

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1229/21 COMERCIA / ACTIVOS DE CAIXABANK

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 7 de septiembre de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en el paso de control exclusivo del negocio de terminales de pago en puntos de venta (TPVs) de BANKIA, S.A. (actualmente titularidad de CAIXABANK, S.A.¹) a control conjunto a través de COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, E.P., S.L. (en adelante, COMERCIA), por una *joint venture* de plenas funciones controlada por CAIXABANK y GLOBAL PAYMENTS, Inc.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por COMERCIA según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 7 de octubre de 2021, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (4) La operación consiste en el paso de control exclusivo del negocio de terminales de pago en puntos de venta (TPVs) de BANKIA, S.A. (actualmente titularidad de CAIXABANK, S.A.) a control conjunto a través de COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, E.P., S.L. (en adelante, COMERCIA), una *joint venture* de plenas funciones controlada por CAIXABANK y GLOBAL PAYMENTS, Inc., que entraría con esta operación a la estructura de control.
- (5) La operación se articula a través de un contrato de compraventa (CCV), firmado el 8 de julio de 2021. Los contratos y elementos que integran el negocio de TPVs de BANKIA constituyen una unidad económica autónoma que será explotada por COMERCIA de forma independiente de CAIXABANK.

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

- (6) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.
- (7) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el

¹ Tras la fusión C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

control de las concentraciones entre empresas, puesto que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento.

- (8) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.
- (9) Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de la autoridad de competencia de España, según la condición suspensiva de la cláusula 7 del CCV.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. ADQUIRENTE

COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, E.P., S.L. (COMERCIA)

- (10) **COMERCIA** es una *joint venture* de plenas funciones fundada en diciembre de 2010 por CAIXABANK y GLOBAL PAYMENTS, Inc., con el objeto de gestionar y desarrollar el negocio de TPVs de la primera².
- (11) Actualmente, está controlada conjuntamente por CAIXABANK, a través de su filial 100% participada CAIXABANK, Payment & Consumer, E.F.C., E.P., S.A.U. (CPC), que ostenta la titularidad del [CONFIDENCIAL]% del capital social de COMERCIA (control negativo)³; y por GLOBAL PAYMENTS, que ostenta indirectamente el [CONFIDENCIAL]% del capital social restante a través de su filial Sabrir Invest, S.L.U. (Global HoldCo)⁴.
- (12) COMERCIA se dedica a la prestación de servicios de adquirencia a CAIXABANK⁵, es decir, gestión de pagos derivados de operaciones de compra realizadas con tarjetas en España, y no opera ni tiene previsto operar los TPVs de otra entidad distinta a CAIXABANK⁶.

² En dicho momento, CAIXABANK transfirió a la nueva sociedad los activos correspondientes a su negocio de TPVs y Global Payments adquirió el [CONFIDENCIAL]% del capital de COMERCIA, reteniendo CAIXABANK el [CONFIDENCIAL]% del capital social restante.

³ En 2020, CAIXABANK vendió parte de sus participaciones en COMERCIA, de manera que Global Payments pasó a tener el [CONFIDENCIAL]% del capital social de COMERCIA y CAIXABANK el [CONFIDENCIAL]% restante. Dado que CAIXABANK mantuvo derechos de veto en cuestiones de carácter estratégico, la venta de 2020 no alteró la estructura de control conjunto de COMERCIA.

⁴ El Consejo de Administración de la JV está formado por [CONFIDENCIAL] consejeros. Global Payments tiene derecho a nombrar a [CONFIDENCIAL] consejeros, [CONFIDENCIAL]. Por su parte, CAIXABANK tiene derecho a nombrar a [CONFIDENCIAL] consejeros, [CONFIDENCIAL]. El Acuerdo de Socios de 2010 entre CAIXABANK y Global Payments establece una lista de materias que requieren el consentimiento por escrito de todos los socios o el voto a favor de [CONFIDENCIAL] que afectan a cuestiones estratégicas como el nombramiento del personal directivo y el plan de negocios de COMERCIA. Por tanto, cada una de las entidades matrices de COMERCIA tiene la posibilidad de ejercer derechos de veto sobre las decisiones estratégicas de la JV.

⁵ Los servicios concretos que COMERCIA presta a CAIXABANK son: (i) poner a disposición de los comerciantes los TPVs físicos y virtuales que permiten que los clientes realicen compras con tarjeta en los comercios; (ii) realizar las operaciones técnicas y financieras necesarias para procesar el pago y obtener los fondos de la entidad emisora de la tarjeta; (iii) transferir las cantidades pagadas por los clientes a las cuentas de los comerciantes; y (iv) prestar servicios conexos o auxiliares (análisis de los pagos, servicio multidivisa, etc.).

⁶ Actualmente, el parque de TPVs físicos de COMERCIA está integrado [CONFIDENCIAL].

Esta filial se dedica a la financiación a largo plazo de tecnologías, vehículos y bienes de equipo. Mediante esta solución de financiación, CAIXABANK Equipment Finance adquiere el TPV al fabricante o vendedor y luego lo arrienda a COMERCIA mediante un acuerdo financiero. COMERCIA, a su vez, pone a disposición del comerciante el TPV en cuestión como parte de los servicios de adquirencia prestados al mismo.

- (13) Para poder desarrollar su actividad, COMERCIA necesita alcanzar una serie de acuerdos o contratos con: (i) entidades de procesamiento (COMERCIA y CAIXABANK-negocio de TPVs de BANKIA tienen contratada la prestación de servicios de procesamiento de adquisición con Redsys); (ii) sistemas de pago (Visa y MasterCard); y (iii) proveedores de TPV (como [CONFIDENCIAL]). Además, COMERCIA también puede prestar a través de sus propios medios (o contratarlos con terceros) servicios conexos o auxiliares a los TPVs (servicios multidivisa, tecnología *contactless*, *taxfree*, multidivisa, pago fraccionado, firma digital, propinas, gestión de tarjetas, servicio anti-fraude y *commerce analytics* ...).
- (14) Como contraprestación por el uso del TPV físico y/o virtual y de los servicios de adquisición de COMERCIA⁷, los comerciantes asumen una comisión de mantenimiento del TPV ([CONFIDENCIAL])⁸ y/o una tasa de descuento (que es la remuneración global percibida por la entidad adquirente por la prestación al establecimiento del servicio de adquisición)⁹.
- (15) COMERCIA no tiene ninguna filial que opere en alguno de los mercados relevantes¹⁰.
- (16) **GLOBAL PAYMENTS**, Inc., matriz de COMERCIA, opera además en tarjetas prepago, a través de Global Payments Moneytopay, E.D.E., S.L. (MoneyToPay)¹¹, *joint venture* también con CAIXABANK, y en la promoción de proyectos de I+D relacionados con los medios de pago en España, a través de Payment Innovation HUB. Además, en el Espacio Económico Europeo (EEE), está presente en diversos mercados conexos, en particular en Servicios de adquisición, servicios de procesamiento de pagos, software para el procesamiento de pagos con tarjeta y emisión de tarjetas¹².

⁷ El servicio multidivisa o DCC es el único servicio auxiliar que genera un concepto de pago distinto a la comisión de mantenimiento y a la tasa de descuento. Dicho pago consiste en la aplicación de un porcentaje adicional sobre el importe de la compra.

⁸ [CONFIDENCIAL].

⁹ La tasa de descuento varía en función de la facturación mensual del comerciante y del tipo de tarjeta empleada por el cliente del establecimiento para realizar el pago.

¹⁰ La notificante ha informado, en aras de la exhaustividad, de que en 2018 COMERCIA adquirió el negocio de procesamiento de pagos con tarjeta en los comercios (negocio de adquisición o *merchant acquiring*) a Banco BPI, S.A. en Portugal y, con objeto de su gestión, constituyó un establecimiento permanente en Portugal bajo la denominación COMERCIA Global Payments entidad de pago S.L.

¹¹ CAIXABANK tenía una participación indirecta del [CONFIDENCIAL]% en el capital social de CAIXABANK Electronic Money E.D.E., S.L. a través de sus filiales CPC y Banco BPI (siendo EBB Beteiligungen GmbH, Erste, propietario del [CONFIDENCIAL]% restante). En 2020 CAIXABANK, Erste, Banco BPI y Global Payments firmaron un Contrato de Compraventa por el que Global Payments adquirió un [CONFIDENCIAL]% de las participaciones de la sociedad, reteniendo CAIXABANK el [CONFIDENCIAL]% restante (M.9775 Global Payments/CAIXABANK/MoneyToPay) y CAIXABANK Electronic Money E.D.E., S.L. pasó a llamarse Global Payments Moneytopay, E.D.E., S.L. (MoneyToPay). MoneyToPay emite tarjetas de prepago, pero COMERCIA no.

¹² Servicios de adquisición (TPVs físicos y/o virtuales): en diversos países europeos, incluido España, a través de COMERCIA; y en otros países europeos por medio de una *joint venture* con Erste Group Bank AG.

Servicios de procesamiento de pagos (para entidades adquirentes y emisoras): generalmente, Global Payments no presta servicios de procesamiento de adquisición en el EEE a entidades adquirentes terceras que no formen parte del grupo, y en cuanto al lado del emisor, GLOBAL PAYMENTS ofrece servicios de procesamiento de emisión a través de Total System Services, Inc. (TSYS) en diversos países, fundamentalmente europeos, incluido España.

Software para el procesamiento de pagos con tarjeta (de adquisición y de emisión): cuenta con licenciarios emisores en diversos países europeos; y concede licencias de software a entidades adquirentes en diversos países europeos.

- (17) GLOBAL PAYMENTS, Inc. es una sociedad constituida bajo las leyes del estado de Georgia (Estados Unidos) que cotiza en la Bolsa de Nueva York (NYSE). Ninguna persona física posee más del 1% de las acciones ordinarias de Global Payments. Todos los accionistas que tienen más del 1% de sus acciones son accionistas institucionales y fondos¹³.
- (18) **CAIXABANK**, es un banco universal que opera en el sector de la banca, los seguros y en actividades conexas. Además de controlar (conjuntamente) COMERCIA, tiene participaciones en otras sociedades que operan en los mercados de procesamiento, sistemas y medios de pagos y/o emisión de tarjetas (la mayoría de ellas de no control)¹⁴.
- (19) Según la notificante, el volumen de negocios de COMERCIA en España en 2020, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de **> 60 millones de euros**¹⁵.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE COMERCIA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
> 2.500	> 250	> 60

IV.2 ADQUIRIDA: NEGOCIO DE TPVs DE BANKIA

- (20) Tras la fusión entre CAIXABANK y BANKIA, CAIXABANK pasó a ser titular del negocio de BANKIA de servicios de gestión de pagos derivados de operaciones de compra realizadas con tarjetas (el denominado “*negocio de TPVs de BANKIA*”). El negocio de TPVs de BANKIA que será objeto de transmisión está integrado por: (i) los contratos de adquirencia suscritos por BANKIA con comerciantes¹⁶; y (ii) los elementos del negocio de adquirencia (consistentes en una serie de acuerdos o contratos firmados por BANKIA - cedidos a CAIXABANK post-fusión- con entidades de procesamiento, sistemas de pago y proveedores de TPV físico/virtual¹⁷ y de otros servicios conexas o auxiliares; y [CONFIDENCIAL] trabajadores de la plantilla de

Emisión de tarjetas: GLOBAL PAYMENTS realiza algunas actividades de emisión de tarjetas en el EEE a través de Global Payments Europe, s.r.o. y presta servicios de emisión de tarjetas a través de MoneyToPay, en España, Portugal y Austria.

¹³ [CONFIDENCIAL]

¹⁴ Payment Innovation HUB, S.A.: [CONFIDENCIAL] con una participación de CAIXABANK del [CONFIDENCIAL]%; Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A. (STMP): [CONFIDENCIAL]%; Servired, Sociedad Española de Medios de Pago, S.A.: [CONFIDENCIAL]%; Redsys Servicios de Procesamiento, S.L.: [CONFIDENCIAL]%; Global Payments Moneytopay, E.D.E., S.L. (MoneyToPay): [CONFIDENCIAL] con una participación de CAIXABANK del [CONFIDENCIAL]%; E6K servicios de valor añadido, S.L. (Euro6000): [CONFIDENCIAL]%; Sociedad Española de Sistemas de Pago, S.A. (Iberpay): [CONFIDENCIAL]%; Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum): [CONFIDENCIAL]%;

¹⁵ Se ha asignado la facturación de CAIXABANK y GLOBAL PAYMENTS a COMERCIA en tanto que son las entidades que controlan a COMERCIA.

¹⁶ El servicio que presta BANKIA como entidad adquirente (el servicio de adquirencia) incluye una cadena de operaciones que van desde el inicio de una operación de pago con tarjeta hasta la transferencia de los fondos a la cuenta de pago del comerciante, incluyendo la instalación y mantenimiento del TPV físico o virtual, el procesamiento de las operaciones con tarjeta realizadas en el TPV y la garantía de pago de los bienes o servicios adquiridos en el establecimiento comercial o en la tienda *online* mediante el uso de tarjeta.

¹⁷ El parque de TPVs que integran el negocio de TPVs de BANKIA está formado por terminales [CONFIDENCIAL].

CAIXABANK adscritos en su totalidad al negocio de adquirencia que se transmitirá a COMERCIA).

- (21) Según la notificante, el volumen de negocios de negocio de TPVs de BANKIA en España en 2020, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de [**<60**] millones de euros¹⁸.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BANKIA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[<60]

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercados de producto

- (22) El mercado relevante de esta operación sería el mercado nacional de TPVs, dado que es el único donde se produce un solapamiento horizontal entre las actividades de COMERCIA y el negocio de TPVs de BANKIA.
- (23) También serían mercados relevantes verticalmente relacionados los mercados, aguas abajo, de banca minorista y banca corporativa a nivel nacional, derivados de la presencia de CAIXABANK en estos mercados. La presencia de GLOBAL PAYMENTS en procesamiento de pagos no llevaría a solapamiento vertical con el negocio adquirido, porque los servicios de procesamiento de pagos ofrecidos por GLOBAL PAYMENTS dirigidos a adquirentes/operadores de TPVs no se ofrecen en España¹⁹.

Mercado horizontalmente relacionado: mercado de adquirencia (TPVs)

- (24) Los precedentes nacionales²⁰ y comunitarios²¹ vienen considerando los segmentos de emisión de tarjetas, TPVs y cajeros como subsegmentos que se englobarían dentro del mercado de banca minorista. No obstante, también hay precedentes en los que alguno de estos segmentos se ha analizado como un mercado independiente del mercado de banca minorista²²; es el caso de la emisión de tarjetas, bien de crédito, bien de débito (incluso *revolving*) o los

¹⁸ La cifra del volumen de negocios se ha calculado sumando el total de comisiones (tasa de descuento neto, TPVs, tarifas planas y servicio multidivisa) que ingresó el negocio de TPVs de BANKIA en 2020.

¹⁹ MoneyToPay, la joint venture entre Global Payments y CAIXABANK, es una entidad emisora de tarjetas prepago (no así COMERCIA). No existe relación vertical entre el mercado de adquirencia (en el que está presente COMERCIA) y el mercado de emisión de tarjetas (en el que están presentes CAIXABANK y GLOBAL PAYMENTS), sino que actuarían como mercados paralelos. Esto se debe a que las entidades adquirentes (como COMERCIA) no ofrecen servicios de adquirencia a las de emisión de tarjetas y viceversa. La Comisión Europea ha analizado varias operaciones relativas a mercados de emisión de tarjetas y TPVs, sin considerar que existiera una relación vertical entre ellos. En la decisión de la Comisión Europea de M.8073 Advent International/Bain Capital/Setefi Services/Intensa Sanpaolo Card, párr. 38, sólo se consideraron dos solapamientos verticales entre los servicios de procesamiento en el mercado de aguas arriba y la emisión de tarjetas y TPVs en los mercados aguas abajo, pero no entre emisión y TPV. Sin perjuicio de lo anterior, cabe mencionar que [CONFIDENCIAL] COMERCIA presta servicios de adquirencia a CAIXABANK (esto es, CAIXABANK actúa como "comerciante" receptor de los servicios de adquirencia prestados por Comercia y no como entidad emisora de tarjetas).

²⁰ C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0488/ 12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

²¹ M.8553 SANTANDER/POPULAR.

²² C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK – ACTIVOS ; M. 4844 FORTIS / ABN AMRO ASSETS ; M.5384 – BNP Paribas / Fortis.

pagos con tarjetas, pero no de cajeros ni TPVs, que no se han tratado como mercados diferenciados. La notificante define en su notificación un mercado de “medios de pago” como mercado de producto independiente²³, que comprendería: (i) los TPVs; (ii) la emisión de tarjetas de crédito y débito; y (iii) los cajeros automáticos (siendo este último no relevante a efectos de la concentración, por lo que no se analiza).

- (25) En el precedente C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA se tuvo en cuenta el mismo planteamiento, preguntando sobre la definición de este mercado a terceros en el marco de los tests de mercado realizados, llegándose a la conclusión de que si bien la definición propuesta como mercado independiente no es generalizada, sí ha habido ya precedentes que han considerado los pagos con tarjeta de forma independiente y se observó que, debido a una serie de elementos (cambio tecnológico, aparición de sistemas de pago diferenciados, proliferación de actores en el mercado), se avanza hacia una consolidación del mercado como merecedor de un análisis independiente del mercado de banca minorista, que podría llevar, bien a considerar los medios de pago como mercado independiente y a analizar dentro del mismo los subsegmentos señalados (tarjetas, TPVs y cajeros) o bien a analizar estos tres segmentos de forma independiente sin definir un mercado de medios de pago diferenciado que los integre.
- (26) No obstante, puesto que en cualquiera de los dos casos la valoración no difiere en la presente operación, no se considera necesario cerrar una concreta definición de mercado ni definir un mercado de medios de pago.
- (27) Las prácticas nacionales²⁴ y europea²⁵ distinguen, dentro del mercado de prestación de servicios de pago con tarjeta: (i) el mercado de emisión de tarjetas de pago²⁶; y (ii) el mercado de adquirencia de transacciones de pago con tarjeta, que comprendería los servicios prestados por los proveedores de servicios de pago a los comerciantes, permitiendo que éstos acepten los pagos con tarjeta realizados por sus clientes en los comercios.
- (28) Adicionalmente, tanto la CNMC²⁷ como la Comisión Europea²⁸ han valorado la posibilidad de distinguir segmentos más estrechos tanto en el mercado de emisión como de adquirencia, en función del tipo de tarjeta, principalmente, entre tarjetas de crédito y tarjetas de débito; y dentro del mercado de adquirencia también es posible distinguir entre esquemas de pago, marcas de tarjetas y plataformas, esto es, TPV física o virtual.
- (29) La notificante entiende que el mercado relevante a efectos de la concentración es el mercado nacional de TPVs.

²³ Siguiendo los precedentes C/59/00 MovilPago, y C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

²⁴ C/0587/14 Banco Popular/Citibank (Activos), C/0911/17 Servired/Sistema 4B/EURO 6000.

²⁵ M.5384 BNP Paribas/Fortis, M.9776 Wordline/Ingenico.

²⁶ Este mercado incluiría las actividades relacionadas con la emisión propiamente dicha de la tarjeta y con la prestación de servicios vinculados a la realización de las transacciones a particulares y empresas (C/0911/17 Servired/Sistema 4B/EURO 6000).

²⁷ C/0587/14 Banco Popular/Citibank (Activos).

²⁸ M.5384 BNP Paribas/Fortis, M.8073 Advent International/Bain Capital/Setefi Services/Intensa Sanpaolo Card, M.9776 Worldline / Ingenico

- (30) CAIXABANK y Global Payments sólo están activas en el mercado de TPVs en España a través de la *joint venture* COMERCIA, sobre la que ejercen control conjunto, aunque sí están presentes en otros mercados ascendentes o descendientes, o en mercados conexos.

Mercados verticalmente relacionados

- (31) Los precedentes nacionales²⁹ y comunitarios³⁰ vienen distinguiendo tres segmentos en el sector de los servicios bancarios: (i) banca minorista, (ii) banca corporativa y (iii) banca de inversión, atendiendo a criterios derivados de las características de la demanda y de la naturaleza y composición del tipo de servicios ofrecidos. En esta operación existen dos segmentos que estarían verticalmente relacionados con el mercado relevante; banca minorista y banca corporativa.

a. Banca minorista

- (32) Los servicios de banca minorista están orientados hacia el mercado de los particulares, comercios y PYMES. La banca minorista mantiene una operativa para una base amplia de clientes que efectúan gran número de operaciones de pequeña cuantía, de forma que necesita una amplia red de sucursales para satisfacer a una clientela numerosa y con frecuencia dispersa. Este segmento engloba diversos instrumentos, tales como la captación de depósitos, la concesión de créditos y préstamos, las operaciones relativas a tarjetas de crédito y débito y la comercialización de recursos fuera de balance, como fondos de inversión, fondos de pensiones y seguros.
- (33) Los servicios de TPVs se incluyen dentro de los servicios generales que la banca minorista presta a autónomos y Pymes, por lo que se podría considerar que existe una relación vertical entre el mercado de TPVs y el mercado de banca minorista, en el que sólo está presente CAIXABANK.

b. Banca corporativa

- (34) Los servicios de banca corporativa comprenden los servicios bancarios a grandes empresas y a organismos e instituciones públicas.
- (35) Los servicios de TPVs se integran dentro de la oferta de servicios que la banca corporativa ofrece a sus clientes, por lo que podría considerarse que existe una relación vertical entre ambos mercados, en el que sólo está presente CAIXABANK.

V.2 Mercados geográficos

Mercado horizontalmente relacionado: mercado de TPVs (mercado de adquirencia)

²⁹ Casos C/0901/17 BANKIA/ BMN, C/1013/19 ABANCA / BCG, C/0611/14 BBVA/CATALUNYA BANK, C/0587/14 BANCO POPULAR/CITYBANK ACTIVOS.

³⁰ Entre otros, COMP/M.5960 - CREDIT AGRICOLE/CASA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA /AGENCES INTESA SANPAOLO; COMP/M.5948 - BANCO SANTANDER/RAINBOW; COMP/M.5432 - CREDIT MUTUEL/COFIDIS; COMP/M. 5363 - SANTANDER/BRADFORD & BINGLEY ASSETS, M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS; M.4692 BARCLAYS/ABN AMRO.

- (36) Tanto la CNMC³¹ como la Comisión Europea³² han considerado que la dimensión del mercado de tarjetas de pago es de alcance nacional, sin perjuicio de que su ámbito pueda extenderse a nivel europeo.

Mercados verticalmente relacionados: servicios bancarios

a. Banca minorista

- (37) La banca minorista es considerada tradicionalmente un segmento dentro del sector bancario con dimensión geográfica nacional. En precedentes nacionales³³ se han analizado los tres parámetros considerados habitualmente (créditos, depósitos y sucursales, según los informes emitidos por el BCE en relación con operaciones de concentración de entidades financieras) no sólo a nivel nacional, sino también a nivel autonómico y provincial, cuando la cuota resultante de la operación ha superado el 15% (e incluso a nivel de código postal, en el caso de sucursales, bajo determinadas circunstancias³⁴).

b. Banca corporativa

- (38) El mercado geográfico relevante de la banca corporativa es supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de las grandes corporaciones, aunque ciertos servicios se siguen ofreciendo a nivel nacional, en particular para las empresas medianas y pequeñas.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

TPVs

- (39) La oferta del mercado de TPVs está constituida por entidades financieras y otros proveedores de servicios de gestión de pagos, que prestan servicios a los comerciantes, permitiéndoles aceptar pagos con tarjeta en sus establecimientos físicos y/o *online*. Los principales competidores de COMERCIA son Banco Sabadell, BBVA y Banco Santander. A estos operadores tradicionales hay que sumar la entrada de nuevos operadores como Stripe, Adyen o Wordline.
- (40) Según la notificante, los operadores alternativos Adyen y Stripe (y, de forma incipiente, Wordline) tienen capacidad de ejercer una presión competitiva relevante, con menos estructuras y costes fijos, lo que les otorga una mayor flexibilidad, mientras que la estructura de los operadores bancarios tradicionales se caracteriza por el establecimiento de una red física de sucursales y la inversión en capital humano.

³¹ Véase, por todas, la resolución del Consejo de la CNMC de 28 de agosto de 2014, en el expediente C/0587/14 *Banco Popular/Citibank (Activos)*, párr. 48.

³² Véase, por todas, la decisión de la Comisión Europea de 3 de diciembre de 2008, en el expediente M.5384 *BNP Paribas/Fortis*, párr. 16 y 23-25.

³³ C/1144/20-CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19-ABANCA/BCG; C/0901/17-BANKIA/BMN; C/0603/14-CaixaBank/Barclays; C/0455/12- IBERCAJA BANCO/LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

³⁴ C/1144/20-CAIXABANK/BANKIA.

- (41) Los servicios prestados actualmente por los operadores de este mercado son básicamente los mismos, si bien cabe apreciar diferencias en la tecnología de los TPVs físicos de los diferentes operadores, así como en el *software* empleado en la pasarela o TPV virtual para aceptar los pagos realizados en el comercio *online*. Además, los proveedores de servicios de pago pueden prestar determinados servicios conexos o auxiliares a los TPVs, que varían entre los diferentes proveedores, que se trata de servicios pensados para mejorar la experiencia de los comerciantes en lo referente a la aceptación de pagos con tarjeta en sus establecimientos.
- (42) Según la notificante, la articulación operativa de todos los operadores del mercado de adquirencia o TPVs es similar, pues para la realización de las actividades mencionadas la entidad adquirente debe proveerse de servicios transaccionales, como el procesamiento de las operaciones realizadas con tarjeta y la adhesión a sistemas de pago (Visa y MasterCard) y de TPVs físicos y virtuales. Asimismo, existen diferencias lógicas entre las entidades bancarias universales como Banco Santander o BBVA, que ofrecen servicios multiproducto, en el que el servicio de adquirencia suele ser un servicio entre otros; mientras que los nuevos operadores están especializados en servicios concretos, como la adquirencia de pagos de tarjetas (TPVs) u otros (por ejemplo, emisión de tarjetas).

Cuotas de mercado

- (43) La cuota conjunta de las partes **en el mercado de adquirencia en 2020 fue del [30-40]% en unidades de terminales (correspondiendo a TPVs BANKIA un [0-10]%)**. Adicionalmente, pese a no ser un mercado verticalmente relacionado en sentido estricto³⁵, la notificante ha aportado, en aras de la exhaustividad, datos del mercado nacional de emisión de tarjetas de pago para particulares y empresas (tarjetas de crédito y débito). La única presente en este mercado de emisión de tarjetas sería CAIXABANK, ostentando una cuota en 2020 del **[30-40]% en emisión de tarjetas de crédito y del [20-30]% en débito**³⁶.

Servicios bancarios

- (44) Los servicios bancarios en España son prestados por bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito. Cada una de estas instituciones tiene una naturaleza jurídica distinta, pero ofrecen los mismos servicios a los clientes finales.
- (45) En los últimos años, el sector bancario español ha experimentado un proceso de consolidación para compensar la caída en los ingresos por tipo de interés con estructuras más eficientes, reduciéndose el número de entidades. Así, en el año 2017, se produjeron dos concentraciones bancarias³⁷ y una por año

³⁵ M.8073 *Advent International/Bain Capital/Setefi Services/Intensa Sanpaolo Card*.

³⁶ La notificante ha aportado cuotas basadas en datos proporcionados por STMP y también en estimaciones internas, que son las que se han recogido en el presente Informe ya que CAIXABANK ha manifestado que son las que considera más precisas. Las diferencias entre los datos internos de CaixaBank y de STMP se deben a [CONFIDENCIAL] La diferencia entre ambas metodologías resulta en todo caso inferior al 3%.

³⁷ C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0873/17 BANCO SANTANDER/SANTANDER ELAVON MERCHANT SERVICES – SEMS.

desde 2018³⁸. A esta estructura de operadores tradicionales basados en la red física de sucursales hay que sumar la entrada de nuevos operadores bancarios centrados fundamentalmente en el canal *online* (como ING Direct, EVO Banco, además de los denominados “neobancos” y “fintech”).

- (46) En el mercado de banca minorista, el BCE ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los préstamos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito y ahorro, mientras que la emisión de tarjetas de crédito, el número de oficinas, cajeros u otros canales de distribución (móviles, internet), están directamente relacionados con lo anterior y son, por tanto, secundarios.

Cuotas de mercado

- (47) En el mercado de banca minorista, CAIXABANK tiene una cuota en términos de **créditos** en 2020 del **[20-30]%** (seguido por Santander con el **[20-30]%³⁹**, BBVA con el **[10-20]%** y Banco Sabadell con el **[0-10]%**). En términos de **depósitos**, la cuota de CAIXABANK es del **[20-30]%** (seguido por Santander con el **[20-30]%⁴⁰**, BBVA con el **[10-20]%** y Banco Sabadell con el **[0-10]%**).
- (48) En cuanto al mercado de banca corporativa, la cuota en 2020 de CAIXABANK en términos de **depósitos** de empresas fue del **[20-30]%** y en términos de **préstamos** a empresas del **[20-30]%**, no aportando la notificante datos de competidores⁴¹.

VI.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios, barreras a la entrada

Demanda

TPVs

- (49) La demanda de los servicios de adquirencia o de TPVs, así como la de los servicios auxiliares a los mismos, está integrada por las personas físicas (autónomos) y empresas que precisan de terminales físicos y/o virtuales para aceptar pagos con tarjeta en sus locales comerciales y tiendas online. Por tanto, la demanda está muy atomizada, lo que implica un elevado número de clientes que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño.
- (50) En lo que respecta a la fase en la que se encuentra este mercado, la notificante sostiene que existe una fuerte competencia proveniente de operadores internacionales, que compiten por ofrecer soluciones de alto valor añadido produciéndose la competencia fundamentalmente en el precio, pues la mayoría de operadores ofrecen terminales físicos de prestaciones similares

³⁸ En 2018 la operación C0985/18 BANKINTER/EVO BANCO, en 2019 la operación C/1013/19 ABANCA/BCG y en 2020 C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

³⁹ Las cuotas de competidores aportadas corresponden a 2019.

⁴⁰ Las cuotas de competidores aportadas corresponden a 2019.

⁴¹ No obstante, en la operación C/1144/20 CAIXABANK/ BANKIA sí se aportaron datos de cuotas de competidores en banca corporativa, sin distinguir por segmentos: se observa la existencia de suficiente presión competitiva con la presencia de competidores relevantes como SANTANDER [20-30%] y BBVA [10-20%].

(existiendo una alta sustituibilidad entre los TPVs). Según la información aportada, esta sustituibilidad junto a que los costes de cambio son reducidos, ha fomentado que en los últimos años los operadores se diferencien ofreciendo servicios adicionales personalizables.

- (51) La notificante admite que las medidas adoptadas en el contexto de la COVID-19 (restricciones al uso del pago en metálico y confinamiento de la población, entre otras), han contribuido al crecimiento del mercado. En el año 2020 la realización de pagos con tarjeta en España creció un 10% con respecto al año anterior, mientras que la retirada de efectivo en cajeros experimentó una bajada del 18%, a lo que hay que sumar el incremento de las operaciones en TPV virtual debido al auge del comercio online durante el mismo periodo. Se espera que este crecimiento continúe en el futuro pues la pandemia ha modificado los hábitos de compra de los consumidores.

Servicios bancarios

- (52) La demanda de los servicios de banca minorista está muy atomizada, por estar integrada principalmente por personas físicas y pequeñas y medianas empresas. Este perfil de demanda implica un elevado número de clientes que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño, en comparación con otras actividades de los sectores bancario y financiero.
- (53) Según la notificante, la competencia entre los diferentes operadores se basa en la capacidad de estos operadores de transmitir seguridad y confianza a los clientes, pero también en la capacidad de ofrecer servicios personalizados y a condiciones ventajosas, que se ajusten a las necesidades de cada grupo de clientes y que maximicen la rentabilidad. Desde este punto de vista, el éxito comercial de una empresa en el sector bancario pasa, en primer lugar, por el lanzamiento de nuevos productos y la modificación de las condiciones de los productos y servicios existentes que permitan optimizar la rentabilidad del cliente. En segundo lugar, pasa por sus formas y modalidades de relación con el cliente (a través de los diferentes canales descritos anteriormente), con especial énfasis en la tecnología desarrollada para ello.
- (54) Además, la notificante destaca que la atención directa y personalizada al cliente, también tiene un peso relevante en la decisión de un cliente de contratar con una u otra entidad, siendo además los costes de cambio de proveedor limitados, debido tanto a la existencia de múltiples operadores bancarios alternativos como al hecho de que no existen penalizaciones significativas más allá de las posibles cláusulas de penalización estándar que puedan aplicarse en supuestos de devolución anticipada de préstamos.
- (55) En lo que respecta a la banca corporativa, los clientes son naturalmente más sofisticados y demandan una oferta más amplia de productos con una mayor involucración y relación diaria entre cliente y entidad bancaria. Es habitual que los clientes corporativos dispongan de varias entidades bancarias, para repartir su riesgo financiero y para asegurarse condiciones financieras competitivas, lo que garantiza que las entidades bancarias se encuentren bajo la presión competitiva permanente de los clientes.

Canales de distribución

- (56) El mercado de TPVs se estructura principalmente a través del canal bancario. Concretamente, COMERCIA utiliza los canales de distribución bancaria de CAIXABANK para ofertar sus TPVs, así como los servicios asociados y adicionales a los mismos⁴²:
- (57) En los últimos tiempos los avances tecnológicos han permitido un importante desarrollo en la prestación de servicios a través de canales distintos al tradicional (la oficina bancaria), fundamentalmente gracias a la banca telefónica, y la banca *online* y móvil, hasta el punto de que algunos operadores actúan exclusivamente a través de estos canales.
- (58) De hecho, la notificante considera que la actual crisis del COVID-19 ha estimulado aún más la tendencia en favor de la banca electrónica, de forma que se estima que más del 80% de los españoles emplea habitualmente la banca digital.
- (59) Además, existe un canal específico de venta de distribuidores de los servicios de adquisición de transacciones de pago con tarjeta, si bien es muy reducido, concentrándose la práctica totalidad de la actividad en los canales de distribución bancaria.

Barreras a la entrada

TPVs

- (60) No existe ninguna barrera legal relevante a la entrada en el mercado de TPVs en España, más allá del cumplimiento de lo establecido en el artículo 11 en relación con el artículo 1.2 del Real Decreto Ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, que a su vez cumple con la Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015, conocida como Directiva PSD2.
- (61) Conforme a la normativa vigente, para ofrecer TPVs físicas (y virtuales) en España es necesario obtener una autorización previa del Banco de España.
- (62) La operativa de los servicios de adquisición de transacciones de pago con tarjeta requiere además un desarrollo en infraestructura tecnológica debido a las necesidades de conexión con los diferentes sistemas de pago (Visa y MasterCard principalmente), así como con las entidades de procesamiento (Redsys).
- (63) Estos requisitos no constituyen barreras económicas de magnitud relevante. La entrada de nuevos operadores, como Adyen y Stripe, demuestra que las barreras de entrada son poco significativas.

Servicios bancarios

- (64) La liberalización del sistema financiero español resultado de la armonización europea, ha tenido como consecuencia la eliminación de gran parte de las barreras a la entrada en el sector bancario, teniendo los operadores fácil acceso a la tecnología y a la información necesaria. Actualmente, no existen barreras tecnológicas o legales a la entrada más allá de las derivadas de los

⁴² Red de sucursales bancarias; Red de agentes financieros; Canal de banca por internet; Canal de banca telefónica; Aplicaciones de banca móvil.

requisitos legales para la prestación de actividades bancarias, recogidos en el Capítulo II de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito y en su desarrollo reglamentario, y en el Real Decreto 84/2015, que la desarrolla⁴³.

- (65) El establecimiento de la red de distribución de productos bancarios tampoco constituye una barrera importante de entrada al mercado de la banca minorista. Los avances tecnológicos y el uso generalizado de internet han permitido que se presten servicios de banca minorista a través de las tradicionales oficinas bancarias, pero también empleando canales alternativos como cajeros automáticos que han incrementado el número de operaciones que pueden gestionar, la banca telefónica, la banca móvil o la banca on-line, entre otros.
- (66) En los últimos años han entrado nuevos operadores que operan única o fundamentalmente en el canal de internet, como ING Direct, OpenBank o EVO. Asimismo, para los nuevos operadores existe la posibilidad de concluir acuerdos de colaboración con entidades que disponen de redes de distribución propias, incluso ajenas al mercado bancario.
- (67) Por otro lado, no existen barreras específicas vinculadas al cambio de clientes entre entidades minoristas dado que el marco normativo actual facilita dicho cambio en lo relativo, entre otros productos, a cuentas corrientes, fondos de inversión, planes de pensiones e hipotecas. Es decir, que los clientes pueden escoger su proveedor financiero en cualquier momento, sin más limitaciones que las establecidas por el marco legal actual.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (68) La operación afecta al mercado de terminales de pago en puntos de venta (TPVs), en el que se encuentran presentes ambas partes, y los mercados verticalmente relacionados de banca minorista y corporativa.
- (69) En el precedente citado de C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA, la CNMC ya analizó la adquisición por CAIXABANK del negocio de TPV de BANKIA y los posibles efectos en este mercado de TPVs, señalando que las cuotas resultantes (idénticas a las aportadas en la presente operación⁴⁴) no reflejaban valores preocupantes, siendo las adiciones limitadas, por lo que no se consideró que, en estos ámbitos, la fusión pudiera suponer una amenaza para el funcionamiento competitivo de los mismos. Con esta operación, es GLOBAL PAYMENTS a través de COMERCIA el que adquiere control, junto con CAIXABANK, sobre el negocio de TPV de BANKIA. Dado que la presencia de GLOBAL PAYMENTS en el mercado afectado de TPVs se canaliza exclusivamente a través de COMERCIA y ésta está controlada conjuntamente

⁴³ C/1144/ CAIXABANK/BANKIA.

⁴⁴ La cuota aportada por las notificantes en la operación de fusión C/1144/20CAIXABANK-BANKIA, consideraba también para CAIXABANK en este mercado las cuotas de COMERCIA, por lo que se analizó este mercado con las mismas variables que en la presente operación, siendo las cuotas que se analizaron en aquel momento de **[30-40]**% para 2019, con una adición de **[0-10]**% (idénticas a las aportadas ahora para la misma fecha).

por GLOBAL PAYMENTS y CAIXABANK, la estructura del mercado se mantiene inalterada como resultado de la operación.

- (70) En el mercado de TPVs en España, la cuota conjunta aportada por las notificantes en esta operación ascendería en 2020 al **[30-40]**% en unidades de terminales, (con una adición del **[0-10]**%), no existiendo, según la notificante, datos disponibles de competidores. Adicionalmente, pese a no ser un mercado verticalmente relacionado en sentido estricto⁴⁵, la notificante ha aportado, en aras de la exhaustividad, datos del mercado nacional de emisión de tarjetas de pago para particulares y empresas (tarjetas de crédito y débito). La única presente en este mercado de emisión de tarjetas sería CAIXABANK, ostentando una cuota del **[30-40]**% en emisión de tarjetas de crédito y del **[20-30]**% en débito en el año 2020.
- (71) Los mercados relevantes verticalmente relacionados con el mercado de TPVs son los de banca minorista y corporativa, respecto a los cuales la operación no supondrá un cambio estructural en el mercado, puesto que se mantiene en la situación pre-operación debido a que la única matriz presente en este mercado -CAIXABANK- mantiene el control.
- (72) En cuanto al mercado de banca minorista, CAIXABANK tiene una cuota en términos de **créditos** en 2020 del **[20-30]**% (seguido por Santander con el **[20-30]**%⁴⁶, BBVA con el **[10-20]**% y Banc Sabadell con el **[0-10]**%). En términos de **depósitos**, la cuota de CAIXABANK es del **[20-30]**% (seguido por el Santander con el **[20-30]**%⁴⁷, BBVA con el **[10-20]**% y Banc Sabadell con el **[0-10]**%).
- (73) En cuanto al mercado de banca corporativa, la cuota en 2020 de CAIXABANK en términos de **depósitos** de empresas fue del **[20-30]**% y en términos de **préstamos** a empresas del **[20-30]**%, mercado en el que también operan otros actores relevantes como BBVA o SANTANDER⁴⁸.
- (74) A la luz de las consideraciones anteriores, no es previsible que la operación notificada vaya a suponer un obstáculo a la competencia efectiva en los mercados analizados, al existir solapamientos nacionales con adiciones limitadas, y existiendo competidores alternativos, además de haber sido estudiada la modificación de la estructura de la oferta derivada de esta operación en la operación relacionada reciente (CAIXABANK/BANKIA) concluyendo que no supondría una amenaza para la competencia en lo que se refiere al mercado de TPVs.
- (75) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

⁴⁵ M.8073 *Advent International/Bain Capital/Setefi Services/Intensa Sanpaolo Card*.

⁴⁶ Cuotas aportadas de competidores correspondientes a 2019.

⁴⁷ Cuotas aportadas de competidores de 2019.

⁴⁸ No obstante, en la operación C/1144/20 CAIXABANK/ BANKIA sí se aportaron datos de cuotas de competidores en banca corporativa, sin distinguir por segmentos: se observa la existencia de suficiente presión competitiva con la presencia de competidores relevantes como SANTANDER [20-30%] y BBVA [10-20%].

VIII. PROPUESTA

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