

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

C/1530/25 GEO TRAVEL / DIT GESTIÓN

1. ANTECEDENTES

1. Con fecha 23 de enero de 2025 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), la notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de Geo Travel Partner SLU (en adelante, Geo Travel), del control exclusivo sobre las empresas Haikulance, S.L., Donosti Receptivo, S.L., Departamento Infraestructuras Turísticas, S.L., Dinamización Integral Turística, S.L., Haiku Vuela, S.L. y Unida Servicios Integrales de Turismo, S.A. (en adelante, para todas ellas, DIT Gestión).
2. La notificación ha sido realizada por la empresa adquirente, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 a) (notificación por cuota) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero (en adelante, RDC).
3. Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 24 de febrero de 2025, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

4. La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición por parte de Geo Travel del control exclusivo sobre el conjunto de empresas DIT Gestión.
5. La operación se instrumenta a través de un contrato de compraventa suscrito entre Geo Travel y los vendedores, que son los mismos para todas las empresas adquiridas. Mediante este contrato Geo Travel adquiere el 100% del capital social de las empresas vendidas. La ejecución de la operación está condicionada a la obtención de autorización de la operación por parte de la CNMC¹.

¹ En el caso concreto de Unida Servicios Integrales de Turismo, S.A. [Confidencial] se adquiere una participación inferior al 100% del capital pero que en cualquier caso otorga el control a la adquirente.

6. La operación responde a la definición de concentración económica según el artículo 7.1. b)².

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

7. De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
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) (notificación por cuota) de la misma.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. Adquirente: Geo Travel

9. Geo Travel es una filial de Ávoris, que pertenece indirectamente a la sociedad Barceló Corporación Empresarial S.A., cabecera del grupo Barceló. Esta sociedad es propiedad en última instancia de miembros de la familia Barceló, ninguno de los cuales ostenta de forma individual control sobre ella.
10. El grupo Barceló tiene una división de gestión de hoteles y una división de servicios de viajes. En esta segunda división se ubica Ávoris, que ofrece, a través de varias filiales, servicios de agencia de viajes mayorista y minorista, servicios de grupo de gestión y servicios de transporte aéreo y por carretera, comercializando también cajas-regalo. La filial Geo Travel se dedica, en concreto, al servicio de grupo de gestión para agencias de viajes minoristas³ (de manera residual, también ofrece servicios mayoristas de consolidador aéreo⁴). Adquirente y adquirida se solapan en la actividad de agencias de

² La DC considera que se trata de una única operación de concentración a efectos de la LDC dado que implica el mismo comprador, el mismo vendedor, un único contrato y un único precio global (es decir, las adquisiciones se realizan simultánea y conjuntamente). El contrato y la notificación conceptualizan las sociedades como partes de un mismo negocio.

³ Tal y como se detallará posteriormente, los grupos de gestión ofrecen un conjunto de servicios a las agencias minoristas, especialmente la intermediación en la negociación con mayoristas y proveedores con objetivo de conseguir mejores precios.

⁴ La actividad de consolidación aérea consiste en el servicio de consulta y reserva de vuelos y de emisión y gestión de billetes aéreos que se proporciona a través de una plataforma, que utiliza un motor de búsqueda especializado. En esa plataforma la oferta de diversas aerolíneas queda consolidada en una única interfaz. El servicio se ofrece a mayoristas o minoristas, con unos precios más ventajosos que los accesibles al público general.

viajes minoristas, en la actividad de agencias de viaje mayoristas y en la actividad de grupos de gestión.

11. La siguiente tabla muestra el volumen de negocios del Grupo Barceló para el año 2023 calculado de acuerdo con el artículo 5 del RDC y según aportado por la notificante:

Tabla 1. Volumen de negocios del Grupo Barceló en 2023.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO BARCELÓ (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación.

4.2. Adquiridas: Haikulance, S.L., Donosti Receptivo, S.L., Departamento Infraestructuras Turísticas, S.L., Dinamización Integral Turística, S.L., Haiku Vuela, S.L. y Unida Servicios Integrales de Turismo, S.A. (conjuntamente, DIT Gestión)

12. Las empresas adquiridas pertenecen todas ellas a una serie de personas físicas de una misma familia.

13. Las empresas adquiridas se dedican a estas actividades:

- Departamento Infraestructuras Turísticas, S.L, Unida Servicios Integrales de Turismo, S.A y Dinamización Integral Turística, S.L ofrecen servicios de grupo de gestión a agencias de viajes minoristas.
- Donosti Receptivo, S.L. proporciona servicios de agencia de viajes minorista.
- Haikulance, S.L. ofrece servicios de agencia de viajes mayorista, incluyendo banco de camas⁵.
- Haiku Vuela, S.L. proporciona servicios de agencia de viajes mayorista (de tipo consolidador aéreo).

14. La siguiente tabla muestra el volumen de negocios de DIT Gestión para el año 2023 calculado de acuerdo con el artículo 5 del RDC y según aportado por la notificante:

Tabla 2. Volumen de negocios de DIT Gestión en 2023.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE DIT GESTIÓN (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

⁵ Actividad que consiste en reunir ofertas de habitaciones de hoteles a nivel nacional e internacional mediante plataformas digitales a las que las agencias mayoristas y minoristas pueden acceder para realizar sus reservas de hotel.

Fuente: Notificación

5. MERCADOS RELEVANTES

15. La operación se enmarca en los mercados de agencias de viajes mayoristas, de grupos de gestión y de agencias de viajes minoristas, en los cuales hay solapamiento entre las partes, mercados que se analizan a continuación.
16. No se analizarán los mercados para las actividades de la adquirente referidas a gestión hotelera (en sus distintas segmentaciones), transporte aéreo, transporte por carretera con autobuses y cajas-regalo, en los cuales no opera la adquirente y en los cuales en cualquier caso la adquirente ostenta una cuota inferior al 25%.

5.1. Mercado de agencias de viajes mayoristas

17. La actividad esencial de una agencia de viajes mayorista o turoperador es adquirir servicios turísticos a los distintos proveedores (aerolíneas, hoteles, empresas de alquiler de coches, etc.), combinarlos para componer paquetes turísticos o *forfaits*, y vender estos paquetes o *forfaits* a otras agencias mayoristas o a las agencias de viajes minoristas, que los revenderán a los consumidores finales.
18. Los precedentes nacionales y comunitarios han establecido que esta actividad corresponde a un mercado de agencias de viajes mayoristas, distinto del de agencias minoristas⁶. Estos precedentes han señalado sin embargo que la distinción entre actividad mayorista y minorista se está desdibujando por la creciente posibilidad por parte de agencias minoristas e incluso consumidores finales de contratar directamente con los proveedores de servicios turísticos. Los precedentes concluyen por lo tanto que debe tenerse en cuenta la presión competitiva que las agencias minoristas ejercen sobre las mayoristas.

⁶ Véanse los informes de la Dirección de Competencia de la CNMC de 21 de octubre de 2021 en el expediente C/1240/21 Veci / Logitravel y de 8 de mayo de 2020 en el expediente C/1109/20 Barceló / Deneb. A nivel comunitario, véanse las decisiones de la Comisión Europea de 20 de octubre de 2016 en el asunto M.8046 TUI / Transat France y de 28 de febrero de 2008 en el asunto Telefónica/Turmed Rumbo.

19. Los precedentes también han analizado una serie de segmentaciones de este mercado mayorista, atendiendo a la actividad emisora o receptora⁷, al destino⁸ o al tipo de viaje⁹.
20. Adicionalmente, los precedentes han aportado información sobre los servicios concretos de bancos de camas y de grupos de gestión, sin pronunciarse definitivamente sobre si forman parte del mercado de agencias de viajes mayoristas o si constituyen mercados propios¹⁰. La notificante aporta datos sobre estas actividades, así como de la actividad de consolidación aérea, si bien tampoco se pronuncia definitivamente sobre si estas deben constituir un mercado propio. Por su relevancia para este expediente, en el apartado siguiente se considera el mercado de grupos de gestión específicamente¹¹.
21. En cuanto al ámbito geográfico para el mercado de agencias de viajes mayoristas, incluyendo para sus posibles segmentaciones, los precedentes han determinado que este es nacional, enfoque compartido por la notificante.

5.2. Mercado de grupos de gestión de agencias de viajes minoristas

22. Los grupos de gestión son empresas que ofrecen un conjunto de servicios específicos para las agencias de viajes minoristas. El principal servicio ofrecido es la intermediación comercial, negociación y contratación con todo tipo de proveedores y mayoristas del sector turístico. El grupo de gestión aglutina la demanda de numerosas agencias minoristas, dotándole de poder de compra frente a los mayoristas y proveedores, obteniendo así mejores

⁷ En la actividad emisora, las agencias mayoristas confeccionan paquetes que son vendidos a través de agencias minoristas que “emiten” o envían clientes a destinos o zonas geográficas diferentes de donde se encuentra la agencia, mientras que en la actividad receptora las agencias mayoristas venden sus paquetes a agencias minoristas que se encuentran en el lugar de destino del cliente final.

⁸ Diferenciando entre viajes con destino dentro de España (destinos nacionales), destinos cercanos fuera de España y destinos lejanos. Adicionalmente, algunos precedentes han analizado aquellas agrupaciones de destinos en las que las partes de la operación ofrecen paquetes vacacionales, con el objetivo de descartar potenciales problemas para la competencia.

⁹ Diferenciando en viajes a la carta (hechos a medida del consumidor), circuitos (paquetes cerrados que incluyen desplazamientos, alojamiento y tour guiados), clubs, (incluyen servicios adicionales al alojamiento tales como servicios de animación, deportes, actividades o cuidado de niños) y séjours (que implican la prestación de servicios de desplazamiento y alojamiento en un único destino)

¹⁰ Véase también el informe de la DC de la CNMC de 4 de mayo de 2021 en el expediente C/1183/21 Levantur / Aperture Travel /JV.

¹¹ En la actividad de banco de camas y en la de consolidadores aéreos la cuota conjunta de las partes es inferior al 15%.

condiciones comerciales para estas agencias minoristas. Adicionalmente los grupos de servicios ofrecen a las agencias minoristas un conjunto de servicios de asistencia legal, técnica, comercial y publicitaria, incluyendo la digitalización y la implantación y uso de plataformas tecnológicas.

23. Siguiendo los precedentes de concentraciones, la notificante no se pronuncia definitivamente sobre si la actividad de los grupos de gestión debería constituir un mercado propio.
24. La DC destaca que existen operadores especializados en ofrecer estos servicios, y ello incluye la adquirente y varias de las adquiridas. También señala la DC, siguiendo a la notificante, que las agencias mayoristas y los grupos de gestión no compiten entre sí, dado que las mayoristas son de hecho proveedores para los grupos de gestión. El conjunto de servicios que ofrece un grupo de gestión a una agencia minorista no es ofrecido por una agencia mayorista. De hecho, el contrato de compraventa por el que se instrumenta esta operación de concentración distingue la actividad de mayorista de la actividad de consolidador aéreo, no incluyendo la segunda dentro de la primera.
25. Por lo anterior y, teniendo en cuenta las cuotas de adquirida y adquirente, la DC considera que a efectos de este expediente esta actividad constituye un mercado propio, denominado mercado de grupos de gestión de agencias de viajes minoristas.
26. Este mercado exhibe, siguiendo a los precedentes, un ámbito geográfico nacional, enfoque compartido por la notificante y que se mantendrá en este expediente.

5.3. Mercado de agencias de viajes minoristas

27. Las agencias de viajes minoristas comercializan paquetes turísticos y servicios de viaje a los consumidores finales.
28. Los precedentes han distinguido entre los viajes por ocio y los viajes por negocios¹².
29. Por otra parte, tradicionalmente la autoridad española ha venido considerando que las agencias de viajes en línea no constituyen un mercado separado del de las agencias tradicionales o físicas¹³. Sin embargo, en sus pronunciamientos más recientes sobre esta cuestión, tanto la autoridad

¹² Informe de la Dirección de Competencia de 8 de mayo de 2020 en el expediente C/1109/20 Barceló / Deneb.

¹³ Informe de la Dirección de Competencia de la CNMC 8 de mayo de 2020 en el expediente C/1109/20 Barceló / Deneb.

comunitaria¹⁴ como la autoridad española, esta última en sede de conductas¹⁵, sí han determinado específicamente que existe un mercado de agencias de viaje en línea, distinto del mercado de agencias de viaje presenciales. Estos precedentes más recientes destacan, desde el punto de vista de los usuarios finales, que las agencias en línea ofrecen mayor número de opciones y, desde el punto de vista de los proveedores (por ejemplo, hoteles), que las agencias en línea ofrecen mayor visibilidad y alcanzan un número mayor de potenciales clientes. A efectos de este expediente se puede dejar abierta esta cuestión, ya que, tanto en el mercado amplio de agencias de viaje como en los estrechos de agencias de viajes en línea y agencias de viajes presenciales, la cuota conjunta de las partes es inferior al 15%.

30. En cuanto al ámbito geográfico de este mercado, los precedentes establecen que este sería en principio nacional, ámbito efectivamente analizado. Este enfoque es compartido por la notificante.
31. En cualquier caso, dado que la cuota conjunta de las partes no supera el 15% ni en el mercado amplio de agencias de viaje ni en ninguna de las segmentaciones mencionadas, este mercado no será analizado en mayor detalle.

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de la oferta

32. A continuación se muestran las cuotas en los mercados donde tiene lugar un solapamiento horizontal con una cuota conjunta superior al 15%, esto es, el mercado de agencias de viajes mayoristas y el mercado de grupos de gestión de agencias de viajes minoristas, cuotas estimadas por la notificante principalmente en base a los informes sectoriales de DBK “Tour-operadores y agencias de viaje”.
33. La tabla a continuación muestra las cuotas en el mercado nacional de agencias de viaje mayoristas.

Tabla 3. Mercado nacional de agencias de viaje mayoristas (% valor)

Operador	2021	2022	2023
Ávoris	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
DIT Gestión	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Ávoris+DIT Gestión	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %

¹⁴ Decisión de la CE de 25 de octubre de 2023 M.10615 BOOKING HOLDINGS /ETRAVELI GROUP
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202451/M_10615_10430872_121034_7.pdf

¹⁵ Resolución del consejo de la CNMC de 29 de julio de 2024, S/0005/21 BOOKING
<https://www.cnmc.es/expedientes/s000521>.

Viajes Sidetours	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
W2M Iberostar	n.d.	[0-10] %	[0-10] %
Grupo Jumbo Tours	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Viajes Canarias Europa	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Grupo Julià	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Europamundo Vacaciones	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Mapa GroupTravel	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
VECI Travel Group	n.d.	[0-10] %	[0-10] %
Veturis Travel	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Soltour	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Resto	[60-70] %	[30-40] %	[30-40] %

Fuente: Notificación

34. Se observa que el mercado está muy fragmentado en empresas medianas y pequeñas. Si bien la adquirente es el principal operador, la adición de cuota por la operación es marginal. En cuanto a las segmentaciones de este mercado por actividad emisora/receptora, por destino y por tipo de viaje, la notificante informa que la cuota conjunta o bien no supera el 15% o bien que cuando lo hace la adición es inferior al [0-10]%.
35. La tabla a continuación muestra las cuotas para los principales operadores en el mercado nacional de grupos de gestión de agencias minoristas¹⁶.

Tabla 4. Mercado nacional de grupos de gestión (% valor y volumen de agencias)

Operador	2021		2022		2023	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Ávoris	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
DIT Gestión	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[10-20] %
Entidad resultante	[10-20] %	[20-30] %	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %	[30-40] %
Viajes Carrefour	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[20-30] %
Grupo Gea 17	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-10] %	n.d.	(Ávoris)
Airmet	[0-10] %	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	n.d.
Zafiro Tours	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %
Next Level	n.d.	[0-10] %	n.d.	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %
Bytour	n.d.	[0-10] %	n.d.	[0-10] %	n.d.	n.d.
Nego	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[10-20] %
Traveltool	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Avasa	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	n.d.
Click viaja	n.d.	[0-10] %	[0-10] %	n.d.	[0-10] %	[0-10] %
Team Group	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	n.d.

Fuente: Notificación

¹⁶ La notificante alerta de las dificultades en la estimación de estas cuotas, debido a la falta de información de cifras de negocio de la empresa o de cifras desagregadas para esta actividad en particular (afectando a las cuotas en valor) y a la volatilidad en el número de agencias clientes de cada grupo de gestión (afectando a las cuotas en volumen). Considera la notificante que estos extremos estarían sobrevalorando sus cuotas.

¹⁷ Grupo Gea fue adquirido por Ávoris en julio de 2023.

36. Se observa que el mercado nacional de grupos de gestión está repartido en un elevado número de operadores (la tabla omite además otros operadores de tamaño inferior). La adquirente es, con carácter previo a la operación, el segundo mayor operador del mercado, pasando a ser el primero debido a esta, alcanzando una cuota en valor del [30-40]%, con una adición del [10-20]%.

6.2. Estructura de la demanda

37. En el caso del mercado de grupos de gestión, los clientes son un gran número de agencias de viajes minoristas de tamaño mediano y pequeño, que necesitan el paraguas de un aglutinador para obtener poder de negociación frente a mayoristas y proveedores, pero que desean mantener su autonomía frente al sistema de franquicias. Algunas agencias están especializadas en cierto tipo de viajes, como los de ocio o de negocios, pero todos los tipos de agencias minoristas están representados en la cartera de clientes de las partes.

38. Las agencias clientes pueden contratar uno o varios servicios ofrecidos por el grupo de gestión y, en particular, pueden pedir que se negocie el precio con proveedores solo respecto de determinados productos.

39. Estas agencias minoristas abonan una cuota mensual al grupo de gestión, si bien esta cuota puede ser objeto de descuentos significativos, e incluso eliminación, si se alcanzan ciertos umbrales de facturación, pues estos permiten a su vez al grupo de gestión cosechar rápeles frente al mayorista o proveedor.

6.3. Barreras a la entrada

40. No se considera que para acceder al mercado de grupos de gestión existan barreras significativas. Por la propia naturaleza de sus actividades, los grupos de gestión no necesitan oficinas abiertas al público y pueden operar totalmente en línea. De hecho, la notificante destaca que la digitalización y disponibilidad de plataformas tecnológicas facilita la aparición de operadores que conectan agencias minoristas con mayoristas. Tampoco existen barreras regulatorias a destacar (a diferencia de las agencias de viajes minoristas, que deben constituir una fianza, por ejemplo).

41. Añade la notificante que, desde el punto de vista de una agencia minorista, no existen costes de cambiar de grupo de gestión -normalmente con contratos anuales pero que pueden tener una duración inferior- y de hecho se observa que el número de agencias asociadas a cada grupo de gestión puede variar notablemente de año a año. El precedente de conductas mencionado anteriormente también resaltaba que no hay una exigencia de un mínimo de permanencia¹⁸.

¹⁸ Resolución del Consejo de la CNMC de 12 de mayo de 2016, S/0455/12 Grupos de Gestión, sección 3.1.

42. Sin embargo, considera también la DC que una entrada requeriría cierta escala mínima, dado que un cierto volumen de actividad es necesario para poder obtener rápeles de los mayoristas y proveedores. Ahora bien, los datos aportados por la notificante muestran un elevado número de operadores de tamaño reducido.
43. Tras los efectos de la pandemia por COVID, el sector, tanto a nivel mayorista como minorista, así como de los grupos de gestión, ha disfrutado de un escenario de crecimiento de la demanda y de los precios, algo atestiguado ya en los precedentes mencionados. Las previsiones apuntan a una continuación de esta tendencia, con un crecimiento estimado en 2025 para el sector minorista de un 5,5%¹⁹. A ello debe sumarse la creciente digitalización de las agencias de viaje minoristas, lo que incrementa la demanda por los servicios complementarios ofrecidos por los grupos de gestión. Estas tendencias pueden favorecer la entrada de nuevos operadores.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

44. La operación de concentración proyectada consiste en la adquisición por parte de Geo Travel del control exclusivo de Departamento Infraestructuras Turísticas, S.L, Unida Servicios Integrales de Turismo, S.A, Dinamización Integral Turística, S.L., Donosti Receptivo, S.L. y Haikulance, S.L (conjuntamente, DIT Gestión).
45. Esta operación de concentración económica se enmarca en los mercados de agencias de viajes mayoristas, de agencias de viajes minoristas y de grupos de gestión, en los que se produce un solapamiento horizontal entre las partes.
46. En lo que respecta al mercado de agencias de viajes mayoristas la cuota de la adquirente es del [10-20]% y la operación genera una adición marginal (situación parecida se produce en las posibles segmentaciones). En el mercado de agencias de viajes minoristas, y sus posibles segmentaciones, la cuota conjunta de las partes es inferior al 15%. Por lo tanto, en estos mercados no es previsible que la operación notificada vaya a suponer un obstáculo a la competencia efectiva.
47. En lo que respecta al mercado de grupos de gestión, la operación supone un solapamiento horizontal significativo. La entidad resultante pasará de segundo a primer operador del mercado, con una cuota del [30-40]% en valor (después de una adición del [10-20]%).
48. Sin embargo, existe un elevado número de operadores en este mercado, alguno de los cuales tiene un tamaño significativo. La notificante también advierte que algunos de sus competidores están verticalmente integrados o

¹⁹ Informe DBK 2024, página 10.

forman parte de grupos que tienen también agencias mayoristas o minoristas, como Carrefour, Airmet y Traveltool. Varios competidores ofrecen, de hecho, un abanico de servicios más amplio que el ofrecido por las partes. Finalmente, los datos también muestran que algunos de estos operadores (por ejemplo, Airmet y NextLevel) están creciendo rápidamente estos últimos tres años.

49. También procede señalar que algunos de los servicios ofrecidos por los grupos de gestión -como el asesoramiento en marketing o la elaboración de páginas web- pueden ser ofrecidos por empresas de fuera del mercado, de tal modo que las presiones competitivas existentes serían mayores a las mostradas por los datos de cuotas analizados. En línea similar, debe tenerse en cuenta que, tal y como ya mencionaba el precedente de conductas antes citado²⁰, desde el punto de vista de una agencia minorista, esta siempre puede franquiciarse como método alternativo para beneficiarse de una marca común y de mayor capacidad de negociación. Los grupos de franquicias ejercen por lo tanto cierta presión competitiva sobre los grupos de gestión.
50. Finalmente, la inexistencia de barreras de entrada significativas y la expansión prevista para este sector -derivada del crecimiento del sector mayorista y minorista después de la COVID y de la creciente demanda de servicios de digitalización- favorecen la entrada de nuevos operadores, reforzando el grado de competencia en el mercado.
51. Existen relaciones verticales entre los mercados analizados. Sin embargo, dadas las cuotas alcanzadas, no se considera que la operación genere un incentivo y una capacidad para cerrar un mercado. Cabe señalar que tanto adquirida como adquirente ya son operadores verticalmente integrados con carácter previo a la concentración, y sus grupos de gestión ya vienen trabajando con otros mayoristas. También el mayorista Ávoris viene trabajando con diversos grupos de gestión, no solo con los de su propiedad.
52. Por todo lo anterior, no es previsible que la operación notificada vaya a suponer un obstáculo a la competencia efectiva en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

8. 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 primera fase sin compromisos, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

²⁰ Resolución del Consejo de la CNMC de 12 de mayo de 2016, S/0455/12 Grupos de Gestión, sección 3.1.

De acuerdo con el principio de autoevaluación, recogido en el considerando 21 del Reglamento 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas y la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin, corresponde a las propias empresas afectadas determinar en qué medida en una operación de concentración sus acuerdos resultan accesorios a la misma.