



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-291 NURTAS / GRUPO CEAC

Con fecha 10 de octubre de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la toma de control por parte de NURTAS LAND, S.L. (en adelante NURTAS), de las sociedades CENTRO DE ESTUDIOS CEAC, S.L. (en adelante CENTRO DE ESTUDIOS), HOME ENGLISH, S.A. (en adelante HOME ENGLISH) y GRUPO EDITORIAL CEAC, S.A. (adelante EDITORIAL CEAC), todas ellas filiales del Grupo CEAC.

Dicha notificación ha sido realizada por NURTAS previo requerimiento, el 6 de septiembre de 2002, del Servicio de Defensa de la Competencia conforme a lo establecido en el artículo 15 bis.4 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, según el cual: "En el caso de que un proyecto u operación de concentración entre empresas que supera los umbrales establecidos en el artículo 14 de la presente Ley no hubiese sido notificado al Servicio, éste, de oficio, podrá requerir a las empresas para que efectúen la correspondiente notificación en un plazo no superior a veinte días a contar desde la recepción del requerimiento. Transcurrido dicho plazo sin haber sido presentada la notificación, el Director del Servicio, oídas las partes, podrá imponer la sanción prevista en el apartado 2 del artículo 18 de esta Ley, así como acordar la iniciación de oficio del expediente de concentración".

Asimismo, se añade: "No se beneficiarán de la posibilidad de una autorización tácita aquellas operaciones notificadas a requerimiento del Servicio".

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

A la presente operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la toma de control por parte de NURTAS de las sociedades CENTRO DE ESTUDIOS, HOME ENGLISH y EDITORIAL CEAC, todas ellas filiales del Grupo CEAC.



La operación se llevó a cabo el 26 de julio de 2002 mediante una ampliación del capital social de NURTAS que suscribió el Grupo CEAC, S.A. (25% del capital) aportando, como contraprestación, sus participaciones en CENTRO DE ESTUDIOS (100% del capital), EDITORIAL CEAC (100% del capital) y HOME ENGLISH (73% del capital, 81,11% si se computa la autocartera).

Adicionalmente, se amplió el capital social de NURTAS, siendo suscrito por GRUPO PLANETA De AGOSTINI, que, con ello, alcanza una participación final del 75% del capital social de NURTAS.

Con fecha 1 de agosto de 2002, este Servicio de Defensa de la Competencia (SDC) remitió un escrito a Grupo PLANETA solicitando información, en virtud del artículo 32 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia, sobre la adquisición del control de tres sociedades del Grupo CEAC.

Con fecha 21 de agosto de 2002, tuvo entrada en este SDC un escrito de EDITORIAL PLANETA De AGOSTINI en el que se solicitaba una ampliación del plazo otorgado para remitir la información relacionada con la presente operación. Finalmente, con fecha 3 de septiembre de 2002, se recibió contestación a dicha solicitud de información por parte de GRUPO PLANETA De AGOSTINI.

Vista la información recibida, con fecha 6 de septiembre de 2002 este SDC instó formalmente al GRUPO PLANETA De AGOSTINI para que notificara la operación, por considerar que ésta cumplía con lo previsto en el artículo 14 de la Ley 16/1989, de 17 de julio de Defensa de la Competencia, resultando, por tanto, obligatoria su notificación.

En respuesta a dicho requerimiento, la operación fue notificada por NURTAS, filial del GRUPO PLANETA De AGOSTINI, el 10 de octubre de 2002, siendo precisas ulteriores solicitudes de información a los efectos de aclarar, entre otros aspectos, la superación de los umbrales de notificación obligatoria recogidos en el artículo 14 de la Ley de Defensa de la Competencia.

Según el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, la notificación de las operaciones de concentración que entren en el ámbito de aplicación del artículo 14 de la citada Ley deberá presentarse en el Servicio previamente a su realización, no pudiéndose llevar a efecto, de conformidad con el artículo 15.2, ni antes de ser notificada, ni antes de que la Administración manifieste, de forma expresa o presunta, su no oposición a la misma, o la subordine a la observancia de condiciones determinadas, en los términos establecidos en el artículo 17 de la mencionada norma.

La ejecución de la operación en contravención de lo establecido en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989 será sancionada con la multa establecida en su artículo 18.4, y no le será de aplicación a la misma la autorización tácita prevista en los artículos 15 bis.2 y 17.2 de la citada Ley.

Vista la información disponible, el Servicio de Defensa de la Competencia acordó el 20 de noviembre de 2002 iniciar procedimiento sancionador por contravención de lo dispuesto en el artículo 15.2 de la citada Ley 16/1989, según lo dispuesto en el Título IX de la Ley 30/1992, de 26



de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia, por la que Grupo CEAC y el accionista del Grupo [...] se comprometen durante un período de cinco años a no ejercer directa o indirectamente actividades que constituyan competencia con las sociedades adquiridas.

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

El TDC, en su informe de 2 de marzo de 1993, consideró que la existencia de determinados pactos de no competencia es consustancial a los negocios jurídicos de adquisición de establecimientos mercantiles, por lo que no es posible separar el tratamiento de dichos pactos del que se otorga a las operaciones de concentración entre empresas, si bien tales pactos no deben contener más restricciones que las objetivamente necesarias para la transferencia plena del establecimiento mercantil, ni realizarse en perjuicio de terceros.

En cuanto a la duración aceptable de la prohibición de competencia, el TDC en su informe de 25 de marzo de 1998 estima que no existe una norma absoluta y suele depender del producto afectado y de las circunstancias de cada caso. En general, se han venido asumiendo los criterios explicitados por la Comisión Europea sobre este asunto.

En este sentido, la Comisión Europea adoptó el 4 de julio de 2001 una nueva Comunicación¹ que establece que la duración justificable de las cláusulas de no competencia es generalmente de tres años cuando implican la protección de “*know-how*”, mientras que en caso de aportación únicamente de fondo de comercio, este periodo se ve reducido a dos años.

Inicialmente, la notificante ha indicado que el periodo de 3 años no es suficiente para conseguir la protección de la totalidad del negocio adquirido debido a la necesidad de protección del comprador con respecto a los bienes transmitidos, relacionados con la captación de clientes y la utilización del *know how* comercial adquirido.

No obstante, el Servicio de Defensa de la Competencia considera que el periodo inicialmente planteado por la notificante excede del plazo considerado habitualmente como razonable para la protección del comprador por el negocio adquirido y va más allá de lo que exige la operación de concentración notificada, por lo que el pacto de no competencia se considera

¹ Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03).



como parte integrante de la operación de concentración, estando, en su caso, sujeto a la normativa nacional o comunitaria relativa a acuerdos entre empresas.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CEE) nº 1310/97, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. Adquirente: NURTAS LAND, S.A. (NURTAS)

Sociedad constituida en junio de 2002 y adquirida por GRUPO PLANETA De AGOSTINI, S.L. el 22 de julio de 2002, para convertirla en sociedad cabecera de una nueva División de Educación a Distancia.

En la actualidad, NURTAS está controlada por GRUPO PLANETA De AGOSTINI, que, a su vez, está participada conjuntamente al 50% por PLANETA CORPORACIÓN, S.R.L. y Grupo De AGOSTINI, B.V.

GRUPO PLANETA De AGOSTINI, es una sociedad en común, controlada conjuntamente por los socios, que desempeña con carácter permanente las funciones de una sociedad económica independiente. [...].

GRUPO PLANETA De AGOSTINI esta presente en las siguientes áreas de negocio:

- Edición de coleccionables, productos interactivos especializados en enciclopedia, cursos y obras infantiles en soporte electrónico y cómics, éstos últimos a través de los sellos editoriales Comics Forum, World Comic y Planeta DeAgostini Comics;
- Marketing directo;
- Venta al por menor interactiva;
- Creación y distribución de conocimiento profesional, on-line y off-line, a través de canales B2C, B2B, agendas, e información especializada. Actúa en el área de la edición profesional de gestión y suministro de contenidos;
- Marketing relacional desarrollado en tres áreas de actuación: financiera, para la elaboración de estrategias comerciales; con prensa, aportando contenidos que integran periódicos y revistas nacionales e internacionales; y marketing, para la creación y lanzamiento de productos.

Las principales actividades de PLANETA, uno de los más importantes grupos editoriales españoles, son la publicación, distribución y venta de toda clases de obras literarias, artísticas o científicas en cualquier medio o soporte, clasificadas, según la información facilitada por el notificante, en siete áreas de negocio: editoriales, venta directa y distribución, profesional y formación, internet, audiovisual y medios de comunicación.

La facturación de PLANETA CORPORACIÓN, S.R.L. en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de PLANETA CORPORACIÓN, S.R.L. (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	695*	804*	-
Unión Europea	>250	>250	>250
España	>60	>60	>60

Fuente: Notificación; *Datos notificación N-213.

IV.2 Adquiridas: CENTRO DE ESTUDIOS CEAC, S.L., HOME ENGLISH, S.A. y GRUPO EDITORIAL CEAC, S.A.

Las sociedades CENTRO DE ESTUDIOS, HOME ENGLISH y GRUPO EDITORIAL forman parte del Grupo CEAC.

CENTRO DE ESTUDIOS tiene como actividad principal la formación no reglada en la modalidad no presencial o a distancia. Los 123 cursos que comercializa, [...] matriculaciones anuales, se pueden clasificar en 10 áreas: empresariales, informática, artes y ocio, acceso a títulos oficiales, construcción, electricidad y electrónica, estética e imagen, idiomas, preparación para oposiciones y otros contenidos de formación profesional.

HOME ENGLISH tiene como objeto social la enseñanza técnica de idiomas a distancia, principalmente la enseñanza del idioma inglés (alrededor del [...] del total de su actividad).

La comercialización de los cursos tanto de CENTRO DE ESTUDIOS como de HOME ENGLISH se realiza de forma singular utilizando canales tradicionales, principalmente correo y teléfono como e-mail e internet, etc.

GRUPO EDITORIAL desarrolla la actividad de edición y venta de libros, principalmente en los sectores de literatura fantástica, infantil/juvenil y científico/técnico. Dentro de estas últimas ediciones, dirigidas a profesionales de grado medio, las más representativas son las relacionadas con la construcción y el motor.

[...].

[...].

De acuerdo con la información disponible, la facturación de las empresas adquiridas en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de CENTRO DE ESTUDIOS CEAC, S.L., HOME ENGLISH, S.A. y GRUPO EDITORIAL CEAC, S.A. (Millones euros)				
	1999*	Enero-Agosto 2000	Septiembre 2000-agosto 2001	Septiembre 2001-agosto 2002
Mundial	<250	<250	<250	<250
Unión Europea	<250	<250	<250	<250
España	<60	<60	>60	<60

Fuente: Notificación; *Centro de Estudios CEAC inicia su actividad en enero 2000

En lo relativo al año considerado a los efectos de la presente operación para el cálculo del volumen de negocios, el Real Decreto 1443/2001 establece que el volumen de ventas a los efectos del cálculo del umbral establecido en el artículo 14 de la Ley de Defensa de la Competencia “comprenderá la cifra resultante de la venta de productos y de la prestación de servicios que correspondan a las actividades ordinarias de las empresas partícipes en la operación en el último ejercicio contable ...”. Dado que la operación se acordó en julio de 2002, el último ejercicio contable es el que se cerró en agosto de 2001.

Para el cálculo del volumen de negocios para las empresas adquiridas, de acuerdo con la normativa y práctica nacional y comunitaria, cuando se lleven a cabo varias adquisiciones parciales al mismo vendedor por parte del mismo comprador, a la hora de calcular el volumen de ventas se deberá sumar el de las tres sociedades o partes del grupo CEAC objeto de adquisición.

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

Los principales sectores de actividad en los que se enmarca la presente operación son la formación profesional no reglada a distancia y la edición de libros, sectores en los que están presentes tanto el grupo adquirente como las sociedades adquiridas.

Formación profesional

La formación profesional no reglada se caracteriza por ser una actividad muy heterogénea en cuanto a contenidos, con una oferta muy amplia y diversificada (más de 27.000 centros), cuyos cursos van dirigidos a un amplio y variado número de consumidores, que demandan estos productos principalmente para iniciarse en una profesión o adquirir formación complementaria en el desarrollo de su actual puesto de trabajo.



La formación profesional no reglada a distancia cuenta con características propias que permitirían definirla como un mercado separado de la formación presencial, aún cuando no exista una sustituibilidad funcional estricta dentro de cada uno de estos dos grupos, dada la existencia de una multiplicidad de centros de enseñanza, materias, horarios, etc., que configuran una oferta muy amplia y diversificada.

Por otro lado, la relativamente reciente incorporación a este mercado del uso de nuevas tecnología de la información y de las comunicaciones, ha producido una creciente oferta de formación on-line. Este nuevo canal de distribución de formación no presencial se ha convertido en una vía adicional a las existentes para relacionar formador y formado. A medida que se generaliza el uso de esta nueva tecnología, la formación on-line se está convirtiendo en una alternativa real a la formación a distancia tradicional.

Según la información aportada por el notificante, el grupo PLANETA desarrolla actividades dentro del ámbito de la formación profesional a distancia únicamente a través de las siguientes empresas participadas por el Grupo PLANETA De AGOSTINI:

- PLANETA De AGOSTINI PROFESIONAL Y DE FORMACIÓN, S.L.: [...];
- EDP EDITORES, S.L.: [...];
- PLANETA UOC, S.L.: [...];
- EDITORIAL PLANETA De AGOSTINI: [...];
- MULTIMEDIA EDICIONES, S.A.: [...];
- EDICIONES DEUSTO, S.A., [...].

Los cursos de formación que edita y distribuye el Grupo PLANETA De AGOSTINI se dirigen principalmente a empresas, con contenidos básicamente de gestión empresarial y adaptados a cada entidad demandante, además de la venta de cursos por fascículos.

En cuanto a las empresas adquiridas, CENTRO DE ESTUDIOS, HOME ENGLISH y GRUPO EDITORIAL, únicamente las dos primeras están activas en cursos de formación a distancia.

CENTRO DE ESTUDIOS comercializa 123 cursos distintos, clasificados en 10 áreas: empresariales, informática, arte y ocio, acceso a títulos oficiales, construcción, electricidad y electrónica, estética e imagen, idiomas, preparación para oposiciones, y otros contenidos. HOME ENGLISH únicamente comercializa cursos de idiomas.

Dentro del mercado de la formación profesional a distancia cabría diferenciar los cursos de idiomas como un submercado separado del resto de los cursos de formación a distancia, con contenidos más homogéneos y claramente diferenciados del resto, dirigidos, además, a un universo más amplio de consumidores.

Los cursos que edita y distribuye CENTRO DE ESTUDIOS y HOME ENGLISH se dirigen básicamente a profesionales de grado medio, siendo su comercialización individual en función de la respuesta que genera la publicidad que se realiza de los diferentes cursos. La prestación del servicio ligado a esta actividad se realiza a través de correo, teléfono, e-mail, internet, etc..

El grupo notificante considera que, dada la diferente naturaleza de los servicios de formación a distancia que prestan ambos grupos, cabría interpretar que pertenecen a mercados de producto diferentes. Así, PLANETA De AGOSTINI únicamente realiza actividades de venta de fascículos de formación (incluido idiomas) y venta de productos de formación a empresas, no contando con un registro de alumnos como el que efectúan las sociedades CENTRO DE ESTUDIOS y HOME ENGLISH.

Mercado editorial

En cuanto a la edición, la Comisión Europea ha establecido en diferentes decisiones² como mercados relevantes el mercado de la venta al por menor; el mercado de distribución al por mayor; y el mercado de la edición.

El mercado de la edición se caracteriza por tener un elevado y diversificado conjunto de productos diferenciados, dados sus distintos formatos, precios y contenidos.

Un primera delimitación podría realizarse en función del contenido. Así, la única fuente accesible que se publica como es el Estudio del Mercado Interior del Libro (2001), elaborada por la Federación de Gremios de Editores de España, clasifica los productos editoriales por materias: literatura, infantil y juvenil, texto no universitario, científico/técnico, ciencias sociales y humanidades, libros prácticos, divulgación general, cómics y otros.

Definidas todas estas categorías y dadas sus características, no existiría desde el punto de vista del consumidor una sustituibilidad perfecta dentro de cada categoría, al producirse dentro de las mismas diferencias en calidad, cubiertas, composición, soportes y precios. No obstante, es indudable la sustituibilidad desde el punto de vista de la oferta, que hace que, al margen de editoriales especializadas, operen grandes grupos que ofrecen productos en todas estas categorías.

Por lo que respecta al mercado de la edición, el Grupo PLANETA es uno de los principales grupos editoriales españoles, mientras que el grupo adquirido únicamente edita publicaciones técnicas, infantiles y literatura fantástica.

La sociedad notificante incluye en este sector a las empresas EDITORIAL PLANETA De AGOSTINI, S.A.; EDITORIAL DEUSTO, S.A. y EDICIONS GESTIÓ 2000, S.A.. A partir del año 2001, la actividad de comercialización de libros técnicos realizada por EDICIONES DEUSTO la realiza EDICIONS GESTIÓ 2000 y PLANETA De AGOSTINI PROFESIONAL Y FORMACIÓN, S.L.

En cuanto a los libros que edita GRUPO EDITORIAL, dentro de las áreas de libros infantiles, técnicos y de literatura fantástica, son pequeñas tiradas anuales de alrededor de [...] novedades, que se comercializan principalmente en grandes superficies. Los libros técnicos se dirigen a profesionales de grado medio, escritos por autores nacionales, destacando las colecciones multivolumen.

² Decisiones IV/M.1407, 1459, 1377, 1112; y JV-39

Conclusión

En el contexto de la operación que se examina, teniendo en cuenta todo lo señalado anteriormente, los mercados de producto potencialmente afectados por la operación notificada son el mercado de formación profesional no reglada a distancia en su conjunto, atendiendo especialmente, al sub-mercado de la formación de idiomas, y la edición de libros, sin que sea preciso delimitar si existen mercados de producto más estrechos dada la ausencia de efectos significativos sobre la competencia en este caso.

V.2. Mercado geográfico

Los mercados de formación profesional y edición de libros se consideran, tanto por parte de las autoridades de competencia nacionales como comunitarias, de ámbito nacional, consideración que podría ampliarse a los países que hablan una misma lengua.

VI. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VI.1.- Características y evolución

Con carácter general, cabe destacar que en el caso de la formación profesional no existen datos fiables y fuentes de verificación accesibles que permitan conocer la situación y características de este mercado. Por otro lado, en cuanto al mercado de la edición sólo existe una fuente accesible como es el Estudio del Mercado Interior del Libro (2001) elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España, que aporta datos muy generales.

El mercado de la *formación profesional no reglada a distancia* se caracteriza por la existencia de una oferta de productos muy diversificada, que responde en algunos casos a necesidades muy concretas, como es el caso de la formación demandada por las empresas para una mayor cualificación de sus empleados, y que en otros casos abarca la comercialización de productos dirigidos a sectores más amplios de la población, como es el caso de los cursos que comercializa CEAC.

Con la incorporación a este mercado del uso de nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, se está produciendo en el mismo un proceso de transformación que está modificando las estructuras tanto de la oferta como de la demanda.

Por lo que respecta al mercado de *la edición de libros*, abarca un elevado abanico de productos, editados en diferentes formatos y sobre distintas materias. Al formato papel se ha añadido, en los últimos años, la edición en otros soportes: CD-Rom, disquetes, cassetes, vídeos, DVD y on-line.



Según información aportada por las partes, en el año 2001 se editaron en España 60.267 títulos, un 2,3% más que el año anterior³. Del total de títulos editados, 30.330 fueron títulos nuevos y 29.937 reimpresiones o reediciones.

Por contenido, los libros de texto no universitario, la literatura y los libros infantiles son las materias con mayor número de títulos y suponen en conjunto el 58,8% de los títulos editados.

En cuanto al soporte utilizado, según las mismas fuentes, un 30,6% de las editoriales han editado en el año 2001 en soportes distintos del papel, siendo el CD-Rom el soporte elegido por la mayoría de las mismas (68,8%) y el que más ha aumentado en los últimos años. Sin embargo, la edición en otros soportes distintos del papel supone el 4,9% de la facturación.

VI.2.- Estructura de la oferta

- Formación profesional no reglada a distancia

La estructura de la oferta se caracteriza por una amplia variedad de sociedades que realizan actividades de formación profesional (organizaciones sindicales, empresariales, planes del Forcem, etc.), existiendo en el mercado español más de 22.962 centros de formación.

Sin embargo, centros de formación con características similares a las sociedades adquiridas, existen [...] en el territorio español. Estos centros están agrupados en torno a la Asociación Nacional de Centros de Formación a Distancia (ANCED).

Para el cálculo de la cuota de mercado, el notificante considera que la única referencia fiable sería la relacionada con el número de matrículas efectuadas durante el periodo 2001 por los centros asociados a ANCED. Según estos datos, la cuota de mercado de CENTRO DE ESTUDIOS sería del [0-5]% del total de matrículas, excluyendo los cursos de idiomas, no considerados en los datos que publica ANCED.

En cuanto a los cursos de idiomas, según estimaciones del notificante, la cuota de mercado de HOME ENGLISH sería del [0-5]%, incluyendo cursos presenciales.

La oferta de cursos de idiomas a distancia –básicamente cursos de inglés- es muy amplia, comercializándose a través de diferentes canales, principalmente cursos de venta directa realizada por comerciales, como es el caso de HOME ENGLISH, cursos on line, por teléfono, por televisión, ...

La creciente oferta de formación de idiomas on line, a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, dificulta aún más el cálculo de la cuota de mercado de los actuales operadores en el mercado de la enseñanza no presencial de idiomas.

No obstante, las partes estiman que el número total de alumnos matriculados anualmente en la enseñanza presencial y no presencial de inglés es de aproximadamente 2] millones de alumnos. De esta cifra entre un 10%-15% son alumnos que se encuadran en la formación de

³ "Comercio interior de libro en España, 2001". Federación de Gremios de Editores de España.

enseñanza de inglés a distancia. Dado que el número de alumnos matriculados en HOME ENGLISH por año es de [...] ⁴, la cuota de mercado estimada para HOME ENGLISH en la enseñanza no presencial de idiomas oscilaría entre el [0-6] %.

Los principales competidores de HOME ENGLISH, según información facilitada por el notificante, en el mercado de la formación de idiomas a distancia, a través de los diferentes soportes y canales de comercialización, son: CCC, Instituto Americano, Open University of Languages, ABA Academy, BBC english, British Council, Cambridge English School, English Town, Global English, International House y That's English.

Otros operadores en la enseñanza del inglés a distancia son: Radio Ecce, Centro ETAF, Linguaphone, Open School of Languages, Parlo, Peak English, Wall Street Institute, ABC-American British College, Assimil y Edicurs.

Según la información suministrada por el notificante, para las actividades que realiza en este mercado el Grupo PLANETA, únicamente a través de sociedades de PLANETA De AGOSTINI, no es posible determinar la cuota de mercado, por considerar el notificante que la naturaleza de los servicios que prestan estas sociedades son diferentes de las prestadas por CEAC y no contar con un registro de alumnos como el que llevan HOME ENGLISH y GRUPO DE ESTUDIOS.

No obstante, consideran que al disponer de datos de facturación, las estimaciones que serían posible realizar son las siguientes:

- La facturación de idiomas del Grupo PLANETA constituye en el 2001 el [...] % de la facturación de HOME ENGLISH, por lo que la cuota de mercado no puede ser superior a la de HOME ENGLISH. Es decir, sería inferior al [0-5] % sobre el total de cursos, y al [5-10] % en el submercado de formación no presencial.
- La facturación del resto de cursos de formación de Grupo PLANETA es el [...] % de la facturación de CENTRO DE ESTUDIOS, con lo que su cuota será inferior al [0-5] %.

- Edición

La estructura empresarial del sector editorial se caracteriza por la existencia de 25 grandes editoriales que representan alrededor de las dos terceras partes de la facturación, repartiéndose el tercio restante entre 662 editoriales. De estas últimas, 396 facturan menos de 600.000 euros al año.

La cuota del mercado global de la edición del grupo PLANETA, según una encuesta realizada entre septiembre de 2001 y agosto de 2002 por el Panel de Hogares de Libros TNSofres, realizada mensualmente para Grupo PLANETA sobre una encuesta de 100.000 familias, es del [5-10] %.

⁴ Incluye también las matriculas en cursos de enseñanza del idioma alemán.

En el cuadro adjunto se relacionan las cuotas de mercado de los principales competidores de PLANETA en el mercado global de la edición según los datos que publica Panel de Hogares de Libros TNSofres.

Evolución de la cuota de mercado de los principales grupos editoriales			
Empresas	Cuotas de mercado volumen de ventas (%)		
	2000	2001	2002
R. Radom H./Mondadori	[15-20]	[15-20]	[20-25]
Planeta	[5-10]	[5-107,5]	[5-109,7]
Grupo Anaya	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Grupo Santillana	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Grupo SM	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Grupo RBA	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Grupo Zeta	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Grupo 62	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Grupo Pearson	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Mc Graw Hill	[0-5]	[0-5]	[0-5]

Fuente: Notificación

En cuanto a la cuota de mercado de EDITORIAL CEAC, según la información aportada por el notificante, ésta sería inferior al [0-5] %.

VI.3.- Estructura de la demanda.

En cuanto a la estructura de la demanda para los mercados afectados, las partes comercializan sus productos principalmente a consumidores y, en menor medida, a empresas. Los productos que comercializan se dirigen a un gran número de consumidores, no destacando ningún cliente en particular.

VI.4.- Fijación de Precios y otras condiciones comerciales

El canal de distribución comercial utilizada por el Grupo CEAC para la comercialización de sus cursos es el de venta domiciliaria a través de su propio personal comercial.

En cuanto a la comercialización de libros, CEAC utiliza los diferentes canales de distribución, entre las que se encuentran librerías, correo, club de libros, internet, venta telefónica, hipermercados, quioscos, ventas a crédito, etc., siendo el más representativo la venta en grandes superficies.

En el sector de la edición, los principales clientes del Grupo CEAC son, [...].

El Grupo PLANETA comercializa sus productos editoriales principalmente a través de sus propios canales de distribución y redes de venta, contando con empresas activas en la venta de productos editoriales al por menor y con redes de vendedores a distancia.

VI.5.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

La estructura del mercado de la formación a distancia se caracteriza por la existencia de un elevado número de competidores, que está creciendo en la actualidad con la incorporación de centros especializados en formación e-learning.

En este mercado no existen barreras significativas de entrada, con la única excepción de las derivadas de la creación de una red de distribución y venta y su consolidación.

En lo relacionado con la estructura actual del mercado de edición, ésta se caracteriza por la presencia de otros grandes grupos editoriales, T. RADOM HOUSE/MONDADORI con un [20-25]% de cuota de mercado y ANAYA, SANTILLANA y SM, con cuotas de mercado similares a las de PLANETA ([5-10]%), que operan en diferentes áreas de edición, además de la existencia de un elevado número de pequeñas editoriales, en muchos casos especializadas, y de ámbito local. Generalmente las primeras suelen estar integradas verticalmente, editando y comercializando sus propios productos.

Las barreras de entrada técnica son de pequeña escala en el mercado de la edición de libros, debido a que la edición puede subcontrarse con terceros y las nuevas tecnologías permiten la edición de un número pequeño de copias.

Debe señalarse que, para ambos mercados, la incorporación de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones está modificando tanto las estructuras de la oferta como de la demanda, con la entrada de nuevos productos y empresas que desarrollan su actividad únicamente en estos nuevos nichos de mercado.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VII.1.- Posición en el mercado

Como consecuencia de la operación notificada, no se modifica sustancialmente la estructura de competencia en el mercado de la edición, puesto que Grupo PLANETA, ya era con anterioridad uno de los principales grupos editoriales españoles.

Sin embargo, en el mercado de formación profesional a distancia PLANETA si refuerza su posición y amplía la gama de productos distribuidos, a la vez que adquiere una red de distribución de cursos de formación ya consolidada.

VII.2.- Competencia actual – Competencia potencial – barreras a la entrada

Además de la existencia de un número elevado de competidores en el ámbito de la educación, el reciente desarrollo de nuevas tecnologías ha producido la entrada de nuevos centros de formación e-learning, que utilizan únicamente el canal de internet para ofrecer sus cursos. Por otro lado, la relativa fácil incorporación de este nuevo canal de distribución está permitiendo igualmente a los centros presenciales añadir esta nueva modalidad de formación a distancia.



En cuanto al mercado editorial, se encuentra igualmente en un proceso de concentración y transformación ante la entrada de nuevas tecnologías que están modificando las estructuras actuales de competencia.

En los dos ámbitos analizados, existen numerosos e importantes competidores efectivos y potenciales y no cabe destacar barreras a la entrada específicas de relevancia.

VII.3.- Conclusiones

En atención a lo anterior, no cabe esperar que como consecuencia de la operación pueda obstaculizarse el mantenimiento de la competencia efectiva en los mismos.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo, sin que ello exima a las partes de notificar al Servicio de Defensa de la Competencia cualquier acuerdo que se adopte de prórroga de la cláusula de no competencia en el caso de entrar dentro del ámbito de aplicación de la Ley 16/1989.