INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0508/13 BOYACÁ/REDPRENSA/RDE

I ANTECEDENTES

(1) Con fecha 10 de mayo de 2013 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de Distribuciones Generales Boyacá, S.L. (BOYACÁ) del control exclusivo de una serie de empresas presentes en el sector de la distribución mayorista de publicaciones periódicas.

(2) Dicha notificación ha sido realizada por BOYACÁ según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar los umbrales establecidos el artículo 8.1. a) y b) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC).

(3) A la vista de lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 10 de junio de 2013 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

(4) La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo por parte de Distribuciones Generales Boyacá, S.L. (BOYACÁ) de las siguientes sociedades:

- Dima Distribución Integral, S.L. (DIMA) (62,37% capital social)
- Grupo Cronos Distribución Integral, S.L. (CRONOS) (85%)
- Distrimedios, S.L. (DISTRIMEDIOS) (72,5%)
- Distribuidora de Publicaciones Boreal, S.L. (BOREAL) (63,27%)
- Cirpress, S.L. (CIRPRESS) (58,9%)
- Distribuciones Papiro, S.L. (PAPIRO) (57,94%)
- Grupo Distribución Editorial de Revistas, S.L. (GDER) (50%)

(5) La adquisición del control exclusivo sobre las empresas citadas se produce de forma indirecta a través de la adquisición del 100% del capital social de Redprensa, S.L. (propiedad grupo PRISA); y del 100% del capital social de Red de Distribuciones Editoriales, S.L.U. (propiedad grupo UNIDAD EDITORIAL)[1],

[1] El contrato de compraventa señala que BOYACÁ adquiere el 100% del capital social de Red de Distribuciones Editoriales, S.L.U. (RDE). A su vez, las sociedades siguientes son adquiridas directamente a sus actuales accionistas, a menos que previamente sean

pues son estas empresas las que poseen de forma directa o indirecta las participaciones en las distribuidoras adquiridas.

(6) La operación se ha instrumentado a través de sendos contratos de compraventa firmados entre BOYACÁ y los vendedores en las siguientes fechas: Prisa Noticias, S.L. (perteneciente al grupo PRISA) el 12 de febrero de 2013; y Unidad Editorial, S.A. (UNIDAD EDITORIAL) el 30 de abril de 2013. La ejecución de ambos contratos está vinculada entre sí, pues en ambos se establece como condición suspensiva (cláusula 3.1.g) que los dos contratos se deben ejecutar simultáneamente.

(7) En definitiva, estamos ante una operación de concentración económica que entraría dentro del supuesto del artículo 7.1.b) de la LDC.

(8) La composición accionarial (actual y posterior a la ejecución de la operación de concentración) de las empresas que serán controladas por BOYACÁ como consecuencia de la presente operación de concentración se refleja en la siguiente tabla.

ESTRUCTURA ACCIONARIAL EMPRESAS ADQUIRIDAS ANTES Y DESPUÉS CONCENTRACIÓN				
Empresa	**Ámbito Geográfico**	**Titular actual**	**Grupo de Control Actual**	**Porcentaje BOYACÁ tras la operación**
CRONOS[2]	Albacete, Cuenca y Toledo	**- Redprensa 50%** **- RDE 35%** - D-Comecosa[3] 10% - Summa Servicios[4] 5%	Prisa	85%
DISTRIMEDIOS[5]	C.A. Andalucía, C.A de Extremadura, y Provincia de Ciudad Real	**- RDE 38%** **- Redprensa 29%** - D-Comecosa 22,5% - Summa Servicios 5% **- Boyacá 5,5%**	Mayorías cambiantes	72,5%
BOREAL[6]	Galicia y provincia	- **- Redprensa 29%**	Mayorías	63,27%

adquiridas por RDE: El 28,71% de DIMA se compra a Logintegral 2000, S.A.U.; y el 5% de Cronodis Logística Integral, S.L. (el restante 95% se adquiere a través de CRONOS).

[2] Las empresas controladas por CRONOS son: Cronodis Logística Integral, S.L. (95%); Aldipren, S.L. (65%); Districuen, S.L (65%); y Distritoledo, S.L. (79,5%);

[3] D-Comecosa pertenece al Grupo Vocento.

[4] Summa Servicios pertenece al Grupo Godó

[5] DISTRIMEDIOS tiene participaciones mayoritarias en las siguientes distribuidoras: Distribuidora Extremeña de Publicaciones (70%), Distribuciones Ricardo Rodríguez (70%), Distribuidora Cordobesa de Medios Editoriales (100%), Distribuidora Almeriense de Publicaciones (70%); Logística de Ciudad Real (70%); y Prensa Serviodiel (100%);Distrimorris (60%); Nuevo Distrigades (70%); y Distrisur (50%).

	de León	- **- RDE 29%** - Corporación Voz Galicia 23,73% - **-** D- Comecosa 8% - **- Boyacá 5,27%** - **-** Summa Servicios 5%;	cambiantes	
DIMA[7]	C.A. Madrid	- **- Red Prensa 33,66%** - **- Logintegral[8] 28,71%** - - Logista 20% - **-** D-Comecosa 16,13% - **-** Summa Servicios 1,5%	Mayorías cambiantes	62,37%
CIRPRESS	Principado de Asturias	- D-Comecosa 24,7% **- RDE 24,7%** **- Redprensa 24,7%** - Autocartera 11,4% - **Boyacá 9,5%** - Summa Serviciso 5%	Mayorías cambiantes	58,9%
PAPIRO	Provincias de Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora	- **Redprensa 26,35%** - **RDE 26,35%** - D-Comecosa 26,35% - **Boyacá 5,24%** - Grupo Promotor Salmantino 5,24% - Summa Servicios 5,24% - Framol Uno 5,24%	Mayorías cambiantes	57,94%
GDER	Nacional	Participaciones minoritarias de las empresas distribuidoras que serán adquiridas por BOYACÁ	Mayorías cambiantes	50%

Fuente: Elaboración propia a partir datos notificación

(9) Asimismo, a través de los contratos de compraventa mencionados BOYACÁ adquiere de forma indirecta participaciones en las siguientes empresas, sin que según la notificante ello suponga que ejerza control sobre las mismas.

ESTRUCTURA ACCIONARIAL EMPRESAS PARTICIPADAS ANTES Y DESPUÉS CONCENTRACIÓN				
Empresa	**Ámbito Geográfico**	**Titular actual**	**Grupo de Control Actual**	**Porcentaje BOYACÁ tras la operación**
MARINA PRESS[9]	Barcelona	- Summa Servicios 50%	Summa	45%

[6] BOREAL posee el 100% de Distrigalicia.

[7] DIMA tiene el 100% de Distrirutas, Gelesa, Logintegral Madrid, y Comercial de Prensa Siglo XXI.

[8] Logintegral pertenece 100% a Grupo UNIDAD EDITORIAL, accionista de control de RDE.

		- **Redprensa 30%** - **RDE 15%** - D-Comecosa 5%	Servicios (Godó)	
BERALÁN[10]	La Rioja, Navarra, País Vasco, Burgos y Cantabria	- **Redprensa 22,25%** - **RDE 22,25%** - D-Comecosa 50,5% - Summa Servicios 5%	Vocento	44,5%
VALDISME[11]	Valencia, Castellón, Alicante y Murcia	- **Redprensa 23,75%** - **RDE 23,75%** - Editorial Prensa Ibérica[12] 23,75% - D-Comecosa 22,75% - Summa Servicios 5% - Federico Doménech 1%	Mayorías cambiantes	47,5%
DISTRIBUIDORA DE ARAGÓN	Aragón y Soria	- Heraldo de Aragón 51% - **Redprensa 16%%** - **RDE 16%%** - D-Comecosa 7% - Summa Servicios 5% - Autocartera 5%	Grupo Heraldo	32%
DISTRIBUIDORA TARRACONENSE DE PUBLICACIONES	Tarragona	- Summa Servicios 23,5% - Logística medios 23,5% - **Redprensa 14%** - **RDE 14%** - HermésComunicacions 5% - FIPAMESA 20%	Mayorías cambiantes	28%
SEGRE DISTRIBUCIONES PRENSA	Lérida	- Prensa Leridana 30% - Autocartera 25% - Summa Servicios 25% - **Redprensa 10%** - **RDE 10%**	Mayorías cambiantes	20%
GROUP LOGISTIC VILARROYA	Gerona	- Summa Servicios 22% - Autocartera 22% - HermésComunicacions22% - Carles Vilarroya 16% - **Redprensa 8%** - **RDE 5%** - Framol Uno 5%	Mayorías cambiantes	13%
SIGLO XXI GUADALAJARA[13]	Guadalajara	- **Unidad Editorial 20%** - Distribérica S.A 80%	Logista Publicacio-nes	20%

[9] Según el pacto de socios […].

[10] Beralán tiene el 99,99% de la distribuidora Banatú que realiza su actividad en Vizcaya.

[11] Valdisme tiene el 50% de Kiosko 10 junto a la Asociacion Profesional de Vendedores de Prensa de Valencia y Provincia. Se trata de una sociedad limitada cuyo objetivo es desarrollar una serie de políticas comerciales destinadas a mejorar la competitividad de los puntos de venta y su fidelización e integración en la red.

[12] Editorial Prensa Ibérica es un grupo de empresas presentes en el sector de las comunicaciones que edita, entre otros, prensa regional (16 cabeceras) y está presente en el mercado de distribución de productos editoriales a través de las empresas Totaldis (Canarias); Valdisme, Papiro y Vilarroya. En Papiro y Vilarroya la participación es indirecta a través de su filial (100%) Framol Uno.

[13] La participación en Siglo XXI Guadalajara, S.L. (20% del capital, participación de no control, el 80% restante es propiedad de Logista) […].

TRECEDIS	Nacional	- Participaciones minoritarias de las empresas distribuidoras que serán adquiridas por BOYACÁ	Mayorías cambiantes	43%

Fuente: Elaboración propia a partir datos notificación

III RESTRICCIONES ACCESORIAS

(10) Los contratos que regulan la adquisición por parte de BOYACÁ de las participaciones que actualmente poseen grupo PRISA y grupo UNIDAD EDITORIAL en las empresas distribuidoras de publicaciones periódicas afectadas por la operación de concentración, están sujetos a una serie de condiciones suspensivas […].

(11) A estos efectos, los Contratos de Compraventa prevén como condición suspensiva (cláusula 3.1.f) […].

(12) Por otra parte, con fechas 12 de febrero y 25 de abril de 2013, las empresas de los grupos vendedores[14] (en adelante el EDITOR) han firmado diversos contratos de distribución exclusiva con Transportes Boyacá, S.L. (DISTRIBUIDOR) que podrán ser ejecutados una vez se cumplan las condiciones suspensivas previstas en los contratos de compraventa mencionados.

(13) Los contratos de distribución señalan (cláusula 1.1) que el DISTRIBUIDOR o las empresas que éste designe, prestarán en exclusiva los servicios de transporte y distribución de los productos editados o comercializados por el EDITOR o por empresas participadas durante la vigencia de este contrato[15]. La exclusividad también afectará a las promociones y productos comerciales que el EDITOR comercialice en el futuro.

(14) Asimismo, existen una serie de compromisos que priorizan la utilización de la red del DISTRIBUIDOR (cláusula 1.5).

(15) Así, los contratos de distribución exclusiva indican, que para aquellos productos editados por el EDITOR o por empresas ajenas, que son comercializados por el EDITOR pero que por distintas razones no se distribuyen en la actualidad a través de la red de empresas distribuidoras en las que los principales grupos editoriales tienen participaciones[16], el DISTRIBUIDOR tiene un derecho preferente para prestar el servicio de distribución en las mismas condiciones que lo prestaría un tercero. Esta cláusula preferencial sería materializada si el EDITOR puede

[14] Contrato firmado con las empresas de Grupo PRISA: Diario AS, S.L.; Ediciones El País, S.L.; Estructura Grupo de Estudio Económico, S.A.; y la empresa matriz Prisa Noticias, S.L. (folios 693 a 813); Cinco contratos firmados con las empresas de Grupo UNIDAD EDITORIAL: Unidad Editorial Información General S.L.U.; Unidad Editorial Información Económica S.L.U; Unidad Editorial Información Deportiva S.L.U.; Unidad Editorial Revistas S.L.U.; Ediciones Cónica S.A.; Logintegral 2000 S.A.U.; y la empresa matriz Unidad Editorial S.A.(folios 814 a 1.197)

[15] […].

[16] […].

rescindir los compromisos comerciales que le vinculan a terceros, o bien a la fecha de finalización de los mismos.

(16) Las suscripciones cuya distribución y reparto estén vinculados por acuerdos comerciales suscritos con terceros, o bien se trate de nuevas suscripciones, deberán también ser contratados con el DISTRIBUIDOR si éste ofrece mejores condiciones.

(17) En el caso de UNIDAD EDITORIAL se permite la contratación de la distribución conjunta de productos a determinados puntos de venta con operadores distintos de BOYACÁ, si se indemniza a esta última empresa durante un año por estos productos distribuidos fuera de la red de la entidad resultante. Asimismo, UNIDAD EDITORIAL podrá contratar la distribución conjunta de suscripciones que no afecten a los puntos de entrega de las suscripciones existentes a la entrada en vigor del presente contrato.

(18) La utilización preferencial del canal de distribución del DISTRIBUIDOR y de la actual red de puntos de venta se extiende a las promociones asociadas a la venta de diarios y a otros productos comerciales no asociados a la venta de diarios y publicaciones.

(19) Asimismo, los contratos de distribución exclusiva contemplan (cláusula 2.3) que el transporte y suministro de los productos se realice en los puntos de venta en los que actualmente se entregan y en las mismas condiciones y horarios que se vienen aplicando a la fecha de este contrato. Algunas de las actuales condiciones podrán ser modificadas o incluso el servicio podrá ser excluido, si el punto de venta no alcanza unos umbrales de venta determinados, que en ningún caso excederá los diez ejemplares diarios de la suma de cabeceras nacionales y locales. Se establecen además límites al número de puntos de venta que pueden quedar excluidos del suministro en cada provincia (sin incluir la capital) y en cada capital de provincia, pues en ningún caso se podrán excluir más del 20% de los puntos de venta existentes en cada área geográfica.

(20) La duración de los contratos de distribución en exclusiva es de [más de tres años] y podrá prorrogarse tácitamente por periodos sucesivos de [más de tres años] salvo comunicación en contrario de cualquiera de las partes, con una antelación mínima de seis meses (clausula 5.1).

(21) A su vez, los contratos de distribución incluyen una cláusula de penalización, con cuantías significativas, en el supuesto de que los editores decidiesen no materializar la primera prórroga, o aun prorrogando el contrato se excluyera el ámbito de la Comunidad de Madrid (cláusula 5.3.3.d)[17].

(22) La notificante justifica la existencia de los contratos de distribución exclusiva por las peculiaridades del negocio, con productos perecederos que tienen derecho a devolución, lo que hace necesario efectuar una adecuada planificación de las

[17] Esta penalización no se impone en los contratos de distribución exclusiva de revistas y en los de distribución exclusiva de productos no editados por UNIDAD EDITORIAL, firmados por esta editorial y BOYACÁ.

tiradas y de la distribución a los distintos puntos de venta, hecho que ha dificultado la externalización total de la actividad de distribución por parte de los editores para evitar el riesgo de devoluciones incontroladas y una deficiente distribución de sus publicaciones. De hecho, los principales editores mantienen hasta la fecha participaciones en el capital de las distribuidoras.

(23) La anterior argumentación parece justificar el mantenimiento de una relación editor-distribuidor que sustituya la desaparición de los vínculos estructurales que se producirá tras la operación de concentración. Sin embargo, la desaparición de la integración vertical editor-distribuidor es uno de los elementos utilizados por la notificante para defender que la operación de concentración no tendrá efectos significativos sobre la competencia.

(24) Por otra parte, la notificante señala que la operación propuesta supone unas cuantiosas inversiones y sólo puede obtenerse el valor íntegro de las mismas a través de la suscripción de los contratos de distribución, lo que permite a BOYACÁ disponer de los fondos editoriales que hasta la fecha venían distribuyendo las DISTRIBUIDORAS y continuar la actividad que éstas desarrollaban. Según la notificante, los contratos de distribución exclusiva se limitan a mantener la situación preexistente.

(25) Esta Dirección de Investigación no comparte la anterior afirmación, ya que el mantenimiento de la relación editor-distribuidor únicamente podría estar justificado temporalmente y limitarse a las actividades desarrolladas por la red de distribución que es adquirida por BOYACÁ. Dado que los contratos de distribución pueden prorrogarse de […] y tienen previsto extender su ámbito de actuación en condiciones preferentes a productos que no son comercializados en la actualidad a través de las distribuidoras adquiridas por BOYACÁ y además, la red de distribución mencionada anteriormente incluye empresas que no son adquiridas mediante esta operación de concentración, no se puede afirmar que los contratos de distribución exclusiva se limitan a mantener la situación preexistente, sino que van más allá de lo que es necesario para proteger el valor de los activos adquiridos.

(26) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *"en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización"*.

(27) A su vez, la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) señala, que dichas restricciones deben tener por objeto proteger el valor transferido de forma que se garantice una transición suave hacia la nueva estructura de la empresa. Por ello las restricciones deben limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad de la empresa traspasada, y el

ámbito geográfico debe circunscribirse a la zona en la que la empresa adquirida ofrecía sus bienes o servicios.

(28) Concretamente, la citada Comunicación justifica las obligaciones de compra o suministro entre las partes en la medida en que garantizan al comprador la continuidad del suministro de productos que necesite para realizar sus actividades durante un periodo de tiempo que le permita sustituir su relación de dependencia por una situación de autonomía en el mercado. El tiempo en que estas obligaciones pueden estar justificadas se establece en cinco años como máximo.

(29) En el presente caso, se supera el periodo máximo contemplado en la Comunicación de la Comisión Europea debido a la posibilidad de prorrogar tácitamente el contrato de distribución, lo que hace que el contrato se considere de duración indefinida. Además, la penalización impuesta a los editores en caso de que éstos decidieran no materializar la primera prórroga del contrato o excluir a la Comunidad de Madrid, evidencia que la obligación de compra de los servicios de distribución impuesta a los editores supera de facto los cinco años.

(30) En lo que se refiere a los productos afectados por el contrato de distribución exclusiva se indica, que no se considera una restricción accesoria a la operación la inclusión en dicho contrato de los productos que el EDITOR comercialice en un futuro (cláusula 1.1) a menos que se trate de promociones u otros productos asociados a las publicaciones que actualmente comercializa. En línea con lo señalado por la Comunicación de la Comisión Europea, para que sea considerada accesoria, la obligación de suministro por parte del EDITOR debe limitarse a los productos que comercializa dicho EDITOR en el momento de ejecutarse la operación de concentración a través de las empresas adquiridas por BOYACÁ.

(31) En el mismo sentido se deben valorar los compromisos preferenciales incluidos en el contrato de distribución exclusiva (cláusula 1.5). Así, la obligación del EDITOR de contratar con el DISTRIBUIDOR la distribución de productos que actualmente no son distribuidos a través de la red de empresas participadas por los principales grupos editores, si BOYACÁ ofrece condiciones equivalentes a las aplicadas por terceros o mejora su oferta, va más allá de lo que se considera necesario para realizar la operación de concentración, ya que pretende extender el ámbito de actuación de la entidad resultante a productos que no forman parte del negocio actual de las empresas adquiridas.

(32) La restricción accesoria está justificada sólo para proteger el negocio traspasado, por lo que no puede extenderse a futuras actividades ni a negocios llevados a cabo por empresas que no han sido adquiridas en la operación de concentración aquí analizada.

(33) Ello significa que las obligaciones de suministro de los productos actualmente comercializados por empresas que forman parte de la red de distribución como ha sido definida anteriormente, pero en las que BOYACÁ no adquiere

participaciones[18] o bien ya las poseía con anterioridad[19] a la operación, tampoco serían restricciones accesorias a la operación.

(34) Dentro de las empresas de la llamada red de distribución que están participadas por BOYACÁ se debe también diferenciar las empresas en las que BOYACÁ adquiere una participación minoritaria[20], de las que pasarán a estar bajo su control[21], dado que en el primer caso podría no considerarse accesorio a la operación este acuerdo de distribución exclusiva.

(35) En todo caso, en este momento de la tramitación del expediente de referencia, no es preciso pronunciarse sobre cuáles son aquellas restricciones asociadas a los acuerdos de distribución exclusiva que se consideran restricciones accesorias a la operación de concentración notificada.

(36) Con independencia de que estos acuerdos de distribución exclusiva se consideren accesorios o no a la operación de concentración notificada, conforme a lo dispuesto en el artículo 10.4 de la LDC esta Dirección de Investigación considera pertinente el análisis de los mismos desde la óptica del artículo 1 de la LDC, de cara a valorar los efectos de la operación de concentración notificada, en la medida que a través de estos acuerdos se crea un vínculo comercial significativo entre BOYACÁ y los grupos editoriales vendedores.

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

(37) La operación de concentración notificada no es de dimensión comunitaria por no alcanzar el volumen de negocios de las partes los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre control de concentraciones.

(38) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1.a) y b) de la misma.

(39) La operación no es susceptible de presentarse mediante formulario abreviado al no encuadrarse en ninguno de los supuestos previstos en el artículo 56.1 de la LDC. No existe solapamiento horizontal entre las partes de la operación pero sí solapamiento en mercados verticalmente relacionados, dado que BOYACÁ es principalmente un operador de transporte de publicaciones periódicas a nivel nacional y las empresas adquiridas están presentes en la distribución de dichas publicaciones.

[18] Las distribuidoras de las Islas Baleares y de Canarias

[19] Prensa Distribución Abulense

[20] Beralán S.L.; Distribuidora Tarraconense de Publicaciones S.L.; Distribuidora de Aragón S.L.; Marina RCN Distribucions S.L.; Segre Distribuciones de Prensa S.L.; Group Logistic Vilarroya; y Valdisme S.L.

[21] Dima Distribución Integral S.L.; Grupo Cronos Distribución Integral S.L.; Distrimedios S.L. ; Distribuidora de Publicaciones Boreal S.L.; Cirpress S.L.; Distribuciones Papiro S.L.; Grupo Distribución Editorial de Revistas S.L.;

(40) La ejecución de la operación de concentración está condicionada a su autorización por parte de las autoridades de competencia de España.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. DISTRIBUCIONES GENERALES BOYACÁ, S.L. (BOYACÁ)

(41) BOYACÁ es fundamentalmente un operador de transporte de mercancías por carretera de productos con requerimientos singulares (entrega diaria de productos con un componente de inmediatez y que precisan en general rutas fijas y no entregas aleatorias), en concreto publicaciones periódicas[22] y otros productos del papel, productos farmacéuticos, productos sanitarios como análisis clínicos y otras mercancías.

(42) BOYACÁ presta igualmente servicios logísticos relacionados con la distribución mayorista de publicaciones en la provincia de Ávila a través de su filial 100% Prensa Distribución Abulense, S.L.U. (PREDASA).

(43) La titularidad del 98% del grupo BOYACÁ corresponde a un particular.

(44) Asimismo, el grupo BOYACÁ participa (sin ejercer el control) en algunas de las distribuidoras de publicaciones periódicas sobre las que va a ejercer el control (DISTRIMEDIOS, BOREAL, CIRPRESS, PAPIRO) y también en Distrisoria (60% Distribuidora de Aragón y 40% BOYACÁ) e Iberpress[23] (35%).

(45) Según la notificante, el grupo BOYACÁ únicamente ha realizado actividades en España, siendo su volumen de negocios en 2012, según la notificante, de [≥ 60 millones de euros], de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Real Decreto 261/2008 de 22 de febrero (RDC).

V.2. EMPRESAS ADQUIRIDAS SOBRE LAS QUE BOYACÁ EJERCERÁ EL CONTROL

- **REDPRENSA, S.L. (REDPRENSA),** propiedad 100% de grupo PRISA.
- **Red de Distribuciones Editoriales, S.L.U. (RDE)** propiedad 100% de grupo UNIDAD EDITORIAL.

(46) Estas dos sociedades holding tienen participaciones en una serie de distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas que desarrollan su actividad en distintos puntos de la geografía de España, sin que exista solapamiento geográfico entre las mismas. BOYACÁ comprará estas sociedades y de forma indirecta adquirirá las participaciones que poseen en las distribuidoras locales / regionales. No obstante, como ya se ha indicado, algunas participaciones serán adquiridas directamente a sus actuales accionistas.

[22] El transporte de publicaciones periódicas representa el […] de sus ingresos

[23] Iberpress es una distribuidora nacional especializada en publicaciones extranjeras controlada por un particular.

(47) Como resultado de lo anterior, BOYACÁ adquirirá la mayoría del capital social de una serie de distribuidoras de publicaciones periódicas y el control exclusivo sobre las mismas. En particular, este control exclusivo se adquiere sobre:

- **Grupo Cronos Distribución Integral, S.L.(CRONOS)**
- **Distrimedios, S.L. (DISTRIMEDIOS)**
- **Distribuidora de Publicaciones Boreal, S.L (BOREAL)**
- **Dima Distribución Integral, S.L. (DIMA)**
- **Cirpress, S.L. (CIRPRESS)**
- **Distribuciones Papiro, S.L. (PAPIRO)**

(48) Además, BOYACÁ pasará a ejercer el control sobre una empresa debido a las participaciones minoritarias que disponen las empresas distribuidoras locales adquiridas. Esta empresa forman también parte de la operación de concentración. Se trata de:

- **Grupo Distribución Editorial de Revistas, S.L. (GDER)**, empresa dedicada a la distribución nacional de revistas, si bien no tiene una red de distribución propia, sino que subcontrata las redes de terceros distribuidores regionales.

(49) Todas las empresas adquiridas desarrollan su actividad únicamente en España. Así, a efectos del artículo 5 del RDC, el volumen de negocios en España en el año 2012 de estas empresas, según la notificante, se recoge en el siguiente cuadro.

VOLUMEN DE NEGOCIOS EMPRESAS ADQUIRIDAS					
EMPRESAS	**Millones €**	**EMPRESAS**	**Millones €**	**EMPRESAS**	**Millones €**
REDPRENSA	≤ 60	CIRPRESS	≤ 60	CRONOS	≤ 60
RDE*	-	PAPIRO	≤ 60	DISTRIMEDIOS	≥ 60
BOREAL	≥ 60	DIMA	≥ 60	GDER	≤ 60

*RDE carece de volumen de negocios. Sus únicos ingresos provienen de […].

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 MERCADOS DE PRODUCTO

(50) La operación de concentración notificada afecta al sector de la distribución mayorista de mercancías, que incluye las actividades propiamente logísticas (que van desde la recogida, recepción del producto, preparación de pedidos, carga en el vehículo para su transporte y entrega) y el transporte de la mercancía.

(51) Algunos antecedentes nacionales[24] y comunitarios[25] han considerado que ambos servicios pertenecían a mercados separados.

(52) Dentro de cada actividad (logística y transporte) en ocasiones se plantea una cierta especialización en función de los sectores de la demanda y de los productos manejados y transportados (en razón a la naturaleza perecedera del producto o a su manejo técnico, peculiaridades sanitarias o de seguridad, etc.).

(53) Hay determinados productos que requieren entrega diaria con un componente de inmediatez y que precisan en general de rutas fijas y no entregas aleatorias.

(54) Entre estos productos se encuentran:

- Las publicaciones periódicas y otros productos del papel (papel, material de oficina, etc.)
- Medicamentos y suministro de material a hospitales
- Muestras analíticas
- Otros (mercancías de gran distribución, productos resultado del comercio electrónico, etc.).

(55) La notificante considera que la logística y el transporte de los productos anteriores es similar, por lo que la notificante defiende que deben diferenciarse dos mercados de producto relevantes: (i) el mercado de prestación de servicios de logística relacionado con la distribución mayorista de productos con requerimientos singulares y (ii) el mercado de servicios de transporte de mercancías con requerimientos singulares.

(56) La logística y el transporte de productos con requerimientos singulares es realizada por numerosos operadores, por lo que la posición de la entidad resultante en este ámbito no sería especialmente significativa y previsiblemente se situaría por debajo del 10% en España.

(57) No obstante, esta Dirección de Investigación considera que a los efectos del presente expediente, no estaría justificada la delimitación de mercados de producto tan amplios, especialmente en el ámbito de la logística, porque la sustituibilidad por el lado de la demanda y de la oferta de la distribución de publicaciones periódicas con la logística de otros productos de requerimientos singulares es limitada.

(58) En particular, se deben tener en cuenta las peculiaridades de la logística relacionada con la distribución de publicaciones periódicas, especialmente de diarios (frecuencia, horarios nocturnos y en días de fiesta, gestión de las devoluciones de invendidos, etc.), así como los contratos de distribución exclusiva firmados entre BOYACÁ y los grupos PRISA y UNIDAD EDITORIAL, que vinculan

[24] SDC N-06084 Logista Publicaciones/Grupo F.Sabaté/Distribarna/Sade/Catalunya 2/Control; SDC N-05108 Tnt/Trespertrans; SDC N-07081 Schenker/Spain Tir

[25] COMP/M.1895 Ocean Group/Exel; M.3496 Tnt Forwarding Holding/Wilson Logistics

comercialmente a la entidad resultante la distribución de los productos editoriales de estos editores, que se sitúan entre los principales editores de publicaciones periódicas en España.

(59) Esta falta de sustituibilidad de la distribución de publicaciones periódicas con la logística de otros productos con requerimientos especiales es consistente con lo señalado por la CNC[26] y el extinto TDC[27] en distintos precedentes.

(60) El mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas está verticalmente relacionado con los mercados de edición de publicaciones periódicas y de distribución minorista de publicaciones periódicas.

(61) En lo que se refiere a los editores de publicaciones periódicas, los distribuidores mayoristas actúan como oferentes de servicios de distribución mayorista a estos editores, intermediando para que los ejemplares físicos editados lleguen a los consumidores finales.

(62) En lo que respecta a los puntos de venta, los distribuidores actúan como demandantes de los servicios de distribución minorista de estos puntos de venta.

(63) En la medida que la entidad resultante de la operación de concentración notificada sólo actuará en el ámbito de la distribución mayorista de publicaciones periódicas, no se van a delimitar como mercados relevantes los que comprenden las actividades de edición y distribución minoristas de publicaciones periódicas. Todo ello sin perjuicio de que la operación de concentración podría generar efectos restrictivos de la competencia que podrían incidir tanto en editores como distribuidores minoristas de publicaciones periódicas.

(64) Por otra lado, en el expediente C/0119/08 se desglosó el mercado de distribución en función del tipo de publicación (prensa diaria - revistas y coleccionables). La definición de mercado de producto en el expediente C/0119/08 se realizó en el contexto de la operación de concentración que se planteaba, en la que la distribuidora (DIMA) pertenece a grupos editores fundamentalmente de prensa diaria, con un peso muy importante en el mercado de edición y venta de prensa a nivel nacional y donde las ventas en la Comunidad de Madrid de dichos diarios representan un elevado porcentaje del total. Ello constituía una barrera importante a la entrada de futuros competidores, que no dispondrían del volumen mínimo de ejemplares necesarios para rentabilizar los elevados costes de distribución.

(65) Con la actual operación de concentración se reduce significativamente la integración vertical entre editores de periódicos / distribuidores, lo que en principio podría justificar abandonar la segmentación del mercado de distribución de publicaciones periódicas por tipo de publicación, en la medida que teóricamente se eliminaría la principal barrera a la entrada para la distribución de prensa diaria, derivada de la integración vertical editor-distribuidor.

[26] Resolución del Consejo de la CNC de 10 de junio de 2009, C/0119/08 Distrirutas/Gelesa/Logintegral/Siglo XXI

[27] Expediente C/42/99 Midesa/Logista

(66) No obstante, en la medida en que los contratos de distribución exclusiva suscritos entre los editores que venden sus distribuidoras a BOYACÁ y esta empresa, constituyen durante el periodo de vigencia de los mismos una barrera a la entrada similar a la que existe por el hecho de que las distribuidoras pertenezcan al mismo grupo empresarial que los editores de las publicaciones que distribuyen, esta Dirección de Investigación considera que en este momento de tramitación del expediente de referencia, deben considerarse como mercados relevantes diferenciados: (i) el **mercado de distribución mayorista de prensa diaria** y (ii) el **mercado de distribución mayorista de revistas y coleccionables**.

(67) Por otra parte, en lo que se refiere al transporte y, en particular, al transporte de publicaciones periódicas, hay que tener en cuenta las diferencias existentes entre el transporte nacional (punto a punto, desde el centro de impresión a la distribuidora local), actividad que suele ser contratada directamente por el editor, y el transporte local, desde la distribuidora al punto de venta, que suele ser gestionado por la distribuidora utilizando sus propios medios o subcontratando en autónomos (furgonetas).

(68) El transporte nacional de publicaciones periódicas, por motivos de sustituibilidad por el lado de la oferta, previsiblemente forma parte de un mercado de producto más amplio de transporte nacional por carretera de todo tipo de productos, en el que la presencia de BOYACÁ es poco significativa y se situaría por debajo del 10%.Todo ello sin perjuicio de que en el segmento de transporte de publicaciones periódicas, verticalmente relacionado con los mercados de distribución de publicaciones periódicas, la entidad resultante va a tener una presencia significativa.

(69) En lo que se refiere al transporte local, la notificante indica que son las distribuidoras adquiridas quienes organizan las rutas de reparto y eligen a los transportistas, recurriendo básicamente a pequeñas empresas y a transportistas autónomos[28], por lo que al igual que en el expediente C/0119/08 se considera que, en esta operación de concentración, no estaría justificado diferenciar la actividad de transporte local dentro de la distribución mayorista de publicaciones periódicas.

(70) Así, actualmente BOYACÁ gestiona parte del transporte local de las publicaciones de las distribuidoras que pasará a controlar, pero según la notificante no tiene autonomía para contratar a los transportistas, limitándose su labor a hacer de intermediario por cuenta de la distribuidora. BOYACÁ tampoco presta servicios de transporte local a otros distribuidores/editores, distintos de aquéllos sobre los que adquiere el control en las provincias señaladas, aunque sí presta servicios de transporte local de otros productos, especialmente productos farmacéuticos.

(71) Por ello, en lo que se refiere al transporte, en principio se considerará que el transporte local de publicaciones periódicas forma parte de los mercados de

[28] Excepto DIMA que realiza parte del transporte con medios propios

distribución de publicaciones periódicas. Por otro lado, el mercado de transporte nacional de publicaciones periódica formaría parte de un mercado de producto diferenciado, verticalmente relacionado con los de distribución de publicaciones periódicas, aunque dejando abierta la posibilidad de que esté integrado en un mercado de producto relevante más amplio, de transporte nacional de mercancías por carretera.

(72) A la vista de todo lo anterior, teniendo en cuenta las actividades desarrolladas por las empresas partícipes en la operación y con el fin de reflejar una clara visión de la estructura y funcionamiento de los mercados afectados, en este momento de la tramitación del expediente de referencia se analizarán los siguientes mercados de producto, sin perjuicio de que su delimitación pueda variar una vez que se profundice en el análisis de la operación notificada.

a) Los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas, diferenciando prensa diaria y resto de publicaciones periódicas.

b) El mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas.

VI.2 MERCADOS GEOGRÁFICOS

(73) En relación con la prestación de servicios logísticos relacionados con la distribución mayorista de publicaciones periódicas, tanto el extinto TDC[29] como la Comisión Europea[30] defendieron el carácter nacional del mercado de distribución mayorista de medios de publicaciones periódicas, ya que la naturaleza propia de este servicio en cuanto al componente de periodicidad (diaria o semanal) hace necesaria una infraestructura dentro del territorio de cada país, más aun si se tiene en cuenta que las publicaciones se editan en la lengua correspondiente a cada uno de ellos y que los grupos editoriales suelen ser de implantación nacional por motivos de cercanía y rapidez en la distribución de sus productos.

(74) Con respecto a los mercados de transporte de mercancías, los antecedentes nacionales y comunitarios también han considerado que la cobertura debe ser nacional.

(75) Estas definiciones geográficas de los mercados de distribución y transporte de publicaciones periódicas se deben interpretar como máximos, en el sentido de que no puede hablarse de mercados supranacionales.

(76) En la medida en que la tendencia del mercado es avanzar hacia una mayor concentración, es posible un escenario en el que un único operador adquiera el control de las distribuidoras de publicaciones periódicas en la mayoría del territorio nacional, en cuyo caso podría hablarse de la existencia de un mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas de dimensión nacional.

[29] C/42/99 Midesa Logista

[30] COM/M.3063 De Agostini/holding di Participacioni/RCS Diffusione

(77) No obstante, en la actualidad muchas distribuidoras, por razones de coste o de organización de rutas, restringen el servicio a una determinada zona que suele abarcar una o varias provincias. Adicionalmente, los puntos de venta se ven muy condicionados por el número de distribuidoras mayoristas que cuentan efectivamente con una red de distribución en la provincia que se sitúan. Por estas razones, la CNC en el expediente C/0119/2008, consideró que el mercado de distribución de publicaciones periódicas tenía una dimensión regional o local. Esta regionalización no desaparece totalmente tras la presente operación, ya que todavía permanecerán en muchas zonas distribuidoras que no serán controladas por la entidad resultante de esta operación de concentración.

(78) En este expediente las empresas sobre las que BOYACÁ ejercerá el control desarrollan su actividad en:

Albacete, Cuenca y Toledo
C.A. Andalucía, C.A de Extremadura, y Provincia de Ciudad Real
Galicia y provincia de León
C.A. Madrid
Principado de Asturias
Provincias de Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora
Ávila

(79) Por tanto, en este momento de tramitación del expediente de referencia, esta Dirección de Investigación considera que debe dejarse abierta la cuestión de si los mercados de distribución de publicaciones periódicas tienen un ámbito geográfico relevante nacional o éste es de dimensión regional-local.

VI.3. CONCLUSIÓN

(80) Con independencia de las definiciones de los mercados relevantes que finalmente se consideren en este expediente, en línea con lo señalado anteriormente, en este informe en primera fase se analizarán los siguientes mercados:

a) Los mercados de prestación de servicios de distribución de publicaciones periódicas (diferenciando prensa diaria y resto de publicaciones periódicas) a nivel nacional y en cada uno de los territorios de la tabla anterior.

b) El mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas en España, aunque previsiblemente cubre más productos.

(81) Además, dado que el porcentaje de participación de BOYACÁ es muy importante en las distribuidoras adquiridas que desarrollan su actividad en Barcelona (MARINA PRESS); Castellón, Valencia, Alicante y Murcia (VALDISME); y La Rioja, Navarra, País Vasco, Burgos y Cantabria (BERALÁN), se analizará también la estructura de la oferta de publicaciones periódicas en estas provincias.

VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VII.1 MERCADOS DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS

VII.1.1. Características y Evolución

(82) La distribución de publicaciones periódicas presenta las siguientes características: periodicidad (diaria, semanal o mensual), inmediatez, caducidad, devolución de ejemplares no vendidos y gran número de puntos de venta (aproximadamente 24.000 en España). Debido a las características señaladas, las distribuidoras mayoristas especializadas en este sector deben contar con una infraestructura y un sistema de gestión específicos para alcanzar con garantía y eficacia todos los puntos de venta.

(83) Los costes de distribución son elevados y las economías de densidad, escala y alcance también son muy importantes, lo que unido a la crisis que atraviesa la edición de publicaciones periódicas, por la reducción de los ingresos de publicidad y de las ventas de publicaciones en papel[31], ha supuesto una importante caída de la facturación de las distribuidoras. La reducción generalizada de los ingresos y de los beneficios agregados de las distribuidoras en el año 2012 ha sido del […]% respecto del año anterior.

(84) Esta tendencia decreciente no parece que vaya a corregirse en los próximos años debido a la mayor penetración de la lectura de prensa *on-line*. La notificante señala[32] que durante el periodo (mayo 2011-octubre 2012) el número de lectores de los principales periódicos a través de internet es muy superior y dobla en muchos casos el número de lectores de diarios impresos. Así, la evolución de la penetración de las publicaciones periódicas es decreciente en formato papel y creciente en formato electrónico.

(85) Como consecuencia de la caída de las ventas de publicaciones en formato papel, se ha ido produciendo el cierre de puntos de venta tradicionales, que en los últimos siete años han disminuido un 20%. Aunque la mayoría de los puntos de venta tradicionales han diversificado su oferta, todavía sigue siendo la prensa su principal fuente de ingresos.

VII.1.2. Estructura de la Oferta

(86) Según los datos aportados por la notificante, la cuota global de las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ en el total de publicaciones distribuidas en el territorio nacional es del [20-30]%, aumentando esta cuota al [20-30]%si sólo se considera la prensa diaria, y cayendo al [10-20]% si sólo se tienen en cuenta revistas y coleccionables.

(87) Si se tienen en cuenta todas las distribuidoras en las que BOYACÁ tiene participaciones, aunque no ejerza el control sobre las mismas, la cuota asciende en el total de publicaciones distribuidas en el territorio nacional al [40-50]%,

[31] Según un estudio realizado en colaboración con la consultora OVERLAP (folios 619-692), en el periodo 2007-2011 la difusión de periódicos ha caído un 12% y la inversión en publicidad se ha reducido a la mitad. La reducción de la difusión de revistas es mayor (20%).

[32] Fuente: Resumen General de Resultados (sobre la medición de la audiencia en internet) elaborado por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación

siendo del [60-70]% si sólo se considera la prensa diaria, y del [10-20]% en revistas y coleccionables.

(88) El único operador de ámbito nacional significativo es SGEL, si bien el mismo está especializado en la distribución de revistas (con una cuota del [30-40]% a nivel nacional en este ámbito de revistas y coleccionables).

(89) Asimismo, debe tenerse en cuenta que una parte significativa de la cuota de mercado asignada a terceros distribuidores puede corresponder a las suscripciones gestionadas por los editores o a la distribución de publicaciones de periodicidad superior a la semanal.

(90) Los siguientes cuadros reflejan los ingresos y cuotas de mercado de BOYACÁ y de las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ tras la operación de concentración, en cada una de las provincias y/o regiones en las que desarrollan su actividad[33]. Se suministran también datos sobre ingresos y cuotas de mercado de VALDISME, MARINA y BERALÁN donde BOYACÁ dispondrá de un porcentaje elevado de acciones pero no ejercerá el control sobre dichas empresas.

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS*						
EMPRESAS	**2010**		**2011**		**2012**	
	Valor (mill.€)	**%**	**Valor (mill.€)**	**%**	**Valor (mill.€)**	**%**
DIMA**	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%
SGEL, Distrenews, Otros***	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%
Total Madrid	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
DISTRIMEDIOS	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[50-60]%
SGEL, Otros	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[40-50]%
Total Andalucía, Extremadura y C.Real	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CRONOS	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[50-60]%
Resto	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[40-50]%
Total Albacete, Cuenca y Toledo	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
PAPIRO	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[60-70]%
Resto	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[30-40]%
Total Valladolid., Salamanca, Zamora, Palencia y Segovia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
BOREAL (Galicia y León)	[…]	[20-30]%	[…]	[20-30]%	[…]	[20-30]%

[33] Según indica la notificante, los datos sobre el total del mercado se han obtenido del estudio elaborado por Conecta Research & Consulting para FANDE que ofrece datos hasta 2011 y se han asignado geográficamente tomando como base el Estudio de Distribución de prensa en España 2012 elaborado por SGEL. Las cifras únicamente expresan los ingresos por Comisiones, sin incluir "*forfait*", dato que no se publica por las distribuidoras. En todo caso, la notificante considera que esto no altera de forma sustancial las conclusiones del presente análisis. Se ha estimado una caída del […]% en la facturación para 2012. La facturación de las distribuidoras se ha obtenido de sus respectivos informes de gestión y cuentas anuales. Las cifras totales del mercado incluyen promociones y suscripciones.

Faro de Vigo, La Voz de Galicia, Otros	[…]	[70-80]%	[…]	[70-80]%	[…]	[70-80]%
Total Galicia y león	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CIRPRESS (Asturias)	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
La Nueva España, Otros	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
Total Asturias	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
VALDISME	[…]	[40-50]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
SGEL, Grupo Zeta, Otros	[…]	[50-60]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
Total Castellón, valencia, Alicante y Murcia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
MARINA	[…]	[20-30]%	[…]	[20-30]%	[…]	[20-30]%
SGEL, Logista, Grupo Zeta, Barnapress, Otros	[…]	[70-80]%	[…]	[70-80]%	[…]	[70-80]%
Total Barcelona	**[…]**	**100,00%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
BERALÁN	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[60-70]%
SGEL, Diario Navarra, Distripress, Otros	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[30-40]%
Total País vasco, Burgos, Navarra, Cantabria y La Rioja	**[…]**	**100,00%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
(Ávila) PREDASA****	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**

*Los datos reflejan únicamente la actividad regional/local para evitar la doble contabilización en aquellas empresas que también hacen distribución nacional (Cronodis de grupo CRONOS).
**DIMA comenzó a operar en marzo de 2010, por lo que los datos de ese año son estimaciones.
*** Incluye las ventas de suscripciones realizadas directamente por los grupos editoriales
****Como ya se ha indicado, PREDASA está controlada actualmente por BOYACÁ
Fuente: Notificación

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PRENSA*

EMPRESAS	2010		2011		2012	
	Valor (mill.€)	%	Valor (mill.€)	%	Valor (mill.€)	%
DIMA**	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
SGEL, Distrenews, Otros***	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
Total Madrid	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
DISTRIMEDIOS	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%	[…]	[70-80]%
SGEL, Otros	[…]	[20-30]%	[…]	[10-20]%	[…]	[20-30]%
Total Andalucía, Extremadura y C.Real	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CRONOS	[…]	[70-80]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
Resto	[…]	[20-30]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
Total Albacete, Cuenca y Toledo	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
PAPIRO	[…]	[70-80]%	[…]	[80-90]%	[…]	[90-100]%
Resto	[…]	[20-30]%	[…]	[10-20]%	[…]	[0-10]%
Total Valladolid., Salamanca, Zamora, Palencia y Segovia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**

BOREAL (Galicia y León)	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
Faro de Vigo, La Voz de Galicia, Otros	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
Total Galicia y león	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CIRPRESS (Asturias)	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%
La Nueva España, Otros	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%
Total Asturias	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
VALDISME	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
SGEL, Grupo Zeta, Otros	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
Total Castellón, valencia, Alicante y Murcia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
MARINA	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%
SGEL, Logista, Grupo Zeta, Barnapress, Otros	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%
Total Barcelona	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
BERALÁN	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%
SGEL, Diario Navarra, Distripress, Otros	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%
Total País vasco, Burgos, Navarra, Cantabria y La Rioja	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
Ávila (PREDASA)****	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**

*Los datos reflejan únicamente la actividad regional/local para evitar la doble contabilización en aquellas empresas que también hacen distribución nacional (Cronodis de grupo CRONOS).
**DIMA comenzó a operar en marzo de 2010, por lo que los datos de ese año son estimaciones.
*** Incluye las ventas de suscripciones realizadas directamente por los grupos editoriales
****Como ya se ha indicado, PREDASA está controlada actualmente por BOYACÁ
Fuente: Notificación

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE REVISTAS Y COLECCIONABLES*						
EMPRESAS	**2010**		**2011**		**2012**	
	Valor (mill.€)	**%**	**Valor (mill.€)**	**%**	**Valor (mill.€)**	**%**
DIMA**	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%
SGEL	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%
Madrid	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
DISTRIMEDIOS	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%	[…]	[30-40]%
SGEL	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%	[…]	[60-70]%
Total Andalucía, Extremadura y C.Real	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CRONOS	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%	[…]	[50-60]%
Resto	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%	[…]	[40-50]%
Total Albacete, Cuenca y Toledo	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
PAPIRO	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%
Resto	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%
Total Valladolid, Salamanca, Zamora, Palencia y Segovia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
BOREAL	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%	[…]	[10-20]%
SGEL, Logista, Otros	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%	[…]	[80-90]%
Total Galicia y León	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
CIRPRESS	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%
SGEL, Arbesú	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%
TotalAsturias	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
VALDISME	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%
SGEL, Logista, Grupo Zeta, Otros	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%
Total Castellón, Valencia, Alicante y Murcia	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
MARINA	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%
SGEL, Logista, Grupo Zeta, Barnapress, Otros	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%
Total Barcelona	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	
BERALÁN	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%	[…]	[0-10]%
SGEL, Diario Navarra, Distripress, Otros	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%	[…]	[90-100]%
Total País vasco, Burgos, Navarra, Cantabria y La Rioja	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**
Ávila (PREDASA)****	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**	**[…]**	**100%**

*Los datos reflejan únicamente la actividad regional/local para evitar la doble contabilización en aquellas empresas que también hacen distribución nacional (Cronodis de grupo CRONOS).
**DIMA comenzó a operar en marzo de 2010, por lo que los datos de ese año son estimaciones.
*** Incluye las ventas de suscripciones realizadas directamente por los grupos editoriales
****Como ya se ha indicado, PREDASA está controlada actualmente por BOYACÁ

Fuente: Notificación

(91) Como se desprende del cuadro anterior, la principal fuente de negocio de las distribuidoras sobre las que BOYACÁ pasará a ejercer el control procede de la prensa diaria [80-90]%, teniendo la distribución de revistas un peso menor [20-30]%.

(92) Se observa también que la mayoría de estas empresas tiene un peso muy importante en la distribución de prensa en el territorio en el que opera, debido fundamentalmente a que los grupos que participan y/o controlan estas distribuidoras son editores muy relevantes de prensa diaria. Únicamente en Galicia y León existen competidores con relevancia en la distribución de prensa diaria, debido a que BOREAL no distribuye dos diarios de gran difusión en estas provincias (El Faro de Vigo y La Voz de Galicia)

(93) Por el contrario, en el segmento de distribución de revistas, la posición de las empresas sobre las que BOYACÁ ejercerá el control tras la presente operación es poco significativa, a excepción de CRONOS. Entre los principales competidores en este mercado cabe mencionar a SGEL, que cuenta con redes de distribución propia en algunas provincias, mientras que en otras provincias utiliza las redes de distribución de terceros operadores, entre otras, algunas de las controladas por la entidad resultante.

(94) Una excepción es PREDASA, distribuidora controlada actualmente por BOYACÁ, que tiene el monopolio de la distribución local en Ávila, tanto en el segmento de revistas como de prensa diaria.

(95) Asimismo, la notificante indica que todas las distribuidoras controladas distribuyen suscripciones con la excepción de DIMA[34], sin que sea posible identificar el importe de la facturación correspondiente a las suscripciones dado que la venta de dichas suscripciones corresponde a los editores. Las distribuidoras únicamente cobran por la distribución y el transporte de dichas suscripciones. No obstante, BOYACÁ indica que el importe facturado por este concepto es poco significativo.

(96) Como ya se ha indicado, BOYACÁ también adquiere participaciones sin ejercer el control en otras empresas distribuidoras locales. De estas distribuidoras destacan VALDISME, MARINA PRESS y BERALÁN por el elevado porcentaje de participación que en ellas adquiere BOYACÁ. BERALÁN tiene prácticamente el monopolio de la distribución de prensa diaria en el País Vasco, Burgos, Navarra, Cantabria y La Rioja. Por su parte, MARINA tiene alrededor del [40-50]% en el área de Barcelona y VALDISME el [60-70]% en las provincias de Valencia, Castellón, Alicante y Murcia. Ninguna de estas tres empresas tiene una relevancia significativa en la distribución de revistas.

[34] En el caso de Madrid, existen dos empresas (Servicios Entregas y Manipulados (SEM), S.L., titularidad de Transportes Boyacá, y Entregas Urbanas, S.L.) que sí efectúan la compra en firme de la publicación o diario (venta propia), pero esta operativa en ningún caso alcanza un […]% del total de las suscripciones que venden los editores en dicho territorio.

VII.1.3. Estructura de la demanda

(97) En el caso de las publicaciones periódicas, los clientes de las empresas distribuidoras mayoristas suelen ser los grupos editoriales a quienes prestan servicio, aunque en algunos casos también prestan servicios a terceros distribuidores de ámbito nacional.

(98) El siguiente cuadro muestra el peso de los principales clientes de publicaciones periódicas (identificando el grupo al que pertenecen) en el volumen de negocio de las distribuidoras locales que serán controladas por BOYACÁ.

DESGLOSE POR CLIENTES DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS DISTRIBUIDORAS EN EL SEGMENTO DE PRENSA DIARIA						
EMPRESA	**[…]**	**[…]**	**[…]***	**[…]****	**[…]**	**TOTAL**
DIMA	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	[0-10]%	[10-20]%	100%
DISTRIMEDIOS	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	[0-10]%	[40-50]%	100%
DISTRITOLEDO (CRONOS)	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%	[10-20]%	[0-10]%	100%
ALDIPREN (CRONOS)	[20-30]%	-	[30-40]%	[10-20]%	[20-30]%	100%
DISTRICUEN (CRONOS)	[30-40]%	[10-20]%	[30-40]%	[0-10]%	[10-20]%	100%
PAPIRO	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%	[40-50]%	100%
BOREAL	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	[0-10]%	[20-30]%%	100%
CIRPRESS	[10-20]%	[30-40]%	[20-30]%	[0-10]%	[10-20]%	100%

*[…]

** […]

Fuente: Notificación

DESGLOSE POR CLIENTES DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS DISTRIBUIDORAS EN EL SEGMENTO DE REVISTAS							
EMPRESA	**[…]**	**[…]**	**[…]**	**[…]**	**[…][35]**	**[…]**	**TOTAL**
DIMA	[0-10]%	-	[30-40]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	100%
DISTRIMEDIOS	-	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[80-90]%	100%
DISTRITOLEDO (CRONOS)	-	[40-50]%	[20-30]%	[0-10]%	[0-10]%	[20-30]%	100%
ALDIPREN (CRONOS)	-	[40-50]%	[20-30]%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	100%
DISTRICUEN (CRONOS)	-	[40-50]%	[10-20]%	[0-10]%	-	[20-30]%	100%
PAPIRO	-	-	-	-	[0-10]%	[90-100]%**	100%

[35] […]

BOREAL	[0-10]%	-	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	[30-40]%	100%
CIRPRESS	[0-10]%	-	-	-	[90-100]%	[0-10]%	100%

*[…]**Trecedis [10-20]%

Fuente: Notificación

(99) PREDASA tiene el monopolio de la distribución de revistas y periódicos en Ávila, siendo sus principales proveedores:

EMPRESA	[…]	[…]	[…]	[…]	TOTAL
PREDASA	[50-60]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	100%

Fuente: Notificación

(100) De acuerdo con los datos suministrados por la notificante, las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ a raíz de esta operación de concentración se nutren fundamentalmente de diarios de sus socios, aunque también distribuyen periódicos de otros editores. En concreto, más del [50-60]% de la prensa distribuida por BOREAL, DIMA y dos distribuidoras de Grupo CRONOS procede de los editores socios que venden sus participaciones a BOYACÁ y en el caso de CIRPRESS, DISTRIMEDIOS y PAPIRO este porcentaje disminuye aunque continúa siendo importante (35-45%). Asimismo, hay que tener en cuenta que PRISA y UNEDISA son dos de los grupos editores de prensa más importantes del país.

(101) Por el contrario, en la distribución mayorista de revistas los proveedores de las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ están más atomizados y suelen ser empresas de grupos ajenos a los socios actuales. Destaca, no obstante, la concentración del suministro de revistas en CIRPRESS (Asturias) donde prácticamente el único proveedor es […] distribuidora nacional de revistas que será controlada por BOYACÁ tras la operación de concentración, a través de las participaciones minoritarias que las distribuidoras adquiridas tienen en la citada empresa. Son importantes también los suministros de revistas realizados por […] a DIMA (Madrid) y Boreal (Galicia y León). En estos territorios (Asturias, Madrid, Galicia y León) las distribuidoras adquiridas no tienen una representación muy importante en el mercado de distribución de revistas.

(102) Por otro lado, hay que tener en cuenta que si bien los puntos de venta son proveedores de servicios de distribución minorista para los distribuidores mayoristas, en la práctica los puntos de venta actúan como “cuasi-clientes” de los distribuidores mayoristas regionales que cuentan con una red propia en la provincia en que se sitúa cada punto de venta, como consecuencia de la dependencia que estos puntos de venta tienen del distribuidor mayorista para seguir desarrollando su actividad.

VII.2. MERCADO DE TRANSPORTE NACIONAL DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS

VII.2.1. Estructura de la Oferta

(103) El siguiente cuadro refleja la estructura de la oferta en el servicio de transporte nacional de publicaciones periódicas.

TRANSPORTE NACIONAL DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS 2011		
	Nº Ejemplares	**%**
Prensa diaria	**[…]**	**100%**
Boyacá	[…]	[20-30]%
Resto	[…]	[70-80]%
Revistas	**[…]**	**100%**
Boyacá	[…]	[20-30]%
Resto	[…]	[70-80]%
Diarios Gratuitos	**[…]**	**100%**
Boyacá	[…]	[30-40]%
Resto	[…]	[60-70]%
Resto Publicaciones (incluye suplementos de diarios)	**[…]**	**100%**
Boyacá	[…]	[20-30]%
Resto	[…]	[70-80]%
Total Publicaciones	**[…]**	**100%**
Boyacá	[…]	[20-30]%
Resto	[…]	[70-80]%

Fuente: Estimaciones de la notificante sobre la base de datos ofrecidos por OJD y PGD

(104) La tabla anterior incluye datos de transporte nacional entendido como el que se realiza desde el centro de impresión a la distribuidora local (punto a punto) de todo tipo de diarios incluidos los de cobertura regional, cuyo transporte probablemente sea realizado por los mismos transportistas locales que prestan servicio a las distribuidoras locales, dado que las distancias a recorrer en estos casos suelen ser escasas. Dado que BOYACÁ transporta fundamentalmente diarios de cobertura nacional, las cuotas de BOYACÁ que se reflejan en la anterior tabla serían notablemente superiores si se tuviera en cuenta únicamente el transporte nacional interregional.

(105) Los competidores más importantes son SGEL especializada en revistas y CORREOS que transporta diarios y revistas.

VII.2.2. Estructura de la Demanda

(106) Los principales clientes de BOYACÁ son editores de publicaciones periódicas que proporcionan, como ya se ha indicado, el […]% de sus ingresos y en el segmento de prensa diaria las publicaciones de […] representan el 50%. Es

también importante […] como cliente en el segmento de revistas, debido fundamentalmente a […].

(107) Los principales clientes de BOYACÁ en el transporte nacional de publicaciones periódicas se reflejan en las siguientes tablas.

Transporte Ligero (Prensa)						
[…] *	[…]**	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%

*[…].
** […]
Fuente: Notificación

Transporte Pesado (Revistas y otras publicaciones)						
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[0-10]%	[20-30]%	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[30-40]%

Fuente: Notificación

VII.3. FIJACIÓN DE PRECIOS Y SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

(108) Los servicios de distribución mayorista de mercancías se prestan en cuatro fases diferenciadas: (i) preparación de la mercancía en los almacenes de origen; (ii) transporte a almacenes; (iii) separación de la mercancía en función de su cliente y destino; y (iv) entrega a los destinatarios finales.

(109) Los canales y redes de distribución de los servicios logísticos son diversos en función del tipo de producto.

(110) Si se atiende al segmento de publicaciones periódicas, el sistema de distribución se articula en torno a cuatro tipos de agentes económicos: empresas editoras, distribuidores-transportistas nacionales, distribuidores locales y puntos de venta.

(111) Por norma general los grupos editoriales proveen del material a las distribuidoras y fijan el precio de venta al público de las publicaciones. Las distribuidoras reciben la mercancía en concepto de depósito, de manera que los puntos de venta a los que se distribuye el producto podrán devolver los ejemplares no vendidos dentro de unos plazos establecidos.

(112) Los grupos editoriales determinan asimismo los objetivos comerciales: la tirada, las previsiones de venta, los objetivos de devolución, etc. Las distribuidoras, teniendo en cuenta los objetivos fijados, suministran la mercancía a cada punto de venta del área geográfica en la que operan, conjugando los objetivos editoriales con la demanda de los mencionados puntos de venta.

(113) Los canales de distribución de las publicaciones periódicas son muy variados debido a la necesidad de conseguir la máxima accesibilidad del público a las

publicaciones: quioscos, papelerías, librerías, estaciones de servicio, etc. La notificante estima que el total de puntos de venta existentes en España es de alrededor 24.000 y de ellos 14.000 tienen como actividad fundamental la venta de publicaciones.

(114) El editor fija también el precio de venta al público y un margen global o comisión (% sobre el precio de venta al público deducido el IVA de los ejemplares efectivamente vendidos) que se reparte entre el distribuidor y el punto de venta.

(115) La remuneración de las distribuidoras se compone habitualmente de dos elementos:

- Coste fijo denominado "forfait" que se corresponde con los costes incurridos por la empresa distribuidora y que se calcula por rutas diarias.
- Comisión calculada como un porcentaje del precio de venta al público sobre las unidades efectivamente vendidas. Este margen se distribuye entre los agentes que intervienen en la cadena del proceso (distribuidor, punto de venta).

(116) Adicionalmente, la distribuidora puede cobrar por los costes incurridos en caso de realizar actividades que exceden de la operativa habitual (entrega de material de promoción por parte del editor, repartos especiales como consecuencia de retrasos en la rotativa, etc.).

(117) La remuneración de las distribuidoras resulta de una combinación de los elementos anteriormente mencionados.

(118) La remuneración del punto de venta resulta de la cesión de una parte de la comisión cobrada por las distribuidoras y su porcentaje de cara al futuro se ha establecido mediante un acuerdo entre BOYACÁ y los editores vendedores, tal como consta en los contratos de distribución exclusiva. Las distribuidoras fijan los costes a los que deberán hacer frente los puntos de venta (portes, gastos de apertura, y fianzas y/o avales) pudiendo existir variaciones en los importes cobrados por estos conceptos en función de la tipología del punto de venta o de su pertenencia a una asociación sectorial, etc.

VII.4. COMPETENCIA POTENCIAL Y BARRERAS A LA ENTRADA

(119) En el análisis efectuado por esta Dirección de Investigación en el precedente C/0119/08 sobre la distribución mayorista de publicaciones periódicas, destacó la existencia de importantes barreras a la entrada, especialmente en la distribución de prensa diaria, debido a la dificultad a la que se enfrentarían potenciales competidores a la hora de conseguir un volumen de suministro de periódicos lo suficientemente elevado como para hacer rentable el negocio, ya que los principales editores de prensa distribuyen sus productos a través de empresas de su propio grupo o de empresas en las que poseen participaciones importantes.

(120) Todo ello en un contexto en el que la distribución de prensa diaria se enfrenta a elevadas economías de densidad, escala y alcance, en el que los horarios y las

exigencias de inmediatez en la distribución exigen disponer de un número significativo de repartidores.

(121) En este contexto, hay que tener en cuenta que en los últimos tres años no ha accedido ninguna empresa al mercado de distribución mayorista (servicios logísticos) de publicaciones periódicas en España.

(122) Con la presente operación de concentración desaparecen los lazos estructurales que existían entre los principales editores de publicaciones periódicas y las distribuidoras mayoristas, por lo que en principio se elimina, para los territorios afectados por la operación, el principal obstáculo para presentes y potenciales competidores para acceder a publicaciones de editores importantes.

(123) Sin embargo, como se ha puesto de manifiesto anteriormente, los vínculos existentes entre dos de los editores de prensa más importantes y las distribuidoras adquiridas permanecen a través de los contratos de distribución exclusiva. Ello implica que durante este periodo, BOYACÁ copará en los territorios en los que operan las empresas adquiridas la mayor parte de la distribución de publicaciones periódicas, especialmente de prensa diaria, lo que sitúa a esta empresa en posición de ventaja frente a otras distribuidoras de publicaciones periódicas y frente a distribuidoras de otros productos, que tendrán mayores dificultades para diversificar su negocio e incluir entre las mercancías distribuidas las publicaciones periódicas, en la medida en que una parte importante de estas publicaciones serán distribuidas exclusivamente por las empresas controladas por BOYACÁ.

VII.5. EFICIENCIAS

(124) Según la notificante, la operación de concentración generará ahorros de costes mediante la optimización de la actividad de distribución de publicaciones periódicas y permitirá, a su vez, incrementar los ingresos de este negocio mediante la ampliación de los tipos de productos que serán distribuidos.

(125) La notificante ha presentado un plan de negocio que partiendo de la situación actual[36] de las distribuidoras afectadas por la operación, compara la evolución estimada de sus cuentas de resultados hasta el año 2016 en dos escenarios: (i) en ausencia de la operación de concentración y (ii) en el supuesto de que se ejecute la operación de concentración.

(126) Según se indica en el plan de negocio citado, todas las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ tienen en el año 2011 resultados después de impuestos positivos (excepto […] que presenta importantes pérdidas[37]). En el año 2012 la situación de […] mejora aunque las pérdidas siguen siendo significativas y se refleja un deterioro importante del resto de empresas con una caída agregada en el nivel de ingresos y de resultados después de impuestos del […]% respecto del

[36] Se incluyen los datos de ingresos, costes y resultados de los años 2011 y 2012.

[37] […].

año anterior, si bien todas las empresas (excepto […] y […]) consiguen mantener resultados de explotación y resultados después de impuestos positivos

(127) Partiendo de una serie de hipótesis sobre el descenso en las ventas de publicaciones y otros ingresos menos relevantes, según este plan de negocio, las empresas afectadas tendrán resultados de explotación negativos a partir de […] y las pérdidas en las que incurrirán irán aumentando hasta el año […][38] en ausencia de la operación de concentración.

(128) En el plan de negocio presentado por la notificante, los ahorros de costes, eficiencias y sinergias generadas por la operación han llevado a un escenario en el que se prevén resultados positivos a partir de […] para el conjunto de las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ[39].

(129) En concreto se prevén ahorros de costes de transporte ([…]),ahorros en costes de personal […], eliminación de duplicidades, la obtención de mejores condiciones en la compra de servicios y suministros a través de una mayor estructura corporativa, captación de nuevas cabeceras de editores locales, inclusión y refuerzo de otros productos comerciales que se distribuirán junto a las publicaciones etc.

(130) Este plan de negocio estima que […].

(131) Con los datos señalados, la notificante considera que la operación de concentración es la única forma de evitar el continuo deterioro económico de las empresas adquiridas en un sector maduro y en declive y, por consiguiente, el cierre de puntos de venta.

VIII. VALORACIÓN

(132) La operación de concentración supone la adquisición por BOYACÁ del control de una serie de empresas distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas de carácter regional. A través de estas empresas BOYACÁ pasará también a controlar una distribuidora de revistas y adquirirá una importante participación (sin ejercer el control) en una distribuidora de productos no editoriales, operando ambas a nivel nacional. A su vez, BOYACÁ adquiere participaciones importantes (no de control) en otras ocho distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas.

(133) La mayoría de las empresas adquiridas por BOYACÁ tienen cuotas muy importantes en los mercados de distribución de publicaciones periódicas, especialmente de prensa diaria, en los territorios en los que actúan.

(134) BOYACÁ es un operador de transporte cuya principal fuente de ingresos procede del transporte de publicaciones periódicas y únicamente está presente como distribuidor de publicaciones periódicas en la provincia de Ávila.

[38] […].
[39] […].

(135) La operación de concentración no supone un solapamiento geográfico entre las actividades de las partes, aunque sí se produce una pérdida de competencia potencial entre las distribuidoras geográficamente cercanas.

(136) Adicionalmente, se genera una integración vertical entre las dos fases de la cadena de distribución (el transporte nacional y la logística - transporte local).

(137) A ello se añade que BOYACÁ tiene una presencia muy relevante en el transporte nacional de publicaciones periódicas, especialmente de diarios de cobertura nacional, y que a raíz de la operación controlará y participará de forma importante en muchas de las principales distribuidoras regionales del país. Ello otorga a BOYACÁ una posición privilegiada de cara a la distribución-transporte de publicaciones periódicas, frente a otros transportistas y distribuidores.

(138) Asimismo, aunque la operación implique la desaparición del vínculo accionarial editor-distribuidor y una desintegración vertical en este ámbito, la situación de dependencia que se crea entre los editores vendedores y BOYACÁ a través de los contratos de distribución exclusiva, constituye una barrera a la entrada similar a la existente en la actualidad a través de los vínculos accionariales. De esta manera, estos acuerdos de distribución exclusiva podrían generar efectos restrictivos de la competencia desde la óptica del artículo 1 de la LDC, que podrían no estar amparados por las supuestas eficiencias derivadas de estos acuerdos.

(139) El hecho de que no exista un solapamiento territorial entre la mayoría de las distribuidoras adquiridas, especialmente en el ámbito de la prensa diaria, no significa que la operación no sea susceptible de producir efectos horizontales restrictivos sobre la competencia en los mercados de distribución de publicaciones periódicas, especialmente el de prensa diaria.

(140) En este sentido, el poder de mercado de BOYACÁ será incluso mayor que el ejercido por las distribuidoras adquiridas en sus territorios respectivos, desde el momento en que un único operador a nivel nacional controlará dichas distribuidoras, muchas de las cuales antes no estaban previamente controladas por ningún operador, lo que hacía que los accionistas socios de las mismas se disciplinaran entre ellos a la hora de adoptar decisiones relacionadas con la contratación de la distribución de sus publicaciones o de editores terceros, o a la hora de regular las relaciones de la distribuidora con los puntos de venta.

(141) Una vez ejecutada la operación de concentración notificada, BOYACÁ ejercerá el control sobre las principales distribuidoras de prensa diaria en muchas de las provincias de España, en las que no existen otras alternativas significativas para la distribución de este tipo de publicaciones. En algunas de estas provincias, la entidad resultante es también el único distribuidor significativo de revistas y coleccionables, con el que contratan terceros operadores nacionales especializados en la distribución de revistas, como SGEL, lo que podría limitar la presión competitiva que estos operadores puedan ejercer a nivel nacional sobre la entidad resultante.

(142) Además, en muchas otras provincias la entidad resultante tendrá participaciones significativas en las principales distribuidoras de prensa diaria existentes.

(143) A lo anterior hay que añadir el efecto de los contratos de distribución exclusiva firmados por los vendedores, grupo PRISA y grupo UNEDISA, que se han comprometido a que, durante un plazo que de facto puede llegar […], BOYACÁ canalice o intermedie toda la distribución nacional de las publicaciones periódicas actuales o futuras de estos grupos editoriales, que se sitúan entre los principales existentes en España.

(144) De esta manera, BOYACÁ agrupa y se asegura una parte muy importante de la demanda de servicios de distribución de publicaciones periódicas, lo que dificulta la posibilidad de que terceros competidores puedan adquirir las economías de densidad, escala y alcance necesarias para competir con BOYACÁ en la distribución de prensa diaria, ya sea a nivel nacional o en las provincias donde ésta actúe directamente.

(145) Por ello, la posición negociadora de terceros editores de publicaciones periódicas de ámbito nacional, especialmente prensa diaria, frente a la entidad resultante se deteriora como consecuencia de la operación de concentración, pues se verán obligados a negociar con un único operador, que controla una parte significativa de la oferta y la demanda de servicios de distribución de publicaciones periódicas, especialmente de prensa diaria.

(146) En lo que se refiere a las relaciones con los puntos de venta, el poder negociador de la entidad resultante se puede incrementar, en la medida que puede tener menores incentivos que los grupos editoriales a mantener la red de puntos de venta existente, ya que su estrategia de negocio podría estar menos ligada a maximizar la capilaridad de los puntos de venta. Asimismo, en aquellas distribuidoras en las que existen mayorías cambiantes en el capital social antes de la operación de concentración, la unificación en BOYACÁ del poder decisor podría facilitar el endurecimiento de las condiciones aplicadas a los puntos de venta como vía para incrementar sus márgenes.

(147) Asimismo, los compromisos contractuales asumidos por BOYACÁ frente a los vendedores en relación con los puntos de venta no necesariamente serán suficientes para disciplinar la actuación de BOYACÁ, en la medida que los mismos no son exigibles por los puntos de venta, y los vendedores pueden no tener los suficientes incentivos para garantizar su cumplimiento estricto, dada la dependencia que tendrán en relación con la entidad resultante.

(148) En lo que respecta a las eficiencias alegadas por la notificante en relación con la operación de concentración y los contratos de distribución exclusiva con los vendedores, esta Dirección de Investigación estima que la notificante no las ha concretado ni cuantificado lo suficiente como para que puedan ser tenidas en cuenta en este momento de la tramitación del expediente de referencia.

(149) En este sentido, algunos de los argumentos planteados son demasiado genéricos e indeterminados como para ser considerados eficiencias. En muchos otros

casos, las eficiencias planteadas podrían obtenerse sin la operación de concentración (i.e. […]) o podrían derivar de un ejercicio de poder de mercado (márgenes frente a editores y puntos de venta).

(150) En lo que se refiere a las eficiencias directamente atribuibles a la operación de concentración, que derivarían de la reducción de los servicios centrales, la notificante no ha cuantificado suficientemente el peso de los costes asociados a estos servicios centrales ni la cuantía de los ahorros que se podrían producir en los mismos con la operación de concentración.

(151) Además, dada la estructura actual de los mercados considerados, no hay garantías suficientes de que las supuestas eficiencias económicas derivadas de la operación de concentración vayan a trasladarse a los consumidores finales, al no existir presiones competitivas suficientes sobre la entidad resultante en los mercados de distribución de publicaciones periódicas, especialmente en el segmento de prensa diaria.

(152) En este sentido, el traslado de las eficiencias a los consumidores es uno de los criterios que exige la práctica de las autoridades nacionales[40] y comunitarias[41] de competencia para tener en cuenta las eficiencias de cara a la autorización de una operación de concentración que pueda generar obstáculos para la competencia efectiva.

(153) Por lo que respecta a la crisis estructural del sector editorial alegada por la notificante, esta Dirección de Investigación estima que la misma debe ser tenida en cuenta de cara a un análisis en profundidad de los efectos de la operación de concentración notificada, si bien por sí misma no basta para evitar o compensar los posibles efectos perjudiciales para la competencia efectiva que podrían derivar de dicha operación de concentración.

(154) En conclusión, teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, y en concreto la estructura de los mercados de distribución de publicaciones periódicas tras la operación de concentración, los acuerdos de distribución exclusiva de BOYACÁ con los vendedores, y la integración vertical de la entidad resultante, esta Dirección de Investigación estima que es necesario realizar un análisis en profundidad de los mercados analizados, de las eficiencias que puedan derivarse de la operación de concentración y de los mecanismos que pudieran, en su caso, adoptarse para evitar o minimizar los perjuicios que para los editores y puntos de venta pudieran producirse.

---

40 Ver el artículo 10.1h) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

41 Ver párrafos 79 y siguientes de la Comunicación de la Comisión Europea de Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas

IX. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, se propone **acordar iniciar la segunda fase del procedimiento,** en aplicación del artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, en la medida que la operación puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados.