

**RESUMEN DE LOS COMPROMISOS ADOPTADOS POR BOYACA Y  
ACEPTADOS POR LA CNC.**

**d) Compromisos frente a los puntos de venta**

- (363) *Al igual que se hace frente a otros colectivos, en el caso de los puntos de venta BOYACA establece dos líneas de compromisos según se refieran a los puntos de venta activos actualmente o a futuros puntos de venta que quieran distribuir prensa diaria.*
- (364) *Con respecto a los primeros, BOYACÁ propone el mantenimiento durante un periodo de cinco años, de las condiciones comerciales y económicas que se venían aplicando a los puntos de venta que mantienen en la actualidad relaciones comerciales con las distribuidoras que serán controladas por BOYACÁ.*
- (365) *Este compromiso se entiende sin perjuicio de los ajustes que BOYACÁ pueda considerar necesarios para una prestación del servicio más eficiente, preservando el adecuado funcionamiento del punto de venta dentro de los horarios habituales.*
- (366) *Se establecen, no obstante, unos volúmenes mínimos de venta de publicaciones por debajo de los cuales BOYACÁ podrá modificar ciertas condiciones (venta en firme, disminuir la frecuencia de recogida de devoluciones, o incluso abandonar el suministro).*
- (367) *En relación con los nuevos puntos de venta, los compromisos se concretan en garantizar que se prestará servicio a todos los puntos de venta que lo soliciten en condiciones comerciales y económicas transparentes, objetivas y no discriminatorias, empleando como criterios para su fijación: la tipología del punto de venta, facturación estimada, ubicación (distancia), horarios y días de apertura. A estos efectos, se elaborará también una oferta tipo a aplicar por cada distribuidora controlada por BOYACA.*
- (368) *Además, puesto que BOYACA distribuye otro tipo de productos al margen de la prensa diaria, también BOYACÁ se compromete a no obligar al punto de venta a prestar servicios de comercialización de productos no editoriales.*
- (369) *Finalmente, BOYACÁ propone la adopción de compromisos relacionados con el traslado de eficiencias vinculadas a los portes, garantías y gastos de apertura, manteniendo los actualmente vigentes para DIMA sin modificaciones.*
- (370) *En este sentido, en primer lugar se limita el montante del aval exigido a los puntos de venta que no podrá superar el equivalente a ocho semanas de venta media del establecimiento. Para los nuevos puntos de venta se realiza una provisión cuyo importe también estará en función de la facturación estimada, que será revisado transcurrido el primer año de ventas para adaptarlo a la venta media señalada. En ningún caso se incrementarán los avales o fianzas de aquéllos puntos de venta que se*

*hayan acogido a la opción de mantener sus actuales condiciones.*

- (371) *En segundo lugar, proponen una reducción proporcional de los portes a las eficiencias obtenidas, valorada en un 6% de los portes aplicados, repartidos en un 3% cada año, cuando se produzcan de manera cumulativa las siguientes circunstancias: (i) el beneficio de las empresas que serán controladas por BOYACA supere la media del resultado de dicha distribuidora en los cuatro ejercicios cerrados anteriores a la fecha de la resolución de autorización de esta operación y (ii) el beneficio supere en cuatro veces el coste que derivaría de aplicar una reducción de los portes del 3% ese año. Esta reducción se aplicará en los dos ejercicios siguientes a aquel en el que se den las circunstancias expuestas.*
- (372) *Además, BOYACÁ reducirá los gastos de apertura estableciéndose unos gastos de apertura máximos de 200 euros.*

**e) Duración de los compromisos**

- (373) *Los compromisos estarán vigentes durante cinco años a contar desde la fecha de resolución del Consejo de la CNC por la que se apruebe la operación de concentración de referencia.*

## **VALORACION QUE HACE LA CNC DE LOS COMPROMISOS DE BOYACA**

### **x. VALORACIÓN COMPROMISOS**

- (376) Como se ha venido exponiendo a lo largo del informe, el principal riesgo para la competencia efectiva deriva del reforzamiento del poder de negociación de la entidad resultante en los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas, especialmente de prensa diaria, lo que podría generar perjuicios significativos a editores de prensa diaria en España, a distribuidores mayoristas de todo tipo de publicaciones que no disponen de red propia en algunas provincias ya la actividad de distribución minorista de publicaciones periódicas.
- (377) Este mayor poder de negociación se ve, a su vez, reforzado por el carácter integrado de la entidad resultante y los contratos de distribución exclusiva que BOYACÁ ha firmado con GRUPO PRISA y UNIDAD EDITORIAL.
- (378) Los compromisos que se establezcan deben, por tanto, ir encaminados a compensar estos efectos sobre la competencia efectiva derivados de la operación de concentración notificada.
- (379) Conviene tener presente que actualmente siguen en vigor los compromisos a los que se subordinó la autorización de la concentración VC/0119/08 por la que se creó la distribuidora de prensa DIMA.
- (380) Tal y como se ha expuesto anteriormente, DIMA es una de las empresas que como consecuencia de la concentración serán adquiridas por BOYACA, junto con otras distribuidoras mayoristas de publicaciones que tienen una implantación en los mercados regionales en los que operan de dimensiones similares a las que DIMA tiene en la Comunidad de Madrid.
- (381) Los compromisos vigentes para DIMA y los planteados por BOYACÁ en el marco de la presente operación de concentración son compatibles entre sí, lo que facilita la creación de una condiciones homogéneas en los distintos mercados geográficos en los que BOYACÁ opera, pues ambos bloques de compromisos están basados en unos mismos principios generales, si bien en los compromisos de BOYACÁ se han tenido en cuenta las especificidades de la presente concentración, tales como los contratos de distribución exclusiva firmados por BOYACÁ con GRUPO PRISA Y UNIDAD EDITORIAL y el hecho de que determinadas distribuidoras mayoristas no tienen alternativas distintas a BOYACÁ en determinados ámbitos geográficos para realizar la distribución de publicaciones periódicas o revistas.
- (382) Esta Dirección de Investigación considera que los compromisos presentados por la notificante con fecha 31 de julio de 2013 resuelven los problemas de competencia identificados en el PCH, son proporcionados y están justificados.

### **X.3 Mercado de distribución comercial minorista de prensa diaria.**

- (394) Por lo que se refiere a los puntos de venta, el compromiso de fijar un marco común que guíe las relaciones con éstos, pretende evitar la aplicación de condiciones no justificadas por criterios comerciales objetivos garantizando a su vez, que se apliquen condiciones similares para prestaciones equivalentes.
- (395) En este sentido, el compromiso de distribuir las publicaciones a los nuevos puntos de venta que deseen mantener relaciones comerciales con BOYACÁ, en condiciones transparentes, objetivas y no discriminatorias así como la determinación de los criterios para fijar estas condiciones (tipología del punto de venta, ubicación, facturación, horarios y días de apertura), sirven para minimizar los riesgos de exclusión, explotación o discriminación de los puntos de venta.
- (396) Los criterios generales para fijar estas condiciones comerciales serán concretados cuando se elaboren las ofertas tipo para cada distribuidora regional.
- (397) En relación con la determinación de las ofertas-tipo se han presentado diversas alegaciones por parte de las asociaciones de vendedores de prensa.
- (398) COVEPRES considera que no existen criterios suficientes explicitados en los compromisos para elaborar las ofertas-tipo y ANVP considera necesaria una revisión de la oferta-tipo de DIMA.
- (399) Tal y como se ha expuesto en este apartado, los criterios para la elaboración de las ofertas se han concretado en los compromisos y lo que se deja para un momento posterior es la concreción de las ofertas tipo.
- (400) Además, los elementos de fijación de la oferta-tipo de DIMA son, como se ha dicho, análogos a los fijados en estos compromisos para el mantenimiento de unas condiciones homogéneas en los distintos mercados geográficos e incluyen los distintos elementos que la ANVP considera necesarios para elaborar este tipo de modelo de oferta.
- (401) El compromiso de conservar las actuales condiciones comerciales y económicas de los puntos de venta, durante un periodo razonablemente largo, de cinco años, sirve también para dar un margen de adaptación a los puntos de venta de cara a la negociación y determinación de las condiciones de distribución transparentes, objetivas y no discriminatorias que ofrezca BOYACA.
- (402) No se puede, como pretende COVEPRES, utilizar una operación de concentración para solucionar problemas preexistentes. Además, los compromisos adoptados mejoran la situación en la medida en que introducen dosis de transparencia y no discriminación en el funcionamiento del mercado de distribución minorista de publicaciones periódicas.

- (403) Las excepciones al mantenimiento del suministro o de las condiciones aplicadas a los puntos de venta estarían justificadas, dados los umbrales tan reducidos de número de ejemplares distribuidos que se han fijado para poder aplicar estas excepciones. Por ello, las alegaciones de las asociaciones en este sentido no resultan justificadas.
- (404) Además, se protege al punto de venta del riesgo de que se vea forzado a vender productos no editoriales que no son de su interés dados los riesgos de vinculación de ambos tipos de productos que podrían generarse como consecuencia de la presencia de BOYACÁ en la distribución mayorista de productos no editoriales.
- (405) Esto parece solucionar las dudas que pudieran surgir en los puntos de venta en cuanto al reparto de productos no editoriales, sin que sea necesario que medie consentimiento expreso para cada una de las relaciones contractuales que pudieran surgir entre BOYACÁ y cada uno de los puntos de venta.
- (406) Los compromisos propuestos en términos de asegurar el traspaso de las eficiencias a los puntos de venta también resultan adecuados porque éstos podrán ver reducidos sus costes fijos.
- (407) En concreto, BOYACÁ ha propuesto una reducción tanto para los gastos de apertura como para el aval que los puntos de venta deben depositar para ejercer su actividad económica.
- (408) En lo que se refiere a las limitaciones de los importes de las garantías, se trata de un compromiso que evita que BOYACA pueda exigir garantías que supongan un esfuerzo financiero para los puntos de venta más allá del necesario para cubrir el riesgo de impago.
- (409) Para el cálculo de estas garantías, BOYACA propone referenciar la garantía a la venta media de ocho semanas, algo que parece razonable si se tienen en cuenta los periodos medios de cobro efectivo y definitivo por las distribuidoras de la entidad resultante a los puntos de venta.
- (410) No cabe, aceptar la alegación de ANVP que sugiere limitar este periodo en función de la forma de pago (domiciliación, cheque o transferencia), en la medida que las garantías son un instrumento que buscan reducir de forma genérica los riesgos de impago por los puntos de venta a la entidad resultante, por lo que parece razonable que BOYACA tenga una protección mínima que no se modifique continuamente según el medio de pago que vaya utilizando el punto de venta, que suele ser determinado libremente por éste.
- (411) Tampoco cabe aceptar la alegación referente a la eliminación de los costes de apertura, cuando esta es una circunstancia preexistente en el mercado con independencia de BOYACÁ.
- (412) A través del compromiso descrito en líneas precedentes, se consigue una mejora en las condiciones de entrada a nuevos puntos de venta como

consecuencia de las eficiencias que BOYACÁ espera obtener con la concentración.

- (413) La existencia de eficiencias y su traslado a los puntos de venta ha sido un factor fundamental para la valoración de los compromisos presentados, pero no puede pretenderse como sugieren dos de las asociaciones de vendedores, que tiene que existir una reducción o un nuevo cálculo de los portes por el mero hecho de la entrada de BOYACA en determinados ámbitos geográficos.