importancia que los créditos a pymes tienen en su balance respecto del tamaño total de sus activos.

---

[484] Entre otras las siguientes entidades: Abanca, Banca March, Banco Cooperativo Español, Bankinter, Caixabank, Cajamar, Kutxabank o Santander.

[485] Asociaciones como la Cámara de Comercio de Alicante, la Confederación de empresarios de Pontevedra, la Confereración Nacional de pymes, la Federación Asturiana de empresarios, CEPYME o la Confederación empresarial de la Comunitat Valenciana.

497. En tercer lugar, las alegaciones presentadas por el banco argumentan que BBVA y SABADELL son competidores cercanos. Para sustentar esta afirmación, el escrito se basa en algunas de las respuestas de las asociaciones de empresas al test de mercado y en dos análisis económicos aportados a lo largo del expediente.

498. Por un lado, el primer informe económico presentado por SABADELL[486] analizaba las oportunidades de negocio (créditos) perdidas por la red de empresas del SABADELL, teniendo en cuenta qué entidad fue la ganadora en última instancia. En base a este análisis, el informe concluía que BBVA sería el competidor más cercano de SABADELL en la zona este y el segundo más cercano en las zonas centro, norte y noreste.

499. Por otro lado, las alegaciones señalaban que, según datos de Inmark un 39% de los clientes de entre 10 y 100 millones de euros de facturación serían clientes que operan tanto con BBVA como SABADELL. Este porcentaje sería del 30% entre las empresas que facturan de 2 a 10 millones de euros.

500. En cuarto lugar, las alegaciones presentadas por SABADELL afirman que no existen operadores medianos o pequeños que puedan sustituir la presión competitiva que ejerce en el corto o medio plazo en el mercado de banca a pymes, y esto por los cinco motivos que se exponen a continuación:

- Primero, se analizan los costes de cambio a los que se tendrían que enfrentar los clientes en este mercado. SABADELL alega que para poder competir de manera efectiva en el mercado de pymes se debería disponer de datos y conocimiento del cliente para reducir las asimetrías de información y poder así ajustar adecuadamente la oferta al riesgo crediticio de cada cliente.

- Segundo, las pymes necesitarían –como se ha mencionado– varias relaciones bancarias para su operativa habitual en el mercado. En concreto, afirman que las pymes necesitarían 3, 4 o 5 entidades para su funcionamiento habitual. SABADELL destaca en sus alegaciones que son conscientes de las cifras divergentes que habría aportado BBVA, pero basan sus diferencias en las fuentes.

- Tercero, en sus alegaciones SABADELL señala que las entidades crediticias de tamaño mediano o pequeño ejercen una presión competitiva reducida en el mercado de crédito a pymes. Para sustentar esta afirmación se apoya en el ya mencionado primer informe de Compass Lexecon, que analiza el volumen de operaciones perdidas según la entidad que ganó esa operación. Los datos mostrarían que el [80-90]% del volumen de crédito lo ganan las tres grandes entidades del mercado. Entidades como Abanca, Kutxabank, Unicaja o Bankinter tendrían carácter regional y únicamente representarían una alternativa en sus respectivas regiones. En concreto, las alegaciones afirman que, en Cataluña, donde esas empresas no tendrían tanta presencia, no serían

[486] Informe "Análisis económico de los efectos de la operación sobre la competencia: efectos horizontales en el acceso al crédito por parte de las pymes", preparado por Compass Lexecon (folios 7657-7681).

en ningún caso una alternativa con suficiente escala para sustituir a SABADELL.

- Cuarto, SABADELL incide en la idea de que las entidades bancarias tienen limitada la capacidad para crecer en el mercado de crédito por la regulación prudencial bancaria, ya que el volumen de créditos que puede conceder una entidad está sometido a los límites legales sobre el nivel de riesgo que puede asumir dependiendo del nivel de sus ratios de capital. Así, señalan que está regulación es lo que limitaría el crecimiento orgánico de las entidades.

- Relacionado con el párrafo anterior, SABADELL alega que la competencia de las entidades bancarias tradicionales se centraría en los clientes de alta calidad crediticia, mientras que sería reducida para los clientes de menor calidad crediticia. Sin embargo, este último grupo representaría una importante parte de las pymes y para este grupo, la situación podría empeorar con la operación, puesto que SABADELL jugaría un papel relevante en ese segmento.

501. En quinto lugar, SABADELL afirma en sus alegaciones que las fintech y neobancos no ejercerían presión competitiva en banca de pymes. Consideran que la no valoración de estos agentes como competidores en el PCH es correcta. Afirman, desde SABADELL, que son precisamente las características del negocio y la relevancia de la relación banco-cliente las razones que explican que neobancos o fintech no hayan penetrado en el mercado de pymes ni se espera que lo hagan en el futuro.

502. En sexto lugar, SABADELL alega que no es probable que haya nuevos entrantes en el mercado.

503. En séptimo y último lugar, SABADELL considera que la nueva entidad bancaria reducirá su volumen de crédito debido a la normativa prudencial bancaria.

504. En contra, BBVA defiende que no existiría riesgo de reducción de crédito, y esto por tres razones.

505. La primera razón es la falta de obstáculos regulatorios que pudiera inducir a la entidad resultante a reducir su oferta crediticia, en contra de lo afirmado por SABADELL. Destacan desde BBVA que el volumen de crédito requerido por las pymes representaría normalmente una exposición poco significativa en relación con el capital regulatorio de cualquier banco de tamaño significativo. De hecho, al disponer la nueva entidad de una base de capital mayor que la existente actualmente para BBVA y SABADELL por separado, cabría esperar que viera incrementada su capacidad para asumir exposiciones al riesgo crediticio sin comprometer los ratios regulatorios.

506. La segunda razón alegada por BBVA es que la nueva entidad seguiría teniendo incentivos para buscar convertirse en el financiador principal de las pymes. Según la entidad, el establecimiento de una relación bancaria exclusiva fortalecería los vínculos entre la entidad y las pymes, lo que generaría ventajas competitivas significativas para el banco, como una mayor

fidelización del cliente y la mejor capacidad de desarrollar y ofrecer productos y servicios más personalizados. Por tanto, la nueva entidad no tendría incentivos para reducir la financiación que en este momento ofrecen las partes de la operación de forma separada.

507. La tercera razón recogida en las alegaciones de BBVA es que, en cualquier caso, los clientes que actualmente mantienen relaciones bancarias con ambas entidades, incluso en aquellas áreas geográficas que el PCH identifica como problemáticas, dispondrían de suficientes alternativas para obtener financiación de otras entidades si desean mantener el mismo número de relaciones bancarias tras la operación.

508. Para sostener esta afirmación se basan en el primer informe presentado[487], donde se mostraría que (i) la mayoría de las pymes operaría habitualmente con una o dos entidades bancarias; y (ii) entre la minoría de pymes que mantienen tres o más relaciones bancarias, un porcentaje significativo ya trabajaría con, al menos, una entidad distinta de las partes, CaixaBank y Banco Santander. El informe afirma además que las alternativas a estos bancos serían viables y creíbles para los clientes.

509. En relación con el punto anterior y según BBVA, su segundo informe[488] permitiría confirmar que las alegaciones de SABADELL en relación con el número de entidades crediticias utilizadas por las pymes se basarían en premisas erróneas: (i) el número medio de relaciones bancarias de las pymes españolas es inferior a dos y no cuatro como afirma SABADELL; (ii) el porcentaje de pymes que mantienen tres o más relaciones bancarias es inferior al 20%; y (iii) el número de entidades bancarias en el negocio de crédito a pymes no se reduciría de cuatro a tres tras la operación, sino que seguirían existiendo alternativas suficientes en el mercado que permitirían la aplicación, por parte de las pymes, de estrategias de multi-sourcing, incluso a niveles infranacionales.

510. Después de negar la existencia de un riesgo de reducción de crédito tras la operación, BBVA considera que a lo largo del expediente se ha aportado información suficiente que probaría que la nueva entidad no tendría incentivos para empeorar las condiciones comerciales de las pymes. Ante cualquier potencial intento por parte de la entidad resultante de encarecer su oferta crediticia, sus clientes podrían reaccionar transfiriendo parte o la totalidad de sus necesidades de crédito a otras entidades con las que ya mantienen una relación, así como a terceras entidades alternativas. Esta capacidad de respuesta constituiría una presión competitiva efectiva y suficiente que desincentivaría cualquier intento de encarecimiento de la oferta crediticia a las pymes por parte de la nueva entidad.

[487] Folios 2501 – 2569.

[488] "Impacto de la operación en el mercado de crédito a pymes: análisis de las preocupaciones expresadas por Banco SABADELL", firmado por RBB Economics, folios 8291-8310.

511. SABADELL presentó nuevas alegaciones[489] con el objetivo de rebatir los argumentos presentados por BBVA. Los tres argumentos relacionados con el riesgo de reducción de crédito a pymes se resumen como sigue.

512. En primer lugar, SABADELL critica las fuentes en las que se basan las estimaciones de BBVA sobre el número de entidades bancarias con las que operan las pymes. Así, la entidad adquirida afirma que (i) los datos de CIRBE se encontrarían muy sesgados por el gran volumen de empresas de muy pequeño tamaño incluidos en la muestra y (ii) los datos de SABI serían incompletos.

513. En segundo lugar, SABADELL insiste en una alegación ya mencionada sobre que los bancos medianos y regionales suponen una presión competitiva muy limitada. Para sostener esta afirmación se apoya en la cuota de mercado conjunta en crédito a pymes de CaixaBank, BBVA, Santander y SABADELL a nivel nacional y en las comunidades autónomas de Asturias, Baleares, Cataluña y Comunidad Valenciana.

514. En tercer lugar, SABADELL insiste también en su alegación anterior de que las empresas fintech no son una alternativa de financiación para las pymes, en tanto que su penetración en el segmento de financiación a pymes es muy pequeña.

Valoración de la Dirección de Competencia sobre el riesgo de reducción del crédito a pymes específico de la concentración

515. Una vez consideradas las alegaciones de las ambas entidades, esta Dirección de Competencia entiende que el riesgo de reducción de crédito debe analizarse, tanto desde el punto de vista de la demanda, es decir, analizando cuántas entidades bancarias emplean las pymes para cubrir sus necesidades financieras, como desde el punto de vista de la oferta de crédito, que vendrá determinado por el número de entidades bancarias que operan en el mercado y las restricciones regulatorias que limiten sus decisiones empresariales.

516. En relación con la demanda de crédito, el impacto que la operación de concentración podría tener en el mercado deriva del número de bancos con los que las pymes necesitan operar. Cuanto mayor sea el número de bancos con los que las empresas pequeñas y medianas quieran relacionarse para cubrir sus necesidades financieras, mayor será el impacto de la operación, puesto que habría menos opciones en el mercado para las empresas que quieran tener un mayor número de entidades bancarias entre las que diversificar sus fuentes de financiación.

517. A este respecto, como ya se señaló en el PCH, las dos partes de la operación han mostrado opiniones y datos divergentes. Por un lado, SABADELL afirma que las pymes necesitan trabajar con entre 3, 4 o 5 entidades bancarias para cubrir sus necesidades financieras[490]. BBVA, por su parte, afirma en su

[489] Alegaciones en respuesta a las alegaciones al PCH de BBVA.

[490] Párrafo 150 de las alegaciones de SABADELL.

segundo informe[491] que la mayoría de pymes mantiene relaciones con 1 o 2 entidades bancarias. Esta divergencia en los datos deriva, en parte, de las fuentes que han empleado los dos bancos para obtener sus cifras. Así, SABADELL se basa en los resultados de las encuestas de INMARK, mientras que BBVA basa sus datos en CIRBE[492] y SABI[493].

518. SABADELL considera que los datos aportados por BBVA no son fiables, al considerar que SABI sería una fuente de datos incompleta porque se basaría en cuentas anuales de empresas para las que es voluntario incluir la información de los bancos con los que trabajan. Además, señalan que la información recogida en SABI no sería representativa y no reflejaría de manera veraz la realidad de la operativa bancaria. En cuanto a los datos basados en CIRBE, las alegaciones de SABADELL afirman que estos datos sobrerrepresentarían a las empresas de menor tamaño, que tienen un menor número simultáneo de relaciones bancarias. Estas críticas de SABADELL a las bases de datos empleadas por RBB y BBVA no pueden aceptarse.

519. SABI es una base de datos con información general y financiera de más de 2,7 millones de empresas españolas, obtenida de distintas fuentes oficiales. La información sobre los bancos con los que se relacionan las empresas se obtiene de los depósitos de cuentas anuales que las empresas presentan en el BORME. Aunque, como bien dice SABADELL, no es obligatorio aportar esta información, la base de datos contiene más de 150.000 empresas que han detallado en sus memorias anuales las entidades bancarias con las que operan. Para valorar esta muestra interesa señalar que INMARK, que es la fuente empleada por SABADELL, emplea muestras mucho más reducidas en sus encuestas (2.405 entrevistas en 2022, 5.038 en 2023 y 2.416 en 2024). Una muestra grande tiende a reducir el error muestral y aumenta la confianza en que los resultados reflejan fielmente las características de la población, aunque si el diseño muestral es correcto una muestra pequeña también puede ofrecer resultados representativos. Por tanto, la información obtenida de SABI puede considerarse como representativa de las relaciones de las pymes con las entidades de crédito.

520. Por otro lado, la crítica a la base de datos de CIRBE, tampoco puede aceptarse. CIRBE contiene información sobre la totalidad de sociedades no financieras, y entre ellas tienen un peso muy elevado las empresas con facturación anual inferior a 2 millones de euros. Según el informe Retrato de la PYME[494] elaborado por el Ministerio de Industria, el 96,7% de las empresas

---

[491] Página 7 del informe (folios 8291-8310).

[492] CIRBE aporta información sobre distintos indicadores financieros; entre ellos el número de relaciones de endeudamiento que mantuvieron las empresas no financieras. Estos datos aportan información sobre el número de relaciones bancarias de las empresas en España, pero no aportan información sobre la identidad de estas entidades de crédito (información publicada en la última Memoria Anual de la Central de Información de Riesgos del BdE ("CIRBE").

[493] Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) es una base de datos elaborada por INFORMA D&B y Bureau Van Dijk que contiene información financiera y corporativa detallada sobre empresas españolas y portuguesas (balances, cuentas de resultados, ratios y otros indicadores financieros) basándose en información de los registros mercantiles, BORME y prensa nacional. Un buen número de empresas detallan en sus memorias anuales, publicadas en el BORME, las entidades financieras o bancarias con las que operan.

[494] https://ipyme.org/Publicaciones/Retrato%20de%20la%20PYME/Retrato-PYME-DIRCE-1-enero-2023.pdf

ingresaron menos de 2 millones de euros en 2023. Por ello no se puede aceptar la alegación de que en la base de datos CIRBE las empresas de menor tamaño están sobrerrepresentadas, ya que las empresas de menor tamaño son mayoritarias en España.

521. La divergencia en los datos sobre el número de entidades de crédito con las que se relacionan las pymes no deriva solo de las fuentes empleadas, sino que surge también porque SABADELL incluye sistemáticamente empresas con facturación de más de 50 millones de euros en sus cálculos, lo que, como se ha visto en el apartado 5.1.1.1. del presente informe, no es correcto, ya que estas empresas no se consideran pymes según la definición empleada en este IP consistente con la de la CE.

522. En cualquier caso, interesa subrayar que, cuando se analizan las cifras del número de relaciones bancarias de las pymes desagregadas por facturación de empresa, se comprueba que los datos presentados por BBVA y SABADELL son muy semejantes para las pymes con facturación inferior a 2 millones de euros. Para estas empresas, que como se ha visto representan más del 96% en España, el número de relaciones bancarias medias es inferior a 2 y la mayoría de ellas opera únicamente con un banco. Por lo tanto, el número de empresas que se verían más afectadas por la operación debido a la necesidad de diversificar fuentes de financiación no llega al 4% del total de pymes. En consecuencia, el riesgo que implica esta operación por el lado de la demanda es limitado, en contra de lo que alega SABADELL.

523. Una vez analizado el riesgo que esta operación de concentración podría tener desde el punto de vista de la demanda, se ha analizado su posible impacto desde el punto de vista de la oferta. Dado que se trata de una operación de concentración horizontal, supone la desaparición de un operador en el mercado de crédito a pymes, por lo que es necesario valorar cuál es su importancia como competidor para tratar de valorar el impacto de su desaparición.

524. Antes de pasar a analizar la importancia competitiva de SABADELL en el mercado de crédito a pymes, es necesario rechazar las alegaciones en las que esta entidad trata de mostrar su relevancia en ese mercado con el argumento de que ese segmento de su actividad es importante para el propio banco en relación con otros negocios. Esta alegación muestra, sin duda, que el segmento de pymes es relevante para SABADELL, pero no que el banco sea relevante o indispensable para el sector, que es lo que es necesario valorar para determinar las implicaciones de la concentración en el mercado de crédito a pymes.

525. Ya se ha mencionado que SABADELL alega que se trata de un participante fundamental e insustituible en el mercado de crédito a pymes porque se trata de un mercado concentrado en el que el número de operadores relevantes a nivel nacional se reducirá de 4 a 3, en el que los operadores medianos y pequeños suponen una alternativa limitada en el mercado de crédito a pymes, y en el que ni los neobancos ni las empresas de fintech suponen una opción real para las empresas.

526. Para valorar el riesgo de reducción de crédito como consecuencia de la operación por el lado de la oferta, se ha decidido analizar el mercado teniendo en cuenta únicamente a los operadores tradicionales del mercado de crédito a pymes, aceptando que la presión competitiva de los neobancos y las empresas de fintech es aún muy poco relevante. Sin embargo, conviene tener presente que se trata de un criterio muy garantista, porque supone no incorporar en el análisis la competencia actual a estos nuevos operadores.

527. A continuación se muestran las cuotas de mercado de SABADELL y del resto de operadores significativos que actualmente compiten en el mercado de pymes, tanto a nivel nacional como en las comunidades autónomas más afectadas por la operación. Se analizarán de forma dinámica las cuotas de mercado, ya que lo relevante no es solo conocer su posición competitiva actual, sino su evolución los últimos tres años, pudiendo considerarse esta un reflejo de la tendencia que tendrá el mercado en el corto y medio plazo.

528. Las cuotas de mercado que se van a analizar son las aportadas por el BdE en este expediente[495]. En el apartado sexto de este IP se han utilizado los datos aportados por la notificante para detectar las áreas geográficas que sufrirán mayor impacto con la operación pero se limitan a ofrecer información de los mayores operadores en el mercado. En cambio, el BdE cuenta con información aportada por todos los operadores del mercado de crédito a pymes, lo que permite realizar una valoración más precisa de la relevancia de un mayor número de operadores, tanto a nivel nacional como por comunidades autónomas.

529. La siguiente tabla muestra las cuotas de mercado de los seis primeros operadores del mercado y su evolución entre los años 2021 y 2023. [i]

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	UNICAJA	Resto
2023	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[20-30]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[20-30]%
2021	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,8**	**-2,4**	**-1,4**	**0,0**	**1,2**	**-0,8**	**2,6**

Fuente: CNMC con datos del BdE

530. La tabla anterior muestra que, en este momento, las entidades medianas y pequeñas, incluyendo a Unicaja y Bankinter, tienen una cuota de mercado conjunta de [40-50]%, por lo que no se puede aceptar que supongan una presión competitiva limitada en el mercado.

531. Por otro lado, la tabla anterior muestra que entre 2021 y 2023 la cuota de SABADELL a nivel nacional es la que más se reduce, lo que muestra que su relevancia en el mercado está disminuyendo. En 2023 su cuota de mercado nacional era únicamente 0,8 puntos porcentuales mayor que la de Bankinter. Adicionalmente, el resto de operadores menores del mercado han incrementado en conjunto su cuota de mercado.

532. Estos datos permiten descartar que el mercado nacional vaya a pasar de 4 a 3 operadores, como ha señalado SABADELL en sus alegaciones e informes,

[495] Folio 2404.

y hace necesario relativizar sus alegaciones sobre el alto nivel de concentración del mercado.

533. Es cierto que SABADELL considera que el análisis del mercado de crédito a pymes no debería realizarse a nivel nacional. Sin embargo, muchas de sus afirmaciones se basan en un análisis a nivel nacional, entre ellos la relevancia de las entidades de crédito más pequeñas, que se limitaría a algunas regiones. Dado que el análisis, según esta Dirección y según la propia entidad adquirida, no debería hacerse a nivel nacional, lo que sucede en las distintas regiones es relevante para valorar la presión competitiva que ejercen estas entidades.

534. A continuación se muestran las cuotas de mercado en las Comunidades Autónomas más afectadas por la concentración, así como su evolución entre 2021 y 2023.

535. La siguiente tabla muestra las cuotas de mercado en Cataluña.

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	ING BANK	Resto
2023	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**2,3**	**-3,9**	**-1,9**	**0,7**	**0,8**	**0,0**	**2,1**

Fuente: CNMC con datos del BdE

536. En Cataluña, la Comunidad Autónoma más afectada por la operación, SABADELL ha perdido 3,9 puntos porcentuales de su cuota de mercado desde el año 2021. Esta evolución junto con la presencia de operadores de mayor tamaño hace que no se pueda aceptar que se trata de un operador insustituible en el mercado de crédito a pymes, tampoco en esa Comunidad Autónoma. Además, aunque los operadores medianos y pequeños representan aún un porcentaje relativamente pequeño ([20-30]% del mercado) su evolución es positiva y han aumentado su cuota de mercado 2,9 puntos porcentuales.

537. Se extraen conclusiones similares en las comunidades en las que, según las cuotas de mercado, la operación tendría un mayor impacto, que son las que SABADELL menciona en sus alegaciones: Asturias, Baleares y Comunidad Valenciana.

Asturias							
	BBVA	**SABADELL**	**CAIXABANK**	**SANTANDER**	**UNICAJA**	**C.R. ASTURIAS**	**Resto**
2023	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**0,5**	**-4,3**	**-0,7**	**3,0**	**-4,3**	**0,9**	**4,9**
Baleares							
	BBVA	**SABADELL**	**CAIXABANK**	**SANTANDER**	**BANCA MARCH**	**BANKINTER**	**Resto**
2023	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%

2022	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p	**1,1**	**-5,2**	**-0,8**	**4,1**	**-1,7**	**1,4**	**1,0**
C. Valenciana							
	BBVA	**SABADELL**	**CAIXABANK**	**SANTANDER**	**BANKINTER**	**CAJAMAR**	**Resto**
2023	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Evol. p.p	**0,6**	**-3,3**	**-1,3**	**-0,3**	**0,7**	**-0,3**	**3,8**

538. Como puede comprobarse, SABADELL pierde cuota de mercado en todas ellas entre 2021 y 2023: en Asturias pierde 4,3 puntos porcentuales (p.p.) en Baleares 5,2 p.p., y en la C. Valenciana 3,3 p.p. En cambio, los operadores más pequeños ("Resto") muestran una evolución positiva, aumentando 4,9 p.p. en Asturias, 1 p.p. en Baleares y 3,8 p.p. en la C. Valenciana. Por otra parte, si se agrupan las entidades de crédito distintas de SABADELL, BBVA, Santander y CaixaBank, representan en 2023 el [40-50]% del mercado en Asturias, el [30-40]% en Baleares y el [30-40]% en la Comunidad Valenciana.

539. Estos datos muestran, por un lado, que SABADELL está perdiendo cuota de mercado y que los operadores medianos y pequeños están incrementando su presencia en el mercado. En conclusión, no se puede considerar que la entidad adquirida sea un operador fundamental e insustituible en estos mercados regionales, ni puede aceptarse que los operadores medianos y pequeños supongan una presión competitiva limitada.

540. Además de lo anterior, un análisis de las cuotas de mercado en 2023 en el mercado de crédito a pymes muestra que SABADELL no es líder en dicho segmento en ninguna CCAA, siendo la segunda entidad por volumen de créditos únicamente en Asturias (superado por Santander y seguida de cerca por Caja Rural de Asturias). Destaca también su presencia en Cataluña (tercera entidad por detrás de CaixaBank y Santander) y en Galicia (tercera entidad por detrás de Abanca y Santander). En el resto de CCAA, SABADELL es la quinta o sexta entidad por volumen de crédito concedido a pymes y es superada tanto por las grandes entidades tradicionales (CaixaBank y Santander) como por bancos regionales/medianos que compiten en las distintas CCAA, como es el caso de Kutxabank en País Vasco, Caja Rural de Navarra en Navarra y La Rioja, Cajamar en C. Valenciana, Murcia y Andalucía, Abanca en Galicia, Bankinter en Madrid, Ibercaja en Aragón o Banca March en Baleares.

541. En cuanto a su evolución, la cuota de SABADELL en crédito a pymes, en todas las CCAA[496] se ha visto reducida en el periodo 2021-2023 en favor de otros competidores entre los que se encuentran también bancos regionales o medianos, como es el caso de Caja Rural de Asturias en Asturias (que ha

496 Las cuotas de mercado de todas las CCAA pueden consultarse en el Anexo 2, elaboradas con datos del Banco de España.

aumentado en 0,9 p.p. su cuota entre 2021 y 2023), Caja Rural de Zamora en Castilla y León (que ha incrementado en 2,9 p.p. su cuota de mercado durante el periodo de análisis), Bankinter en Madrid, o Caja Rural de Navarra en esa región.

542. Aunque la entidad adquirida tiene, indudablemente, un papel relevante en el ámbito de pymes y así lo reflejan las respuestas obtenidas en el test de mercado, no deja de ser igualmente cierto que el resto de las entidades de crédito medianas y pequeñas son una fuente de financiación viable y relevante para las pymes en las distintas CCAA analizadas y, por tanto, deben ser consideradas una alternativa actual, no solo potencial. No obstante, según los datos anteriores, la cuota conjunta que las entidades distintas a las partes de la operación, Santander o Caixabank han conseguido alcanzar en Cataluña en 2023 (algo más del 20%) es la mitad que la que se da a nivel nacional y algo menos de la tercera parte de la que hay en Aragón, La Rioja o País Vasco. Aunque estos datos reflejan que la estructura en Cataluña estaría más concentrada, como ya se ha señalado al analizar los indicadores de concentración, no permiten concluir que SABADELL sea un operador imprescindible en esa región. El grupo de entidades medianas y pequeñas son, en su conjunto, una fuente de financiación viable para las pymes en las distintas CCAA analizadas y también en Cataluña, por lo que deben ser consideradas una alternativa actual a la financiación de SABADELL.

543. En esta misma línea de analizar la capacidad actual de otras entidades de competir en la provisión de crédito a las pymes, interesa destacar que los informes económicos y las alegaciones de BBVA al PCH muestran que las empresas con más de dos relaciones bancarias ya tienen actualmente productos contratados con empresas diferentes de las partes de la operación, Santander o Caixabank. En concreto, el segundo informe de BBVA señala (sección 2.2) que el 38,8% de las pymes españolas mantienen actualmente relaciones bancarias con, al menos, una entidad alternativa a CaixaBank, Santander, BBVA o SABADELL. Esta cuota aumentaría de manera notable en función del número de relaciones bancarias que mantiene cada empresa: así, para las pymes que mantienen únicamente una relación bancaria, el porcentaje de pymes que trabajan con una entidad “alternativa” es del 25,7%; para las pymes que mantienen dos y tres relaciones bancarias, respectivamente, este porcentaje ascendería hasta el 41,7% y el 58,6%; para las pymes que mantienen cuatro o más relaciones bancarias, la cifra se eleva hasta el 86,6%[497].

544. El tercer informe económico de BBVA[498] presenta un análisis más pormenorizado de esta cuestión centrándose en Cataluña y Baleares (sección 4.2, p. 27) para mostrar que existen otras entidades que representan alternativas viables y creíbles para los clientes de BBVA.

[497] Página 12, Segundo informe de RBB Economics.

[498] Folios 8648-8718.

545. Un porcentaje muy relevante de clientes comunes a BBVA y SABADELL que tienen además relación con otras entidades de crédito no operan actualmente con CaixaBank y/o Santander; específicamente, el 72,2% en Baleares y el 74,6% en Cataluña.

546. Un porcentaje sustancial de los clientes comunes a BBVA y SABADELL que diversifican sus fuentes de financiación entre, al menos tres entidades, ya opera con al menos una de estas entidades alternativas; concretamente, el 49,6% en Islas Baleares y el 29,6% en Cataluña.

547. Entre los competidores medianos y pequeños que mantienen relaciones con las pymes con tres o más relaciones bancarias en estas regiones, se pueden mencionar algunos ejemplos especialmente relevantes:

- Banca March, que trabaja en Baleares con el 56,6% de estas pymes en Baleares.
- Bankinter, que en Baleares y Cataluña opera con el 24,8% y el 22,4% de estas pymes
- Deutsche Bank, que tiene relación con el 9,5% de estas pymes en Cataluña (este porcentaje se incrementa hasta el 17,0%, si se consideran únicamente las pymes de tamaño mediano)
- Ibercaja, que mantiene relación con el 5,6% de estas pymes en Cataluña (el 14,8% en Lleida)

548. La conclusión anterior se puede confirmar utilizando datos aportados por SABADELL en su primer informe, en el que analiza las operaciones de financiación de empresas perdidas por SABADELL frente a otras entidades. Sin embargo, un análisis propio de esta Dirección de Competencia realizado a partir de la base de datos aportada por la entidad adquirida muestra lo siguiente:

Entidad	Número de operaciones perdidas (%)	Volumen de operaciones perdidas (%)
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]

[CONF]	[CONF]	[CONF]
[CONF]	[CONF]	[CONF]

549. De la tabla anterior se concluye que el [CONFIDENCIAL] del total de operaciones que pierde SABADELL, lo hace frente a entidades que no son BBVA [CONFIDENCIAL], lo que prueba que estas entidades medianas y pequeñas son ya actualmente una competencia efectiva para SABADELL en ese mercado. Este porcentaje disminuye hasta el [CONFIDENCIAL] si se tiene en cuenta el volumen de crédito perdido frente a otras entidades, lo que refleja la mayor importancia de los bancos medianos y pequeños para las pymes con necesidades de financiación más reducidas.

550. Adicionalmente, de acuerdo con la información proporcionada por el propio SABADELL, cuando pierde una operación de crédito a pymes, la entidad bancaria que le sustituye difiere en función de la zona del territorio español que se trate, pero no es principalmente BBVA. En concreto, la mayoría de los clientes optan por [CONFIDENCIAL] o por [CONFIDENCIAL], salvo en el sur del país dónde se opta principalmente por [CONFIDENCIAL] y por [CONFIDENCIAL]. Esto es especialmente significativo en el caso de Cataluña, donde el [CONFIDENCIAL] de las operaciones perdidas por SABADELL tienen como destino [CONFIDENCIAL], mientras que en el caso de [CONFIDENCIAL] este porcentaje ascendería a un [CONFIDENCIAL]. Comparativamente, dichos porcentajes son mucho mayores que en el caso de BBVA, que es el receptor tan solo del [CONFIDENCIAL] de las operaciones perdidas por SABADELL en Cataluña[499].

551. En resumen, esta Dirección de Competencia considera, en base a la información y reflexiones anteriores sobre el mercado de crédito a pymes, que el impacto de la concentración sería muy limitado salvo en algunas áreas geográficas concretas, puesto que, por el lado de la demanda, la mayoría de las empresas del mercado (96,7%) emplean entre una y dos entidades bancarias para sus necesidades de financiación; por el lado de la oferta, no puede aceptarse el carácter insustituible de SABADELL ni que BBVA sea su competidor más cercano, ni puede aceptarse la alegada irrelevancia de los terceros operadores en el mercado de crédito a pymes, puesto que existen numerosos operadores medianos y pequeños que ya compiten en el mercado de crédito a pymes y que conjuntamente representan una cuota relevante y creciente en todas las regiones españolas, también en las más afectadas por la concentración.

552. Este análisis está en línea con las variables que las Directrices consideran necesarias analizar para valorar la importancia de operadores disruptivos en el mercado. Según éstas, una fuerza competitiva importante es aquélla que ejerce "*una mayor influencia en el proceso competitivo de la que se desprende de sus cuotas de mercado u otros indicadores similares*".

[499] Página 68 del documento de alegaciones al PCH remitido por SABADELL con fecha 20 de febrero de 2025.

553. En línea con esta definición, la Comisión sugiere que, para ser calificada como fuerza competitiva importante, una empresa debe demostrar todas o algunas de las siguientes características[500]: (i) una estrategia comercial especialmente agresiva (conducta "maverick"); (ii) una capacidad de innovación superior a la de sus competidores; (iii) una cuota de mercado relativamente reducida, pero creciente; (iv) capacidad e incentivos demostrables para expandirse y ejercer a futuro una presión competitiva igualmente o más significativa sobre el resto de operadores.

554. Los análisis realizados en los párrafos anteriores permiten concluir que (i) SABADELL pierde cuota de mercado a favor de otras entidades en general en todas las CCAA; (ii) los precios ofrecidos por SABADELL en pymes son similares a los de otras entidades como BBVA, no mostrando una política de precios o descuentos especialmente agresiva si se compara con la de sus competidores); (iii) su modelo de negocio no difiere de los modelos tradicionales de la industria ya que la cartera de productos ofrecida por SABADELL, así como su modelo de negocio resulta similar al de otras entidades, aunque se haya especializado más en algunos segmentos como el de crédito; y (iv) la inversión de SABADELL en los últimos años en materia de transformación digital no ha sido superior a la de sus competidores directos[501].

555. A juicio de esta Dirección, no puede considerarse, por tanto, que SABADELL sea una fuerza competitiva insustituible que juegue un creciente papel disruptivo y de disciplina de precios en estos mercados, más allá del papel que pueden jugar otras entidades que también actúan en los mismos mercados.

556. A pesar de las conclusiones anteriores, es cierto que el mercado de crédito a pymes presenta algunas rigideces para que los clientes cambien de proveedor, como se desprende de las alegaciones tanto de SABADELL como de BBVA, aunque los costes de cambio no sean elevados. Se trata de un mercado en el que existe un problema de información asimétrica, donde una entidad de crédito que establece una nueva relación con una PYME debe disponer de datos y conocimiento del cliente para poder ajustar adecuadamente el contrato de crédito al riesgo de solvencia que presenta. Por lo tanto, es necesario que transcurra cierto tiempo para que pueda establecerse una relación de confianza entre banco y cliente que representa una ventaja para el actual proveedor de crédito y, por lo tanto, se trata de una característica que tiene un impacto en el nivel de competencia en este mercado.

557. En conclusión, a la vista del refuerzo de la entidad resultante en el segmento de concesión de crédito a pymes y de la existencia de rigideces a corto plazo para cambiar de proveedor, a pesar de la competencia de las otras entidades presentes en el mercado, **se aprecia un riesgo limitado de que la entidad**

500 Ver Comisión Europea (2004), Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas.

501 Se ha comprobado el gasto realizado por las distintas entidades en las partidas de transformación tecnológica y nuevas tecnologías de acuerdo con la información que hacen públicas en sus informes anuales.

resultante pudiera reducir el volumen de crédito a pymes en algunas áreas geográficas concretas. Ahora bien, en la medida en que **(i) la operación no supone la eliminación de un dinamizador** del mercado **ni** de un **operador** que sea un **competidor próximo** de la adquirente y que **(ii)** existe **presión competitiva** de terceros operadores, se espera que **el impacto de la operación en el mercado de crédito a pymes sea limitado** en el tiempo.

(ii) Valoración de la Dirección de Competencia sobre el riesgo global de la reducción del crédito a pymes en el sistema bancario español

558. A lo largo de los párrafos anteriores se ha analizado el riesgo de reducción de crédito específicamente puesto a disposición de las pymes respecto del que actualmente proporcionan BBVA y SABADELL por separado, para analizar el impacto de la operación en el mercado.

559. No obstante, tanto SABADELL como ACCO presentaron también estudios para tratar de cuantificar el impacto que esta operación tendría en el mercado de crédito nacional en su conjunto, computando de manera agregada la reducción de crédito a pymes no solo de las partes sino del resto de operadores del mercado.

560. La ACCO incluía en su informe una estimación realizada por el Observatorio de PIMEC, según la cual, tomando como base los efectos de fusiones anteriores y suponiendo una reducción media del 8% de los activos combinados de BBVA y SABADELL, se estimaba que la operación conllevaría una reducción del crédito de 54.393 millones de euros.

561. En el PCH se señalaron varios problemas de esta estimación. La supuesta reducción media del 8% de los activos combinados se basaba en el cálculo de la reducción media de crédito tras fusiones anteriores en el mercado bancario español, pero no se justificaba que la reducción de crédito estimada se debiera al incremento en la concentración y no a otros factores económicos (cambios de la situación económica o en los tipos de interés) o regulatorios que pudieran explicar la reducción observada. En efecto, no se puede asumir que el impacto de esta operación fuese idéntico al de operaciones anteriores dado que el resto de variables que afectan a la oferta y a la demanda de crédito no serían idénticas a las presentes en este caso.

562. Por su parte, SABADELL presentó un informe titulado “Concentración bancaria y concesión de crédito a pymes en España” en el que estimaba la posible evolución del crédito nuevo a pymes tras una potencial concentración entre BBVA y SABADELL.

563. Según el modelo presentado, la concesión de crédito a pymes en España estaría explicada por las siguientes variables: (i) la tasa de paro, que se relaciona negativamente con la concesión de crédito; (ii) la inversión, medida a través de la formación bruta de capital fijo[502], que se relacionaría positivamente con la concesión de crédito; (iii) la inflación, que en un contexto

[502] Concepto macroeconómico que mide el valor de las adquisiciones de activos fijos nuevos o existentes menos las cesiones de activos fijos realizados por el sector empresarial, los gobiernos y los hogares.

inflacionista se relacionaría positivamente con la demanda de crédito; y (iv) el HHI de activos, que aproxima el nivel de concentración del sector bancario y se relacionaría negativamente con la concesión de créditos a pymes.

564. El informe concluía que las concentraciones en el sector bancario habrían representado un freno a la concesión de crédito nuevo a pymes a nivel nacional. En concreto, el modelo estimaba en su versión más actualizada que el incremento en la concentración supondría una reducción del crédito nuevo de 21.500 millones de euros, lo que representaría una reducción del 7,2% del crédito respecto al que se concedería en un escenario sin fusión.

565. En relación con este informe, el PCH señaló varios problemas de este modelo presentado por SABADELL. En primer lugar, el informe analizaba la evolución del crédito nuevo, pero no analizaba como afectaría al volumen de financiación actual de las pymes.

566. En segundo lugar, el PCH señalaba que el modelo no contemplaba explícitamente otras variables que influían en las condiciones de oferta de crédito nuevo. Según el Informe de Financiación de pymes, publicado por CEPYME en septiembre de 2023, las condiciones de oferta de crédito se habrían endurecido por la menor tolerancia al riego por parte de los bancos y por el endurecimiento de los criterios prudenciales por parte del BCE. Las entidades bancarias estarían ajustando sus criterios de evaluación y aumentando los requisitos para acceder al crédito, pero el modelo de SABADELL no tendría en cuenta ninguno de estos factores.

567. En tercer lugar, el modelo estimaba la evolución del mercado desde un punto de vista estático. Es decir, no tenía en cuenta la posibilidad de entrada y expansión en el medio plazo de otros operadores en el mercado de concesión de nuevo crédito a las pymes.

568. En cuarto lugar, el PCH cuestionaba que el efecto estimado se refería a todo el sistema bancario español y no identificaba la reducción de crédito específicamente atribuible a las partes implicadas en la operación.

569. En sus alegaciones al PCH, SABADELL presentó un estudio complementario siguiendo las observaciones contenidas en el PCH y estimó un nuevo modelo con la variable de crédito actual o saldo vivo como variable de interés. Según este modelo complementario, el impacto de la operación sería de una reducción de un 5,9% del crédito actual. Por tanto, ya sea con variable flujo como con variable stock, SABADELL estima un impacto estructural negativo de la concentración en el crédito debido a esta operación. Los resultados del modelo mostrarían que mientras en el escenario sin operación el crédito concedido aumenta de año en año, en el escenario con operación se produce una caída del crédito concedido en 2025 (cuando se asume que se produce la operación), y a partir de entonces el crédito concedido sería inferior al del escenario sin operación.

570. En respuesta al PCH, SABADELL aclaraba que la tasa de paro y la formación bruta de capital fijo que utilizó en su primer informe ya capturarían la tolerancia al riesgo de los bancos, y que el Euríbor ya incluía el

endurecimiento de la política monetaria. En el informe complementario ha realizado un análisis de robustez según el cual las variables mencionadas por la Dirección de Competencia en el PCH no aportarían información significativa adicional.

571. SABADELL justifica no haber tenido en cuenta la competencia potencial en su modelo porque entiende que los neobancos no se contemplan como un competidor para el negocio a pymes en el corto o medio plazo. Adicionalmente, el informe precisa que sigue un enfoque estándar *ceteris paribus* que supondría que el cambio de las medidas de concentración tras la operación se producirá como consecuencia únicamente de la misma. Por lo tanto, la caída del crédito total del sistema estimado en el modelo respondería únicamente a la operación.

572. Por último, en relación con la crítica sobre la cuantificación de la reducción de crédito en general y no la correspondiente únicamente a las dos entidades afectadas por la operación, SABADELL aclara que el modelo estimaría los efectos de la operación en el mercado; estos efectos pueden ser resultado de un cambio de comportamiento de las partes de la operación y/o de los competidores en reacción a la eliminación de un competidor. Dadas las cuotas de partida de las partes de la operación en el negocio de pymes, considera que sería improbable que se observara en el mercado una reducción del 7 % en el crédito nuevo y cercano al 6 % en el crédito actual sin que una parte relevante correspondiera a las partes de la operación. En cualquier caso, afirman, se trataría de efectos de la operación que sería conveniente que sean valorados por la CNMC.

573. Esta Dirección de Competencia no puede aceptar las alegaciones del SABADELL, y sigue considerando que las conclusiones que se extraen de su estudio han de ser valoradas con mucha precaución por las siguientes razones, y por tanto también las implicaciones que pretenden extraerse para la valoración de la concentración analizada.

574. En primer lugar, las dos versiones del modelo presentado no tienen en cuenta una de las variables más relevantes por el lado de la oferta de crédito, y eso obliga a cuestionar los resultados. Ya se señaló en el PCH que no se estaba teniendo en cuenta el posible impacto del endurecimiento de la normativa prudencial de riesgos, es decir, el impacto de la normativa sobre solvencia de las entidades. Este factor tiene un impacto muy relevante en la creación de crédito puesto que afecta directamente a la oferta de las entidades por ser de obligado cumplimiento. El modelo no incluye ninguna variable al respecto, por lo tanto, no está controlando por el efecto de esta normativa en el mercado.

575. SABADELL alega que sí estaría teniendo en cuenta el posible endurecimiento de la política monetaria ya que en los modelos alternativos del informe se incluye como variable explicativa el Euríbor. Sin embargo, conviene subrayar que no es lo mismo endurecimiento de la política monetaria que de la normativa prudencial de solvencia, como parece haber entendido SABADELL. El Euríbor no está en condiciones de capturar un endurecimiento

de los criterios de solvencia del BCE ni la menor disposición a prestar por parte de las entidades de crédito.

576. En segundo lugar, el modelo propuesto por SABADELL contiene una variable endógena retardada de crédito como variable explicativa, lo que produce una disminución persistente o estructural en la concesión de crédito a partir de 2025 como consecuencia del impacto de un shock exógeno negativo producido por la concentración. Por tanto, por su propia especificación econométrica el modelo convierte en permanente un posible shock de crédito puntual, por lo que el resultado asume que no podrá producirse un aumento del crédito ofrecido por otras entidades financieras.

577. En tercer lugar, el indicador de concentración utilizado en el modelo por SABADELL es el HHI de los activos. Aunque la operación puede inicialmente aumentar el HHI debido a la concentración, el aumento de las cuotas de mercado de los bancos más pequeños podría contrarrestar este efecto. Como se ha dicho, se ha adoptado un enfoque prudente y se ha decidido no contemplar la posibilidad de que vaya a reducirse la concentración por la entrada de nuevos competidores; sin embargo, el aumento progresivo de las cuotas de mercado de los bancos medianos y pequeños a costa de los más grandes puede hacer disminuir este indicador de concentración, y –como se ha visto anteriormente– parece que es el caso más probable en el mercado de crédito a pymes. Se trata de un efecto dinámico relevante, que hace dudar de la validez del modelo para predecir la evolución del crédito a pymes a nivel nacional.

578. Los comentarios anteriores están relacionados con un supuesto no explicitado en los análisis econométricos presentados por SABADELL. Los modelos estimarían supuestamente los efectos de la operación en todo el mercado español. El efecto agregado puede deberse a cambios en el comportamiento de las partes de la operación y/o a cambios de los competidores en reacción a la eliminación de un competidor. Según el informe de SABADELL, sea cual sea el cuadro macroeconómico y sea cual sea la tendencia, el comportamiento del crédito a pymes siempre empeora con la operación con respecto al escenario sin operación. Asumiendo una reducción en el crédito ofrecido por la nueva entidad –que no ha sido demostrado–, el resultado de los modelos de SABADELL presupone que los competidores de la nueva entidad reducen también el crédito que ofrecen, lo que *ceteris paribus* no tendría sentido salvo que se acredite la existencia de efectos coordinados.

579. En este contexto, interesa destacar que ya el PCH dejó claro que la concentración no comporta riesgos de efectos coordinados en los mercados analizados, pues ni las características del mercado facilitan la coordinación ni se dan los requisitos para que la misma sea viable (párrafos 597 a 602 del PCH). En este informe se ha respondido a las alegaciones presentadas por SABADELL al respecto y se ha llegado a la misma conclusión, es decir, el mercado de crédito a pymes no presenta un riesgo de efectos coordinados en el mercado. Por tanto, las conclusiones de los modelos econométricos de ámbito nacional presentados por SABADELL no pueden utilizarse

válidamente para valorar los posibles efectos de la concentración sobre el crédito a pymes.

8.1.3. Empeoramiento de condiciones en adquirencia, suministro y gestión de TPV y servicios técnicos para la aceptación de pagos online

580. Para los servicios de adquisición de operaciones de pago, la cuota de mercado de la entidad resultante a nivel nacional para el segmento de TPV es [30-40]% (adición del [10-20]%) calculada según el número de transacciones y [30-40]% (adición del [10-20]%), según el valor de las compras. Su principal competidor es CaixaBank, con una cuota de aproximadamente el [20-30]%, seguido de Santander, con una cuota significativamente más baja, de aproximadamente el [10-20]%[503]. La tendencia de las cuotas de las partes durante los tres últimos años ha sido creciente.

581. Para el segmento de adquirencia en comercio electrónico, la cuota es del [20-30]% (adición del [10-20]%) atendiendo al número de transacciones y del [30-40]% (adición del [10-20]%) según el valor de las compras. De nuevo, su principal competidor es CaixaBank, con una cuota del [20-30]%. Sin embargo, estas dos entidades se distancian de forma muy significativa del tercer operador del mercado, Santander, con una cuota del [5-10]%[504].

582. En ambos segmentos (con TPV y en comercio electrónico), la entidad resultante de la operación se constituiría como líder a nivel nacional, tras la eliminación de una fuerza competitiva importante**,** al concentrarse el segundo y tercer operador del mercado.

583. La cuota de mercado resultante de la operación de concentración y el grado de concentración del mercado, reducen el número de alternativas disponibles para los clientes y hace difícil el cambio a otra entidad. En concreto, a nivel nacional, las dos primeras entidades con mayor cuota de mercado, la entidad resultante y CaixaBank, acapararán más del 60% del mercado de adquirencia con TPV físico y se situarán en porcentajes cercanos al 60% para el mercado de adquirencia en comercio electrónico, a mucha distancia del tercer operador.

584. Para el mercado de adquirencia con TPV, existe, además, una gran distancia entre el tercer operador del mercado, Santander, con cuotas alrededor del 15% y el siguiente operador, cuya cuota no alcanza el [0-5]%[505]. Si bien el mercado de adquirencia tiene un alcance geográfico nacional, el análisis de cuota llevado a cabo por la ACCO muestra que en algunas zonas del territorio español como Cataluña "*la cuota de mercado de los dos principales operadores se situaría claramente por encima del 80%"* lo que es reflejo de

[503] Para el caso de CaixaBank, cuota del [20-30]% calculada según el valor de las compras y cuota del [20-30]% calculada según el número de transacciones; de acuerdo con las estimaciones realizadas por BBVA. Para el caso de Santander, la cuota calculada por valor de las compras es del [10-20]% y calculada por el número de transacciones es del [10-20]%.

[504] Cuotas calculadas según el valor de las transacciones.

[505] Estos operadores son Abanca, en caso de calcular la cuota del mercado de adquirencia con TPV a partir del número de transacciones, que cuenta con una cuota del [0-5]% y Bankinter, en caso de calcular la cuota de mercado según el valor de las compras, que cuenta con una cuota del [0-5]%.

la importancia de estas dos entidades en distintas partes del territorio español.

585. Por tanto, la entidad resultante se podría posicionarse como la líder de un mercado con índices de concentración elevados y una demanda atomizada y fidelizada, sin poder descartarse que la operación propuesta lleve a un empeoramiento de las condiciones comerciales ofrecidas en los servicios de adquirencia a los comerciantes. En particular, la entidad resultante, tras la desaparición de un competidor importante, tendría el incentivo y la capacidad de incrementar el precio al comercio que demanda servicios de adquirencia (sea online o a través del uso del TPV), ya sea a través de un incremento de comisión por uso o bien una mayor tarifa mensual. Además, considerando las barreras expuestas, el resto de los competidores podrían enfrentarse a dificultades para captar clientes frente a la resultante. A lo anterior, se une el contexto del mercado en el que el pago con tarjeta cada vez va ganando más fuerza.

586. Divilo ha señalado, en el test de mercado, como potenciales consecuencias de la operación de concentración, la influencia de la entidad resultante en la fijación de precios y un potencial "*abuso de posición dominante y una concentración superior al 50% de cuota de mercado en España*".

587. SABADELL considera[506] que el TPV se utiliza como producto clave para fidelizar a las empresas, por lo que la banca generalista suele comercializar este producto a precios ajustados como medio de captar la operativa y necesidades de financiación de un cliente; "*esto limita la entrada de nuevos players que sean "monoliners" de TPVs, en un mercado ya de por sí concentrado (al ser los márgenes de TPVs tan bajos, no pueden entrar por rentabilidad)"* ya que *"al ser un negocio de volumen se requiere mucha escala para poder competir*".

588. De hecho, en algunas ocasiones el TPV se suministra de forma gratuita con el fin de captar la prestación de otros servicios al cliente, como los servicios de adquirencia[507]. Así pues, el propio funcionamiento del mercado permitiría correlacionar el mercado de adquirencia con TPV con el mercado de suministro y gestión de TPV físicos, en el que la cuota de mercado de la entidad resultante se situaría en un **[30-40]%** (adición del [10-20]%)[508].

589. La ACCO también ha manifestado en su informe los posibles riesgos que puede conllevar la operación en este mercado[509]. De acuerdo con sus estimaciones, la cuota de mercado de la entidad resultante de la operación

---

506 En respuesta al requerimiento de información realizado con fecha del 14 de agosto de 2024.

507 A este respecto, SABADELL indica en el requerimiento de información formulado con fecha del 14 de agosto de 2024 que "*en ciertas campañas comerciales se ofrece el TPV de forma gratuita [CONFIDENCIAL].* BBVA también ofrece el TPV de forma gratuita en algunas circunstancias, de acuerdo con el catálogo de productos aportado por BBVA en respuesta al requerimiento de información realizado con fecha del 14 de agosto de 2024, se ofrece "Bono TPV" por el que se cobra una cuota fija mensual o tarifa plana durante 12 meses incluyendo todas las operaciones realizadas con Visa o Mastercard; "*no se cobra nada por el mantenimiento del primer terminal*".

508 No es posible comparar esta cuota con la de otros operadores del mercado al no ser accesible los datos de competidores.

509 Esta visión ha sido igualmente compartida por el Consejo de Consumidores y Usuarios en sus alegaciones a la Nota Sucinta.

para el mercado de servicios de adquirencia con TPV físico, sería superior al 40%, tanto en términos de valor como en volumen, en Cataluña y en cada una de sus cuatro provincias. Además, considerando la cuota de CaixaBank, que se constituiría como segundo operador del mercado de adquirencia, la cuota de mercado de estos dos principales operadores se situaría por encima del 80% para Cataluña y sus provincias, quedando el tercer operador (Santander) lejos de las cuotas alcanzadas por los dos operadores anteriores (entre el 8% y el 12% en las operaciones a través del TPV físico y de alrededor del 3% en las de comercio electrónico). Por ello, según la ACCO, la disminución de las presiones competitivas a las que podría llevar la presente operación "*podría suponer un encarecimiento del servicio, especialmente a las pymes con menor poder de negociación, mediante aumentos en las tarifas y recargos del servicio*".

Análisis de las alegaciones de BBVA sobre empeoramiento de condiciones

590. La notificante y ciertos competidores de banca tradicional[510] destacan en primer lugar que, gracias a la Directiva PSD2, se han reducido las barreras de entrada, lo que ha permitido la entrada de nuevos competidores en el mercado, teniendo una importancia creciente adquirentes internacionales como Stripe, Adyen, Square o Worldline. No obstante, debe tomarse en consideración que el estudio de la Comisión Europea[511] sobre el impacto de la directiva PSD2, mencionado anteriormente, destaca cielOrtas inercias del propio funcionamiento de este mercado, que hacen que permanezcan ciertas barreras de carácter regulatorio, tecnológico y comercial.

591. BBVA apunta[512] también que, aunque el TPV lleva necesariamente a la apertura de una cuenta bancaria donde se liquide la facturación generada por ese TPV, esta vinculación inicial no garantiza por sí misma la fidelización del cliente a largo plazo, que dependerá de la competitividad en el resto de los productos. Además, BBVA[513] indica que "*las entidades bancarias están sujetas a restricciones normativas en materia de ventas vinculadas que les impiden condicionar la contratación de un producto o servicio a la contratación obligatoria de otros productos adicionales, salvo aquellos técnicamente necesarios para la prestación del servicio principal*". Por ello, aunque el suministro del TPV pueda contribuir a la vinculación inicial del cliente, no garantiza la fidelización a largo plazo, especialmente en un contexto de bajos costes de cambio.

592. Por el contrario, argumenta que entidades especialistas en servicios no financieros y actores que operan bajo regulaciones específicas de medios de pago, suelen prestar sus servicios mediante soluciones integradas orientadas a la gestión de comercios y negocios. Señala la notificante que la tendencia

[510] Cinco de once encuestados: CaixaBank, Cajamar, Kutxabank, Santander y Unicaja.

[511] Estudio de la Comisión Europea "A study on the application and impact of Directive (EU) 2015/2366 on Payment Services (PSD2)" https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f6f80336-a3aa-11ed-b508-01aa75ed71a1/language-en

[512] Escrito aportando información sobre el compromiso de adquirencia, aportado por BBVA con fecha de 11 de diciembre de 2024.

[513] En las alegaciones al IP, aportadas con fecha de 14 de enero de 2025.

actual en mercados como EEUU muestra que los comercios están desplazando la contratación de servicios de cobro hacia estas entidades que ofrecen soluciones integradas. BBVA considera que esta podría ser la tendencia que se de en España en un futuro.

593. Pero, a pesar de la tendencia que, de acuerdo con BBVA, muestra el mercado de EEUU, no se puede afirmar que ésta sea la situación para el caso del mercado español en la actualidad. De acuerdo con las cuotas proporcionadas por BBVA, la cuota combinada de todos los operadores internacionales no superaría el 10% para el mercado de adquirencia con TPV, calculando la cuota en valor o en volumen. Para el mercado de adquirencia en comercio electrónico, la presencia de operadores internacionales es mayor, siendo la cuota de mercado proporcionada por BBVA del [20-30]% para el conjunto de todos los operadores internacionales. Sin embargo, dicha cuota, a pesar de ser una cuota conjunta de todos los operadores internacionales, es inferior a la que resultaría de la presente operación y significativamente inferior a la que resultaría si considerásemos la cuota de los tres primeros operadores del mercado.

594. Por otra parte, la fidelización puesta de manifiesto por algunos operadores[514], mediante la oferta que realizan grandes entidades, de una gama amplia de servicios como cuentas, tarjetas y créditos, dificulta la captación de clientes por entidades financieras alternativas como fintech; sin que este factor se vea mitigado por el hecho de que otras entidades bancarias, aparte de BBVA (como CaixaBank, Santander, Unicaja…), puedan también, poner en práctica, estrategias de fidelización, como señala BBVA.

595. Asimismo, el nombre y prestigio de las partes de la concentración se ha revelado como una posible ventaja frente a los competidores, al tener los servicios de adquirencia un elemento clave, que es la confianza que se deposita en la entidad, para que maneje los fondos fruto de la actividad comercial y se canalicen desde el consumidor al proveedor/vendedor. Ello, a pesar de que BBVA considere[515] que este factor no cuenta con tanta relevancia como el precio reducido que ofrecen nuevos operadores y que se produce gracias a la eficiencia en costes del sistema de procesamiento de Redsys.

596. Por otro lado, aunque BBVA destaca el papel cada vez más importante de Bizum "*en el mercado de adquirencia, especialmente en el contexto del comercio electrónico, lo que supone una alternativa adicional para los comercios*", esta Dirección de Competencia considera que, por el momento, esta fórmula de pago mediante transferencia instantánea no constituye una alternativa a los pagos con tarjeta a comercios. Así, de acuerdo con la respuesta al test de mercado de Comercia, aunque se haya empezado a implementar con algunos comerciantes el servicio de pago sin tarjeta por

[514] Información proporcionada en el test de mercado realizado en primera fase por el Neobanco Bnext y por SABADELL

[515] Escrito aportado por BBVA con fecha de 11 de diciembre de 2024.

medio de transferencias instantáneas "*este servicio se encuentra en proceso de implementación y tiene, actualmente, carácter residual en Comercia*".

597. Otro elemento fundamental, a la hora de valorar el efecto de la operación en estos mercados, es el escaso poder de negociación de la demanda, debido a su estructura atomizada. Para todos estos servicios de pago, la demanda está compuesta por empresas, lo que se traduce en un gran número de clientes que, individualmente, suponen un volumen de negocio relativamente pequeño.

598. Para reducir la importancia de este factor, BBVA ha aportado argumentos, por el lado de la oferta y de la demanda, sobre el dinamismo del mercado de adquirencia en España[516], que hacen que se trate de un mercado competitivo. Por el lado de la oferta, señala que existe una fuerte competencia que incluye a entidades bancarias y operadores especializados en servicios de pago, variando los servicios ofrecidos en función del tipo de comercio.

599. Para *comercios con necesidades de pago básicas,* BBVA considera que existe intensa competencia en precios y se ofrece un servicio estándar de adquirencia, lo que hace que los precios sean muy competitivos, produciéndose esta competencia principalmente entre entidades bancarias. El hecho de que el procesamiento se lleve a cabo en España por Redsys y no por más operadores, lleva a que el procesamiento sea más eficiente en comparación a otros mercados europeos y que los precios sean más competitivos.

600. Para *comercios con necesidades de pago más sofisticadas*, la notificante estima que la dinámica cambia, debido a que se requieren soluciones tecnológicas más complejas y servicios adicionales como herramientas avanzadas de reporting y análisis de datos, sistemas anti-fraude, soluciones que integren pagos físicos y digitales en una única plataforma, capacidad de procesamiento internacional e integración con sistemas de gestión propios del comercio. Esto hace que no sólo se compita en precios sino también en calidad de los servicios. Por tanto, en este caso, la competencia se produce entre entidades bancarias y plataformas tecnológicas de pago como Adyen, Worldline, Stripe o Square, que se han diferenciado ofreciendo servicios de valor añadido.

601. Como consecuencia de lo anterior, el mercado de adquirencia en España destaca por su elevada competitividad, en opinión de BBVA, que se refleja en tasas de descuento inferiores a las de la media de la UE. Para el caso de adquirencia con TPV físico, la tasa de descuento oscila entre el 0,5%-0,9% en España, siendo la media UE 0,9%-1,3%. Para el caso de adquirencia en comercio electrónico, la tasa de descuento oscila entre el 0,7%-1,1% en España, siendo la media UE 1%-1,4%, lo cual puede deberse a distintos factores, como la presencia de empresas de menor tamaño en España.

[516] Escrito aportando información sobre el compromiso de adquirencia, aportado por BBVA con fecha de 11 de diciembre de 2024.

602. Asimismo, BBVA argumenta la existencia de un elevado dinamismo también por el lado de la demanda y ello en tanto que:

- Existen pocos costes de cambio de proveedor y los cambios se producen de forma rápida. Para los TPVs físicos, de acuerdo con Redsys, el 80% de las instalaciones que operan bajo su red se completan en menos de 24 horas. Para los TPVs virtuales, el cambio es sencillo si se produce entre proveedores que utilizan Redsys, al usar la misma API, en caso contrario el cambio es complejo. En el caso de empresas de gran tamaño que requieren de necesidades de pago más sofisticadas y con ellas de servicios complementarios de reporting y conciliación de datos, los costes de cambio pueden incrementarse. Sin embargo, BBVA señala que estas entidades tienden a operar con múltiples operadores por lo que consideran que no es una barrera real.
- Según estimaciones de BBVA, entre un [10-20]% y un [20-30]% de los agentes que tienen contratados sus servicios de adquirencia, operan también con otras entidades[517]. En particular, las empresas medio-grandes utilizan pasarelas de pago multi-adquirentes "switchers" que permiten a los comercios conectar y operar con múltiples operadores de forma simultánea y direccionar la operación al proveedor que ofrece mejores condiciones en cada momento. Además, las entidades que operan en canal físico y online pueden elegir distintos proveedores según el canal de venta.
- Existe una elevada tasa de rotación; la tasa de rotación de comercios que registra BBVA en su negocio de adquirencia han aumentado en los últimos años. La tasa de altas ha crecido del [20-30]% en 2020 al [30-40]% en 2023. La tasa de bajas ha crecido del [10-20]% en 2020 al [20-30]% en 2023[518]. Los datos existentes de 2024 señalan que la tendencia continuará. El hecho de que la tasa de bajas sea inferior a la de altas muestra la tendencia a operar con varios operadores.

603. A su juicio, estos hechos muestran dinamismo de la demanda de los servicios de adquirencia que, gracias a la existencia de alternativas cuenta con poder negociador.

604. A pesar de que estos elementos permiten conocer las dinámicas del mercado y sus características para el caso español, como es la elevada rotación o la tasa de descuento inferior a la de otros países, como explica BBVA, esto no se debe fundamentalmente, a un nivel de competencia elevado sino al hecho de que se utilice Redsys como procesador por todos los operadores en España. En palabras de BBVA, "*la presencia de Redsys como procesador de pagos, garantiza un procesamiento más eficiente en el mercado español en*

[517] BBVA tiene certeza del dato correspondiente al límite inferior [10-20]% que son comercios que ya eran clientes de BBVA antes. El límite superior [20-30]% incluye a comercios que se dieron de alta con BBVA durante el periodo analizado y que por tanto no se conoce si han dado de baja servicios de adquirencia de otros operadores para contratar en exclusiva con BBVA.

[518] Si en lugar de mirar comercios se mirase clientes, la tasa de alta entre 2020 y 2023 se situaría entre [10-20]% y [20-30]% y la tasa de baja entre [10-20]% y [10-20]%. Diferencia entre comercio y cliente: cliente es empresa como entidad legal y comercio es el local, por ejemplo, un restaurante con dos locales es un cliente y dos comercios

comparación con otros mercados europeos, lo que les permite ofrecer precios más competitivos".

605. Por tanto, tales elementos no permiten descartar que, el mayor grado de concentración del mercado y la reducción del número de operadores derivados de la operación, tengan efectos negativos sobre las condiciones en las que se ofrecen estos servicios, derivados del menor poder de negociación de las empresas, especialmente de las pymes. Esto último parece especialmente probable dadas las menores tasas de descuento existentes en el mercado español, que podría hacer menos atractivo el mercado para operadores internacionales que, tal y como ha quedado ya expuesto, en la actualidad tienen una presencia reducida que no se ha traducido en una reducción de las cuotas de los grandes bancos en los últimos años.

606. BBVA argumenta, frente a esto, que el aspecto relevante de análisis no debe ser si el nivel de precios actual dificulta la expansión de las plataformas internacionales en determinados segmentos del mercado, sino si ante un aumento del precio por parte de la entidad resultante, las plataformas tendrían capacidad e incentivos para expandirse y constituirse como alternativa para los comercios, aumentando la competencia y número de alternativas. Además, argumenta que esta expansión resulta más probable teniendo en cuenta la posición establecida de las plataformas especializadas en el segmento de adquirencia en comercio electrónico, lo que hace más fácil su expansión hacia los servicios de adquirencia a través de TPV físico y la creciente digitalización de las empresas españolas que los lleva a demandar servicios de pagos más complejos.

607. Pero debe señalarse, en línea con lo manifestado por SABADELL, que BBVA no profundiza en la magnitud de la diferencia en precios entre la banca tradicional y estas plataformas especializadas, que hace que las plataformas internacionales no sean una opción factible, salvo que se produzca un incremento de precios considerable. En concreto, la tasa de descuento aportada por SABADELL es del [0-5]%, un [40-50]% más baja que la del operador internacional con menor coste, Adyen con una tasa de descuento del 0,6%[519].

608. Por último, y en tercer lugar, BBVA sostiene que la operación no obstaculizará la competencia efectiva en el mercado de servicios de adquirencia, ya que la entidad resultante seguirá enfrentando la presión competitiva ejercida por otras entidades bancarias con recursos, escala y capacidades tecnológicas suficientes para ser competidores (especialmente Santander y CaixaBank). Señala, en particular, que Santander modernizó su oferta de pago mediante la creación de PagoNxt, y en este periodo, Santander ha fortalecido su posición competitiva, registrando un crecimiento en su cuota de mercado mayor que el resto de las principales entidades.

609. Asimismo, considera que es de esperar que, en un futuro, entidades como N26, Revolut y plataformas tecnológicas como Adyen, Worldline, Stripe y

[519] El resto de competidores especializados internacionales contarían con tasas de descuento superiores, tal es el caso de Stripe con una tasa del 1,5%; Square con tasa del 1,25% o Revolut, con una tasa del 1%.

Square, puedan aumentar su presencia en el mercado de adquirencia. Y entiende que la rotación existente de clientes también genera incentivos por parte de los bancos para ofrecer condiciones competitivas ya que, en caso de no ofrecerlas, existiría un incentivo por parte de entidades de menor tamaño como Bankinter, Unicaja e Ibercaja a expandir su presencia en el mercado.

610. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que, Santander como tercera entidad con mayor cuota de mercado, se encuentra a gran distancia de la entidad resultante y de CaixaBank y que también se ha producido un incremento en la cuota de mercado de SABADELL y de BBVA, siendo CaixaBank la única entidad que ha visto una disminución de su cuota.

611. Igualmente, las entidades distintas a la banca tradicional, tal y como muestra su cuota de mercado, no tienen en la actualidad una gran presencia en España, sin perjuicio de que su presencia pueda aumentar en un futuro. Así, la presión competitiva ejercida por estos operadores no se considera suficiente como para contrarrestar los riesgos identificados.

612. Por último, BBVA alega[520] que la cuota de mercado de la entidad resultante sería inferior a la cuota de mercado en operaciones autorizadas por la CNMC como el asunto Comercia/Universalpay. Si bien esto es cierto, cabe señalar que en dicha operación la adición de cuota no superaba el 5% en ninguno de los segmentos del mercado de adquirencia en valor y en volumen, frente al más de 10% en la presente concentración, por lo que la modificación de la estructura de mercado y el refuerzo de la entidad resultante es aún más significativo.

613. Por todo lo expuesto se concluye que **la operación comporta riesgos de empeoramiento de condiciones en el mercado de adquirencia**.

8.1.4. Empeoramiento de condiciones de retirada de efectivo en cajeros

614. La cuota resultante de la operación a nivel nacional para el mercado de cajeros es del [10-20]% (adición del [5-10]%). Así, la entidad resultante se mantendría a nivel nacional como el segundo operador del mercado, posición que venía ostentando BBVA, por detrás de CaixaBank con una cuota de mercado del [20-30]%.

615. A nivel autonómico, la entidad resultante ostentará una cuota superior al 30% con adición mayor al 10% en Cataluña (cuota conjunta del [30-40]% con adición del [10-20]%)[521].

616. A nivel provincial, la entidad resultante superará la cuota del 30% con una adición superior al 10% solo en dos provincias: Barcelona (cuota conjunta del [30-40]% con adición del [10-20]%) y Alicante (cuota conjunta del [30-40]%

[520] Alegaciones al IP realizadas con fecha de 14 de enero de 2025.

[521] No obstante, la entidad resultante superará la cuota del 30% con adición menor del 10% en las ciudades autónomas de Ceuta, cuota del [40-50]% (adición del [5-10]%) y en Melilla, cuota del [40-50]% (adición del [5-10]%).

con adición del [10-20]%)[522]. La operación supone que la entidad resultante adquiera mayor capilaridad a lo largo de toda la geografía española.

617. Las cuotas resultantes por sí solas, no se consideran particularmente preocupantes y se observa la presencia de competidores relevantes con una amplia red de cajeros, tanto a nivel nacional como provincial. En concreto, en, Barcelona y Alicante, CaixaBank cuenta con una cuota del [30-40]% y del [10-20]%, respectivamente y Santander (segundo operador del mercado) cuenta con una cuota del [10-20]% en Barcelona y del [5-10]% en Alicante. Además, cabe señalar que, tras la operación los clientes SABADELL, accederán a más cajeros[523].

618. Asimismo, la notificante alega que existen barreras legales que no permitirían empeorar las condiciones comerciales en este mercado, ya que la normativa exige que las comisiones por uso de cajeros sean iguales en todo el territorio nacional[524].

619. Sin embargo, el análisis de este mercado no se puede llevar a cabo sin tomar en consideración los acuerdos existentes con la Red Euro6000 y Cardtronics, ya que sí constituye un riesgo la posible finalización por parte de la entidad resultante de los acuerdos de cajeros con los que cuenta SABADELL en la actualidad. Así, se ha identificado en precedentes recientes y se ha puesto de manifiesto en el test de mercado por parte de todas las entidades de banca tradicional que conforman el acuerdo con la excepción de Abanca y Unicaja.

620. También las entidades de banca online N26 e ING expresan en el test de mercado preocupación por un posible aumento de las comisiones, como consecuencia de la operación, ya que las comisiones por retirada de efectivo cobradas por SABADELL a estas entidades son inferiores a las cobradas por BBVA para el caso de ambas entidades. En el caso de N26, insiste en que el aumento de estas comisiones llevaría a un aumento de sus costes comerciales[525].

621. Por un lado, en caso de no continuar vigentes estos acuerdos, los clientes de SABADELL perderían acceso a la red de cajeros de aquellas entidades con las que SABADELL tiene suscritos los acuerdos, si bien dicha pérdida se vería compensada por la posibilidad de acceder a la red de cajeros de BBVA.

622. A su vez, para los clientes de las terceras entidades que tenían suscritos acuerdos y condiciones más favorables con SABADELL (como las entidades pertenecientes a la red Euro6000 o ING y N26), una posible ruptura de los acuerdos supondría dejar de acceder a la red de cajeros de SABADELL en las condiciones en las que venían haciéndolo y tener que pagar una comisión

[522] La entidad resultante superará la cuota del 30% con adición menor que el 10% en la provincia de Tarragona, cuota del [40-50]% (adición del [5-10]%).

[523] https://theobjective.com/economia/2024-10-15/bbva-clientes-SABADELL-doble-oficinas/

[524] Disposición adicional segunda del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

[525] Estas entidades se caracterizan por permitir la retirada de efectivo gratuita en cualquier lugar del mundo, de forma limitada, a sus clientes.

que será más elevada que la que pagan actualmente en el marco de los acuerdos suscritos.

623. Así pues, no es posible descartar que, al menos a corto plazo, la operación genere efectos negativos para un determinado grupo de clientes, como consecuencia de la reducción del parque de cajeros al que podrán acceder en las mismas condiciones en que venían haciéndolo bajo los acuerdos vigentes de SABADELL.

624. Por otro lado, BBVA prevé que se produzca una reestructuración de la oferta de cajeros, produciéndose cierres[526] como consecuencia de la operación. De acuerdo con la notificante, estos cierres vendrán dados, previsiblemente, en los casos en los que: "*i) se produzca el cierre de la oficina en la que se encuentra el cajero, ii) si tienen baja actividad y ésta puede ser asumida por otro cajero cercano, o, iii) en el caso de los cajeros desplazados, si se termina el acuerdo con el tercero en cuyas instalaciones se encuentre el cajero desplazado.*"

625. A la vista de lo anterior esta Dirección de Competencia considera que la operación comporta **riesgo de empeoramiento en las condiciones de acceso a cajeros, especialmente, en relación con los acuerdos de la Red Euro6000 y Cardtronics**.

8.1.5. Efectos coordinados

626. SABADELL afirma que es necesario analizar en profundidad el riesgo de efectos coordinados en esta operación, centrándose especialmente en la existencia de estos en "banca a pymes" y en adquirencia.

627. Justifica sus preocupaciones al tratarse de un sector concentrado donde, tras la fusión predominarán tres entidades bancarias de gran tamaño, Santander, Caixabank y BBVA/SABADELL, entre las que se crearía una situación más simétrica. Así mismo, según el escrito de alegaciones, los bancos interactúan frecuentemente en diferentes mercados, con conexiones como las que se producen a través de distintas sociedades de pagos como Bizum o STMP. Finalmente, considera que el entorno en el que operan los bancos sería estable, al existir barreras a la entrada que limitan la presión de potenciales entrantes.

628. En el mismo sentido, la autoridad de competencia valenciana argumenta[527] que, ante una realidad en la que ya existirían efectos coordinados, estos se verían facilitados como consecuencia de la concentración propuesta. Esto se debería a que esta operación se produce en un mercado ya concentrado, en el que las cuotas, el nivel de integración vertical y la estructura de costes, así como los productos y servicios ofertados por los operadores serían similares, con altos márgenes de beneficios (algo que, según la autoridad valenciana, no debiera pasar en caso de existir competencia) y donde SABADELL

[526] BBVA en respuesta al requerimiento de información formulado por la Dirección de Competencia con fecha del 9 de julio de 2024, no hace una estimación sobre el número concreto de cajeros que se prevé cerrar ya que carece de visibilidad sobre el parque de cajeros con el que cuenta SABADELL.

[527] Informe preceptivo de la Comisión de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana del 20 de diciembre de 2024, folios 7376-7411.

ejercería una presión competitiva considerable, con un fuerte posicionamiento en territorios concretos, y que, además, habría seguido una estrategia distinta en el mercado (más centrada en pymes).

629. A estos factores habría que añadir, según la autoridad valenciana, los siguientes: (i) la contratación se produciría en masa con adhesión de los clientes a condiciones generales, especialmente en banca minorista; (ii) los precios base de los que se parte en el sector serían índices públicos y transparentes (p.ej., el Euríbor), por lo que el punto de partida en la determinación del precio sería bastante homogéneo; (iii) falta de diferenciación en las comisiones fijadas por servicios de emisión de tarjetas o retirada de efectivo en cajeros ajenos a la red de la entidad bancaria; y (iv) las entidades de supervisión publican informes sobre la evolución de los mercados y hay comparadores digitales públicamente disponibles.

Valoración de la DC

630. Los efectos coordinados surgen cuando una concentración permite que, al menos un grupo importante de rivales ejerza poder de mercado conjunto a través de precios coordinados, decisiones de producción y/u otras acciones estratégicas. Por lo tanto, es necesario valorar sí, debido a la operación, las condiciones del mercado cambian para hacer que la posible colusión tácita entre las diferentes empresas operando en el mercado se haya visto facilitada. Así, hay tres requisitos para que la coordinación tácita resulte viable: (i) la posibilidad de vigilar el cumplimiento de la coordinación; (ii) la existencia de un mecanismo de disuasión creíble ante desviaciones, y (iii) la coordinación queda protegida de las reacciones, tanto de competidores actuales o futuros, que no participan en la coordinación como de los clientes[528].

631. Asimismo, es necesario valorar la existencia de los efectos coordinados dentro de un mercado de producto concreto, ya que un análisis general del sector bancario no permite valorar las características que facilitarían la coordinación en cada uno de los mercados relevantes para la operación analizada. Sin embargo, en lugar de analizar de forma detallada la posible existencia de efectos coordinados en cada mercado de forma individualizada, SABADELL realizó una valoración global de las características que podrían suponer un riesgo de efectos coordinados, limitándose a mencionar que podrían ser especialmente relevantes en el mercado de crédito de pymes y en el de adquirencia. Así mismo, la autoridad valenciana de competencia realizó una valoración general de la posible existencia de efectos coordinados en el sector bancario sin especificar en qué mercados serían más relevantes estos efectos.

632. Teniendo en cuenta lo anterior, se analiza la posible existencia de efectos coordinados en el mercado de crédito a pymes y en el mercado de servicios de adquirencia.

[528] Véase el párrafo 42 de las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas (Directrices de coordinaciones horizontales).

633. En relación con el mercado de crédito a pymes, las condiciones en las que se concede el crédito en este segmento no son transparentes ni definibles a nivel general, sino que suelen negociarse caso a caso y valorando, individualizadamente, las características de las empresas que buscan financiación. Por tanto, esta falta de transparencia determina que en este caso no concurra la primera condición para que la coordinación sea viable: la posibilidad de controlar el cumplimiento de la coordinación. A su vez, la falta de transparencia hace que no existan mecanismos de disuasión creíbles. yla falta de estabilidad de la demanda y la relevancia de la dimensión local dificultarían adicionalmente la coordinación de las condiciones en el mercado.

634. En relación con el mercado de adquirencia, los operadores con menor tamaño y estructuras de negocios distintas representan el 40% del mercado. Además, ni la oferta ni la demanda son particularmente estables, como muestran las elevadas tasas de cambio de clientes o el hecho de que sea habitual que los clientes cuenten con varios proveedores. Adicionalmente, la opacidad de las condiciones dificulta el control de las desviaciones y el funcionamiento de los mecanismos de castigo.

635. Teniendo en cuenta lo anterior, esta Dirección no considera que la concentración comporte riesgos de efectos coordinados en los mercados analizados, pues ni las características del mercado facilitan la coordinación ni se dan los requisitos para que la misma sea viable.

636. En sus alegaciones, SABADELL ha insistido en que no se puede descartar este riesgo, en particular, en el mercado de crédito a pymes. Esta entidad analiza, por un lado, las características que facilitarían la coordinación y, por otro lado, argumenta por qué la coordinación sería viable.

637. Sobre el primer aspecto, señala que (i) la complejidad de los productos no dificultaría la coordinación, ya que la política de precios se fijaría a nivel nacional y, además, la coordinación no se tendría que fijar solo en los precios, sino que podría darse también, por ejemplo, con el reparto de clientes; (ii) la operación incrementaría la simetría de los operadores en este mercado y conllevaría la desaparición de una fuerza competitiva muy relevante, que ha llevado una estrategia comercial diferenciada con resultados particularmente buenos en el segmento de crédito a pymes y en algunas zonas geográficas; (iii) la presión que terceros operadores pudieran ejercer en el mercado sería limitada; (iv) la demanda de crédito es estable, ya que se trata de una variable cíclica, que se vería acentuada por la baja rotación de los clientes; y que la oferta de crédito es estable, ya que la entrada de nuevos operadores es limitada, como probaría la evolución de la concesión de licencias bancarias; y (v) la dimensión local del mercado no dificultaría la colusión, ya que en ocasiones la división de los mercados permite sostener la colusión y, además, facilita el funcionamiento de los mecanismos de castigo ya que la desviación en una localización podría ser sancionada con el cambio de condiciones en otra.

638. Sobre el segundo aspecto relacionado con la viabilidad, destaca que (i) al establecerse la política de precios a nivel nacional y fijarse los márgenes

máximos que se pueden ofrecer, los bancos tienen elementos en los que fijar la coordinación; (ii) el nivel de transparencia en el mercado sería suficiente para facilitar la colusión, ya que existe información pública sobre las principales características de los productos y servicios que ofrecen las entidades bancarias y el BdE elabora informes sobre el sector de gran granularidad; y (iii) las negociaciones permitirían a la red comercial obtener información sobre las condiciones fijadas por otras entidades en el mercado.

639. BBVA, por su parte[529], señala que el hecho de que algunos de los productos ofrecidos a pymes se determinen a través de múltiples variables dificulta la coordinación de las empresas.

640. Esta Dirección de Competencia no comparte las alegaciones de SABADELL por los siguientes motivos. En lo que respecta a la utilización como referencia de indicadores públicos de tipos de interés, los bancos tienen una gran variedad de productos para las pymes, y cada uno de estos productos (créditos de distintos vencimientos, líneas de circulante y otros) tendrá un precio distinto, que, además, variará según la valoración del riesgo de las empresas que soliciten esos productos, pero también con la duración del contrato, las garantías y/o el volumen de crédito solicitado. Dada la cantidad de parámetros que habría que comparar, es dudoso poder afirmar que se dan condiciones para detectar desvíos con suficiente rapidez y eficacia.

641. De hecho, la dificultad para identificar precios medios y, por ende, un precio en torno al que coordinarse, queda patente en las mismas alegaciones de la entidad adquirida, cuando describe las razones por las que considera que la fijación de un precio medio nacional como precio medio máximo de referencia es un compromiso difícil de delimitar y supervisar. Los argumentos que esta entidad presenta para tratar de descartar la viabilidad del control de este compromiso demuestran, también, que identificar un precio de referencia común para las entidades de crédito es sumamente difícil en el mercado de crédito a pymes.

642. En cuanto a la alegación de SABADELL de que, como alternativa a coordinarse en torno a un precio de referencia, las entidades bancarias se podrían repartir los clientes por áreas geográficas, interesa señalar que se trata de un reconocimiento implícito de la dificultad intrínseca que existe para que las entidades fijen los términos de la coordinación cuando existen una multitud de productos y características a considerar, así como una demanda muy atomizada y que no circunscribe necesariamente su ámbito de operación a un ámbito geográfico determinado. Estos mismos motivos cuestionan también la viabilidad de un reparto de mercado, hipótesis que no ha sido justificada debidamente por SABADELL.

643. Sobre la simetría de las entidades de crédito, es cierto que la simetría entre las tres entidades principales se vería incrementada tras la concentración, si se considera una dimensión nacional del mercado; pero ni esta Dirección ha adoptado esta dimensión geográfica ni SABADELL la ha pretendido, a lo

[529] BBVA/Banco SABADELL: análisis económico de los potenciales riesgos para la competencia señalados en el PCH, RBB Economics, 20 de febrero de 2025, folios 8518-8588.

largo del procedimiento, pues ha abogado, como se ha visto, por una dimensión entre autonómica y provincial, en sus alegaciones. Sin embargo, la estructura del mercado de crédito a pymes no es simétrica en la práctica totalidad de las regiones analizadas puesto que la importancia de las entidades de ámbito nacional varía entre las diferentes zonas geográficas[530]. Por tanto, si el mercado geográfico relevante es inferior al nacional, no puede aceptarse que aumente la simetría del mercado de crédito a pymes, salvo en Cataluña. Menos aún, considerando la dimensión geográfica de ámbito más local, adoptada por esta Dirección.

644. Tampoco puede aceptarse la alegación de SABADELL de que la demanda de crédito a pymes sea una demanda estable por ser cíclica y tener poca rotación de clientes; el hecho de que la demanda varíe con el ciclo económico hace difícil la previsión de los ingresos futuros y de la necesidad de financiación, lo que dificulta la coordinación, haciéndola más inestable.

645. Por último, como se ha expuesto en el apartado 8.1.1.4, existe presión competitiva tanto por parte de CAIXABANK y SANTANDER como de entidades de menor tamaño a pesar de las rigideces de cambio a corto plazo, si bien la presión de entidades de menor tamaño tiene un marcado carácter territorial y difiere de unas CCAA a otras.

646. En conclusión, esta Dirección de Competencia, tras el análisis de alegaciones, **descarta un riesgo de efectos coordinados** en el mercado de crédito a pymes de dimensión nacional, pues ni se ha definido ese mercado geográfico, ni las características del mercado facilitan la coordinación ni se dan los requisitos para que la misma sea viable**.**

9. COMPROMISOS PROPUESTOS

647. BBVA presentó, con fecha 23 de septiembre de 2024, una primera propuesta de compromisos, de conformidad con lo previsto en el artículo 59 de la LDC y en el artículo 69 del RDC. Esta propuesta fue modificada posteriormente el 25 de octubre, el 11 de diciembre de 2024, el 20 de febrero de 2025 y el 1, 29 y 30 de abril de 2025, siendo esta última la versión definitiva de compromisos que a continuación se presenta.

648. Los compromisos entrarán en vigor en la fecha de la toma de control, excepto los apartados 4, 5 y 9 que, en lo que respecta a BBVA, entrarán en vigor desde la fecha de notificación de la Resolución de la CNMC.

9.1. Compromiso en relación con los clientes vulnerables

649. BBVA se compromete a crear una “Cuenta para Clientes Vulnerables”, a la que podrán acceder tanto clientes de BBVA como de SABADELL que cumplan determinadas condiciones en toda España.

650. En caso de no disponer de la información sobre los clientes, informará públicamente de la creación de la cuenta en sus respectivas páginas web,

[530] Véase Anexo 2 para un detalle pormenorizado de las cuotas de mercado de los seis operadores más relevantes por comunidad autónoma.

además de por otros medios como correo electrónico y/o aplicación móvil. También lo hará por medios no digitales a través de información visible en oficinas y/o correo postal, en función de la información de la que dispongan las partes respecto a dichos clientes.

651. Los requisitos para resultar beneficiario de la cuenta son los siguientes: que perciban (i) un ingreso mínimo vital, (ii) una prestación de paro (menor de 400 euros) como único ingreso familiar durante dos meses seguidos, o (iii) una pensión (menor de 600 euros) como único ingreso familiar durante dos meses seguidos; y, adicionalmente, que sus ingresos mensuales no superen los 600 euros y el saldo medio de sus ahorros no supere los 2000 euros.

652. Las condiciones de la Cuenta incluyen, de forma gratuita:

- apertura de una primera cuenta sin comisión de administración y mantenimiento durante toda la vigencia del contrato;
- una tarjeta de débito y operaciones de pago ilimitadas;
- transferencias nacionales digitales gratuitas e ilimitadas;
- apertura de una segunda cuenta sin comisión de administración y mantenimiento;
- emisión de cheques bancarios gratuita;
- exención de comisiones en ingresos de cheques;
- retirada de efectivo en ventanilla sin comisión;

653. uso del servicio “CorreosCash” de forma gratuita, con un máximo de dos operaciones a la semana de un importe inferior a 2.500 euros cada una;

654. exención de comisiones por envío de divisas.

655. La duración de este compromiso será de 3 años. Las comunicaciones sobre la existencia de la “Cuenta para Clientes Vulnerables” estarán disponibles durante toda la vigencia del compromiso.

9.2. Compromiso en relación con las comunicaciones a los clientes

656. BBVA se compromete, en el momento en que decida unificar su oferta comercial con la de SABADELL y con carácter previo a su puesta en práctica, a informar a los clientes de SABADELL de los cambios de condiciones que les pudieran ser aplicables a sus productos y servicios: nuevas comisiones, fecha de entrada en vigor de dicha modificación[531], productos de BBVA para los que cumplan criterios de elegibilidad para aquellos equiparables o mejores respecto a productos que tenían contratados con SABADELL, derechos del cliente y libertad para cambiar de entidad bancaria[532].

[531] La fecha de entrada en vigor no podrá ser inferior a 90 días en el caso de clientes personas físicas (tanto consumidores como autónomos) y 60 días para el resto de los clientes, a contar desde la fecha de comunicación.

[532] Se especifica que este compromiso no aplica a campañas publicitarias generales o dirigidas a un segmento en particular, a comunicaciones bilaterales con clientes o comunicaciones destinadas a grandes empresas

657. Asimismo, desde la toma de control por parte de BBVA y hasta la unificación de la oferta comercial, BBVA se compromete a comunicar a sus clientes la disponibilidad, en las respectivas webs corporativas, de las condiciones de la oferta comercial de la otra parte.

658. La duración de este compromiso será de 18 meses (hasta la fusión, en el caso de las comunicaciones previas).

9.3. Compromiso de mantenimiento de presencia física en determinados territorios

659. BBVA se compromete a que la entidad resultante no abandone ningún municipio (ni sustituirá sus sucursales por un agente, ofibus o cajero automático):

- En el que, como consecuencia de la operación propuesta, esté presente la entidad resultante y haya únicamente una oficina competidora. Adicionalmente, BBVA ha hecho extensivo el compromiso a los ocho municipios en los que está presente actualmente una de las partes sin que exista ningún competidor alternativo.
- Si no hay ninguna otra oficina de la entidad resultante a menos de 300m de distancia.
- En ningún caso, cerrará las oficinas especializadas en empresas de SABADELL[533] y mantendrá gestores especializados en asesorar a este tipo de clientes.
- En el que la renta per cápita de la población inferior a 10.000 euros (a fecha de resolución), (identificados 200 municipios[534]).
- Municipios de menos de 5.000 habitantes en los que al menos una de las partes está presente (identificados más de 150 municipios).

660. Asimismo, BBVA se compromete a: (i) mantener el horario comercial de las oficinas de las partes que disponen de servicio de caja y (ii) ofrecer a los clientes de las oficinas situadas en los municipios afectados por este

[533] Las oficinas que BBVA se compromete a no cerrar son las que cubren las siguientes zonas geográficas: Álava, Alicante, Andalucía Occidental, Andalucía Oriental, Aragón, Baleares, Barcelona, Canarias, Cantabria, Castellón, Castilla, Galicia Centro, Galicia Norte, Galicia Sur, Gijón-Avilés, Gipuzkoa, Girona, Jerez, La Rioja, León, Lleida, Llobregat-Penedés, Madriz Cuzco, Madrid Castellana, Madrid Sur, Málaga, Navarra, Oviedo, Región de Murcia, Tarragona, Tenerife, Valencia, Vallès Occidental, Vallès Oriental-Osona, Vizcaya.

[534] De acuerdo con la información aportada por BBVA, para identificar el listado de más de 200 CCPP en los que se aplicaría el compromiso bajo el criterio de renta per cápita, BBVA ha utilizado la información disponible de renta media por habitante contenida en el INE par a todos los municipios de España (no dispone de información a nivel de CCPP), complementada por la información de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) que publica información sobre la renta media neta por declarante, así como información a nivel de CCPP para determinados municipios (los que cuenten con más de 100.000 habitantes y más de 100.000 declaraciones de IRPF).

En aquellos municipios relevantes donde se dispone de la renta por CCPP, BBVA ha estimado la distribución media del municipio para inferir la distribución infra municipal de la renta media por habitante. En el caso de aquellos municipios donde no existe análisis infra municipal, BBVA ha asignado a los CCPP la renta media por habitante del municipio. Debe tenerse en cuenta que, en la práctica, en muchos municipios de tamaño más pequeño, el término municipal coincide con el del CCPP, lo que supone que la renta del CCPP coincide con la del municipio en cuestión. A modo de ejemplo, BBVA cita el caso del municipio de Tres Cantos en Madrid, que cuenta con una población de más de 50.000 habitantes y cuyo término municipal coincide con un único código postal, por lo que los datos de renta media por habitante publicados por el INE en ese caso y en cualquier otro en que se de esta coincidencia, resultan coincidentes.

compromiso, el servicio de "Correos Cash" de forma gratuita (dos veces por semana con un importe inferior a 2.500 euros por operación).

661. Finalmente, no cerrará (i) ninguno de los once cajeros desplazados ubicados en CCPP en los que hay también una oficina física de SABADELL sin más competidores o con uno y (ii) ninguno de los cajeros desplazados de SABADELL ubicados en CCPP en los que haya una oficina física de BBVA y donde únicamente está presente un competidor adicional o ninguno (una vez tenga acceso a los detalles de esta información tras el Cierre de la Operación Propuesta)[535].

662. La duración de este compromiso es de 3 años.

9.4. Compromiso de mantenimiento de condiciones comerciales ofrecidas en los códigos postales problemáticos

663. BBVA se compromete a mantener las condiciones contratadas por los clientes (tanto particulares, como pymes y autónomos) tanto de BBVA como de SABADELL, en las oficinas situadas en códigos postales donde la operación da lugar a un monopolio, duopolio (7 y 65 códigos postales respectivamente) o donde la entidad resultante enfrentará dos competidores (96 códigos postales).

664. El compromiso supone:

- la no modificación de condiciones para productos y servicios de duración determinada (durante la vigencia del contrato) y
- la no modificación de condiciones para productos y servicios contratados de duración indefinida, mientras se encuentre vigente el compromiso o que se contraten durante la vigencia del mismo, pudiendo ofrecer, únicamente, condiciones más favorables a las vigentes. Si durante la vigencia del compromiso BBVA o SABADELL ofreciesen condiciones más favorables para sus clientes, se ofrecerán dichas condiciones a aquellos clientes a los que afecta este compromiso.

665. Asimismo, BBVA se compromete a no cobrar comisiones para realizar operaciones en ventanilla en dichos CCPP, cuando dicha operación hubiera sido gratuita para los clientes de las partes (sean clientes pymes, autónomos o particulares).

Medidas específicas para pymes

666. Adicionalmente, BBVA propone las siguientes medidas específicas para pymes: (i) seguir manteniendo una política comercial a nivel nacional única de productos y precios, (ii) no cerrar las oficinas especializadas de empresas con las que cuenta SABADELL actualmente y (iii) no ofrecer un precio superior al precio medio aplicable a nivel nacional para el nuevo flujo de

[535] Este compromiso está condicionado a que no finalice la relación contractual con los agentes que los gestionan, por causa justificada (incumplimiento por parte del agente del acuerdo o terminación del mismo por decisión del agente sin que BBVA haya podido encontrar sustituto).

crédito concedido a pymes y autónomos[536] (para cada nivel de rating del cliente y producto de financiación).

667. A estos efectos, el cálculo del precio medio se realizará tomando como referencia los precios aplicados por BBVA el mes anterior a nivel nacional para cada producto de financiación relevante y nivel de rating, que se utilizará posteriormente como referencia máxima para garantizar el cumplimiento del compromiso.

668. Se entenderá por nuevo flujo de crédito a los efectos del presente compromiso los créditos concedidos a partir de: (i) la fecha de notificación de la Resolución, en el caso de los clientes de BBVA; y (ii) la toma de control, en el caso de los clientes de Banco Sabadell.

669. La duración de este compromiso es de 3 años.

9.5. Compromiso sobre el acceso transitorio a cajeros

670. En relación con el acuerdo de SABADELL con las entidades adheridas a la red EURO 6000 y con Cardtronics sobre acceso recíproco de cajeros, BBVA se compromete a que, en caso de poner fin a ese acuerdo, se ofrecerá a los clientes de dichas entidades, acceso a los cajeros que eran titularidad de SABADELL antes de la ejecución de la operación, en las mismas condiciones previstas en el citado acuerdo.

671. La duración de este compromiso será de 18 meses desde la terminación del acuerdo correspondiente o, en todo caso, hasta la fusión de las entidades. Si ésta se produjera antes del plazo de 18 meses señalado, BBVA negociará con estas entidades un nuevo acuerdo en los mismos términos y condiciones por el plazo restante hasta los 18 meses.

672. Para las entidades con las que SABADELL no tenga acuerdos de acceso de cajeros automáticos, y sujeto a la toma de control, BBVA se compromete a no modificar la política de comisiones actualmente aplicada por SABADELL para las retiradas de efectivo realizadas con tarjetas emitidas por terceros durante un plazo de 18 meses o, en todo caso, hasta la fusión.

9.6. Compromiso en relación con los servicios de adquirencia

673. BBVA se compromete a no empeorar las condiciones de los servicios de adquirencia que los clientes pymes y autónomos tuvieran contratados con BBVA y/o SABADELL a la fecha de notificación de la resolución.

674. Durante la vigencia del compromiso, BBVA podrá actualizar las condiciones de manera justificada en dos supuestos: (i) si se produce un cambio en la normativa aplicable relativa a las tasas de intercambio, que implique un

[536] Se entiende como nuevo flujo de crédito según la propuesta de compromisos de BBVA a los créditos concedidos a partir de (i) la fecha de notificación de la resolución, en el caso de los clientes de BBVA; y (ii) la toma de control, en el caso de clientes de SABADELL. Respecto al cálculo del precio medio, se realizará tomando como referencia los precios aplicados por BBVA el mes anterior a nivel nacional para cada producto de financiación relevante y nivel de rating, que se utilizará posteriormente como referencia máxima para garantizar el cumplimiento del compromiso. Asimismo, a los efectos de este compromiso, se entenderá por nuevo flujo de crédito, los concedidos a partir de: (i) la fecha de notificación de la Resolución, en el caso de los clientes de BBVA; y (ii) la Toma de Control, en el caso de los c

incremento de las mismas y (ii) si se produce un incremento en las tarifas o comisiones aplicadas por los esquemas internacionales de pago (Visa y/o Mastercard) a la actividad de adquirencia realizada por las Partes, superior al 50% acumulado desde la fecha de la resolución, en los costes derivados de las tarifas aplicadas por Visa y/o Mastercard a la actividad de adquirencia[537].

675. En los dos supuestos anteriormente descritos, BBVA remitirá a la Dirección de Competencia la propuesta de actualización de condiciones para su aprobación con anterioridad a su aplicación.

676. Este compromiso tendrá una duración de 3 años.

9.7. Compromiso sobre la desinversión de los excesos de participaciones estatutarias en sociedades de gestión de pagos

677. Los estatutos y pactos de socios de las siguientes sociedades Redsys, STMP, Bizum y Servired establecen una serie de obligaciones en cuanto a la desinversión del porcentaje de participación del capital social titularidad de BBVA, que exceda del límite previsto en los mismos, como resultado de la adquisición de las acciones titularidad de SABADELL tras la ejecución de la operación,

678. En caso de no resultar posible llevar a cabo las desinversiones dentro de los plazos y procedimientos previstos en los estatutos y pactos de socios aplicables a cada sociedad y hasta que se produzca la desinversión en el caso de que sí fuera posible, BBVA se compromete a (i) no ejercer en ningún caso los derechos de voto asociados a la proporción de capital proveniente de SABADELL, en la parte que exceda de los límites establecidos estatutariamente, y (ii) no dar su voto favorable para la modificación de los estatutos de las sociedades anteriormente mencionadas que pudieran proponerse con el objetivo de endurecer las mayorías necesarias para la aprobación de acuerdos para lograr derechos de veto que le puedan conceder control negativo.

679. Este compromiso expirará una vez se hayan completado las desinversiones indicadas.

9.8. Compromiso de mantenimiento de crédito

680. BBVA se compromete a:

- mantener las líneas de circulante (incluyendo las destinadas a importación y exportación de productos) que tengan contratadas las pymes con Banco Sabadell a la fecha de la toma de control. A estos efectos, se entenderá por líneas de circulante aquellos productos de financiación ofrecidos a

[537] Las condiciones promocionales de carácter temporal quedan fuera del ámbito de aplicación del presente compromiso. Por tanto, en los casos en los que un cliente de las partes esté beneficiándose de una condición promocional de carácter temporal relativa a servicios de adquirencia en el momento en el que entre en vigor el presente compromiso, la previsión contemplada anteriormente (no empeoramiento de condiciones) se referirá a las condiciones comerciales acordadas para aplicarse una vez deje de aplicar la condición promocional. En dichos casos, no supondrá un incumplimiento del presente compromiso el ajuste de las condiciones comerciales a las acordadas para ser aplicables con posterioridad a la finalización de la promoción temporal

pymes cuya finalidad sea la de atender sus necesidades de liquidez a corto plazo, es decir, por un plazo igual o inferior a un año.

- mantener las líneas de crédito y líneas destinadas a importación y exportación de productos, con plazo igual o inferior a un año que tengan contratadas los clientes autónomos de Banco Sabadell a la fecha de Toma de Control.

681. BBVA se compromete también a mantener el volumen de crédito de los clientes pymes que tengan al menos un 85% de su cuota CIRBE con BBVA y/o Banco Sabadell a partir de la toma de control. Adicionalmente, para las Comunidades Autónomas de Cataluña e Islas Baleares, BBVA se compromete a mantener el volumen de crédito de los clientes PYMEs que tengan al menos un 50% de su cuota CIRBE con BBVA y/o Banco Sabadell. A estos efectos, se aplicará el criterio de financiación concedida en las oficinas de las partes situadas en dichas Comunidades Autónomas. En cualquier caso, se considerará tanto el volumen de crédito como la cuota CIRBE que tuvieran los clientes pymes a fecha 30 de abril de 2025.

682. En relación con los dos párrafos anteriores, las líneas de plazo inferior a un año se renovarán de forma anual a su fecha de vencimiento, y los préstamos de largo plazo destinados a inversión productiva se ofrecerán con un plazo mínimo de tres años.

683. Los compromisos indicados en los apartados 8.1 y 8.2 están sujetos a la toma de control por parte de BBVA y resultarán de aplicación salvo que: (i) suponga un incumplimiento de la normativa aplicable a las entidades bancarias españolas en materia de prevención de blanqueo de capitales o sanciones internacionales; o (ii) se compruebe falseamiento en cualesquiera datos o documentación que sirvan de base a la concesión del crédito o a la vigencia del mismo, no se facilite la documentación precisa para conocer su situación jurídica o financiera si les fuera requerida, o se compruebe que el cliente ha cometido fraude; o (iii) se produzca un incremento significativo del riesgo de crédito, ajustando aquél que se pudiera derivar de una metodología distinta de cálculo entre ambas entidades, en los términos establecidos por la Circular 4/2017, de 27 de noviembre, de BdE a entidades de crédito, sobre normas de información financiera pública y reservada, y modelos de estados financieros.

684. Los compromisos relacionados con el mantenimiento de crédito a pymes expirarán al cumplirse tres años desde la toma de control. Transcurrido dicho plazo[538], la CNMC evaluará si dichos compromisos han cumplido el objetivo de asegurar el acceso al crédito de las pymes, para determinar si es necesario prorrogar dichos compromisos por un máximo de dos años adicionales.

[538] Y antes de que expiren los mismos.

9.9. Compromiso de comunicación de incidencias derivadas de los compromisos

685. BBVA se compromete a poner a disposición de los clientes los canales habituales de las partes de atención al cliente para la resolución de incidencias relacionadas con la implementación de los compromisos durante su vigencia. Estos canales incluyen (i) la atención en oficinas físicas; (ii) la atención telefónica (call center); (iii) el servicio de atención al cliente y (iv) el defensor del cliente. BBVA informará a los clientes de la existencia de estos canales a través de su web y de información visible en las oficinas.

10. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS

10.1. Consideraciones previas

686. Con carácter previo al análisis de la suficiencia o no de la última versión de compromisos presentados para resolver los obstáculos para la competencia planteados por la operación, es necesario hacer determinadas consideraciones generales sobre los objetivos del control de concentraciones.

687. De conformidad con el artículo 59 de la LDC, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.

688. La LDC atribuye a la Dirección de Competencia la capacidad para valorar estos remedios y al Consejo de la CNMC la competencia para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones, si se considera que los compromisos presentados no son adecuados o suficientes para resolver los problemas de competencia detectados.

689. Este modelo permite conjugar la salvaguarda de las condiciones de competencia en el mercado, con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad, a la hora de condicionar las operaciones de concentración, condiciones que limitarían la libertad de empresa de las partes afectadas.

690. En relación con la proporcionalidad, es importante recordar que los posibles remedios no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación. Si bien ello no significa que los problemas de competencia preexistentes no puedan ser objeto de remedios, en la medida que la operación de concentración agrave los mismos.

691. Con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados y proporcionados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita su ejecución y vigilancia.

692. Adicionalmente, estos remedios, necesariamente, deben tener un carácter temporal ya que, en otro caso, serían medidas regulatorias indefinidas que la CNMC no está habilitada para establecer a través del mecanismo de control de concentraciones.

693. Asimismo, estos remedios deben garantizar que se pueda introducir una dinámica competitiva suficiente como para que una vez expiren los mismos, ésta se mantenga y compense los efectos negativos derivados de la operación de concentración.

694. De acuerdo con el apartado 9 de la Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles en operaciones de concentración[539], los compromisos deberán eliminar enteramente los problemas de competencia y deberán ser completos y efectivos desde todos los puntos de vista. Por otra parte, los compromisos deberán poder ser ejecutados de manera efectiva en un breve plazo, ya que las condiciones de competencia del mercado no se mantendrán hasta que se hayan cumplido los compromisos.

10.2. Problemas de competencia en los que se centran los compromisos y naturaleza de los mismos

695. Los riesgos de competencia derivados de la operación de concentración notificada, identificados en el apartado 8 de este IP, son los siguientes: (i) riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales, tanto para particulares como para pymes y autónomos (ii) riesgo de exclusión financiera; (iii) riesgo de reducción de crédito a pymes; (iv) riesgo de empeoramiento de condiciones de acceso a cajeros y (v) riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales para demandantes de servicios de adquirencia. Salvo lo referido a adquirencia y condiciones de acceso a cajeros, en los que el riesgo reviste dimensión nacional, el resto se circunscriben a aquellas localizaciones donde la entidad resultante tendrá una posición preponderante como consecuencia de la concentración, habiéndose identificado en el análisis realizado por la Dirección de Competencia las localizaciones afectadas.

696. Frente a los compromisos de comportamiento presentados para abordar estos riesgos, SABADELL ha centrado sus alegaciones, con carácter general, en destacar que estos compromisos no resultan adecuados para resolver los problemas que genera la operación para las pymes, dado que la naturaleza de los mismos requeriría de compromisos estructurales.

697. Específicamente, SABADELL ha propuesto determinadas desinversiones, como solución de los riesgos en el mercado de pymes, basándose en el hecho de que los problemas de competencia que ocasionaría la operación de concentración modificarían la estructura del mercado de pymes de manera

[539] Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles con arreglo al Reglamento (CE) nª 139/2004 del Consejo y al Reglamento (CE) nª 802/2004 de la Comisión.

indefinida. En este mismo sentido, se han pronunciado las asociaciones de empresas[540] en respuesta al test de compromisos.

698. Esta Dirección, sin embargo, discrepa de este planteamiento, ya que los problemas identificados no carecen de relevancia donde se han identificado, pero son, en efecto, puntuales y localizados[541]. y se han analizado con un criterio garantista. Por las razones expuestas en la sección 8 de este informe, y en particular a la vista del análisis de presión competitiva real y potencial en el mercado de pymes, no puede concluirse que los problemas derivados de la operación presenten un carácter indefinido y revistan una naturaleza tal que solo puedan ser resueltos mediante compromisos estructurales.

699. Tampoco puede llegarse a esa conclusión, atendiendo al principio de proporcionalidad y mínima intervención antes mencionado, que exige que las soluciones se ajusten y limiten a los problemas ocasionados por la operación o a aquéllos previos susceptibles de resultar agravados. Los datos expuestos y el análisis realizado no presentan elementos que puedan llevar a pensar razonablemente que, tras un periodo de 3 años (o 5 en caso de ser necesaria su prórroga) de cumplimiento de los compromisos propuestos, la oferta del resto de entidades bancarias no se ajustará para intentar satisfacer la demanda procedente de la entidad adquirida, en un marco de digitalización creciente. Por ello, la adopción de medidas de tipo estructural podría exceder de los problemas identificados, siendo determinante, lo factible del ajuste del mercado y no la pretensión de garantizar que las condiciones actuales mejoren en el futuro, como señala SABADELL en sus alegaciones[542], refiriéndose a un pronunciamiento de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA).

700. La regla general no es, como ha señalado SABADELL en sus alegaciones, que se impongan medidas estructurales en materia de compromisos, sino que el análisis se realice caso por caso, respetando el principio de proporcionalidad y teniendo en cuenta múltiples elementos. SABADELL cita el precedente C/1052/19 ÇIMSA/ACTIVOS CEMEX, pero las diferencias con este caso son notables, no solo por los mercados de producto afectados sino porque las cuotas llegaban a ser en aquel caso del 40-50% a nivel nacional y de más del 60-70% en determinadas zonas geográficas. Por el contrario, pueden citarse otros precedentes en el sector bancario en los que también

[540] Estas asociaciones son: PIMEC, Confederación de Empresarios de Galicia, Unión Empresarial de la Provincia de Alicante, Confederación de empresarios de Pontevedra, Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) y CONPYMES.

[541] De hecho, el propio Sabadell reconoce que se trata de riesgos puntuales y localizados, a la vista de que el propio diseño de su compromiso alternativo de desinversión señala que los problemas se circunscriben a un mercado de producto limitado, como es pymes y a mercados geográficos muy localizados, incluso dentro de Cataluña, proponiendo la desinversión de 12 oficinas en esa CCAA.

[542] Escrito de contestación al test de compromisos, de fecha 16 de abril de 2015.

se aceptaron compromisos de comportamiento[543] y precedentes en otros sectores con esta misma solución[544].

701. De hecho, el mantenimiento de condiciones comprometido y el mantenimiento de volumen de crédito, pueden equipararse, respectivamente, a naturaleza de las medidas de protección de precio y de cierta garantía de inversión, invocadas por SABADELL basándose en el precedente ME/7064/23 Vodafone/Three, pese a que su supuesto de hecho es muy distinto al que se analiza en esta operación.

702. Por tanto, lo relevante no es realizar un análisis en abstracto de los compromisos en función de su naturaleza, sino un estudio concreto de si los compromisos presentados, respetando el principio de mínima intervención, solucionan los problemas identificados. En todo caso, como se expondrá, la CNMC valora que estos compromisos son más amplios y ambiciosos que los presentados en precedentes nacionales en el sector y más exigentes que los propuestos por SABADELL.

10.3. Valoración de los compromisos

703. Esta Dirección de Competencia ha analizado la adecuación, suficiencia y proporcionalidad de los compromisos finales presentados por la notificante, con el fin de valorar si los mismos eliminan de manera efectiva los posibles obstáculos a la competencia que la operación de concentración notificada plantea.

704. Como se ha anticipado, determinados compromisos presentados por BBVA el 1 de abril de 2025, se sometieron, de conformidad con el artículo 59.3 de la LDC a test de terceros, con el fin de valorar su adecuación.

705. SABADELL ha criticado la forma y el contenido del test de mercado realizado sobre los compromisos presentados. Así, cuestiona que (i) se ha sobreestimado a competidores y se ha excluido a importantes asociaciones de pymes (ii) no se ha dado la posibilidad de adoptar otro tipo de remedios, (iii) se ha planteado una única pregunta abierta y (iv) se han omitido compromisos.

706. Debe aclararse, en primer lugar, que la oportunidad del test de compromisos es decisión de la CNMC que, de conformidad con el artículo 59.3. de la LDC puede, facultativamente, realizarlo o no. Por tanto, no siendo preceptivo, no puede aceptarse la afirmación de que hacerlo daña la relevancia del resultado, tal y como señala SABADELL.

707. Siendo así, determinar qué compromisos requieren de mayor análisis, en qué medidas resulta más útil la opinión de terceros o si son necesarias medidas

[543] C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1194/21 UNICAJA BANCO/LIBERBANK.

[544] Entre otros, precedentes como C/1361/22 WONDERBOX/SMARTBOX, donde se introdujeron compromisos de comportamiento (no exclusividad) en mercados con cuotas superiores al 40%, pero donde se tuvo en cuenta la competencia potencial que ejercían prestadores alternativos a los de las propias cajas regalo (hoteles, restaurantes, etc.); el caso C/1430/23 QSI/WPT, en el que superaban cuotas en todo caso del 70% y en el que se fijaron remedios conductuales para solucionar los problemas detectados (no exclusividades, no empeoramiento de condiciones en los contratos de los jugadores entre otros) o en el caso C/1321/22 KKR/IVI, donde se fijaron compromisos de no empeoramiento de condiciones comerciales en el ámbito de Madrid con cuotas de entre un 35% y 40%..

alternativas a las propuestas, es también facultad de la CNMC en función de su propio análisis y criterio que, además, debe velar en su decisión por diversos intereses aparte de los de las partes, en este caso, los de la empresa adquirida. Tanto en el IP de paso a segunda fase como en el PCH, la DC señaló ya los compromisos que sometería a test, al tratarse de riesgos que no se habían analizado en precedentes. Por tanto, no se ha omitido información en el test de mercado realizado, sino que se ha decidido, como en otros casos, que solo determinados compromisos requieren de la opinión de terceros para valorar su eficacia e idoneidad.

708. La selección de los agentes que deben valorar los compromisos corresponde también a la CNMC, pero tampoco puede aceptarse la afirmación de que se ha excluido a determinados operadores del test realizado o de que tienen mayor peso unas que otras, pues se ha identificado a entidades representativas de distintos agentes de banca minorista, 13 de banca tradicional, 4 de banca no tradicional y 18 asociaciones, de las que 16 son asociaciones de empresas y en particular de pymes. No es posible, lógicamente, incluir a todos los agentes del mercado; de hecho, abordando la concreta alegación de SABADELL, se ha vuelto a incluir en el test de compromisos a determinadas asociaciones de empresas que no respondieron al primer test de mercado realizado y que, por tanto, podrían, razonablemente, no haberse incluido de nuevo.

709. Se exponen a continuación las conclusiones de esta Dirección sobre cada uno de los compromisos propuestos.

10.3.1. Compromisos para evitar empeoramiento de condiciones comerciales a particulares, autónomos y pymes

710. BBVA ha presentado, como descrito, dos compromisos para abordar este riesgo: (i) mantenimiento de condiciones comerciales en determinadas localizaciones, descritas en el Anexo 5 de los compromisos presentados y (ii) envío de comunicaciones a clientes para informar sobre posibles cambios.

(i) Mantenimiento de condiciones comerciales a los clientes de 168 CCPP

711. SABADELL ha cuestionado la idoneidad de este compromiso por ser estático, de forma que el mercado podría mejorar y la entidad resultante mantener condiciones “peores”, en lugar de aplicar posibles mejoras; y por no sustituir el beneficio de la libre competencia y de la fuerza competitiva que proporciona SABADELL en el mercado hoy en día. Así, argumenta que, tras operaciones con compromisos, como C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA y C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK, no se han producido aperturas de sucursales en los CCPP afectados por dichas operaciones al finalizar el periodo de 3 años, lo que reflejaría que el problema no se ha solventado al fin de dichos compromisos.

712. Sin embargo, lo que pretende el compromiso es garantizar que los clientes en determinadas localizaciones bajo presión competitiva limitada no vean empeoradas las condiciones previas a la concentración, consecuencia de

una decisión unilateral por parte de la entidad financiera. Si bien la normativa[545] establece ciertas limitaciones para ello, la modificación es factible en los casos que la normativa lo permite, tanto en el caso de productos de duración definida como indefinida.

713. Esta garantía se establece con un alcance más extenso que el propuesto en precedentes recientes en el sector, al considerar BBVA como localizaciones sometidas a limitada presión competitiva aquellos CCPP en los que, tras la operación, la entidad resultante enfrente hasta dos competidores. De esta forma, las zonas de mayor riesgo identificadas en el PCH y en este informe (si se tienen en cuenta monopolios y duopolios generados por la operación) son 72 CCPP y el compromiso se extiende a 168 CCPP al añadirse 96 CCPP donde la resultante enfrentará la competencia de dos competidores. Frente a lo argumentado por SABADELL, si transcurrido un periodo de 3 años para la adaptación al nuevo contexto no se ha producido la entrada de competidores, no será necesariamente un indicador de que el compromiso no haya sido efectivo, sino de la ausencia de interés comercial en esos ámbitos.

714. Adicionalmente, el compromiso solo intervendrá selectivamente en las localizaciones identificadas como problemáticas, por lo que los beneficios de la libre competencia se mantendrían con carácter general. Por otro lado, el riesgo derivado del carácter estático del compromiso no es tal, en la medida en que contempla expresamente que *"si durante la vigencia del compromiso BBVA o SABADELL ofreciesen condiciones más favorables para sus clientes, se ofrecerán dichas condiciones a aquellos clientes a los que afecta este compromiso"*.

715. Por su parte, la ACCO consideraba en su informe que el ámbito de este compromiso es "*especialmente limitado, al circunscribirse a los productos y servicios ya contratados por los clientes de las entidades involucradas en la operación en el momento de su entrada en vigor*", si bien la propuesta final de compromisos incluye también nuevas contrataciones de productos de duración indefinida que se realicen durante los 3 años de duración del mismo.

716. En consecuencia, se considera que el compromiso propuesto es **adecuado** en su diseño, en tanto que garantiza el no empeoramiento de condiciones sin

[545] De acuerdo con la información aportada por el BdE al expediente (folios 3297-3324), para el caso de productos de duración definida (como préstamos hipotecarios o personales), la posibilidad de modificar por parte de la entidad bancaria las condiciones previamente pactadas debe estar recogida en el contrato según establece el artículo 8.2. de la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios. Por otro lado, en el caso de productos de duración indefinida o renovación automática (como el caso de cuentas corrientes o tarjetas de crédito) las condiciones pueden ser modificadas por parte de la entidad bancaria de forma unilateral a lo largo de la vida del producto, previo aviso a cliente, en caso de que el cambio sea desfavorable, con la debida antelación y siempre que se cumplan el resto de los requisitos previstos en el artículo 85.3. de la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios.

En particular, en el caso concreto de servicios de pago (tales como transferencias o pagos que se realizan desde cuentas corrientes/de pago), con carácter general y según el artículo 33 del Real Decreto Ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, permite e las entidades financieras modificar las condiciones contractuales, siempre que se comunique al cliente con una antelación de dos meses respecto de la fecha en que vaya a entrar en vigor la modificación propuesta. Por su parte, el cliente podrá aceptar o rechazar las modificaciones del contrato antes de la fecha propuesta para su entrada en vigor por el mismo medio que le sean notificadas. Esta previsión aplicaría par productos de carácter indefinido como de carácter definido. Asimismo, dicho artículo permite a las entidades aplicar de manera inmediata aquellas modificaciones contractuales que resulten de forma inequívoca más favorables para los clientes.

impedir una eventual mejora. También se estima **suficiente y proporcionado**, pues tiene un alcance material superior al previsto en precedentes en los que ya se ha abordado esta casuística, ya que incluye un criterio de zona problemática más garantista y nuevos contratos celebrados durante la vigencia del compromiso, al mismo tiempo que aborda el problema de ausente o reducida presión competitiva que deriva directamente de la operación de forma selectiva y localizada.

(ii) Comunicaciones de los cambios en las políticas comerciales para los clientes de SABADELL y BBVA

717. Este compromiso, cuya duración es de 18 meses, persigue eliminar el riesgo de una comunicación poco clara, que no favorezca que los clientes conozcan los cambios consecuencia de la operación y sus posibilidades de elección ante dichas modificaciones, dentro y fuera de la entidad resultante. Con ello, se facilita el cambio a eventuales mejores condiciones ofertadas por la entidad adquirente, una vez se fusione la oferta comercial de ambas; pero también a las ofertadas por cualquiera de las dos partes, durante el tiempo que medie entre la toma de control y la unificación comercial, lo que supone también una mejora del compromiso previsto en precedentes en los que se ha estudiado este problema.

718. La CDC-CV considera que este compromiso no resuelve problemas de fondo de la presente concentración: la pérdida de alternativas competitivas tras la operación. Y argumenta que la información y la transparencia son elementos indispensables en las relaciones comerciales leales y son efectivos para la protección de los consumidores "*cuando existe competencia que les permita adoptar decisiones al existir alternativas competidoras"*; si bien en relación con el presente compromiso señala que, *"la información sobre las nuevas condiciones y cómo ésta se transmite es importante, no mitiga el problema subyacente de pérdida de alternativas competitivas"*.

719. Sin embargo, la pérdida de una alternativa competitiva es consustancial a toda operación de concentración horizontal, siendo necesario evaluar si esa desaparición genera riesgos y en caso de que así sea, si esos riesgos pueden resolverse con medidas concretas. No se trata por tanto de buscar medidas que resuelvan la desaparición de un competidor, sino de concretar si la desaparición genera un problema de competencia resoluble y de aportar, en ese caso, soluciones que resuelvan proporcionadamente tales problemas.

720. Por otro lado, a juicio de esta Dirección, este compromiso aporta valor añadido en aspectos determinados, pues ha de tenerse en cuenta que la transparencia es una obligación exigida ya legalmente a las entidades en, entre otras, el Real Decreto-ley 19/2018 o la Orden EHA/2899/2011[546]. El compromiso prevé que la información (i) sea trasladada de forma adecuada, clara y transparente a los clientes afectados, debido a la complejidad jurídico - técnica de la misma, (ii) se produzca con anterioridad a que tengan lugar las

[546] Por añadidura, existen otras normas que establecen requisitos de transparencia relacionados con la prestación de servicios bancarios o de pagos específicos donde están presentes las partes. Por ejemplo, podría citarse la Ley 5/2019 reguladora de los contratos de crédito inmobiliario o la Ley 16/2011 de contratos de crédito al consumo.

modificaciones derivadas de la unificación comercial y (iii) plantee de forma clara todas las opciones de cada categoría de producto para las cuales los clientes de SABADELL son elegibles y no refleje cuestiones meramente jurídicas difíciles de entender para muchos clientes.

721. En primer lugar, el compromiso amplía el plazo contemplado por la normativa existente en cuanto a la antelación. Así, respecto a la comunicación de cambios en las políticas comerciales, en lo que afecta a servicios de pagos, el Real Decreto-ley 19/2018 exige en su artículo 33.1, una antelación mínima de 60 días y en lo que afecta a servicios bancarios, la Orden EHA/2899/2011, en su artículo 8.2, exige una antelación mínima de 30 días, afectando esta Orden únicamente a clientes que sean personas físicas. El compromiso presentado contempla la comunicación a los clientes procedentes de SABADELL de cualquier cambio que pueda afectar a las condiciones de sus productos y servicios contratados, con una antelación de 90 días tanto a personas físicas como a autónomos y con un plazo de 60 días al resto de sus clientes.

722. En segundo lugar, la normativa no exige informar a los clientes de la existencia de otros productos sustitutivos a los contratados que puedan tener condiciones equiparables o más ventajosas para ellos.

723. La utilidad de este tipo de medidas ha sido además corroborada por el informe publicado por la CNMC sobre remuneración de los depósitos[547], que otorga especial importancia a compromisos de esta naturaleza y recomienda mitigar los problemas de información que afectan a la demanda de los productos bancarios, para hacer frente a la menor remuneración de depósitos que afecta al mercado español[548].

724. Finalmente, el hecho de que la comunicación que se remita a los clientes deba ser analizada y autorizada previamente por la CNMC garantiza no solo su envío, sino que sus términos y contenido sean oportunos y asegura una correcta y completa comunicación a los clientes.

725. En consecuencia, esta medida se estima **adecuada y suficiente** para incrementar la transparencia y el poder compensatorio de la demanda, con un alcance superior al propuesto en precedentes ya que incluye medidas de aplicación con carácter previo a la unificación comercial; y **proporcionada**, pues no pretende mejorar las condiciones previas a la operación, pero sí favorecer dicha mejora con carácter general. Refuerza con ello el compromiso de mantenimiento de condiciones comerciales y, por tanto, la eficacia de ambas medidas para paliar el riesgo derivado de la posición relevante de la entidad tras la operación.

---

547 https://www.cnmc.es/sites/default/files/5710381.pdf

548 Entre las distintas medidas que propone, se encuentra la de requerir a las entidades que "*en sus comunicaciones con clientes, ofrezcan de forma regular información resumida de la rentabilidad global de sus ahorros y una comparación con referencias de mercado comunes, que sean representativas de carteras con distintos grados de rentabilidad-riesgo*".

10.3.2. Compromisos específicos para evitar empeoramiento de condiciones y reducción de crédito a pymes

726. Las medidas propuestas por BBVA para abordar los problemas identificados en este mercado son las siguientes: (i) compromisos específicos de mantenimiento de condiciones y (ii) mantenimiento de crédito. Asimismo, se analizarán, en este apartado, las propuestas alternativas de compromisos sugeridas por SABADELL.

(i) Compromisos específicos para mantenimiento de condiciones a pymes

727. Además de las medidas que se acaban de exponer, aplicables también a pymes y autónomos, el riesgo específico para éstos se ha abordado con medidas adicionales, en particular: (i) el mantenimiento de una sola política comercial diseñada a nivel nacional, (ii) la aplicación de precios medios nacionales a pymes en la concesión de nuevo crédito y (iii) el compromiso de no cierre de 35 oficinas especializadas en empresas de SABADELL.

728. Tanto los informes de la ACCO como de la CDC-CV, señalan que los compromisos específicos para las pymes no aseguran, con carácter general, que el potencial riesgo de empeoramiento de las condiciones a las pymes quede mitigado, puesto que la estructura del mercado resultante tras la operación, con elevados índices de concentración en estas dos CCAA, podría dificultar la negociación a nivel individual del cliente y con ello la obtención de ofertas alternativas por parte de los clientes.

729. No obstante, como se ha expuesto, el análisis de cuotas y presión competitiva en esos ámbitos ha puesto de manifiesto la existencia de alternativas a la entidad resultante. Por ello, las medidas propuestas se dirigen a que el mayor nivel de concentración existente tras la operación en determinadas áreas y la potencial pérdida de poder de negociación a la que se refieren ambas autoridades de competencia no se traduzcan en un empeoramiento de condiciones, específicamente para las pymes.

730. SABADELL ha defendido que debería quedar claro el ámbito geográfico de aplicación de estas medidas, ya que las pymes compiten en ámbitos más amplios que el de CCPP. En sentido similar, varias asociaciones de empresas[549] han manifestado que el análisis de CCPP realizado por la Dirección de Competencia cubre un porcentaje muy reducido de clientes pymes en España.

731. Como se ha recogido en este IP, en el estudio de mercados se han tomado en consideración varios escenarios geográficos y se ha confirmado que los lugares donde resulta una situación preocupante a nivel de CCPP se corresponden con municipios también problemáticos, existiendo, adicionalmente, CCPP en los que se manifiestan posibles riesgos en ciudades grandes donde a nivel municipal la situación no es problemática. Se ha valorado, por tanto, una dimensión superior a la del CCPP, aunque el

[549] Concretamente: la Confederación de empresarios de Pontevedra, ATA, Unión empresarial de la provincia de Alicante, Confederación de empresarios de Galicia, PIMEC, CONPYMES y CEPYME.

análisis para determinar la necesidad de compromisos ha sido el más garantista posible, descendiendo al nivel de CCPP, fundamentalmente por la relevancia que la presencialidad mantiene, a la vista de lo ya expresado en este IP y manifestado, entre otros, por SABADELL. Por tanto, sobre este ámbito, el del CCPP, es sobre el que versan los compromisos para garantizar el no empeoramiento de condiciones para pymes.

732. De hecho, como se expuso en el apartado 5.2.1.1. de análisis del mercado geográfico de banca minorista, el análisis realizado captura más localizaciones sometidas a compromisos que el análisis de áreas de influencia propuesto por BBVA y que el propuesto por el propio SABADELL. Esto es, de seguirse esos criterios alternativos al análisis de CCPP utilizado en este informe, quedarían cubiertas menos pymes que con el compromiso actual.

733. Por otro lado, varias entidades de banca tradicional[550] consideran el compromiso suficiente para mitigar el potencial riesgo de empeoramiento de condiciones en ausencia de suficiente oferta de mercado. Banco Cooperativo Español, CaixaBank y Banca March destacan positivamente el análisis de CCPP, al considerarlo un análisis muy garantista.

734. También menciona SABADELL que el mantenimiento del diseño de políticas comerciales a nivel nacional podría ser negativo, en el sentido de que los bancos operan con políticas “de máximos” y son los gestores los que negocian condiciones mejores con los clientes. Revolut Bank critica asimismo, que se mantenga una única política comercial, ya que esto podría suponer la eliminación de competencia sana entre entidades. Y considera que el compromiso de no aplicar un precio superior al medio nacional puede, aun así, suponer un empeoramiento de las condiciones existentes en la actualidad, si se produce un empeoramiento generalizado de las condiciones que particulares, autónomos y pymes pueden conseguir en el mercado.

735. Sin embargo, un eventual empeoramiento generalizado de condiciones en el mercado, ajeno a la operación, no puede resolverse en el marco de ésta y, en todo caso, de acuerdo con la información proporcionada en la propuesta de compromisos, en la actualidad ya se aplica una única política comercial para las pymes, no solo por parte de BBVA, sino por parte del resto de entidades. Además, no se entiende cómo la aplicación de una única política comercial a nivel nacional para pymes puede llevar a reducir la competencia en los CCPP de concentración elevada; en caso de existir más competencia a nivel nacional, lo cual parece viable dado el crecimiento del número de entidades que operan totalmente online, esas condiciones se aplicarían, como consecuencia del compromiso, a todos los clientes pymes, sin perjudicar a las áreas de mayor concentración.

736. Así, la medida propuesta dotará de estabilidad a lo que es ya habitual, esto es, el diseño centralizado de las políticas comerciales; al mismo tiempo que permite, frente a lo alegado por SABADELL, que se mantenga el margen de

[550] Deutsche Bank, Banco Cooperativo Español, Ibercaja, CaixaBank, Banca March, Santander y Unicaja

negociación individual en función de las características de cada cliente, también habitual, ya que los precios medios establecidos operan como "máximos". Esto refleja la **proporcionalidad** de la medida.

737. Por último, las mejoras de compromisos presentadas han avanzado en el sentido de concretar el concepto de "precios medios" e incluir medidas de supervisión eficaces, para asegurar, no solo que las oficinas especializadas se mantendrán abiertas, sino también que efectivamente, se trata de sucursales especializadas en empresas.

738. Respecto de la concreción del concepto de "precios medios", Santander en su respuesta al test de compromisos ha alegado que la concesión de cada crédito, que lleva aparejada un análisis de rating que es único y específico para cada cliente, no puede derivarse de una matriz de precios medios para nivel de rating y producto, tal y como sugiere el compromiso planteado, a modo de tabla de precios, debiendo analizarse cada caso de forma individualizada y teniendo en cuenta sus condiciones específicas. A esta observación debe responderse que el tenor literal del compromiso 5.4 da por supuesto que el precio fijado para los nuevos créditos concedidos a pymes y autónomos será resultado de la negociación individual entre la entidad resultante y los solicitantes según las características peculiares de cada uno de ellos. El compromiso solo establece un precio máximo para cada contrato, que es el precio medio del mes anterior para cada producto y nivel de rating, pero nada impide que se fijen precios inferiores en función de las características individuales del prestatario.

739. En definitiva, las medidas comprometidas evitan que el diseño de políticas de la entidad resultante pueda tomar en consideración la posición de especial relevancia que ésta adquiere en determinadas localizaciones, limitan el precio en la concesión de nuevo crédito a clientes de las partes de la operación y garantizan el mantenimiento de una atención especializada. Por tanto, se consideran **adecuadas y suficientes** para solventar eventuales problemas derivados del refuerzo de la posición de la entidad resultante en este mercado en determinadas localizaciones, al reforzar la eficacia del compromiso general de mantenimiento de condiciones para pymes.

(ii) Mantenimiento de crédito a pymes

740. BBVA ha propuesto dos medidas para limitar el riesgo de reducción de crédito a las pymes que ya son clientes: (i) mantener las líneas de crédito circulante para los clientes pymes del SABADELL y (ii) mantener el volumen de crédito de los clientes pymes que dependan en una medida significativa para su financiación de las partes de la operación. La propuesta de compromiso de BBVA se extiende a tres años prorrogables por un máximo de otros dos.

741. SABADELL ha valorado este compromiso como insuficiente por varios motivos. En primer lugar, SABADELL alega que un plazo de 3 años sería insuficiente porque no se estarían cubriendo las necesidades de financiación a medio y largo plazo. Como indica el Servicio de Estudios de SABADELL y

se desprende de información del BdE[551], más del 50% de los préstamos vivos de sociedades no financieras tienen un plazo de concesión superior a los 5 años. De hecho, propone una duración de 8 años, ya que sería esa la duración media de sus créditos. Una opinión análoga ha sido aportada por varias asociaciones de empresas[552] y por ASUFIN en su respuesta al test de compromisos, que consideran que el plazo de vigencia de este compromiso debería extenderse al menos 5 años, con el objetivo de dar a las empresas un horizonte temporal suficiente de planificación estratégica. Por otra parte, SABADELL afirma que el crédito a medio y largo plazo es esencial para las empresas y que, de acuerdo con los datos de BdE, la financiación del circulante solamente supondría alrededor de un 20% de toda la financiación concedida a las empresas. Consideran que no hay justificación para diferenciar entre las necesidades de financiación a corto y largo plazo.

742. Respecto a las alegaciones sobre la duración de los compromisos, esta DC considera que la ofrecida resulta suficiente para asegurar la financiación de las empresas durante el tiempo necesario para que las pymes puedan establecer relaciones con otras entidades bancarias, en caso de que quieran hacerlo, sin imponer compromisos desproporcionados que dificultarían el normal funcionamiento de las entidades bancarias. En cuanto a la financiación a medio y largo plazo, que es la afectada por la segunda parte del compromiso, interesa tener en cuenta que los efectos del compromiso van más allá de su duración, puesto que los créditos de este tipo, renovados durante su vigencia tendrán un plazo mínimo de tres años.

743. Es importante subrayar que el compromiso sobre el mantenimiento de las líneas de circulante es especialmente relevante porque mantiene el crédito que las empresas emplean para garantizar la continuidad de su actividad diaria. Por otro lado, aunque es cierto que únicamente el 20% del crédito vivo corresponde a créditos de menos de un año de duración, dentro de un mismo año las líneas de circulante sí son el crédito más común. En concreto, según datos del BdE, del crédito nuevo ofertado a las pymes (crédito de menos de un millón de euros) la mayor parte se concede con un periodo de vencimiento inferior al año. Así, en los últimos diez años entre el 83% y el 97% de los créditos menores de 250.000 euros tenían un vencimiento inferior al año, mientras que en el caso de los créditos entre 250.000 y 1.000.000 euros este porcentaje estaba entre el 70% y el 97%.

744. En segundo lugar, SABADELL alega que el mantenimiento de líneas de crédito circulante solo tiene en cuenta las líneas de crédito concedidas por el SABADELL y no las líneas de crédito concedidas por el BBVA, lo que supondría una omisión muy relevante dado el solapamiento de clientes que presentan ambas entidades. Sin embargo, no puede aceptarse esta alegación, puesto que los clientes de SABADELL (tanto en exclusiva como si

[551] Boletín Estadístico del BdE, cuadro 19.16 correspondiente al Importe de los saldos vivos. Préstamos y créditos a hogares e ISFLSH y sociedades no financieras. Entidades de crédito y EFC.

[552] En concreto: Confederación de empresarios de Pontevedra, Confederación de empresarios de Galicia, PIMEC, Cámara de Comercio de Alicante, Federación Asturiana de Empresarios, CONPYMES, CEPYME y Consejo General de Cámaras de Comercio de Cataluña.

acuden también al BBVA o a otras entidades de crédito) son los potencialmente perjudicados por la operación, mientras que no existe incentivo alguno para que BBVA reduzca el crédito a los clientes de esta entidad.

745. En tercer lugar, SABADELL afirma que la mayoría de pymes no se vería afectada por el compromiso de mantenimiento de crédito. En este sentido alegan que, sobre la base de la siguiente tabla, más del 95% de las pymes españolas que facturan entre 2 y 50 millones de euros no se verían protegidas por los compromisos.

Perímetro (todas las pymes en España)	% Solo Banco Sabadell y BBVA	% Solo Banco Sabadell	% Solo BBVA	Total
Negocios hasta 2M€	2,4 %	7,7 %	8,3 %	18,4 %
Empresas de 2-100M€	0,9 %	0,9 %	2,6 %	4,4 %
- Empresas de 2-50M€	0,9 %	0,9 %	2,5 %	4,3 %
- Empresas de 50-100M€[12]	0,0 %	0,0 %	3,8 %	3,8 %

Fuente: Inmark, datos de 2023 para negocios hasta 2M€ y de 2024 para el resto de empresas.

746. Continúa señalando que, además, dentro de ese grupo reducido de pymes, solo una minoría se beneficiaría del mantenimiento de condiciones comerciales y que, por lo tanto, BBVA podría tener incentivos a incrementar los precios para cumplir formalmente con las obligaciones a la vez que privaría de cualquier beneficio práctico a dicho colectivo. Critica además en que las empresas medianas no se incluyen en los compromisos. Así, las empresas que facturan entre 50 y 200 millones de euros estarían sujetas a sustancialmente las mismas dinámicas de mercado y no tendrían acceso a fuentes de financiación suficientemente sustituibles a las bancarias.

747. No puede aceptarse esta alegación de SABADELL. Al hacer esta valoración, la entidad bancaria vuelve a ignorar la importancia de las empresas que facturan menos de 2 millones de euros (que son más del 96% del total de empresas españolas). Y se trata de una omisión relevante, ya que, según datos de la propia SABADELL, el 18,4% del total de empresas que facturan menos de 2 millones de euros estarían protegidas gracias a la propuesta de compromisos realizada por BBVA. En segundo lugar, es importante señalar que el objeto del control de concentraciones consiste en la protección y garantía del funcionamiento de las empresas hasta los ajustes del mercado, con independencia del número de implicadas. Los compromisos tienen en cuenta el volumen de financiación en todo el territorio nacional, incluso en aquellas zonas en las que no se han identificado problemas significativos de competencia, lo que supone una garantía suficientemente amplia. Por ello, fuera de los CCPP identificados como problemáticos no es necesario establecer compromisos en relación con las condiciones comerciales, pero se garantiza a las pymes que seguirán teniendo acceso a fuentes de financiación alternativas. Por último, las empresas grandes, es decir, las que facturan entre 50 y 200 millones de euros, no están incluidas en este compromiso porque, como ya se ha dicho, la definición de PYME considerada por la CNMC abarca solo hasta las empresas que facturan 50 millones de

euros, que es el criterio considerado más objetivo, en línea con precedentes nacionales recientes, con la definición establecida por la UE y la utilizada actualmente por el BCE y por el BdE.

748. SABADELL también entiende que, según el literal de los compromisos, los autónomos no se verían protegidos por ellos. Es correcta esta observación de la adquirida, y ha sido subsanada por BBVA en su última propuesta en lo que se refiere a las líneas de circulante y financiación exterior. En cambio, no parece adecuado extender la segunda parte del compromiso, puesto que los autónomos tienen comportamientos de demanda de crédito a medio y largo plazo equiparables a los particulares y no a las empresas.

749. En cuarto lugar, SABADELL opina que el universo de pymes beneficiadas por la segunda parte de este compromiso sería muy limitado, ya que las empresas que tuvieran una relación con terceras entidades bancarias (distintas a las partes) no se podrían ver beneficiadas por la aplicación de este compromiso. En este sentido se pronuncian también asociaciones de empresas[553] y ASUFIN en su respuesta al test de compromisos. Algunas de ellas proponen alternativamente que el alcance del compromiso se refiera a aquellas pymes que cuenten con una cuota CIRBE del 50% con las dos entidades[554] o aquellas que tengan un 20% de cuota CIRBE con las dos entidades[555]. Aunque el 20% de cuota CIRBE parece excesivamente reducido para capturar las empresas más dependientes de la financiación de las partes de la concentración, que son las que deben protegerse de sus efectos indeseados, sí parece razonable no limitar la segunda parte del compromiso a las empresas con toda su financiación dependiente de BBVA y/o SABADELL. En consecuencia, BBVA ha reflejado esta consideración en su última propuesta de compromisos, en la que incluye en el compromiso 8.2 a todas las empresas que tengan una cuota CIRBE al menos del 85% con BBVA y/o SABADELL en toda España, salvo en Cataluña y Baleares, en las que el compromiso incluirá a todas las empresas con una cuota CIRBE al menos del 50% con BBVA y/o SABADELL.

750. Por otra parte, las asociaciones de empresas[556] han criticado, en lo que se refiere al alcance de este compromiso, que se deje fuera a las empresas con facturación superior a 50 millones de euros. En este sentido, la Dirección de Competencia considera que el alcance de este compromiso es adecuado, puesto que si se atiende al informe Retrato de la PYME[557] publicado por el Ministerio de Industria y Turismo, el porcentaje de empresas que facturan menos de 50 millones de euros en España a 1 de enero de 2023 es del 99,9% (el 96,7% del total facturan menos de 2 millones de euros), por lo que la

[553] En concreto: Confederación de empresarios de Pontevedra, Unión Empresarial de la provincia de Alicante, Confederación de empresarios de Galicia, Cámara de Comercio de Alicante, PIMEC, Federación Asturiana de Empresarios, CONPYMES CEPYME y el Consejo General de Cámaras de Comercio de Cataluña.

[554] Respuesta remitida por la Cámara de Comercio de Alicante y por el Consejo General de Cámaras de Comercio de Cataluña.

[555] Esta respuesta ha sido remitida por parte de PIMEC.

[556] Confederación de empresarios de Pontevedra, Unión empresarial de la provincia de Alicante, Confederación de empresarios de Galicia, Federación Asturiana de Empresarios y CEPYME.

[557] https://ipyme.org/Publicaciones/Retrato%20de%20la%20PYME/Retrato-PYME-DIRCE-1-enero-2023.pdf

cobertura de este compromiso alcanzaría a un porcentaje muy relevante de empresas.

751. Asimismo, estas asociaciones han criticado que los compromisos no cubran las líneas de financiación destinadas al comercio exterior, producto que consideran muy relevante dado que SABADELL está especializado en este tipo de productos dirigidos a pymes. En realidad, estos créditos a corto plazo para financiar operaciones exteriores están incluidos en la primera parte de los compromisos, lo que se ha explicitado en la última versión remitida por la notificante.

752. Sin embargo, varias entidades de banca tradicional[558], consideran que el compromiso propuesto es suficiente para mitigar cualquier riesgo de reducción de crédito para pymes. Abanca y Bankinter destacan la competitividad existente en el mercado financiero español en donde se ofrecen las mejores condiciones de financiación a empresas de Europa. Según Bankinter, existe en la actualidad mayor oferta de servicios financieros a pymes que demanda por parte de los clientes, como consecuencia de la existencia de un mayor número de alternativas a la financiación bancaria y de un proceso de reducción del endeudamiento de las empresas desde la crisis financiera.

753. Pese a valorar positivamente el compromiso, Ibercaja considera que (i) debería incluir no sólo el mantenimiento de la línea, sino también el límite concedido y (ii) no debería excluirse las pólizas de duración indefinida, cuya vigencia se renueva de forma anual. Sin embargo, esta alegación ya está recogida de hecho en los compromisos, puesto que la primera parte del compromiso incluye todos los tipos de líneas de crédito de vencimiento inferior a un año, también las que se renuevan anualmente.

754. Santander, en su respuesta al test de compromisos, señala que el compromiso de mantenimiento de crédito debería ofrecerse para cada una de ellas individualmente, siempre que medie la voluntad de la empresa, y no de forma agregada, para el conjunto del mercado, ya que se podrían sustituir unos clientes por otros y no tener los efectos pretendidos. Sin embargo, no parece justificada esta preocupación, puesto que eso es precisamente lo que se indica en el tenor literal de las dos partes del compromiso. Por lo que se refiere al compromiso 8.1, BBVA se compromete a mantener las líneas de circulante *"que tengan contratadas las pymes con Banco Sabadell"*. Y en cuanto al compromiso 8.2, la adquirente se compromete *"a mantener el volumen de crédito de los clientes pymes que tengan el 85% de su cuota CIRBE con BBVA y/o Banco Sabadell"*. Por tanto, no se habla de volúmenes agregados de crédito, sino de los concretos productos contratados por cada una de las pymes cubiertas por estos compromisos.

755. Por su parte, Revolut Bank considera que debería haber una mayor concreción del compromiso, de forma que se especifique si en las renovaciones de los créditos se respetan todas las cláusulas del contrato

[558] Deutsche Bank, Ibercaja, Unicaja, Abanca, Kutxabank, Bankinter, Banca March, Santander y CaixaBank.

previo vigente a la fecha de toma de control. Efectivamente, la propuesta sometida a consulta no explicitaba el plazo de los créditos que se renovarían bajo los compromisos, pero en la nueva propuesta remitida tras el test de compromisos, BBVA se compromete a mantener el volumen de crédito y a ofrecer un plazo mínimo de tres años cuando se renueven los *"préstamos de largo plazo destinados a inversión productiva"*. El resto de las condiciones distintas de volumen y plazo no estarían sometidas a este compromiso sino al de mantenimiento de condiciones, cuya aplicación se limita a los CCPP identificados como problemáticos.

756. Finalmente, SABADELL consideraba también que la supervisión de estos compromisos presentaba problemas de verificación y monitorización debido a la falta de concreción de algunos conceptos relevantes. En concreto entienden que la valoración de si se ha dado un aumento en el riesgo de crédito es subjetiva y puede cambiar fácilmente con la política interna de BBVA. La excepción de deterioro financiero permitiría a BBVA eludir en la práctica la aplicación del compromiso simplemente aplicando criterios subjetivos de riesgo de difícil control por parte de la CNMC. En este mismo sentido también se han pronunciado varias asociaciones de empresas[559], que en sus respuestas al test de compromisos han señalado que existe mucha incertidumbre respecto a las posibles revisiones de condiciones y cambios que pueda introducir BBVA en relación con las excepciones fijadas, puesto que las empresas se enfrentan a un contexto geopolítico y económico complejo que podría llevar a BBVA a justificar excepciones en la aplicación de este compromiso basadas en riesgos externos no controlables por las pymes. SABADELL propone, en concreto, que se tenga en cuenta la calificación de crédito "dudoso" cómo criterio objetivo para justificar una excepción al cumplimiento de los compromisos, calificación que podría derivarse, por ejemplo, de una situación de impago que se prolongue durante un período mínimo de 90 días.

757. Esta alegación no puede aceptarse. La última propuesta de compromisos precisa que las únicas limitaciones al compromiso son garantizar el cumplimiento de la normativa legal aplicable en materia de prevención de blanqueo de capitales o sanciones internacionales, falseamiento de datos o incremento significativo del riesgo de crédito según los criterios especificados por la Circular 4/2017 de BdE. De esta forma, únicamente se establecen salvedades con carácter excepcional con la finalidad de hacer frente al cumplimiento normativo o según criterios ya previstos en la normativa bancaria y aplicados según metodología aprobada y auditada por el BCE, que en ningún caso consideran circunstancias macroeconómicas o cambios metodológicos de la entidad resultante no relacionados con la situación específica de las empresas. Además, los motivos deberán ser indicados y remitidos a la CNMC en el caso de que la entidad resultante considere justificado negar la renovación de su crédito a alguno de los clientes protegidos por el compromiso.

[559] Confederación de empresarios de Pontevedra, Unión empresarial y de la provincia de Alicante, Confederación de empresarios de Galicia, PIMEC, CONPYMES y Consejo General de Cámaras de Comercio de Cataluña.

758. Por último, respecto a la concreta propuesta de SABADELL, interesa destacar que el objetivo de los compromisos no puede ser asegurar el crédito a las empresas a costa de la solvencia de la entidad de crédito resultante de la operación, sino mantener la financiación con los criterios de prudencia habituales. No es lógico financiar a una empresa hasta el momento en el que esta no pueda hacer frente a su deuda, porque ello supone un riesgo a la solvencia del banco. El objetivo es que la entidad resultante pueda tomar decisiones financieramente prudentes, teniendo en cuenta la situación de la empresa a la que está financiando y no obligarla a ofrecer financiación hasta el punto en el que su riesgo de impago se haya hecho efectivo.

759. Por lo tanto, la alternativa señalada por SABADELL no se considera adecuada para la vigilancia de este compromiso y, además, los criterios para establecer un posible desvío son objetivos en tanto que están determinados por el BdE. Conviene señalar que, como se verá más adelante, la mayoría de la información que SABADELL sugiere que se aporte en aras de comprobar el cumplimiento ya ha sido tenida en cuenta en la versión de compromisos que se ha revisado en el test de mercado.

760. Por último, SABADELL considera también que los compromisos presentados son incompatibles con la normativa regulatoria, dado su carácter futurible. Es decir, en cada renovación BBVA estaría obligado por adelantado a mantener el volumen de crédito sin poder analizar los datos que las directrices de la EBA le obligan a analizar y que la mínima prudencia de la actividad bancaria recomendaría. Pero no puede aceptarse esta alegación, puesto que la notificante asume que SABADELL es una entidad financiera prudente y que ha revisado con cuidado el perfil crediticio de cada uno de sus clientes, y no tendría por qué suponerse que este análisis no fuera válido para la posible nueva entidad; además, si en este momento ambas entidades cumplen con la normativa europea aplicable no hay razones para esperar que la nueva entidad no lo cumpliera tras la operación de concentración.

761. Finalmente, SABADELL considera también que los compromisos propuestos no tendrían en cuenta las nuevas necesidades de financiación ni las necesidades de las nuevas empresas. Pero no puede aceptarse la pretensión de esta entidad de que los compromisos vayan más allá de garantizar la actividad y acceso a financiación de las empresas directamente afectadas por la operación, que son las que deben ser protegidas durante el período de ajuste del mercado.

(iii) Sobre los compromisos alternativos propuestos por Sabadell

762. SABADELL ha propuesto remedios de carácter estructural, [CONFIDENCIAL]. [560] [561]

763. A la vista de esta propuesta, conviene insistir en que (i) los criterios de cuota y presión competitiva para seleccionar CCAA problemáticas es arbitrario y (ii) la naturaleza de los problemas definidos en esta operación no requeriría de

[560] [CONFIDENCIAL]

[561] [CONFIDENCIAL]

remedios estructurales. Además, la propuesta concreta presentada por SABADELL no es adecuada por varios motivos.

764. De suma relevancia, la Comunicación de la Comisión sobre remedios[562] prevé, en su párrafo 34 para el caso particular de una opa hostil, que *"un compromiso de ceder actividades de la empresa destinataria, en dichas circunstancias de información limitada disponible para las partes notificantes sobre la actividad empresarial que vaya a cederse, podría aumentar el riesgo de que dicha actividad, después de la cesión, no corresponda a un competidor viable que compita eficazmente en el mercado y con la intención de permanecer en el mismo*".

765. La viabilidad de la propuesta de SABADELL plantea otros problemas, como la identificación de un potencial comprador, pues como reconoce el propio SABADELL, la opción de determinadas entidades podría ser problemática. Además, en esta operación[563] [CONFIDENCIAL].[564].

766. En definitiva, la propuesta de desinversiones de SABADELL genera dudas muy relevantes de viabilidad y, por tanto, no se encuentra alineada con las recomendaciones de los párrafos 10 y 23 de las Directrices[565].

767. Subsidiariamente, SABADELL hace una propuesta alternativa a los compromisos de mantenimiento de pymes, para el caso de que se adopten remedios de comportamiento. La propuesta consiste en la obligación de la entidad resultante de mantener la cuota relativa de crédito de los clientes empresariales de las partes con facturación entre 2 y 200 millones de euros cuya cuota CIRBE en la entidad resultante sea igual o superior al [20-30]%, debiendo tener al menos un [10-20] % en cada una de ellas antes de la operación para que el compromiso fuera de aplicación.

768. Esta propuesta tendría una duración de [5-10] años o, alternativamente, de [0-5] años prorrogables por [0-5] años. El funcionamiento del remedio se basaría en la cuota CIRBE (en términos de importe concedido), que (1) debería mantenerse para cada cliente, con posibles ajustes coyunturales de hasta un [10-20] % anual a la baja y (2) no podría caer para la entidad resultante por debajo del [20-30] % para cada cliente.

769. SABADELL considera razonable que dicho remedio quedase sujeto a las siguientes excepciones. La entidad resultante (a) podría excluir a los clientes con alertas por prevención de blanqueo de capitales y financiación del

---

562 Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles con arreglo al Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo y al Reglamento (CE) nº802/2004 de la Comisión.

563 A diferencia, por ejemplo, del precedente M.4844 FORTIS – ABN AMRO ASSETS, que cita SABADELL, en el que la desinversión versaba sobre una filial completa de Fortis, dedicada exclusivamente a la atención de empresas, con oficinas especializadas y un personal de apoyo dedicado exclusivamente a dicho negocio, por lo que se trataba de una unidad de negocio separado e independiente que podría fácilmente ser explotada de forma viable por un tercero distinto de Fortis.

564 En particular, de una parte de las: [CONFIDENCIAL]

565 El primero señala que los compromisos estructurales deberán ser ejecutables y ser probable que las nuevas estructuras comerciales generadas sean realizables y sostenibles para garantizar que se resuelven los problemas. Por su parte, el párrafo 23 señala que las actividades cedidas deberán consistir en una actividad viable que, al ser dirigida por un comprador adecuado, pueda competir eficazmente con la entidad procedente de la concentración de manera sostenible

terrorismo; (b) podría excluir a los clientes con contratos calificados como "dudoso contable" (por ejemplo, con un periodo de impago superior a los 90 días); y (c) podría completar una venta de carteras de préstamos a un tercero, dándolos de baja de balance.

770. Esta propuesta alternativa de SABADELL no puede aceptarse. Por un lado, porque al fijar una cuota del [20-30]% o más como límite para identificar las empresas incluidas en el compromiso (en lugar del 85% o 50% ofrecido por BBVA) se asume que es necesario ofrecer unas condiciones estables de financiación a empresas que en realidad no dependen decisivamente de las partes de la operación.

771. Por otro lado, al exigir que las empresas tengan al menos un [10-20]% de su financiación en cada una de las partes de la operación, se estaría dejando sin protección a las empresas que tienen únicamente a una de ellas como fuente de financiación y que son las que dependen en mayor medida de las partes de la operación.

772. Además, la propuesta deja de lado a las empresas con una facturación inferior a dos millones de euros, que son las más numerosas de nuestro país, sin que SABADELL haya aportado justificación alguna para sustentar su afirmación de que estas empresas serían las menos afectadas por la operación.

773. Tampoco se puede aceptar la pretensión de SABADELL de incluir a las empresas que facturan más de 50 millones de euros, que están fuera de la definición de PYME utilizada tanto en los precedentes de la Comisión Europea como por el BdE y el BCE.

774. La duración propuesta por SABADELL tampoco puede aceptarse. Como ya se ha señalado al responder las alegaciones presentadas por SABADELL, el objetivo de los compromisos de mantenimiento de crédito a pymes no es regular la situación del mercado por un tiempo prolongado, sino que se busca ofrecer un periodo de tiempo suficiente para que las empresas y las nuevas entidades bancarias puedan establecer relaciones estables que suavicen los problemas de información asimétrica. Teniendo esta premisa en cuenta, una duración de 8 años parece una propuesta desmedida.

775. Por último, no puede aceptarse la excepción planteada de que la nueva entidad pueda vender a terceros su cartera de créditos. En efecto, esta cláusula sería especialmente perjudicial para los clientes de las entidades bancarias puesto que, una vez los créditos pasaran a otra entidad bancaria, los clientes no estarían protegidos por los compromisos propuestos por BBVA.

776. Por todo lo expuesto, a juicio de esta DC, la propuesta final de BBVA para pymes resulta **adecuada, justificada y proporcionada**. Es también más exigente que la propuesta de SABADELL, dado que su alcance geográfico es más amplio: (i) un total de 168 CCPP identificados como problemáticos para las medidas relacionadas con el mantenimiento de condiciones comerciales y de precios en la concesión de nuevo crédito, (ii) garantía de no cierre de 35

sucursales de SABADELL especializadas en empresas y (iii) amplio alcance en el mantenimiento de líneas de circulante y volumen de crédito; frente a 18 sucursales afectadas por la propuesta de SABADELL.

777. Además, es más completa al estar integrada por varias medidas que persiguen distintos objetivos, sin que SABADELL haya explicado cómo la venta de las sucursales identificadas, en caso de ser viable, podría aumentar la competencia existente o generar un beneficio mayor que (i) garantizar que no empeoren las condiciones comerciales de las pymes en localizaciones donde se ha acreditado la ausencia de presión competitiva, (ii) mantener las líneas de circulante y (iii) mantener el volumen de crédito; medidas todas ellas propuestas para un período de tres años, prorrogables por dos adicionales en el caso del crédito a pymes.

10.3.3. Compromisos para evitar la exclusión financiera

778. Para abordar los riesgos derivados de la operación en esta materia, se han propuesto varias medidas: (i) condiciones más favorables para clientes vulnerables, (ii) garantías de la presencia física de sucursales y (iii) garantías de presencia física de determinados cajeros.

(i) Condiciones ofrecidas al colectivo de "clientes vulnerables"

779. A pesar de que, en la actualidad, ni BBVA ni SABADELL ofertan producto alguno destinado a este colectivo de clientes, BBVA propone comenzar a ofrecer una "cuenta para clientes vulnerables", con el contenido descrito en el apartado anterior.

780. En su informe, la ACCO destaca que estas medidas evitarían el desplazamiento forzado a personas mayores a oficinas bancarias, siendo el canal principal que utilizan el presencial, al tener menor familiaridad con la banca digital o bien porque "*por su edad o estado físico experimentan una notoria complejidad a la hora de desplazarse a una nueva oficina más lejana*"[566].

781. Precisamente el hecho de que el riesgo de exclusión financiera afecte especialmente a personas con menores habilidades tecnológicas o que viven en zonas con peor acceso a la red, lleva a que la ACCO y la CDC-CV, así como el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU), hayan cuestionado que el medio de comunicación más adecuado para difundir esta medida sea las páginas web de las entidades. Este aspecto ha sido revisado y la propuesta actual de compromisos incluye otros medios alternativos, como correo electrónico y/o aplicación móvil, así como medios no digitales, mediante información visible en oficinas y/o correo postal, en función de la información de la que dispongan las partes respecto a dichos clientes.

782. Adicionalmente, la ACCO ha observado que, justamente el hecho de haberlos identificado como clientes pertenecientes a esta clase, se debe a que cuentan con menor acceso a medios digitales y mayor dependencia de servicios físicos, por lo que *"al requerir que estos clientes contraten el producto online,*

[566] También FACUA.

se contradice el objetivo del compromiso." Ahora bien, el contenido del compromiso no prevé que la contratación tenga que realizarse online, sino que las partes identificarán a sus clientes en España que cumplan con la condición de "Cliente Vulnerable" y tal solo en caso de no disponer de información sobre ellos, se recurrirá a informar a través de las páginas web de las partes.

783. Sobre el alcance del compromiso, la ACCO ha señalado que *"los criterios para acceder a esta cuenta son absolutamente restrictivos y, en todo caso, no incluye a todos los colectivos con un elevado riesgo de exclusión financiera en Cataluña (personas mayores, con menor habilidad tecnológica o que residen en zonas rurales o con menor acceso a internet) y no parece que pueda resolver el problema de acceso a los servicios bancarios de manera presencial y al dinero en efectivo en aquellos lugares en los que, como consecuencia de la operación, puedan dejar de disponer de una oficina o un cajero*". No obstante, los requisitos y las condiciones propuestas para esta cuenta son amplias y tienen mayor alcance que el contemplado en precedentes[567] en que se ha abordado esta misma problemática, por lo que se considera que es una medida adecuada para hacer frente al riesgo identificado.

784. También sobre el alcance del compromiso, la CDC CV ha señalado dos aspectos. El primero, que algunas de las condiciones de la Cuenta para Clientes Vulnerables podrían no ser suficientes para lograr el objetivo del compromiso; en concreto, que garantizar dos retiradas de efectivo gratuitas en oficinas podría no satisfacer las necesidades de efectivo de clientes vulnerables, ya que la red de oficinas resultará igualmente afectada. Sin embargo, conviene precisar que la retirada de efectivo en oficina será gratuita en todo caso para estos clientes y que la debilidad manifestada se ve reforzada por el compromiso de mantenimiento de presencia física, al garantizar que determinados municipios no queden sin oficina disponible y que por tanto la posibilidad de retirar dinero de forma gratuita sea real.

785. El segundo que, pese a que la cuenta para clientes vulnerables permite el uso de "Correos Cash" de forma gratuita un máximo de dos veces por mes, esta alternativa para la retirada de efectivo no está disponible en todas las oficinas de Correos y el servicio debe ser reservado previamente en los considerados "puntos de atención rural", lo que podría generar incertidumbre al cliente, al no conocer si existe disponibilidad de efectivo en todo momento. Se trata de deficiencias, sin embargo, que no pueden resolverse en la presente operación por ser preexistentes a la misma y, en todo caso, se trata de un beneficio adicional para clientes vulnerables, allí donde está disponible y en las condiciones establecidas por la empresa que ofrece el servicio.

786. Por su parte, SABADELL considera que (i) existe una normativa que obliga a los bancos a tomar en consideración a clientes especialmente vulnerables,

[567] Con respecto a la cuenta social de CaixaBank, la cuenta para clientes vulnerables ofrecida por BBVA incluye adicionalmentE: (i) apertura de una segunda cuenta sin comisiones administración y mantenimiento para ninguna de las dos cuentas y (ii) número de operaciones de pago y transferencias ilimitadas frente a un máximo de 120 operaciones anuales gratuitas en el caso de la cuenta social de CaixaBank.

por lo que este compromiso sería superfluo y (ii) señala, además, que la limitación del compromiso a dos reintegros mensuales empeoraría la situación actual para este servicio que ofrece SABADELL ya que éste lo ofrece a todos sus clientes sin comisiones, dos veces por semana, hasta un máximo de 5.000 euros semanales, mientras el compromiso ofertado por BBVA es de dos reintegros mensuales gratuitos. A su juicio, los clientes de SABADELL perderían, así, el beneficio de poder realizar un mayor número de retiradas de efectivo de forma gratuita al pasar a ser clientes de BBVA, dado que pasarían de poder realizar 8 retiradas mensuales gratuitas (2 semanales) a 2 retiradas mensuales gratuitas.

787. Sin embargo, la propuesta de compromisos actual iguala el número de retiradas e importe máximo en el programa Correos Cash a las condiciones de SABADELL. En todo caso, el contenido del compromiso incluye, además de los requisitos legales establecidos[568] (cuenta gratuita sin comisiones, gastos de apertura ni cierre y 120 operaciones gratuitas anualmente), otros elementos adicionales no previstos en la misma; en particular, la oferta de un número ilimitado de operaciones a realizar anualmente, además de ofrecer estas mismas condiciones de gratuidad en comisiones y número ilimitado de operaciones asociadas a la cuenta para una segunda cuenta. También acceso al servicio CorreosCash de manera gratuita dos veces a la semana o la gratuidad en operaciones de envío de divisas.

788. Por tanto, esta Dirección de Competencia considera que la propuesta final de compromiso mejora sustancialmente las previsiones normativas y las condiciones previstas en precedentes y ofrece unas condiciones a los clientes vulnerables que, junto con otros compromisos objeto de valoración, son adecuadas, suficientes y proporcionadas para resolver el riesgo de exclusión financiera detectado.

(ii) Mantenimiento de presencia física de sucursales

789. En cuanto al compromiso de no cierre de oficinas, SABADELL alega que este compromiso es como el previsto en la operación Caixabank/Bankia y, dado que dichos compromisos ya han expirado, la CNMC debería valorar si han sido compromisos adecuados y efectivos.

790. El compromiso presentado por BBVA es significativamente más amplio que el previsto en el precedente referido por SABADELL, ya que BBVA ha incluido: (i) municipios en los que la situación de monopolio era previa a la operación (ii) municipios con presencia de competidores, cuando no haya otra oficina a menos de 300 metros, (iii) municipios con renta per cápita inferior a 10.000 euros y (iv) municipios de menos de 5.000 habitantes.

791. Sin embargo, no se considera proporcionado, como sugiere SABADELL, exigir que el compromiso se extienda a localizaciones de duopolio previas a la operación, pues, como se ha manifestado, los compromisos no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que

[568] En el Real Decreto 164/2019, de 22 de marzo, por el que se establece un régimen gratuito de cuentas de pago básicas en beneficio de personas en situación de vulnerabilidad o con riesgo de exclusión financiera.

su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación. Por otra parte, la CNMC, al valorar la idoneidad de los compromisos que presentan las partes en una operación, toma en consideración sus precedentes, así como el resultado derivado de la vigilancia de los mismos.

(iii) Mantenimiento de cajeros desplazados

792. El acceso a cajeros constituye otro elemento de relevancia para evitar la exclusión financiera de determinados colectivos. Se garantiza, fundamentalmente, mediante el compromiso de mantenimiento de sucursales, en la medida en que se localizan en ellas, pero también mediante esta medida, relativa a los cajeros desplazados, tanto de BBVA como de SABADELL, no situados en oficinas y localizados en zonas con nula o escasa presión competitiva.

793. Se trata de una medida no prevista en precedentes, que completa y refuerza la eficacia del no cierre de sucursales para evitar los efectos de la operación en municipios sin dinámica competitiva en los que la rentabilidad de la prestación del servicio puede ser cuestionable.

794. Por tanto, el conjunto de compromisos analizado se **considera adecuado, suficiente y proporcionado** para mitigar el riesgo de que la operación pueda agudizar el problema de la exclusión financiera.

(iv) Mantenimiento de condiciones de acceso a cajeros[569]

795. El test de mercado ha apuntado a la necesidad de esta medida. Así, Kutxabank señala que, con el fin de evitar el efecto negativo que tendría para las entidades de la Red Euro6000 la salida de SABADELL del acuerdo, propone que BBVA se incorpore a la alianza Euro6000 en las condiciones de SABADELL "*o que los cajeros de la red de SABADELL se mantengan en la alianza al menos un periodo suficiente de tiempo para que se puedan buscar alternativas para que los clientes que actualmente se benefician de esta alianza no se vean afectados*".

796. Asimismo, Ibercaja señala que "*sería necesario, de la misma forma que se ha realizado en los últimos años en el acuerdo ya extinto con Bankia, asegurar una cancelación del acuerdo con Banco Sabadell de forma ordenada en el tiempo con el objetivo de disponer del tiempo suficiente para comunicar las diferentes soluciones alternativas existentes (diferentes a la extracción de efectivo en cajeros de Banco Sabadell) a los clientes de las entidades E6000, especialmente a aquellos que estén realizando actualmente utilización de dichos cajeros*"

797. Tanto la ACCO como la CDC-CV han cuestionado, no obstante, en sus informes, la corta duración del compromiso, inferior al mantenimiento de presencia física de sucursales. La CDC-CV destaca asimismo que el

[569] A excepción de los situados en oficinas, cuyo cierre está previsto en el marco de la operación y no estén incluidas por los compromisos presentados.

mantenimiento de los cajeros no estaría garantizado para todas las oficinas y SABADELL alega que es un compromiso transitorio y que, tras su vigencia, nada evita que se retire del mercado la red de cajeros de SABADELL.

798. Ninguna de las alegaciones justifica, sin embargo, el objetivo y beneficio de extender la duración de este compromiso ni propone una duración alternativa de manera motivada. Y en todo caso, el objetivo del compromiso es precisamente dotar a los competidores del tiempo necesario para adaptarse y prepararse para competir cuando los compromisos terminen. Si el mercado necesitase más cajeros y la entidad resultante los retirase, es de esperar que otras entidades los abran. Si el mercado funcionase cada vez con menos necesidad de efectivo y se cerrasen cajeros, el cierre tendría igualmente lugar sin la fusión.

799. Por tanto, el compromiso debe dar un margen suficiente a las entidades afectadas por una posible ruptura para adaptarse y responder a esta situación. Pero la exigencia de mantener una determinada política comercial sin carácter transitorio o de modificarla, de forma que se amplíe o mejore la existente en la actualidad, excedería del ámbito que es objeto de valoración de esta operación, más a la vista de la creciente importancia de la digitalización. Por estas razones esta Dirección de Competencia considera **adecuada, suficiente y proporcionada** la duración propuesta en la última versión de compromisos.

800. Por otro lado, debe recordarse que el compromiso de mantenimiento de presencia física y no cierre de sucursales ya garantiza la presencia de cajeros en municipios en los que la entidad resultante enfrentará escasa presión competitiva, que se ha reforzado en la última propuesta de compromisos, como ya expuesto, al extenderse a los cajeros desplazados de las partes de la operación.

801. A pesar de lo anterior, SABADELL indica que, según sus estimaciones, existirían 128 CCPP en los que las partes se solapan, sin que haya ninguna entidad con presencia local salvo Banco Santander y CaixaBank. Esto llevaría a que, tras la operación, no existan cajeros que permitan retiradas sujetas a tarifas bonificadas o reducidas para clientes de la Red Euro 6000. Pero ésta es justamente la razón de ser del compromiso propuesto: garantizar un período de tiempo en el que se mantengan dichas bonificaciones; y no solo en 128 CCPP, como sugiere SABADELL, sino en todo el territorio nacional, que es el alcance de la medida propuesta por BBVA.

802. Debe precisarse, al valorar este compromiso, que a pesar de que los clientes de SABADELL dejen de acceder a los cajeros de la Red Euro6000 en las condiciones actuales, podrán acceder a los cajeros de BBVA. Tal y como señala la ACCO, esto llevará a que los clientes de SABADELL tengan acceso a un mayor número de cajeros y oficinas. En concreto, "*utilizando la red de oficinas como aproximación y sin considerar la posibilidad de que parte de las oficinas del BBVA se puedan cerrar se observa que los clientes del BS perderían el acceso a 113 oficinas de las entidades de la red Euro 6000, pero*

ganarían acceso a 398 oficinas del BBVA". Por lo que el efecto de la operación de concentración en este ámbito tiene un carácter positivo para los clientes de SABADELL.

803. Además, tanto BBVA como SABADELL permiten la retirada gratuita de efectivo en sus cajeros a sus clientes. Por tanto, debe insistirse en que el objetivo de este compromiso son los clientes de terceras entidades que se beneficiaban de acuerdos con SABADELL.

804. A pesar de ello, éste señala asimismo que a través de su acuerdo con Euro6000 y otras entidades, su entidad podría considerarse "*el mayor parque de cajeros accesible a otras entidades en condiciones favorables*" (Santander o Caixabank no tienen acuerdos con terceras entidades). Así pues, identifican la posibilidad de que empeoren las condiciones de acceso de terceros (al margen de los clientes de las entidades que tienen un acuerdo con Sabadell), es decir, clientes bancarios para los que la retirada de efectivo en los cajeros de SABADELL tiene en la actualidad un coste inferior al de BBVA. Critica, por ello, que el compromiso no incluya otros acuerdos mantenidos entre SABADELL y otras redes de cajeros como Cardtronics. Este aspecto también ha sido señalado por la ACCO, así como por terceras entidades en el test de mercado (ING y N26).

805. Ahora bien, la propuesta de compromisos contempla, tanto el mantenimiento de condiciones para clientes de entidades sin acuerdos con SABADELL, como a los clientes de Cardtronics, proporcionando un alcance, de nuevo más extenso que el previsto en operaciones en las que se ha tratado esta problemática, por lo que éste se considera suficiente y adecuado para resolver el riesgo identificado Y ha de insistirse en que las preocupaciones relativas a la inclusión financiera son, en gran medida, preexistentes a la operación y ya objeto de atención desde otras instancias[570].

806. Por último, SABADELL, critica que la duración del compromiso se extienda 18 meses desde la terminación de los acuerdos o hasta la fusión de las partes, puesto que esta duración hace posible que el compromiso pueda extenderse menos de 18 meses si las partes se fusionan antes; y que no se prevea nada para casos de cierre de cajeros durante la vigencia del compromiso.

807. Dicha previsión ("hasta la fusión de las partes"), responde a que, cuando se produce la fusión de las entidades, desaparece la distinción entre ellas y con ello, entre sus cajeros, por lo que no podrían mantenerse condiciones distintas[571]; además, sería razonable pensar que el momento terminación de la fusión y de la terminación de los acuerdos coincidan. En cualquier caso,

[570] Véase el informe de la CNMC de 2024 titulado "Recomendaciones de la CNMC para facilitar la competencia entre entidades en entornos en los que no esté asegurada la presencia sobre el territorio de varias entidades bancarias". Más información en el siguiente enlace: https://www.cnmc.es/sites/default/files/5596269.pdf

[571] De conformidad con el apartado 5 de la Disposición adicional segunda del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, la comisión que puede establecer el proveedor de servicios de pago titular de cajeros automáticos debe ser la misma en todo el territorio nacional, salvo que existan acuerdos específicos entre el referido proveedor con entidades emisoras de tarjetas concretas. A este respecto, el referido apartado 5 establece que la comisión no podrá ser discriminatoria ni podrá distinguir en función del tipo de cliente.

con la finalidad de garantizar que el compromiso se extiende 18 meses, incluso si antes se produce la fusión, en su última propuesta de compromisos, BBVA se compromete a negociar con las entidades, a partir de ese momento, un nuevo acuerdo, por el plazo restante hasta los 18 meses, de tal forma que se garantice el mantenimiento de los términos y condiciones.

808. Finalmente, la previsión de cierre de cajeros durante la vigencia del compromiso está abordada mediante (i) el compromiso de no cierre de sucursales, donde se encuentran localizados la mayoría de cajeros y (ii) el compromiso de no cierre de determinados cajeros desplazados.

10.3.4. Mantenimiento de condiciones comerciales en los servicios de adquirencia

809. SABADELL aboga también en este caso por un compromiso de carácter estructural puesto que en su opinión es de esperar que pese a la futura entrada de fintechs en el mercado, las entidades bancarias tradicionales continúen teniendo un papel principal en la oferta del servicio. Además, según SABADELL las nuevas entidades que entran a prestar este servicio suelen no ser rentables. Es por ello, que considera más conveniente un compromiso de desinversión ya que, aunque en un inicio ambas entidades puedan concretar un acuerdo de distribución, la tercera entidad con la que se lleva a cabo la desinversión podría terminarlo y efectuar directamente las ventas a los clientes finales u optar por celebrar un acuerdo con otro banco que ofrezca mejores condiciones.

810. En línea con la opinión de SABADELL, Ibercaja considera que el compromiso propuesto se debería completar con un compromiso de reducción de cuota de mercado, especialmente teniendo en cuenta que la excepción prevista para el caso de incremento de costes como consecuencia de un aumento de las tarifas de Visa y Mastercard, puede ser difícil de implementar, monitorizar y supervisar ya que: (i) la estructura del concepto de tarifas es cambiante, (ii) existe dificultad para distinguir tarifas públicas y acuerdos comerciales con cada entidad y (iii) existe complejidad para diferentes negocios y servicios transversales como: emisión, adquirencia, prevención de fraude, tokenización o procesamiento.

811. En concreto SABADELL propone, la reducción de cuota en las CCAA en las que: (i) la cuota de mercado de la entidad resultante supere el 30% y (ii) la cuota de mercado que añadiría SABADELL en esa CCAA supere el 10%, a través de la desinversión del exceso del porcentaje de cuota de mercado que supere el 30%[572].

812. Por último, cuestiona que el compromiso contiene una excepción al mantenimiento de condiciones, en caso de que tuviese lugar un "incremento significativo" de comisiones por pagos internacionales de Visa y Mastercard, que dificultaría la supervisión del compromiso; además, señala que los costes

[572] Estos criterios implicarían llevar a cabo una desinversión del [CONFIDENCIAL]% de cuota de mercado en [CONFIDENCIAL], del [CONFIDENCIAL] en [CONFIDENCIAL], del [CONFIDENCIAL] en [CONFIDENCIAL], del [CONFIDENCIAL] en [CONFIDENCIAL] y del [CONFIDENCIAL] en [CONFIDENCIAL].

derivados de los esquemas de pago evolucionan constantemente y la referencia a desarrollos normativos es abierta.

813. Esta apreciación fue compartida por la Dirección de Competencia. y ha sido también manifestada por varias asociaciones de empresas[573], que entienden que la excepción prevista podría repercutir en mayores costes en los servicios de adquirencia para los clientes pymes. Asimismo, estas asociaciones critican que se garantice mediante este compromiso el no empeoramiento de condiciones, pero nada se diga sobre el mantenimiento de promociones ni la garantía de condiciones competitivas nuevas a futuro, teniendo en cuenta, además, que SABADELL venia ofreciendo actualmente servicios de TPV sin comisiones para pymes.

814. Con respecto al primer aspecto, la idoneidad de un compromiso de comportamiento, BBVA argumenta que una reducción de cuota de la entidad resultante podría constituir una medida de mitigación del riesgo en el mercado de adquirencia pero ha motivado[574], por qué sería más apropiado un compromiso de mantenimiento de condiciones[575].

815. En primer lugar, porque no existen restricciones contractuales que dificulten el cambio de entidad, ya que los contratos de adquirencia de BBVA no incluyen cláusulas de penalización por resolución, sino que se requiere únicamente un preaviso de 24 horas para microempresas y autónomos y de dos meses para el resto de empresas. Por ello, la ausencia de costes de cambio y la alta tasa de rotación de clientes[576] no aseguran que los activos potencialmente adquiridos por un comprador permanezcan en la entidad. Sin embargo, según expone en el citado escrito la notificante, el mantenimiento de condiciones es un compromiso más pro competitivo al permitir a BBVA responder a las presiones competitivas mejorando las condiciones ofrecidas a sus clientes.

816. Asimismo, BBVA explica que, en la presente operación, no es factible una desinversión en un contexto de OPA ya que el oferente no tiene información detallada de los activos de la sociedad afectada. En concreto, BBVA no tiene información sobre el negocio de adquirencia de SABADELL y una eventual venta del mismo a Nexi, y podrían existir acuerdos con clientes o terceros que impidiesen la desinversión o la sujetaran a consentimiento de terceros, argumentación que quedaría respaldada por la Comunicación de la Comisión sobre compromisos estructurales en caso de OPA hostil anteriormente expuesta. De acuerdo con la CNMV, existe obligación de hacer llegar la oferta de la OPA a los accionistas de SABADELL con toda la información necesaria

[573] ATA, Unión empresarial de la provincia de Alicante, PIMEC, CONPYMES, CEPYME, Consejo General de Cámaras de Comercio de Cataluña

[574] Escrito de BBVA aportando información sobre el compromiso de adquirencia, aportado con fecha de 11 de diciembre de 2024.

[575] En particular, de acuerdo con BBVA SABADELL había anunciado que estaba llevando a cabo una operación por la que Nexi S.p.A (Nexi), líder europeo en el negocio de medios de pago, adquiriría el 80% de la filial de negocios de pago de SABADELL.

[576] La tasa de rotación de comercios que registra BBVA en su negocio de adquirencia han aumentado en los últimos años. La tasa de altas ha crecido del [20-30]% en 2020 al [30-40]% en 2023. La tasa de bajas ha crecido del [10-20]% en 2020 al [20-30]% en 2023.

para tomar una decisión informada, por lo que, anunciar una desinversión sin contar con los detalles concretos necesarios contradiría estas obligaciones, al generar incertidumbre sobre el impacto financiero y estratégico de la presente operación.

817. Además de estas consideraciones relacionadas con la proporcionalidad y viabilidad de la medida, SABADELL no justifica por qué su propuesta, que supone un mayor grado de intervención, resulta necesaria y es más eficaz y adecuada que la presentada ni solventa las dificultades que, como ya se ha expuesto, recogen las Directrices de la CE en su párrafo 34.

818. Finalmente, la notificante considera que (i) la duración de 3 años es suficiente en un entorno dinámico y competitivo para que continúen desarrollándose nuevas fuentes de presión competitiva a través de los operadores existentes y nuevos operadores y (ii) tras el fin de la vigencia del compromiso, no existe riesgo de incremento de comisiones, puesto que, al no existir cláusulas de penalización por resolución del contrato y haber una alta rotación de clientes, ante las numerosas alternativas de proveedores de este servicio en el mercado, ello actuará como elemento disciplinador. Ello hace, a su criterio, que este sea un compromiso pro competitivo que permite a BBVA responder a presiones competitivas mejorando las condiciones ofrecidas a clientes para evitar que estos se vayan a otras entidades.

819. Worldline Iberica y Comercia Global Payments, junto con otras entidades de banca tradicional como Deutsche Bank, Abanca, Worldline, CaixaBank y Banca March consideran que el compromiso es suficiente ya que, como destaca Comercia Global Payments, existe un elevado número de competidores nacionales e internacionales que ofrecen este servicio.

820. La entidad PaynoPain considera que sería mejor limitar el compromiso al mantenimiento de condiciones, en lugar de a “no empeorarlas”, ya que el compromiso ofrecido podría dar margen a la entidad resultante de la operación para fijar precios a la baja, compensando los menores precios de los servicios de adquirencia con otros servicios como préstamos, líneas de crédito o hipotecas que no pueden ofrecer entidades de pago o entidades de dinero electrónico que se especializan en servicios como adquirencia. Sin embargo, esta Dirección considera que obligar a no poder mejorar las condiciones, puede tener efectos negativos para los consumidores que no podrían disfrutar de mejores precios derivados de la innovación tecnológica o de la mayor competencia consecuencia de la potencial entrada en el mercado de nuevos competidores, especialmente teniendo en cuenta que el compromiso se extiende a 3 años.

821. Con respecto a las excepciones previstas en el compromiso, en su propuesta final, BBVA (i) ha concretado el concepto indeterminado de incremento significativo y (ii) ha aclarado que[577] la evolución de las tarifas de Visa y Mastercard se ha mantenido relativamente estable entre 2019 y 2023, con algunos incrementos en 2020 para el caso de las tarifas de Visa.

[577] Folios 7355-7359.

822. La estabilidad de las tarifas, junto con medidas adicionales, como el compromiso de remitir con carácter semestral las tarifas aplicadas facilita la supervisión por parte de la CNMC. Por otro lado, parece razonable que un cambio normativo que implique un aumento de las tarifas y con ello de los costes, sea tenido en cuenta a la hora de modificar las condiciones que afectan a este compromiso. En todo caso, como señala CaixaBank, las excepciones no modificarían el entorno competitivo ya que las condiciones previstas en ellas afectarían a todo el sector financiero y no sólo a la entidad resultante. Además, como se ha reflejado al describir los compromisos, se han establecido medidas adicionales que facilitan la supervisión.

823. A la vista de todo ello, esta Dirección considera que el compromiso presentado es suficiente para resolver el problema de competencia identificado y es razonable concretar la excepción al compromiso de mantenimiento de condiciones en una subida de las tarifas que implique un incremento del 50% del coste, sin que esta excepción vaya a dejar el compromiso sin efectividad en la práctica.

10.3.5. Actuaciones en sociedades de gestión de pagos[578]

824. BBVA ha propuesto, de no resultar posible la desinversión[579] en los términos previstos en los estatutos y pactos de socios de las sociedades de pagos de las que forma parte, y hasta que se produzca dicha desinversión, el compromiso de no ejercer en ningún caso los derechos de voto asociados a la proporción de capital proveniente de SABADELL en la parte que exceda de los límites de participación establecidos en cada una de las sociedades de pagos donde participa.

825. Como se recogía en el PCH, esta medida pretendería evitar la adquisición de control negativo en sociedades dedicadas a la gestión de las infraestructuras generales de pagos. Si bien los mecanismos estatutarios de estas empresas ya garantizan la no posición de predominio que se derivaría de una fusión entre sus miembros/socios, los niveles de desinversión en dichas entidades son elevados y pueden otorgar (durante un período de tiempo) a la entidad resultante una posición que sea contraria a la letra y espíritu de los estatutos de las distintas sociedades.

826. De esta manera, la medida comprometida no aborda un riesgo específico identificado por esta Dirección en el PCH o en este informe, si bien supera el alcance de las garantías estatutarias y pactos de accionistas, asegurando que la entidad resultante no ejerza en ningún caso los derechos de voto asociados a la proporción de capital proveniente de SABADELL, en la parte que exceda los límites de participación y evita que la entidad resultante tenga una influencia decisiva en dichas entidades de gestión de pago.

---

[578] Redsys, Bizum, STMP y ServiRed

[579] Los propios estatutos y pactos de socios de las sociedades de pagos en las que participa BBVA establecen que no se podrán superar determinados umbrales de titularidad accionarial, y que en caso de superarse los mismos el socio deberá desinvertir parte de sus acciones dentro de los plazos y procedimientos establecidos.

827. Asimismo, BBVA se ha comprometido a no dar su voto favorable para la modificación de los estatutos de las referidas sociedades que pudiera potencialmente proponerse con el objetivo de endurecer las mayorías necesarias para la aprobación de acuerdos para lograr derechos de veto que le puedan conceder control negativo.

10.3.6. Creación de buzón para incidencias

828. BBVA se ha comprometido a poner a disposición de sus clientes el conjunto de canales anteriormente descrito con el objetivo de que estos puedan comunicar las incidencias derivadas de los compromisos, en particular de los compromisos relacionados con el mantenimiento de condiciones comerciales y de acceso al crédito para pymes.

829. Se trata de una medida que no aborda específicamente un riesgo de competencia identificado por esta Dirección pero refuerza la eficacia del resto de medidas comprometidas, al institucionalizar la posibilidad de que los clientes puedan plantear incidencias relacionadas específicamente con los compromisos presentados y someter a supervisión de la CNMC la operativa de este buzón.

10.3.7. Mecanismos de monitorización

830. Los compromisos propuestos por BBVA se han acompañado de medidas, cuyo objetivo es garantizar la correcta supervisión del cumplimiento de estos.

831. La supervisión del compromiso de mantenimiento de condiciones comerciales se basará en remitir a la CNMC, las comunicaciones e informar de su realización. BBVA también remitirá semestralmente, la información relativa al cumplimiento del compromiso, desglosando por número de clientes afectados por tipo de cliente, familia de producto/servicio y oficina, así como las posibles altas y bajas (para clientes particulares, autónomos y pymes) y el detalle de operaciones formalizadas en los CCPP afectados, identificando elementos como productos, vencimiento, nivel de rating, tipo de interés aplicado y tipo medio nacional del mes anterior de productos comparables (para el caso concreto de autónomos y pymes).

832. Para la supervisión del compromiso de transparencia con los clientes, BBVA se compromete a remitir a la Dirección de Competencia para su previa aprobación, el borrador de las comunicaciones sobre cambios de condiciones, que deberán ser remitidas a los clientes, tras la unificación de la oferta comercial; así como el borrador de comunicación que se publicará en las respectivas páginas web corporativas tras la toma de control. Informará, asimismo, del envío efectivo de dichas comunicaciones. y aportará un reporte trimestral de las incidencias que puedan recibirse relacionadas con posibles solicitudes de cambio.

833. Respecto a la cuenta de clientes vulnerables, BBVA se compromete a crear dicho producto en un plazo de dos meses desde la toma de control e informar, posteriormente a la Dirección de Competencia, tanto de su creación, como de la identificación de los clientes susceptibles de ser incluidos como

beneficiarios de este producto, aportando copia de las comunicaciones realizadas a dichos clientes, así como de la información que se haya publicado a través de los medios previstos en el compromiso.

834. Asimismo, remitirá a la Dirección de Competencia un reporte anual respecto a los compromisos relativos al cierre de las oficinas y cajeros desplazados

835. Para la supervisión del compromiso de acceso transitorio a cajeros, en caso de ponerse fin a los acuerdos entre SABADELL y las entidades de la red Euro6000 y Cardtronics, BBVA informará de dicha decisión así como, en su caso, del nuevo acuerdo que adopte con dichas entidades en las mismas condiciones que las previas.

836. En lo que se refiere a la supervisión del compromiso relativo a los servicios de adquirencia, informará a la CNMC del envío de las comunicaciones enviadas a los clientes sobre el mantenimiento de condiciones y reportará semestralmente un informe que acredite el cumplimiento de este compromiso, con los precios aplicados a los clientes de este servicio. También deberá someter a aprobación previa de la CNMC las posibles actualizaciones de tarifas bajo los supuestos recogidos en este compromiso.

837. Respecto a la supervisión del compromiso de mantenimiento de crédito a pymes, BBVA proporcionará a la Dirección de competencia un listado con información detallada (líneas de crédito, volumen de crédito, localidad, sucursal en la que opera) de los clientes a los que afectan este compromiso, así como, con carácter semestral, para cada cliente la información sobre las renovaciones de líneas de circulante que se produzcan, y la identificación de aquellos clientes que no renuevan sus líneas de crédito, identificándose por parte de BBVA la causa de la renovación y en caso de denegación la excepción que aplica BBVA en su caso y la descripción detallada de la justificación para dicha denegación particular.

838. SABADELL ha señalado varias dificultades que podría suponer la supervisión de este compromiso de mantenimiento de crédito a pymes que ya han sido respondidas en el apartado dedicado a la valoración de este compromiso. Adicionalmente, en relación con los mecanismos de supervisión, sugiere que se deberían ampliar las obligaciones de información de BBVA, pidiendo que aporte la siguiente información: (a) los clientes de SABADELL con líneas de circulante, identificando las mismas, su volumen, la localidad y sucursal del cliente; (b) los clientes afectados por el compromiso 8.2 indicando cada producto de financiación, el volumen y vencimiento, la localidad del cliente y su sucursal; y (c) los criterios seguidos para la determinación de la fecha de referencia para la observación del incremento significativo del riesgo y la segmentación de las operaciones provenientes de SABADELL en los modelos de incremento significativo del riesgo de BBVA.

839. Como puede comprobarse, la información que habría que requerir a propuesta de SABADELL recogida en los apartados a y b del párrafo anterior se encuentra ya recogida entre la que se ha comprometido a aportar la entidad adquirente en el compromiso 11. En cuanto a la información recogida en el apartado c del párrafo anterior, no parece necesario requerir con

carácter general la información sobre la fecha de referencia, puesto que la evolución de la solvencia de los prestatarios debe compararse necesariamente entre el momento de concesión del crédito vigente y el momento de estudiar su renovación. En cambio, sí resulta necesario, y así ha sido recogido en el compromiso 8.3.iii, asegurar que la evolución de la solvencia de los clientes deberá valorar cambios en la situación empresarial de los prestatarios y en ningún caso se verá influida por cambios en la metodología de segmentación del riesgo utilizada.

840. Finalmente, para la supervisión del compromiso de mantener canales de comunicación de incidencias, consistente en remitir a la Dirección de Competencia copia de la información publicada en las respectivas páginas web y puesta a disposición en las oficinas y, semestralmente, informe al respecto, dos asociaciones de empresas (PIMEC y CONPYMES) han argumentado que no debería ser BBVA la entidad encargada de supervisar las quejas que puedan existir en relación con la aplicación de los compromisos, así como su eficacia y que adicionalmente debería existir la figura de un tercero independiente que fiscalizara mediante informes de seguimiento y canales de reclamación externos la aplicación eficaz de los compromisos.

841. La Dirección de Competencia considera que la solución de las incidencias y cuestiones que surjan a los clientes de las entidades puede darse de forma ágil por parte de la propia entidad, si bien la CNMC será quien supervise efectivamente, como se ha expuesto, la aplicación del paquete de compromisos ofrecido por BBVA, mediante la supervisión de los informes de seguimiento que deberá remitir periódicamente. Y deberá, además, recopilar, clasificar y conservar toda la información relativa a las quejas e incidencias relacionadas con aplicación de los compromisos y tener dicha información a disposición de la CNMC en caso de que ésta la requiera.

842. A la vista de todo lo expuesto, esta Dirección concluye que los mecanismos de supervisión establecidos permitirán controlar el efectivo cumplimiento de las medidas comprometidas, al precisar, tanto la información que deberá remitirse en cada caso a la CNMC como los plazos en los que debe cumplirse cada una de las obligaciones de reporte previstas.

11. PROPUESTA

843. 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, subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante en fecha 30 de abril 2025, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Elévese al Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

ANEXO 1 – HHI

Las siguientes tablas muestran los HHI calculados para algunos mercados de crédito a partir de los datos aportados por la notificante.

Tabla 1: HHI autonómico y provincial del mercado de crédito total (Banca minorista - Total crédito)

	HHI pre fusión	HHI post fusión	Delta
Andalucía	**1.290**	**1.424**	**134**
Almería	1.344	1.426	82
Cádiz	1.175	1.323	148
Córdoba	1.176	1.307	131
Granada	1.112	1.230	117
Huelva	666	733	67
Jaén	787	862	75
Málaga	1.883	2.066	183
Sevilla	1.463	1.620	156
Aragón	**425**	**496**	**71**
Huesca	242	292	50
Teruel	157	180	23
Zaragoza	523	608	85
Asturias	**612**	**849**	**238**
Baleares	**2.460**	**2.779**	**319**
Canarias	**1.697**	**1.865**	**168**
Las Palmas	2.218	2.432	214
Santa Cruz de Tenerife	1.221	1.346	125
Cantabria	831	881	50
Castilla-La Mancha	685	760	75
Albacete	894	1.003	109
Ciudad real	478	534	56
Cuenca	538	605	67
Guadalajara	716	789	74
Toledo	795	869	74
Castilla-León	**536**	**616**	**80**
Ávila	419	478	60
Burgos	525	581	56
León	486	557	71
Palencia	258	301	43
Salamanca	721	843	122

Segovia	671	768	97
Soria	438	478	40
Valladolid	645	753	108
Zamora	486	547	61
Cataluña	**1.661**	**2.271**	**610**
Barcelona	1.952	2.649	698
Girona	953	1.310	357
Lleida	1.114	1.568	454
Tarragona	864	1.220	356
Ceuta	**1.301**	**1.579**	**278**
Extremadura	**677**	**730**	**53**
Badajoz	937	1.013	77
Cáceres	354	378	24
Galicia	**579**	**693**	**114**
A Coruña	648	792	144
Ourense	291	341	49
Lugo	355	431	76
Pontevedra	708	821	113
La Rioja	**416**	**464**	**48**
Madrid	**1.228**	**1.380**	**152**
Melilla	**1.739**	**2.096**	**357**
Murcia	**680**	**987**	**307**
Navarra	**849**	**880**	**31**
País vasco	**356**	**458**	**102**
Álava	117	141	24
Guipúzcoa	269	322	53
Vizcaya	580	761	180
Comunidad Valenciana	**1.224**	**1.528**	**304**
Alicante	1.178	1.504	326
Castellón	677	849	172
Valencia	1.430	1.759	329

Fuente: CNMC con datos de la notificante.

Tabla 2: HHI autonómico y provincial del mercado de crédito a hogares (Banca minorista – Total crédito hogares)

	HHI pre fusión	HHI post fusión	Delta
Andalucía	**1.236**	**1.351**	**115**
Almería	1.245	1.312	67
Cádiz	1.283	1.425	142
Córdoba	1.109	1.216	107
Granada	1.049	1.146	97
Huelva	667	730	63
Jaén	778	849	71
Málaga	1.785	1.940	155
Sevilla	1.360	1.484	124
Aragón	**341**	**384**	**43**
Huesca	215	250	34
Teruel	131	147	16
Zaragoza	414	463	48
Asturias	**474**	**660**	**187**
Baleares	**2.489**	**2.735**	**246**
Canarias	**1.802**	**1.908**	**106**
Las Palmas	2.357	2.493	136
Santa Cruz de Tenerife	1.295	1.374	78
Cantabria	**641**	**678**	**37**
Castilla-La Mancha	**592**	**644**	**52**
Albacete	791	867	76
Ciudad real	411	448	37
Cuenca	439	479	40
Guadalajara	649	707	58
Toledo	678	729	51
Castilla-León	**459**	**510**	**51**
Ávila	365	406	41
Burgos	422	457	34
León	430	480	49
Palencia	238	267	29
Salamanca	620	694	74
Segovia	585	651	66
Soria	357	384	28
Valladolid	556	622	66
Zamora	415	457	42

Cataluña	**1.674**	**2.259**	**585**
Barcelona	1.963	2.637	674
Girona	936	1.262	326
Lleida	1.037	1.414	377
Tarragona	956	1.315	359
Ceuta	**1.832**	**2.217**	**384**
Extremadura	**590**	**633**	**42**
Badajoz	821	880	60
Cáceres	304	324	20
Galicia	**477**	**539**	**62**
A Coruña	552	631	79
Ourense	241	270	29
Lugo	281	318	37
Pontevedra	565	627	62
La Rioja	**323**	**347**	**24**
Madrid	**1.131**	**1.231**	**100**
Melilla	**2.643**	**3.155**	**512**
Murcia	**589**	**887**	**298**
Navarra	**784**	**797**	**12**
País vasco	**299**	**376**	**77**
Álava	95	115	20
Guipúzcoa	203	241	38
Vizcaya	521	658	137
Comunidad Valenciana	**1.176**	**1.468**	**291**
Alicante	1.148	1.465	316
Castellón	657	826	169
Valencia	1.363	1.674	311

Fuente: CNMC en base a datos de la notificante.

Tabla 3: HHI autonómico y provincial del mercado de crédito a pymes (Banca minorista - Crédito a pymes)

	HHI pre fusión	HHI post fusión	Delta
Andalucía	**1.575**	**1.748**	**173**
Almería	1.776	1.898	122
Cádiz	1.105	1.217	112
Córdoba	1.472	1.667	195
Granada	1.396	1.567	171
Huelva	768	820	52

Jaén	929	991	61
Málaga	2.353	2.599	246
Sevilla	1.896	2.148	252
Aragón	**753**	**918**	**166**
Huesca	369	445	75
Teruel	269	303	34
Zaragoza	951	1.168	217
Asturias	**1.253**	**1.554**	**301**
Baleares	**2.630**	**3.180**	**550**
Canarias	**1.581**	**1.866**	**284**
Las Palmas	2.068	2.421	354
Santa Cruz de Tenerife	1.138	1.356	218
Cantabria	**1.632**	**1.697**	**65**
Castilla-La Mancha	**1.044**	**1.176**	**132**
Albacete	1.311	1.492	181
Ciudad real	733	841	107
Cuenca	903	1.074	171
Guadalajara	1.046	1.113	67
Toledo	1.245	1.374	129
Castilla-León	**889**	**1.007**	**118**
Ávila	689	753	64
Burgos	947	1.052	104
León	787	855	68
Palencia	390	435	45
Salamanca	1.163	1.388	225
Segovia	1.102	1.212	109
Soria	789	831	41
Valladolid	1.040	1.232	191
Zamora	829	888	60
Cataluña	**1.764**	**2.334**	**570**
Barcelona	2.091	2.720	629
Girona	1.056	1.465	409
Lleida	1.381	2.074	694
Tarragona	749	1.000	251
Ceuta	435	496	61
Extremadura	**1.054**	**1.128**	**74**
Badajoz	1.434	1.546	112
Cáceres	579	607	27

Galicia	**1.040**	**1.256**	**215**
A coruña	1.100	1.364	263
Ourense	532	594	63
Lugo	661	864	203
Pontevedra	1.332	1.544	213
La Rioja	**784**	**931**	**148**
Madrid	**1.678**	**1.990**	**312**
Melilla	**428**	**476**	**48**
Murcia	**1.039**	**1.367**	**328**
Navarra	**1.110**	**1.212**	**102**
País vasco	**600**	**754**	**154**
Álava	220	238	19
Guipúzcoa	533	632	98
Vizcaya	864	1.135	270
Comunidad Valenciana	**1.478**	**1.802**	**323**
Alicante	1.375	1.708	333
Castellón	802	970	169
Valencia	1.760	2.126	365

Fuente: CNMC en base a datos de la notificante.

ANEXO 2 – CUOTAS DE MERCADO EN EL MERCADO DE CRÉDITO A PYMES

Todos los datos presentados en las tablas que siguen han sido elaborados por la CNMC a partir de datos del Estado Público 6853 del Banco de España.

Tabla 1: Cuotas de mercado en España

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	UNICAJA	RESTO
2023	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[30-40]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%
2021	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,8**	**-2,4**	**-1,4**	**0,0**	**1,2**	**-0,8**	**2,6**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 2: Cuotas de mercado en Andalucía

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	UNICAJA	CAJAMAR	RESTO
2023	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%
2022	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%
2021	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**1,2**	**-0,6**	**-0,6**	**-0,7**	**-0,3**	**-0,1**	**1,1**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 3: Cuotas de mercado en Aragón

	BBVA	SABADELL	IBERCAJA	SANTANDER	CAIXABANK	C.R. DE ARAGÓN	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,8**	**-0,9**	**-2,0**	**0,0**	**1,0**	**-1,6**	**2,7**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 4: Cuotas de mercado en Asturias

	BBVA	SABADELL	UNICAJA	SANTANDER	C.R. DE ASTURIAS	CAIXABANK	RESTO
2023	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**0,5**	**-4,3**	**-4,3**	**3,0**	**0,9**	**-0,7**	**4,9**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 5: Cuotas de mercado en Baleares

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANCA MARCH	BANKINTER	RESTO
2023	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**1,1**	**-5,2**	**-0,8**	**4,1**	**-1,7**	**1,4**	**1,0**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 6: Cuotas de mercado en Canarias

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	CAJASIETE	RESTO
2023	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**0,3**	**-1,5**	**-0,9**	**0,7**	**-0,6**	**1,4**	**0,7**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 7: Cuotas de mercado en Cantabria

	BBVA	SABADELL	SANTANDER	UNICAJA	CAIXABANK	BANKINTER	RESTO
2023	[5-10]%	[0-5]%	[30-40]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2022	[5-10]%	[0-5]%	[40-50]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[30-40]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**0,1**	**-0,8**	**2,5**	**-3,6**	**0,7**	**0,1**	**1,0**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 8: Cuotas de mercado en Castilla – La Mancha

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	UNICAJA	SANTANDER	C.R. DE ALB, CR Y CU	RESTO
2023	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
2021	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	-	-
Evol. p.p.	**1,1**	**-0,1**	**0,3**	**-3,1**	**-1,0**	**- ***	**- ***

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

*La Evolución de la C.R. de Albacete, Ciudad Real y Cuenca no se ha calculado porque no hay datos disponibles de esa entidad para 2021. Tampoco se puede calcular la evolución 2021-23 de la cuota del resto de operadores por no ser comparable entre períodos.

Tabla 9: Cuotas de mercado en Castilla y León

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	UNICAJA	C.R. DE ZAMORA	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[0-5]%	[5-10]%	[30-40]%
2022	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[30-40]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[5-10]%	[5-10]%	[30-40]%
Evol. p.p.	**0,0**	**-0,2**	**-1,2**	**-1,5**	**-1,9**	**2,9**	**2,1**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 10: Cuotas de mercado en Cataluña

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	ING BANK	RESTO
2023	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**2,3**	**-3,9**	**-1,9**	**0,7**	**0,8**	**0,0**	**2,1**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 11: Cuotas de mercado en Extremadura

	BBVA	SABADELL	SANTANDER	CAIXABANK	UNICAJA	C.R. DE EXTREM	ABANCA	RESTO
2023	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%	-	-
2022	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	-	[0-5]%	[30-40]%
2021	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	-	[0-5]%	[30-40]%
Evol. p.p.	**0,6**	**-0,9**	**1,3**	**2,5**	**-3,9**	**- ***	**- ***	**- ***

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

*No hay evolución para Caja Rural de Extremadura ni Abanca por no haber datos para todo el periodo. Por el mismo motivo, tampoco se puede calcular la evolución 2021-23 de la cuota correspondiente al resto de operadores por no ser comparable entre períodos.

Tabla 12: Cuotas de mercado en Galicia

	BBVA	SABADELL	ABANCA	SANTANDER	CAIXABANK	BANKINTER	RESTO
2023	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%
2022	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%
Evol. p.p.	**1,0**	**-0,4**	**-1,0**	**-1,4**	**-1,2**	**0,6**	**2,3**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 13: Cuotas de mercado en Madrid

	BBVA	SABADELL	SANTANDER	CAIXABANK	BANKINTER	UNICAJA	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[20-30]%
2021	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,6**	**-3,6**	**-0,5**	**-3,1**	**3,8**	**-1,7**	**4,4**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 14: Cuotas de mercado en Murcia

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	CAJAMAR	SANTANDER	BANKINTER	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**-0,7**	**-1,4**	**-1,3**	**-1,2**	**-1,0**	**0,2**	**5,3**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 15: Cuotas de mercado en Navarra

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	C.R. DE NAVARRA	C. LAB POPULAR	SANTANDER	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[30-40]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2022	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**-0,3**	**-2,6**	**1,7**	**2,8**	**-0,1**	**-1,9**	**0,4**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 16: Cuotas de mercado en la Comunidad Valenciana

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	BANKINTER	CAJAMAR	RESTO
2023	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2022	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
2021	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Evol. p.p.	**0,6**	**-3,3**	**-1,3**	**-0,3**	**0,7**	**-0,3**	**3,8**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 17: Cuotas de mercado en el País Vasco

	BBVA	SABADELL	KUTXABANK	CAIXABANK	C. LAB. POPULAR	SANTANDER	RESTO
2023	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[30-40]%
2022	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[30-40]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,1**	**-1,3**	**-2,2**	**0,8**	**-0,6**	**0,2**	**3,1**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 18: Cuotas de mercado en La Rioja

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	C.R. DE NAVARRA	SANTANDER	IBERCAJA	RESTO
2023	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
2022	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
2021	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
Evol. p.p.	**0,9**	**-1,2**	**-1,8**	**2,5**	**-1,8**	**0,0**	**1,4**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

Tabla 19: Cuotas de mercado en Ceuta y Melilla

	BBVA	SABADELL	CAIXABANK	SANTANDER	UNICAJA	CAJAMAR	RESTO
2023	[20-30]%	[0-5]%	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[50-60]%
2022	[20-30]%	[0-5]%	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[50-60]%
2021	[20-30]%	[0-5]%	[10-20]%	[30-40]%	[5-10]%	[0-5]%	[30-40]%
Evol. p.p.	**0,5**	**-1,6**	**-4,1**	**-9,0**	**-1,9**	**0,1**	**16,6**

Fuente: CNMC con datos del Banco de España

[i] Los párrafos 529, 535, 537 y el anexo 2, así como la información contenida en los párrafos 531, 536, 538 a 541 están pendientes de resolución por parte de la Sala de Competencia a consecuencia del recurso presentado por el Banco Sabadell solicitando la rectificación de errores materiales. En concreto, el Banco Sabadell considera que estos datos no tienen en cuenta que Banco Sabadell modificó en 2023 sus mecanismos internos para clasificar clientes como "pymes" o "grandes empresas" (de acuerdo con el criterio "normativo" de la recomendación de la Comisión Europea de 2003), por lo que la reducción de cuotas de mercado que se observan en estos apartados de la Resolución se explica, según señala la citada entidad, fundamentalmente por esta reclasificación.