

**Ref. Nº CE 11/2016 – HAILO- MYTAXI
QB/SG**

**Asunto: Valoración del impacto potencial de la operación de
concentración entre HAILO y MYTAXI en Cataluña.**

1. Antecedentes

En fecha 10 de octubre de 2016, la Autoridad Catalana de la Competencia (en adelante, ACCO) recibió una solicitud de colaboración de la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia* (en adelante, CMNC); en concreto, el Director de Competencia de la CNMC solicitó a la ACCO un informe sobre la operación de concentración empresarial que le había sido notificada en fecha 5 de octubre de 2016, relativa a la adquisición por parte de Daimler AG (en adelante, DAIMLER) y Hailo Network Holdings Limited (en adelante, HAILO), del control conjunto de los negocios de Intelligent Apps GmbH (en adelante, MYTAXI) y HAILO. Esta notificación dio lugar, por parte de la CNMC, al expediente n.º C/0802/16 DAIMLER/HAILO/MYTAXI/NEGOCIO HAILO.

Esta petición de informe a la ACCO se ampara en el artículo 39.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), y se dispone de un plazo de 10 días para emitir dicho informe.

Con el objetivo de conocer mejor los efectos que esta operación puede provocar en Cataluña, la ACCO ha dirigido requerimientos de información al Instituto Metropolitano del Taxi (en adelante, IMET), a la Dirección General de Transportes y Movilidad de la Generalidad de Cataluña, y a 21 entidades que gestionarían diferentes aplicaciones que permitirían contratar los servicios de taxi y VTC (alquiler de vehículos con conductor) en el Área Metropolitana de Barcelona¹.

En este documento se ha sombreado en color gris la información considerada confidencial.

2. Naturaleza de la operación

Según la información facilitada por estas empresas, MYTAXI pertenece en su totalidad a Daimler Mobility Services (en adelante, DMS), la cual pertenece al 100 % a DAIMLER. La operación de concentración propuesta implicará que HAILO suscriba un aumento de capital social de MYTAXI a cambio de la cesión de acciones de 4 de sus filiales (Hailo Network Iberia SLU, Hailo Network Ireland Limited, Hailo Network Limited y Hailo Network IP Limited). Una vez realizada la operación, DMS será titular del [...] % del capital social de MYTAXI mientras que HAILO dispondrá del otro [...] %.

¹ Si bien algunas de ellas no respondieron y algunas indicaron que no ofrecían estos servicios en la AMB.



Según establece la LDC, las concentraciones empresariales deben comunicarse previamente a su ejecución, siempre y cuando se cumpla al menos uno de los siguientes criterios (ver art. 8 y art. 9 de la citada ley):

- Que el volumen de negocios global en España del conjunto de los partícipes supere en el último ejercicio contable la cantidad de 240 millones de euros, siempre que al menos dos de los partícipes realicen individualmente en España un volumen de negocios superior a 60 millones de euros.
- Que como consecuencia de la concentración se adquiera o se incremente una cuota igual o superior al 30 por ciento del mercado relevante de producto o servicio en el ámbito nacional o en un mercado geográfico definido dentro del mismo.

Quedan exentas del procedimiento de control todas aquellas concentraciones económicas en que, a pesar de cumplir lo anterior, el volumen de negocios global en España de la sociedad adquirida o de los activos adquiridos en el último ejercicio contable no supere la cantidad de 10 millones de euros, siempre que los partícipes no tengan una cuota individual o conjunta igual o superior al 50 por ciento en cualquiera de los mercados afectados, en el ámbito nacional o en un mercado geográfico definido dentro del mismo.

Según la información facilitada por las empresas, el volumen de negocios en España de MYTAXI el pasado 2015 fue inferior a los 60 millones de euros, mientras que el volumen de negocios de HAILO también fue inferior a los 60 millones euros, así mismo, según las estimaciones de estas empresas, su cuota de mercado en el transporte de viajeros en taxi (el mercado relevante de la operación de concentración en su opinión) sería prácticamente irrisoria, del [0-5]% a nivel español y del [0-5]% en la AMB² (para calcular esta cuota de mercado se ha tenido en cuenta el número de viajes en taxi); en consecuencia han notificado la operación *ad cautelam*.

3. Las partes de la operación

MYTAXI

MYTAXI presta servicios de intermediación para la contratación de trayectos en taxi; permite a los pasajeros solicitar los taxis a través de internet. MYTAXI puede utilizarse a través de un navegador web en un ordenador de sobremesa o mediante una aplicación que se descarga en los teléfonos inteligentes (*smartphones*)³ de los pasajeros y de los taxistas; está disponible para los principales sistemas operativos utilizados por los teléfonos inteligentes: Apple iOS, Android, Windows Phone y Blackberry OS⁴.

Aparte de solicitar un taxi mediante la aplicación de MYTAXI también permite seguir la llegada del taxi en tiempo real utilizando un mapa de la aplicación, pagar el trayecto mediante tarjeta de crédito o una cuenta PayPal establecida en la cuenta del cliente y valorar el taxista.

² Y del [0-5]% en el área metropolitana de Madrid. Según las informaciones facilitadas por MYTAXI en respuesta al requerimiento formulado por la CNMC antes de que estas empresas aportaran la notificación relativa a la operación de concentración.

³ Y otros dispositivos electrónicos móviles.

⁴ Utiliza el GPS y mapeo incorporado en los teléfonos inteligentes de los taxistas y de los pasajeros.



MYTAXI está activo en Alemania, Austria, España, Portugal, Italia, Polonia y Suecia; cuenta aproximadamente con 10 millones de usuarios y 45 000 taxistas⁵. En España opera en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla.

HAILO

HAILO presta servicios de intermediación para la contratación de trayectos en taxi; permite a los pasajeros solicitar los taxis a través de una aplicación disponible en línea. HAILO se utiliza mediante una aplicación que se descarga en los teléfonos inteligentes⁶ de los pasajeros y de los taxistas; está disponible para los teléfonos inteligentes que utilizan los sistemas operativos Apple iOS o Android⁷.

Aparte de solicitar un taxi mediante la aplicación de HAILO también permite seguir la llegada del taxi en tiempo real, pagar el trayecto mediante tarjeta de crédito/débito establecida en la cuenta del cliente y valorar al taxista.

HAILO está activo en Irlanda, Reino Unido y España; contaría con 200.000 usuarios y 77.000 taxistas⁸. En España opera en Madrid y Barcelona.

4. Mercados afectados por la operación en Cataluña

Como se ha indicado en la sección anterior, HAILO y MYTAXI ofrecen sus servicios en varios países. Sin embargo, **España es el único país en el que ambas empresas compiten directamente, en concreto, en los mercados locales de Madrid y Barcelona**. En relación con esta operación, se debe señalar que la ACCO valora en este documento el efecto de esta operación de concentración únicamente en Cataluña.

Como ya se ha indicado, el servicio que ofrecen HAILO y MYTAXI consiste esencialmente en hacer de intermediarios (poner en contacto) taxistas y pasajeros. En un sentido amplio, se puede considerar que ambas empresas ofrecen **servicios de intermediación entre los oferentes del transporte público discrecional de viajeros en vehículos turismo y sus demandantes (pasajeros)**.

El mercado del transporte público discrecional de viajeros en vehículos turismo ha sido analizado en varias ocasiones por las autoridades de competencia; **tradicionalmente este mercado⁹ se ha asimilado al del taxi**, pues los prestadores de este servicio eran (y son) los que mayoritariamente actuaban en este mercado. Ahora bien, **durante los últimos años ha crecido la importancia de otra actividad, la del arrendamiento de vehículos con conductor (conocido también como VTC)**, que compite con el servicio de taxi en uno de los subsegmentos de este mercado¹⁰.

⁵ <http://www.efe.com/efe/espana/portada/mytaxi-se-fusiona-con-hailo-y-convierte-en-la-mayor-red-de-taxis-europa/10010-2995537>

⁶ Y otros dispositivos electrónicos móviles.

⁷ Utiliza el GPS y mapeo incorporado en los teléfonos inteligentes de los taxistas y los pasajeros.

⁸ <http://www.efe.com/efe/espana/portada/mytaxi-se-fusiona-con-hailo-y-convierte-en-la-mayor-red-de-taxis-europa/10010-2995537#>

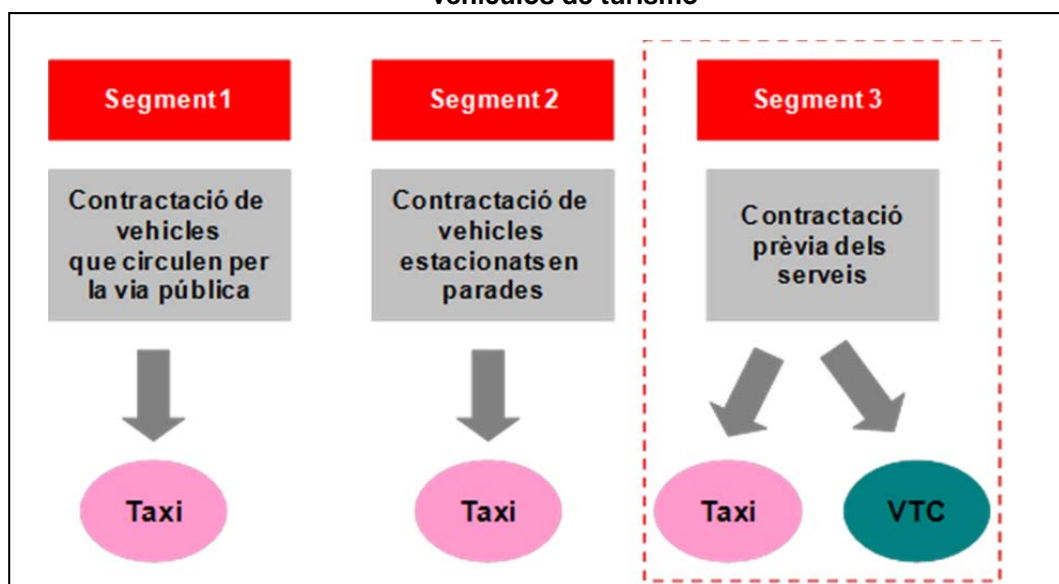
⁹ El mercado del transporte público discrecional de viajeros en vehículos turismo.

¹⁰ En este punto también se quiere hacer referencia al hecho de que, en un futuro, y en función de cómo se desarrolle la normativa al respecto, en este mercado también podría aparecer otro tipo de competidores a los taxis y los VTC. Nos referimos a conductores sin licencia de taxi o VTC que ofrecerían el servicio de transporte de viajeros en turismo (por ejemplo UBERPOP).

Siguiendo el planteamiento de algunos organismos internacionales y autoridades de competencia¹¹, la Dirección General de la ACCO considera que el mercado del transporte discrecional de viajeros en vehículos de turismo se puede dividir en **3 segmentos, según la forma en que los clientes contratan los servicios** (ver [OB 11/2011 Reflexiones procompetitivas sobre el modelo regulatorio del taxi y del arrendamiento de vehículos con conductor](#)):

- **1^{er} segmento: Contratación de vehículos que circulan por la vía pública.** Los usuarios solicitan los servicios en la calle (levantando la mano), entre los vehículos que se encuentran circulando por la vía pública.
- **2^o segmento: Contratación de vehículos estacionados en zonas habilitadas.** El usuario se dirige hacia las zonas especialmente habilitadas como paradas de taxis. Este sistema resulta especialmente operativo en el caso de aeropuertos y estaciones de tren o autobús, ya que permite un contacto rápido con el cliente, de tal manera que se satisface una demanda casi constante.
- **3^{er} segmento: Vehículos previamente contratados mediante una centralita o emisora de taxi, una aplicación móvil o cualquier otro medio.** En este caso, el servicio de transporte es solicitado por el cliente, ya sea por teléfono (llamando o utilizando una *app*) o a través de cualquier otro medio de comunicación disponible (por ej. Internet):

Ilustración 1. Segmentos del mercado de transporte discrecional de viajeros en vehículos de turismo



Fuente: Elaboración propia.

En los **dos primeros segmentos** existe una **reserva de actividad a favor del taxi**, pues la regulación actual sólo permite que actúen este tipo de operadores. De hecho, esta reserva de actividad ha sido criticada en numerosas ocasiones por las autoridades de competencia; tanto por la propia ACCO (por ejemplo en las [OB 11/2011 Reflexiones procompetitivas sobre el modelo regulatorio del taxi y del](#)

¹¹ En particular, de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su informe "Taxi Services: Competition and Regulation", Policy Roundtables, (2007) y el Office of Fair Trading (OFT) en su estudio "The regulation of licensed taxi and PHV services in the UK" (noviembre de 2003).

[arrendamiento de vehículos con conductor](#)), como por la CNMC (por ejemplo en el [Informe económico sobre las restricciones a la competencia incluidas en el Real Decreto 1057/2015 y en la Orden FOM/2799/2015, en materia de vehículos de alquiler con conductor – UM/085/15 y acumulados](#))¹².

En cambio, en el **tercer segmento compiten los prestadores de taxis y los de VTC**, los cuales ofrecen servicios similares de transporte de viajeros, en vehículos de turismo, desde un punto de origen a un destino indicado por el usuario. Por tanto, desde el punto de vista de la demanda, se podrían considerar servicios sustitutivos¹³. Sin embargo, la presión competitiva que ejercen los VTC sobre los taxis es reducida, ya que actualmente existe una gran desproporción entre el número de taxis y el número de VTC; a título ilustrativo, cabe mencionar que en Cataluña existen actualmente 600 autorizaciones de transporte público de viajeros en vehículo turismo para servicio interurbano de alquiler con conductor (VTC), de éstas, 507 corresponden al ámbito provincial de Barcelona, mientras que existen 12.624 autorizaciones de transporte público de viajeros en vehículo turismo para servicio interurbano de taxi, de éstas, 11.041 corresponden al ámbito provincial de Barcelona¹⁴.

En una línea similar se ha expresado la CNMC, por ejemplo en el ya citado [Informe económico sobre las restricciones a la competencia incluidas en el Real Decreto 1057/2015 y en la Orden FOM/2799/2015, en materia de vehículos de alquiler con conductor – UM/085/15 y acumulados](#):

“Los taxis prestan sus servicios en los tres segmentos mencionados sin competir en precio, ya que los precios (tarifas) están reguladas. Por su parte, los VTC sólo pueden operar en el segmento de pre-contratación, y la normativa prohíbe que puedan operar en los dos primeros segmentos: contratación directa en la calle y paradas. El precio de los servicios prestados por un VTC en el segmento de pre-contratación no está regulado y es libre. No obstante, el límite cuantitativo al número de VTC² reduce considerablemente la oferta de VTC e impide que esta alternativa sea una fuente de competencia intensa y eficaz en el mercado. Por último, tanto los taxis como los VTC se encuentran sometidos a una intensa regulación - que persiste desde hace décadas - en materia de seguridad y calidad.

Nota al pie

2 Como se analiza en partes posteriores del Informe, la normativa permite denegar autorizaciones de VTC si el número de autorizaciones de VTC en relación con las de taxi supera el ratio de 1 por cada 30 de taxi en la Comunidad Autónoma en la que se vaya a conceder la autorización.” (El subrayado no consta en el original).

En resumen, el mercado del transporte discrecional de viajeros en vehículos de turismo comprende dos tipologías de operadores, los **prestadores del servicio de taxi y los operadores que disponen de vehículos con la correspondiente licencia**

¹² De hecho la CNMC ha interpuesto un recurso contencioso-administrativo contra dichas dos normas, ya que considera que las restricciones a la competencia que incorporan son perjudiciales para el interés general. Entre los principales obstáculos a la competencia que establece el Real Decreto y la Orden Ministerial, que en opinión de la CNMC deben ser eliminados por no estar suficientemente justificados, se encuentran los límites cuantitativos a las licencias de VTC, la obligación de contratación previa del servicio y la prohibición de competir de manera directa en la vía pública.

¹³ Este grado de sustituibilidad del servicio entre taxi y VTC es especialmente importante en grandes ciudades y en destinos turísticos, pero también va adquiriendo importancia en zonas rurales. En las primeras, cada vez es más habitual la contratación de vehículos con una mayor capacidad de pasajeros (por ejemplo, de familias numerosas o de grupos de turistas). Dado que el número habitual de plazas de un taxi es de 5 (vehículo estándar), éste no puede dar una respuesta adecuada a sus necesidades, por lo que la alternativa es contratar más de un taxi - con el sobrecoste asociado - o bien un servicio de VTC, el cual aparte de ofrecer mayor flexibilidad que el taxi en cuanto al número de plazas, permite una negociación del precio.

Con respecto a determinadas zonas rurales, determinados consumidores (por ejemplo, personas de la tercera edad que necesitan un medio de transporte para ir al médico) a menudo necesitan un servicio de transporte discrecional, puerta a puerta, que necesariamente deben reservar previamente por teléfono (o app). En estos casos, el VTC también es una alternativa real al taxi.

¹⁴ Según información facilitada por el Departamento de Territorio y Sostenibilidad de la Generalitat de Catalunya.

de VTC, pero compiten en condiciones diferentes debido a su regulación. De hecho el número de VTC en el mercado es muy reducido si se compara con el número de taxis. Por este motivo, **la ACCO sólo analizará el efecto de la operación de concentración respecto de los servicios de taxi**, ya que las conclusiones a las que llegarán serán aproximadamente las mismas si se incluyera en el referido análisis los VTC.

Para valorar, desde el punto de vista de la competencia, cualquier operación de concentración es determinante definir el mercado relevante en el que se producirán sus potenciales efectos. El mercado relevante se determina, principalmente, en relación a dos elementos: el producto y el ámbito geográfico.

La diversidad en las formas de contratación del servicio del taxi es muy importante ya que tal como señala la Comisión Europea en su comunicación de 9 de diciembre de 1997 relativa a la definición de mercado de referencia (DOCE n.º C 372, de 9 de diciembre): “*El mercado de producto de referencia comprende la totalidad de los productos y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles en razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer*”.

Así pues, en el caso que nos ocupa existirían 3 posibles definiciones de mercado de producto¹⁵:

- 1. El transporte de viajeros en taxi:** Esta sería la definición de mercado de producto más amplia y es la defendida por HAILO y MYTAXI en su notificación de la operación de concentración. Así por ejemplo, en su respuesta al requerimiento de información formulado por la CNMC, previo al escrito de notificación de la operación, indicaron lo siguiente:

“Debido a que los taxis, los vehículos de transporte con conductor, las aplicaciones de solicitud de taxi y los operadores de servicios de solicitud de taxis sirven al mismo fin desde la perspectiva del pasajero, mytaxi considera que dichos servicios podrían considerarse dentro del mismo mercado de producto de la prestación de servicios de transporte privado remunerado.”

La ACCO no puede compartir esta definición de mercado de producto realizada por HAILO y MYTAXI, ya que estas empresas no ofrecen el servicio de transporte de viajeros en taxi directamente, sino que actúan como intermediarios en el mercado. De hecho, ellas mismas indicaron en el escrito de notificación que las dos empresas prestan “*servicios de intermediación para la contratación de trayectos en taxi*” (no ofrecen el servicio de transporte directamente). Si bien es completamente factible que algunos de los clientes de las apps (como HAILO y MYTAXI) anteriormente utilizaran las radioemisoras como intermediarios o incluso no utilizaran ninguna y contrataran los taxis directamente en la calle.

Una idea similar habría sido expresada por la CNMC en el ya citado [Informe económico sobre las restricciones a la competencia incluidas en el Real Decreto 1057/2015 y en la Orden FOM/2799/2015, en materia de vehículos de alquiler con conductor – UM/085/15 y acumulados](#) o en el [Informe económico sobre los límites cuantitativos y las restricciones a la competencia en precios en el sector del taxi de la ciudad de Córdoba–LA/02/2015](#) donde se indica textualmente lo siguiente:

“A pesar de dicha caracterización tradicional, desde hace unos años, y en concreto desde la introducción de los teléfonos inteligentes (smartphones), han aparecido nuevas aplicaciones

¹⁵ En función del mercado de producto considerado las conclusiones diferirán entre ellas.

informáticas que permiten localizar a un taxi u otro vehículo de transporte de pasajeros en el espacio urbano, contratar sus servicios de forma rápida, disponer de información sobre distintas características del servicio, y utilizarlo en cuestión de minutos¹. Esta innovación tecnológica ha modificado la forma en la que se puede contratar este servicio y, en cierto modo, combina aspectos de la pre-contratación - porque en el taxi no se para directamente en la calle -y de la contratación directa en la calle -puesto que el servicio es muy inmediato y en muchas ocasiones más rápido que parar el taxi en la calle. Muchos usuarios optan por no esperar a un taxi en la calle o pedirlo por teléfono y lo solicitan mediante estas aplicaciones, por las ventajas que ofrecen en términos de tiempo e información sobre el servicio. Estas aplicaciones están presentes en multitud de países de todo el mundo.

“Nota al pie”

1 Estas aplicaciones – presentes en multitud de países y entre las que se encuentran Hailo, Uber, Lyft o Mytaxi, entre otras – se apoyan en distintas tecnologías – fundamentalmente Internet, los smartphones, y la tecnología de localización GPS – y constituyen un nuevo modelo de prestación de servicio en el sector de transporte urbano de pasajeros, que permite a los consumidores contratar servicios de una forma diferente – y muchas veces más rápida – que los mecanismos tradicionales, como parar directamente el vehículo en la calle o pedirlo por teléfono (FTC, 2013). Mediante algunas de estas aplicaciones, los usuarios pueden ver qué vehículos hay disponibles cerca de donde se encuentran, lo que mejora el emparejamiento y el ajuste entre oferta y demanda. A través del uso de distintas tecnologías, estas aplicaciones ofrecen nuevas formas de calcular el precio y de realizar el pago. También utilizan mecanismos de monitoreo y valoración por parte de los usuarios, lo que incentiva a los operadores a prestar sus servicios con calidad, permite generar reputación y corregir los problemas de información asimétrica. Por la información masiva que manejan y su forma de organizarla, estas tecnologías facilitan una respuesta más adecuada de la oferta a la demanda, una mejor asignación de los recursos, y una reducción de los costes de transacción para los usuarios de servicios de transporte urbano de pasajeros.” (El subrayado no consta en el original.)

2. **La intermediación en la contratación de los servicios de taxi:** este mercado estaría formado por las radioemisoras (como por ejemplo, en Barcelona, RADIO TAXI 033 o SERVI TAXI) como por las aplicaciones informáticas que ponen en contacto taxistas con pasajeros (entre otras HAILO y MYTAXI).
3. **La intermediación en la contratación de los servicios de taxi utilizando una app:** esta definición de mercado es la más estrecha de las contempladas, ya que el mercado estaría formado únicamente por las aplicaciones para dispositivos móviles que ponen en contacto taxistas con pasajeros (entre otras HAILO y MYTAXI).

Como ya se ha señalado, el elemento determinante para definir cuáles son los productos o servicios que comprenden el mercado relevante es su **sustituibilidad**, en razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer. A continuación se analizará la sustituibilidad de los servicios de intermediación realizados por radioemisoras y de los servicios de intermediación desarrollados por apps, con el objeto de valorar diferentes variables que permitan formular una correcta delimitación del mercado afectado por esta operación de concentración empresarial:

- Sustituibilidad como consecuencia de la características de los servicios ofrecidos:

Aunque el servicio principal o nuclear ofrecido por radioemisoras y apps es el mismo (emparejar oferta y demanda en el servicio de taxi), resulta indiscutible que las apps ofrecen unas prestaciones adicionales o servicios complementarios que las radioemisoras no se encuentran en disposición de poder ofrecer. Sin ánimo de ser exhaustivos, se pueden señalar las siguientes:

- ✓ Algunas de estas *apps*, mediante la geolocalización de los taxistas y los pasajeros, permiten a los propios pasajeros saber qué taxis hay disponibles cerca de su ubicación y seguir el recorrido del taxi en un mapa mientras está en camino para su recogida, así como el recorrido que el taxi sigue durante el trayecto.

Esta funcionalidad, por un lado, permite reducir los tiempos de espera, ya que *a priori* las *apps* asignan el trayecto al taxista más cercano (es posible que en un futuro incluso el usuario pueda escoger exactamente el taxista que quiere) y, por otra parte, proporciona más seguridad a los pasajeros ya que el usuario conoce el tiempo que tendrá que esperar antes de ser recogido y evita la posibilidad de que el taxista no siga la ruta más rápida y económica durante su trayecto.

- ✓ Algunas de estas *apps* permiten a los usuarios pagar el servicio de taxi directamente desde la aplicación, al vincular una tarjeta de crédito/débito o una cuenta PayPal a la cuenta de cada usuario.

Esta prestación permite que los pasajeros no tengan que llevar físicamente ni tarjetas de crédito/débito ni dinero en metálico¹⁶. También es cierto que algunas radioemisoras pueden ofrecer esta opción si previamente han llegado a un acuerdo con el cliente. Sin embargo, parecería que esto en la práctica sólo es viable en el caso de clientes habituales.

- ✓ Algunas de estas *apps* incorporan un sistema de valoración por parte de los usuarios respecto del servicio recibido.

Estas aplicaciones permiten valorar el servicio recibido y esta valoración del taxista es conocida por el resto de usuarios de la aplicación. De esta forma se reduce la asimetría informativa entre el taxista y el pasajero al tiempo que los taxistas pueden ganarse una reputación (lo cual les aportaría una cierta diferenciación respecto de otros compañeros de profesión). Es cierto que en caso de contratar el servicio de taxi mediante una radioemisora se puede contactar con esta para valorar positivamente el taxista o para quejarse del servicio recibido, sin embargo esta valoración difiere de la de las *apps* en la medida en que ésta no es visible para el resto de usuarios, es decir, que no genera ningún sistema de reputación ni se corrigen los problemas de información asimétrica.

- ✓ Algunas de estas *apps* permiten personalizar su oferta de servicios en función de cada cliente.

La información disponible mediante el uso de las *apps* permite que las empresas tengan un mejor conocimiento de sus clientes y les permite incrementar el grado de personalización de los servicios ofrecidos.

Tanto las radioemisoras como las aplicaciones informáticas cubren la misma necesidad -poner en contacto pasajeros con taxistas- pero la evolución

¹⁶ Es cierto que en caso de contratar el servicio mediante una radioemisora se puede solicitar que el taxi disponga de la posibilidad de pagar con tarjeta de crédito/débito, pero, de todas formas, el pasajero deberá tener físicamente la tarjeta para poder pagar el trayecto.

tecnológica que suponen las apps ha permitido, además de cubrir la necesidad básica, ofrecer también prestaciones adicionales.

Dada la gran cantidad de información que controlan y su forma de organizarla, estas tecnologías (las apps) facilitan una respuesta más adecuada de la oferta a la demanda, una mejor asignación de los recursos y una reducción de los costes de transacción para los usuarios de estos servicios.

Sin embargo, la ACCO considera que los servicios ofrecidos por las radioemisoras y las apps serían sustitutivos (cumplen el mismo objetivo). Adicionalmente, es probable que la mayoría de contrataciones de taxi que actualmente se realizan mediante una radioemisora, en un futuro se realicen mediante una app. De hecho, el propio sector contempla este escenario, es decir, lo considera como la evolución tecnológica del mercado, y así lo ha manifestado en varias ocasiones¹⁷.

- Sustituibilidad desde el punto de vista de los precios

Para los pasajeros, el precio de utilizar una radioemisora y el precio de utilizar una app es muy similar. Así, en caso de utilizar una app, primero hay que descargar la aplicación en un teléfono inteligente. Sin embargo, la mayoría de apps ofrecen esta posibilidad de forma gratuita (aunque podría ser que estas apps incorporaran publicidad). En caso de utilizar una radioemisora, únicamente se necesita hacer la llamada.

En caso de emplear una radioemisora el precio del servicio de taxi puede incrementarse en función de unas tarifas máximas establecidas por el IMET¹⁸, mientras que si se utiliza una app, los taxistas no cobran por el desplazamiento del vehículo hasta la ubicación de la recogida del pasajero. Sin embargo, generalmente en caso de que el pasajero no se encuentre en el punto de recogida, pasados unos determinados minutos el taxista bajará la bandera¹⁹.

Cabe mencionar que la actividad de las apps (en general, más allá de las específicas del sector de transporte) se ha asociado por los usuarios como gratuita, es decir, el consumidor se ha acostumbrado a que muchos de los servicios ofrecidos por las apps no tengan una contraprestación monetaria directa. Esto se fundamenta en el hecho de que el mercado de las apps es un *two sided markets*²⁰, por lo que esta característica de mercado posibilita que el precio en una de las caras del mercado sea cero o cercano a cero -si esto maximiza el número de usuarios- y, en cambio, se perciba la retribución por la otra cara del mercado. En concreto, esto ha llevado en el caso de las apps del sector del transporte a no cobrar por el servicio de intermediación en el lado de

¹⁷ Por ejemplo, se puede ver en las siguientes noticias: <http://www.stac.cat/el-sector-del-taxi-espanol-desastre-u-opportunidad-historica-de-cambio/> y http://www.ara.cat/economia/perques-del-taxi-contra-Uber_0_1633036706.html y <http://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/la-cara-b-de-las-apps-de-peticion-de-taxis-por-que-no-todos-las-usan>

¹⁸ El que ha establecido los siguientes conceptos (<http://taxi.amb.cat/s/es/taxista/tarifas-i-taxes.html>):

Taxi emisora hasta el lugar de encochamiento, precio máximo T-1: 3,40 €

Taxi emisora hasta el lugar de encochamiento, precio máximo T-2: 4,20 €

Taxi emisora hasta el lugar de encochamiento, precio máximo T-3: 4,50 €

Percepción mínima trayectos servicio radioemisora: 7,00 €

¹⁹Por ejemplo ver la información del sitio web de HAILO: <http://gb-lon-passenger.support.hailocab.com/customer/portal/articles/720152-how-much-does-it-cost->

²⁰ El mercado de las radioemisoras también podría ser considerado como un *two sided market*, sobre todo cuando la radioemisora no pertenece a los taxistas sino que es una empresa totalmente independiente.



la demanda (viajeros) y compensarlo por el lado de la oferta (taxistas) o explotando los datos con fines publicitarios.

Incluso, respecto de los precios, mencionar que algunas de las aplicaciones como HAILO y MYTAXI ofrecen, o han ofrecido, a los viajeros descuentos respecto del servicio del taxi para atraer nuevos clientes (precios introductorios)²¹.

Por parte de los taxistas, en caso de utilizar una radioemisora, habitualmente estos han tenido que satisfacer, a la entidad que gestiona la emisora, una cuota mensual, mientras que los taxistas que utilizan una *app*, habitualmente, sólo pagan por los trayectos contratados mediante dicha aplicación, y esta retribución consiste en una cantidad fija por trayecto realizado o una proporción del importe facturado al pasajero o una combinación de ambos.

En conclusión, los dos servicios serían sustituibles desde el punto de vista de sus precios, especialmente en relación con los pasajeros ya que deben satisfacer un precio similar por el servicio de intermediación: descargarse la aplicación que habitualmente es gratuita pero incorpora publicidad o el coste de la llamada de teléfono en caso de utilizar una radioemisora (recordemos que el precio del servicio del taxi se encuentra regulado). Un incremento significativo y no pasajero de los precios de los servicios ofrecidos por las radioemisoras probablemente implicaría que algunos de sus usuarios decidieran utilizar *apps*.

También se cree conveniente señalar las diferencias entre las características de los usuarios de estos dos medios de contratación. Actualmente los usuarios que más utilizan las *apps* son pasajeros jóvenes. Y por otra parte, tradicionalmente se ha considerado que los consumidores de edad avanzada tienen más dificultades para utilizar las nuevas tecnologías; es probable que los pasajeros de una edad más elevada tarden más tiempo en utilizar estas *apps*.

También se aprecian diferencias entre las características de las empresas que gestionan estas aplicaciones y las que gestionan las radioemisoras. Las empresas que gestionan una *app*, principalmente, necesitan una inversión inicial para desarrollar el programa utilizado y los taxistas únicamente necesitan su propio móvil. En cambio, las radioemisoras necesitan un *call center* y cada taxista necesita su propio receptor de radio.

A partir de los datos disponibles, no se ha observado que las *apps* hayan incrementado la demanda de los servicios de taxi. Aparentemente lo que ha sucedido es una modificación en la forma de contratación del servicio. Es probable que los nuevos usuarios de las *apps* sean, principalmente, usuarios que anteriormente utilizaban las radioemisoras como medio de contratación de los servicios de taxi.

Esto mismo sería confirmado por las propias estimaciones de HAILO y MYTAXI en el escrito de notificación de la operación a la CNMC, ya que según estas estimaciones, a nivel estatal, entre el año 2013 y 2015 el número de viajes en taxi contratados mediante HAILO o MYTAXI habría crecido en un [800-900]%²², mientras que en esos mismos años el número de viajes contratados mediante las principales radioemisoras

²¹ <https://blog.hailoapp.com/category/locations/city-barcelona/>
http://cincodias.com/cincodias/2016/08/12/empresas/1471024475_023049.html

²² El número de viajes con HAILO habría crecido un [1.100-1.200]% y número de viajes con MYTAXI habría crecido un [700-800]%.

habría disminuido; RADIO TELEFONO TAXI habría disminuido un [10-20]%, RADIO TAXI 033 habría disminuido un [60-70]% y TELE TAXI habría disminuido un [50-60]% (según las mismas estimaciones, el número de trayectos en taxi contratados mediante un intermediario se habría mantenido igual).

Ilustración 2. Número de viajes contratados mediante los principales intermediarios, en España

INTERMEDIARIO	2013	2015	CRECIMIENTO (%)
RADIO TELEFONO TAXI	[...]	[...]	-[10-20]%
RADIO TAXI 033	[...]	[...]	-[60-70]%
TELE TAXI	[...]	[...]	-[50-60]%
MYTAXI	[...]	[...]	[700-800]%
HAILO	[...]	[...]	[1.100-1.200]%
MYTAXI+HAILO	[...]	[...]	[800-900]%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por HAILO y MYTAXI a la CNMC

En el AMB también habría sucedido algo similar, ya que según estas estimaciones, en el año 2013 más de la mitad de los trayectos en taxi contratados mediante un intermediario habría utilizado la emisora RADIO TAXI 033 (el [50-60]%) y los trayectos contratados mediante HAILO o MYTAXI no llegaría ni al [0-5]% (MYTAXI [0-2,5]% y HAILO [0-2,5]%) mientras que en 2015 el porcentaje de trayectos contratados mediante dicha radioemisora habría disminuido hasta el [20-30]% mientras que los contratados mediante HAILO o MYTAXI habría crecido hasta el [0-10]% (MYTAXI [0-5]% y HAILO [0-5]%).

Ilustración 3. Viajes en taxi contratados mediante un intermediario a la AMB

INTERMEDIARIO	2013	%	2015	%
RADIO TAXI 033	[...]	[50-60]%	[...]	[20-30]%
MYTAXI	[...]	[0-2,5]%	[...]	[0-5]%
HAILO	[...]	[0-2,5]%	[...]	[0-5]%
MYTAXI+HAILO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-10]%
TOTAL MERCAT	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por HAILO y MYTAXI a la CNMC

En relación con este mercado, la *Federal Trade Commission*, el año 2013 en el [Staff Comments Before the District of Columbia Taxicab Commission Concerning Proposed Rulemakings on Passenger Motor Vehicle Transportation Services](#), estableció que:

These software applications are an innovative form of competition that may enable consumers to more easily arrange and pay for commercial passenger motor vehicle transportation services, as compared to traditional methods such as street hails or prearrangement by telephone through traditional service dispatchers. For example, some applications use the Global Positioning System ("GPS") technology incorporated into smartphones to enable consumers to locate nearby vehicles and track their arrival on an electronic map, thus facilitating matching between customers and service. Some applications also utilize the GPS and computing capabilities of smartphones to enable new fare calculation methods based on one or more factors, such as distance, time, per trip fees, demand, additional services, or gratuities, which the application can then charge to a credit card. Such applications may also use third-party credit card processing and electronic receipts, in lieu of traditional payment methods and paper receipts.

These technologies and methods may be more responsive to consumer demand, may promote a more efficient allocation of resources (e.g., vehicles and drivers) to consumers, may expand demand for passenger vehicle transportation services, and may reduce consumers' transaction costs in paying for such services. At the very least, these technologies and methods provide new alternatives for consumers. They may also raise novel consumer protection issues, for example, relating to consumers' understanding of information communicated via an application regarding fares, safety and liability, and other terms of use, and the privacy and security of information collected.

[...]

A forward-looking regulatory framework should allow new and innovative forms of competition to enter the marketplace unless regulation is necessary to achieve some countervailing pro-competitive or other benefit, such as protecting the public from significant harm. Consumers benefit from competition between traditional and new products and services, and from new methods of delivering services. Regulations therefore need to be reviewed and revised periodically to facilitate and encourage the emergence of new forms of competition.” (El subrayado no consta en el original).

Adicionalmente, cabe mencionar que algunas radioemisoras o asociaciones de radioemisoras están contratando *apps* desarrolladas por otras empresas informáticas, para ofrecer sus servicios mediante *app*, como por ejemplo el Sindicato del Taxi de Cataluña el cual dispone de su propia radioemisora y de la *app* EYTAXI, RADIO TAXI BETULO SL que también dispone de su propia emisora y de la *app* TAXILINE, la ASOCIACIÓN TAXI CLASS BCN que dispone de una radioemisora y de la *app* TAXI CLASS BCN o la empresa CENTRAL TAXI TELECOM SL que dispone de la radioemisora TAXIMES y la aplicación TAXIMES APP.

Por último, por parte de la oferta, también es cierto que no se puede descartar que las empresas que gestionan las *apps* puedan (ahora o en un futuro próximo) utilizar la gran cantidad de información que gestionan para utilizarla en otros mercados, como por ejemplo, el del *marketing* -cada cliente podría recibir una publicidad específica- o para otros fines, como por ejemplo para hacer estimaciones de tráfico -se podría realizar un mapeo de la ciudad a partir los taxistas que se encuentran en circulación y su ubicación. La posibilidad de utilizar esta información se encuentra todavía en una fase embrionaria, por lo tanto es posible que en el futuro aparezcan nuevas oportunidades de negocio²³.

En cuanto al **mercado geográfico**, primero de todo se quiere recordar lo que señaló la Comisión Europea en la ya citada comunicación de 9 de diciembre de 1997 relativa a la definición de mercado de referencia (DOCE núm. C 372, de 9 de diciembre): “*El mercado geográfico de referencia comprende la zona en la que las empresas afectadas desarrollan actividades de suministro de productos y de prestación de servicios de referencia, en la que las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas, y que puede distinguirse de otras zonas geográficas próximas debido, en particular, a que las condiciones de competencia que prevalecen son sensiblemente diferentes a aquéllas.*”

En relación con este punto se quiere señalar que, a nivel catalán, HAILO y MYTAXI ofrecen sus servicios únicamente en el Área Metropolitana de Barcelona (en adelante también nos referiremos como AMB)²⁴.

²³ Por ejemplo podría ser que un futuro existiera la posibilidad de establecer unos precios dinámicos en función de la oferta y la demanda de cada momento y de cada zona.

²⁴ HAILO también opera en Madrid y MYTAXI opera en Madrid, Sevilla y Valencia.



El hecho de que (i) los pasajeros de estas aplicaciones estén dispuestos a utilizarlas, obviamente, sólo cuando éstas permiten contratar los servicios de taxi de las ciudades y municipios donde se encuentran, y (ii) que existe una regulación específica en el AMB, el Reglamento Metropolitano del taxi²⁵ e incluso existe un organismo autónomo, el IMET²⁶, que tiene como función principal la administración y la gestión del servicio del taxi de este territorio -hacen concluir que el mercado geográfico de referencia para analizar esta operación de concentración en Cataluña comprende el AMB²⁷.

5. Valoración del impacto potencial de la operación en Cataluña y cuota de mercado de la empresa resultante

5.1 Estructura del sector

Según los datos facilitados por el IMET en el AMB habría más de **300 paradas** de taxi²⁸ (el 70 % de las cuales se encontrarían en la ciudad de Barcelona), **10.523 vehículos** con licencia de taxi, **3.264 de los cuales se encontrarían adscritos a una de las 38 emisoras de radio** que operan en esta área²⁹, así mismo también se podrían utilizar como mínimo **13 aplicaciones: HAILO, MYTAXI, JOINUP, TAXICLICK, TAXIMES APP, EYTAXI, NTAXI, TAXI CLASS BCN, PIDETAXI, TAXI ECOLÒGIC, TAXILINE, KUIKTAXI³⁰ y ENJOYTAXI.**

Según las informaciones facilitadas por las entidades que gestionan estas aplicaciones, cada una sería utilizada por el siguiente número de taxistas (es importante tener en cuenta que la mayoría de estas aplicaciones no solicitan exclusividad a los taxistas que lo utilicen -es decir, que los taxistas podrían utilizar más de una aplicación-):

²⁵ También existe una regulación general que se aplica en toda Cataluña, la Ley 19/2003, de 4 de julio, del taxi.

²⁶ Este organismo depende del Área Metropolitana de Barcelona (AMB).

²⁷ Obviamente se trata de un mercado distinto al del área metropolitana de Madrid o de cualquier otra zona.

²⁸ <http://taxi.amb.cat/s/es/taxista/parades.html>

²⁹ Associació Taxi Ràdio Miramar / Associació empresarial Tele Taxi BCN / Associació Ràdio Taxi Catalana 37 / Associació Ràdio Taxi Sant Cugat i Valldoreix / Associació dones i homes taxistes BCN / Barna Taxi / Book Taxi Barcelona / Catalunya Taxi / City Taxi / Cooperativa Ràdio Taxi Metropolitana de Barcelona / Cooperativa del Taxi 1942 (Indústria del Taxi) / Elegance Taxi Barcelona / Excel Taxi Sant Cugat SL / Fono Taxi / Gestverd / Grup Avant Taxi / Ràdio Taxi 033 / Ràdio Taxi Bétulo / Ràdio Taxi Baix Llobregat / Ràdio Taxi Barcelona / Ràdio Taxi Castelldefels / Ràdio Taxi Delta Prat / Ràdio Taxi Plus Ràpid / Ràdio Taxi Port / Radio Taxi Sant Joan Despí / Ràdio Taxi del Prat / Ràdio Taxi Transports i Missatgers del Baix Llobregat / Servei Taxi / Su Taxi / Taxi Amic / Taxi Blau / Taxi Class Rent / Taxi Ecològic / Taxi Port BCN Grup SL / Taxilet / Taximés / Taxitel / Unió Ràdio Taxi (Aero Taxi).

³⁰ En relación con esta app se quiere puntualizar que aunque se puede descargar mediante GooglePlay, no existe la certeza de que actualmente se encuentre en funcionamiento, a pesar de los intentos que la ACCO ha realizado para contactar con sus gestores y desarrolladores.

Il·lustració 4. Aplicacions i nombre de taxis que les utilitzen³¹

APP	Nº DE TAXIS	APP	Nº DE TAXIS
HAILO	[1.000-1.500]	NTAXI	[250- 500]
TAXICLICK	[1.000-1.500]	EYTAXI	[250- 500]
MYTAXI	[500- 1.000]	TAXI ECOLOGIC	[0-250]
JOINUP	[250- 500]	TAXI CLASS BCN	[0-250]
TAXIMES APP	[250- 500]	ENJOYTAXI	[0-250]

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por HAILO y MYTAXI a la CNMC y por la información facilitada por las apps a la ACCO.

En relació amb aquestes aplicacions s'indica que entre elles existeixen certes diferències, per exemple algunes permeten pagar el servei de taxi mitjançant la pròpia aplicació (com per exemple HAILO i MYTAXI) i algunes no, algunes permeten al passatger conèixer la ubicació del taxi abans de que el recoja (com per exemple HAILO o MYTAXI) i algunes no, algunes permeten l'opció de compartir un mateix recorregut entre més d'un passatger (com per exemple JOINUP) i altres no, etc.

En aquest mercat s'ha observat la sortida de alguns operadors; diverses aplicacions han deixat d'oferir els seus serveis en l'AMB, degut a que segons han comentat, no han pogut aconseguir una massa crítica de passatgers i/o taxistes que ho utilitzin. En concret, es tracta de les següents aplicacions: SITAXI (cesó la seva activitat el febrer de 2015), WANNATAXI (cesó la seva activitat el març de 2016) i BYTAXI (cesó la seva activitat el juny de 2016). Per altra banda, mitjançant GooglePlay s'annuncien dues aplicacions, TAXIBLE i SUGARTAXI que a pesar d'estar disponibles en aquesta aplicació, no sembla que s'encuentren operatives actualment en l'AMB³².

Segons consta en el lloc web del IMET³³, les principals radioemissores disponibles en l'AMB (en funció del nombre de vehicles que disposarien) són les que s'indiquen en el següent quadre:

³¹ No se muestran todas las aplicaciones disponibles ya que de algunas no se ha podido obtener este dato.

³² La ACCO ha intentado contactar con los titulares de estas aplicaciones y no lo ha conseguido. De observar su sitio web o su facebook se deduce que han dejado de estar activas.

³³ <http://taxi.amb.cat/radio-emissores1>

Ilustración 5. Principales radioemisoras y número de taxis³⁴

RADIOEMISORA	Nº DE TAXIS	RADIOEMISORA	Nº DE TAXIS
RADIO TAXI 033	1.420	FONO TAXI	220
RADIO TAXI BCN	479	BARNA TAXI	210
SERVI TAXI	400	TAXI MIRAMAR	200
AERO TAXI BARCELONA	340	TELETAXI BCN	200
CITY TAXI	280	TAXI ECOLÒGIC	180

Fuente: Elaboración propia a partir de la información que consta en el sitio web del IMET

En relación con el número de viajes realizados en taxi en el AMB en los últimos años, hay que señalar que según los datos del IMET se ha producido un incremento de cerca del 9 % desde 2013 a 2015; así mientras que en el año 2013 se realizaron 56.116.596 viajes, en 2015 se realizaron 609.292.327 viajes. En la siguiente tabla se muestran el número de viajes en taxi realizados en cada uno de los últimos 3 años y el incremento que ha significado respecto del año anterior.

Ilustración 5. Número de trayectos realizados en taxi en el AMB los últimos 3 años

AÑO	Nº DE TRAYECTOS	INCREMENTO RESPECTO AL AÑO ANTERIOR
2013	56.116.596	
2014	59.430.435	5,9%
2015	60.929.327	2,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por el IMET

El IMET calcula (como mínimo respecto de los trayectos realizados en 2015) que **cerca del 80 %** de estos trayectos se habrían realizado **durante el día (entre las 06:00 H. y las 21:59 H.)**, es decir, unos **48.743.462 trayectos** mientras que el **20 %** restante se habrían realizado **de noche (entre las 22:00 H. y las 5:59 H.)**, es decir, **12.185.865 trayectos**. En la siguiente tabla se muestran los datos anteriores.

Ilustración 7. Número de trayectos en taxi de día y de noche en el AMB en 2015

FRANJA HORARIA DE CONTRACTACIÓN	Nº DE TRAYECTOS	PORCENTAJE
Trayectos día (06:00 h - 22:00 h)	48.743.462	80%
Trayectos noche (22:00 h - 06:00 h)	12.185.865	20%
TRAYECTOS TOTALES	60.929.327	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por el IMET

Por otra parte, según las encuestas Ómnibus Municipales del Ayuntamiento de Barcelona de junio 2015 y de diciembre de 2015³⁵, entre el 40,8 % y el 41,4 % de los entrevistados habría utilizado al menos en una ocasión un taxi de día y entre el 19,0 %

³⁴ Señalar que en el AMB también habría otra radioemisora, gestionada por Radio Taxi transportes y mensajeros del Baix Llobregat, con 195 vehículos, pero se entiende que ofrece principalmente sus servicios precisamente en el Baix Llobregat.

³⁵ Indicar que en la encuesta de junio de 2015 se realizaron 1.009 entrevistas y en la de diciembre de 2015 se realizaron 1.026 entrevistas.

y el 19,5 % de los entrevistados habría utilizado al menos en una ocasión un taxi de noche³⁶.

Siguiendo con los datos de estas encuestas; entre el **2,4 % y el 4,7 %** de los taxis contratados durante el día se habrían contratado mediante una *app*, entre el **12,4 % y el 14,4 %** se habrían contratado mediante una radioemisora, el resto se habrían contratado directamente a la calle (levantando la mano o en una parada de taxi)³⁷. Durante la noche, entre el **2,9 % y el 4,7 %** de los taxis habrían sido contratados mediante una *app* y entre el **8,9 % y 9,4 %** se habrían contratado mediante una radioemisora, el resto se habrían contratado directamente en la calle³⁸.

Ilustración 8. Utilización de las diversas formas de contratación de los trayectos en taxi en el AMB en 2015

FORMA DE CONTRATAR EL TAXI	Día	Noche
A través de una App	[2,4% - 4,7%]	[2,9% - 4,7%]
A través de una Radioemisora	[12,4% - 14,4%]	[8,9% - 9,4%]

Fuente: Elaboración propia a partir de la información que consta en las encuestas Ómnibus Municipales del Ayuntamiento de Barcelona de junio 2015 y de diciembre de 2015

En una línea similar, HAILO y MYTAXI estimaron, en la notificación realizada en la CNMC, que el 80 % de los trayectos en taxi se habrían contratado en la calle (ya sea en una parada de taxi o levantando la mano para detener un taxi en circulación), el 19 % se habría contratado utilizando una radioemisora y un 1 % se habría contratado utilizando una *App*.

En este punto se quiere destacar **la evolución de la contratación a través de una *app*, ya que hace pocos años aún no existía ninguna** (de hecho HAILO ofrece sus servicios en Barcelona desde el año 2013³⁹ y MYTAXI desde el año 2012⁴⁰), mientras que actualmente ha llegado a tener una cuota que se encontraría entre el 2,4 % y el 4,7 %.

Según los datos aportados por HAILO y MYTAXI a la CNMC (ver tabla 3), en el año 2013 se contrataron [...] viajes mediante estas dos aplicaciones, mientras que en 2015 se contrataron [...] mediante estas aplicaciones, lo que supone un incremento del [500-600]%. Como ya se ha indicado anteriormente, es probable que una parte importante de este incremento se haya compensado con una reducción en la contratación de los taxis mediante radioemisora. De hecho, el número de viajes contratados mediante la principal radioemisora del AMB (RADIO TAXI 033) habría

³⁶ Según la encuesta de junio de 2015, de día el cogieron el 41,4 % (416 de 1.009) de los entrevistados y de noche lo cogieron el 19,0 % (192 de 1.009) de los entrevistados. Según la encuesta de diciembre de 2016, de día la cogieron el 40,8 % (417 de 1026) de los entrevistados y de noche lo cogieron el 19,5 % (200 de 1.026) de los entrevistados.

³⁷ Según la encuesta de junio de 2015, la última vez que los entrevistados utilizaron un taxi de día, en un 2,4 % lo hicieron mediante una *app*, un 12,4 % lo hicieron mediante una radioemisora, un 15,2 % lo hicieron en una parada de taxi, un 69 % lo hicieron a mano alzada en la calle y un 1 % no contestaron.

Según la encuesta de diciembre de 2015, la última vez que los entrevistados utilizaron un taxi de día, en un 4,7 % lo hicieron mediante una *app*, un 14,9 % lo hicieron mediante una radioemisora, un 16,3 % lo hicieron en una parada de taxi, un 63,8 % lo hicieron a mano alzada en la calle y un 0,3 % no contestaron.

³⁸ Según la encuesta de junio de 2015, la última vez que los entrevistados utilizaron un taxi de noche, en un 4,7 % lo hicieron mediante una *app*, un 9,4 % lo hicieron mediante una radioemisora, un 16,4 % lo hicieron en una parada de taxi, un 66,9 % lo hicieron a mano alzada en la calle y un 2,6 % no contestaron.

Según la encuesta de diciembre de 2015, la última vez que los entrevistados utilizaron un taxi de noche, en un 2,9 % lo hicieron mediante una *app*, un 8,9 % lo hicieron mediante una radioemisora, un 14,7 % lo hicieron en una parada de taxi, un 72,4 % lo hicieron a mano alzada en la calle y un 1,1 % no contestaron.

³⁹ <http://www.elperiodico.com/es/noticias/redes/hailo-app-para-taxis-2425794>

⁴⁰ <http://www.efe.com/efe/espana/portada/mytaxi-se-fusiona-con-hailo-y-convierte-en-la-mayor-red-de-taxis-europa/10010-2995537>

disminuido desde los [...] en 2013 hasta los [...] en el año 2015⁴¹, lo que supone una reducción del [60-70]%, adicionalmente, la entidad que gestiona esta radioemisora estaba sufriendo problemas económicos y no está clara su viabilidad en el futuro⁴².

Por otra parte, también se quiere destacar que, según las citadas encuestas del Ayuntamiento de Barcelona, la utilización de las *apps* habría tenido más aceptación entre la gente joven que entre la gente mayor; por ejemplo, según la encuesta de junio de 2015, esta forma de contratación habría sido utilizada en un 10,9 % por los viajeros con una edad comprendida entre los 16 y los 24 años en los viajes de realizados de día y en un 10,4 % en los viajes de noche, sin embargo no habría sido utilizada en ninguna ocasión por los viajeros de 55 años o más, ni en los viajes realizados durante el día ni en los viajes realizados durante la noche.

5.2 Cuotas de mercado y efectos de la operación de concentración

En la sección anterior se ha definido el mercado geográfico de referencia como el del AMB y adicionalmente para valorar la operación de concentración se ha señalado que existirían 3 posibles segmentos de actividad (en función de los servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles): (i) el transporte de viajeros en taxi, (ii) la intermediación para la contratación de los servicios de taxi, y (iii) la intermediación para la contratación de los servicios de taxi mediante una aplicación informática.

Por este motivo, la ACCO ha analizado esta operación de concentración económica según 3 posibles escenarios.

- **Transporte de viajeros en taxi**

Si se toma como referencia la actividad de transporte de viajeros en taxi (definición de mercado defendida por las partes notificadores de la operación pero no compartida por la ACCO), HAILO y MYTAXI competiría tanto (i) con otras aplicaciones que actúan de intermediarios entre taxistas y pasajeros, como con (ii) las radioemisoras, e incluso (iii) con los propios taxistas -según el argumento de que estos pueden ofrecer directamente sus servicios a los pasajeros vía parada de taxi o vía circulando por el área y no utilizar intermediarios.

Partiendo de la información facilitada por las encuestas Ómnibus Municipales (de junio y diciembre del año 2015) del Ayuntamiento de Barcelona, la cuota de mercado de HAILO y MYTAXI sería muy reducida, ya que incluso en el caso de considerar el porcentaje más alto que puede suponer la contratación de taxis mediante una *app*⁴³ e incluso en el caso extremo de que todos estos fueran contratados mediante estas aplicaciones (HAILO y MYTAXI), su cuota de mercado conjunta no excedería el 4,7 %.

Un resultado similar se obtendría si se utilizan las estimaciones realizadas por HAILO y MYTAXI en el primer escrito aportado por estas empresas a la CNMC; HAILO gozaría de una cuota del [0-2,5]% y MYTAXI del [0-2,5]%, por lo tanto, la empresa resultante de la fusión disfrutaría de una cuota de mercado del [0-5]%

⁴¹ Según las estimaciones de HAILO y MYTAXI.

⁴² <http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20160909/41121751172/radio-taxi-033-radio-taxi-central-catalunya-interrumpe-actividad-barcelona-taxistas.html>

⁴³ Correspondiente a los viajes realizados durante la noche, en la encuesta de junio de 2015 o de los viajes realizados durante el día de la encuesta de diciembre de 2015.

Si se toma como referencia **el transporte de viajeros en taxi, la cuota de mercado de la empresa resultante de la operación sería muy poco significativa**, en consecuencia incluso no sería necesario que la operación de concentración fuera evaluada por las autoridades de competencia.

- **Intermediación en la contratación de los servicios de taxi**

Si se considera la actividad de intermediación para la contratación de los servicios de taxi, como se ha indicado anteriormente, existen dos tipos de intermediarios; las radioemisoras y las apps. En el AMB existirían un total de 38 radioemisoras y, como mínimo, 13 aplicaciones informáticas que permitirían contratar un taxi mediante sus servicios (ver sección anterior de este documento).

Partiendo de la información que se desprende de las encuestas Ómnibus Municipales (de junio y diciembre del año 2015) del Ayuntamiento de Barcelona, la cuota de mercado de la empresa resultante de la operación de concentración, incluso, en el caso de suponer que fuera la única aplicación en este mercado como mucho disfrutaría de una cuota de mercado del 33,3 %⁴⁴. En este sentido, la cuota de mercado de la empresa resultante sería inferior si se tuvieran en cuenta las propias estimaciones de HAILO y MYTAXI del escrito de notificación, ya que sería del [0-10]% (HAILO del [0-5]% y MYTAXI del [0-5]%).

Así pues, teniendo en cuenta los umbrales establecidos por la LDC respecto de las obligaciones de notificación de las operaciones de concentración económica⁴⁵, **se puede considerar que esta fusión no debería ser analizada por la autoridad de competencia**, ya que la cuota de mercado de la empresa resultante, aunque pueda ser significativa, sería del [0-10]% (según las estimaciones de las empresas) o como máximo del 33,3 % (según las encuestas del Ayuntamiento de Barcelona) y el volumen de negocios durante el último año de MYTAXI fue inferior a los 60 millones de euros y el de HAILO también fue inferior a los 60 millones de euros⁴⁶.

- **Intermediación en la contratación de los servicios de taxi mediante una *app***

Si se considera la vertiente más estrecha de la actividad de intermediación, es decir, aquella que se desarrolla únicamente mediante una *app*, como se ha indicado en la sección anterior, aparte de HAILO y MYTAXI en el AMB como mínimo existirían 11 *apps* más: JOINUP, TAXICLICK, TAXIMES APP, EYTAXI, NTAXI, TAXI CLASS BCN, PIDETAXI, TAXI ECOLÒGIC, TAXI LINE, KUIKTAXI⁴⁷ y ENJOYTAXI. Si bien todos ellos se pueden utilizar para contratar los servicios de taxi, no todas ofrecen las mismas prestaciones completarias o adicionales.

Partiendo de las estimaciones realizadas por HAILO o MYTAXI en el escrito de notificación aportado a la CNMC, sus cuotas en este mercado serían del [30-40]% y del [40-50]%; en consecuencia la empresa resultado de la fusión disfrutaría de una cuota de mercado del [80-90]%).

⁴⁴ Partiendo del escenario en el que hay una menor diferencia entre la utilización de radioemisoras y la utilización de *app* para la contratación de taxis, correspondiente a los trayectos realizados de noche según la encuesta de junio de 2015. En dicha encuesta el 4,7 % de los trayectos fueron contratados mediante una *app* y un 9,4 % mediante una radioemisora. Es decir que los trayectos contratados vía *app* representan un 33,3 % del total trayectos contratados mediante un intermediario (*app* o radioemisora).

⁴⁵ Art. 8 y art. 9 de la LDC.

⁴⁶ Volumen de negocios a España.

⁴⁷ Como ya se ha indicado anteriormente, a fecha de hoy no se ha podido confirmar si esta aplicación se encuentra actualmente operativa.

En este contexto de mercado, la operación notificada provoca en Cataluña y, en particular, en el Área Metropolitana de Barcelona, una concentración significativa. Esta operación podría suponer riesgos para la competencia, ya que se fusionan los 2 principales competidores de este mercado, dando como resultado una empresa que gozaría de una cuota de mercado superior al 80%.

Habitualmente se ha considerado que en **estas situaciones las condiciones de competencia en el mercado empeoran ya que se reduce la presión competitiva entre las empresas -por un lado la rivalidad entre las 2 empresas fusionadas desaparece, y por otra, la empresa fusionada dispone de más poder de mercado- en consecuencia el precio de los servicios ofrecidos en este mercado podría aumentar** (por ejemplo el precio que deberían satisfacer los taxistas para utilizar esta *app*) **mientras que la calidad del servicio podría disminuir** (por ejemplo, se podría producir una degradación de calidad vía introducción de publicidad en el servicio o vía pérdida de privacidad de los datos). Varios taxistas han manifestado sus temores sobre los posibles efectos negativos de dicha operación de concentración⁴⁸.

Sin embargo, no se puede desconocer que nos encontramos ante un **mercado nuevo y en fase de desarrollo** (recordemos que MYTAXI ofrece sus servicios en el AMB desde el año 2012 y HAILO ofrece sus servicios desde el año 2013) y en este entorno, **una cuota de mercado elevada no implicaría necesariamente problemas desde el punto de vista de la competencia, ya que podría ser factible la entrada futura de nuevos operadores.**

En el mercado de la intermediación en la contratación de los servicios de taxi mediante una *app* en el AMB es factible la entrada de nuevos competidores ya que (i) HAILO y MYTAXI no solicitan exclusividad a los taxistas que lo utilizan, (ii) el crecimiento de la demanda de estos servicios podría ser muy elevada en un futuro no muy lejano, recordemos que actualmente la contratación de taxis mediante una aplicación móvil⁴⁹ sería inferior al 5 %, (iii) las radioemisoras son conscientes de la aparición de esta nueva forma de contratación y han comenzado a gestionar sus propias aplicaciones informáticas (en el AMB hay 38 radioemisoras), (iv) existe un elevado número de taxis que aún no utilizarían ninguna aplicación informática, como mínimo unos 5.000 taxis de los 10.000 de la AMB⁵⁰, (v) a nivel mundial existen varias empresas que ofrecen este tipo de servicios que tendrían una valoración económica superior a HAILO y MYTAXI y que podrían tener interés en ofrecer sus servicios en este mercado, como por ejemplo UBER, DIDI CHUNXING, LYFT, OLA, GRAB, GETT, CABIFY... etc. incluso una de estas ha manifestado a la ACCO la intención de ofrecer sus servicios próximamente en el AMB, y (vi) si se produjeran cambios en la normativa, la competencia de los VTC podría ser relevante.

No obstante, a fin de valorar cuidadosamente la posibilidad de entrada en este segmento de mercado no se puede desconocer que se ha observado las siguientes circunstancias **(i) por un lado, algunas empresas que ya ofrecían sus servicios han dejado de operar** (como BYTAXI, WANNATAXI o SITAXI); **(ii) por otra parte,** que una de las principales radioemisoras (RADIO TAXI 033) y por tanto, **una entidad bien posicionada para hacer la transición de radio emisora al segmento de**

⁴⁸ <http://www.stac.cat/el-sector-del-taxi-espanol-desastre-u-oportunidad-historica-de-cambio/>

⁴⁹ Respecto del total de formas de contratación del servicio de taxi, ya sea directamente o mediante un intermediario.

⁵⁰ Según informaciones facilitadas por las diferentes apps, 4.831 taxis estarían utilizando una *app* (este número podría ser más reducido, ya que un taxista podría estar utilizando más de una *app*). Por otra parte, según el IMET en el AMB habría 10.523 taxis.

intermediación mediante app, debido a sus problemas económicos, presenta un futuro incierto y (iii) finalmente, no se puede menospreciar el hecho de que **los nuevos entrantes necesitan disponer de una importante capacidad financiera**, ya que aparentemente la forma de atraer a los pasajeros (y por tanto, alcanzar una masa suficiente de usuarios) se fundamenta en una política de precios agresiva.

En esta línea se quieren recordar las palabras del consejero delegado de MYTAXI en España y Portugal en una entrevista del medio Cinco Días⁵¹: *“Seguirá habiendo startups, pero que se produzca un caso como el de Uber o Mytaxi va a ser complicado. Mientras que millones de startups se convertirán en zombies, solo las mejores conseguirán atraer el interés de los inversores.”*. En relación con los descuentos ofrecidos por esta empresa indicó: *“Ha sido una estrategia buena, ha sido un éxito y hemos captado a millones de clientes. Hemos tenido visibilidad y hemos invertido un dinero en el sector, pero quizás ahora la estrategia tiene que ser mucho más sofisticada hacia los mejores clientes.”*. Respecto si estos tipos de descuentos son sostenibles indicó: *“Solo si la empresa tiene una financiación poderosa o si es parte de un grupo como Daimler y durante un tiempo limitado. Ha sido sostenible durante un año porque estaba nuestra matriz, pero es una locura una startup sin financiación o [sin] una empresa grande detrás.”*

Adicionalmente, podrían existir **costes de cambio** entre los usuarios de las aplicaciones, ya sean los pasajeros o los taxistas; en estos casos las primeras empresas que entran en el mercado gozan de cierta ventaja, ya que las entrantes posteriores, comparativamente, tienen que hacer esfuerzos más elevados para atraer a sus usuarios.

Finalmente, la posibilidad de desarrollar oportunidades de negocio paralelas (como por ejemplo explotar la información disponible a través de las apps) puede estar estrechamente ligada con el uso de la aplicación, en consecuencia hasta que la nueva app no disponga de un determinado número de usuarios (taxistas y viajeros) parece difícil que sea viable esta otra fuente de ingresos.

En resumen, **si se considera la actividad de intermediación en la contratación de los servicios de taxi mediante una app, la operación de concentración podría suponer riesgos para la competencia ya que la cuota de mercado de la entidad resultante sería superior al 80%; especialmente si las potenciales empresas rivales encontrarán dificultades para entrar en el mercado.** En estas situaciones las barreras a la entrada habitualmente implican que los beneficios obtenidos por el crecimiento del mercado son acaparados por las empresas establecidas.

6. Conclusiones

La operación de concentración analizada en este documento se refiere a la fusión entre HAILO y MYTAXI, dos aplicaciones de intermediación en la contratación de taxis.

La ACCO ha valorado la operación de concentración en el ámbito del AMB en el marco de (i) el transporte de viajeros en taxi; (ii) la intermediación en la contratación de los servicios de taxi, y (iii) la intermediación en la contratación de los servicios de taxi a través de app.

- En caso de considerar el transporte de viajeros en taxi -definición de mercado de producto defendida por las empresas notificantes-, HAILO-MYTAXI gozaría de una cuota de mercado poco significativa, cercana al [0-5]% y por lo tanto es de

⁵¹ http://cincodias.com/cincodias/2016/08/12/empresas/1471024475_023049.html



esperar que esta operación no suponga ningún riesgo desde el punto de vista de la competencia.

- En caso de considerar la intermediación en la contratación de los servicios de taxi, la cuota de mercado de HAILO-MYTAXI después de la operación de concentración podría llegar a ser cercana al 33%. Se trata de una cuota importante, pero teniendo en cuenta el volumen de negocios de estas empresas, sería una operación que *a priori* no implicaría riesgos desde el punto de vista de la competencia, de hecho, siguiendo los requisitos establecidos en la LDC incluso no debería ser comunicada a las autoridades de defensa de la competencia para su análisis.
- Por el contrario, la cuota de mercado de HAILO-MYTAXI sería bastante elevada, superior al 80 % (según estimaciones de las propias notificantes) en el caso de considerar la actividad de intermediación en la contratación de los servicios de taxi a través de *apps*. Habitualmente se ha considerado que en mercados donde una empresa dispone de una elevada cuota, la poca competencia existente puede provocar un incremento de los precios (por ejemplo del precio que deberían satisfacer los taxistas) o una disminución de la calidad de los servicios ofrecidos. Sin embargo, también es cierto que en mercados nuevos y en crecimiento (como sería el caso) estos problemas podrían no manifestarse, principalmente si es probable la entrada de nuevos competidores en un futuro cercano.

En este caso se han señalado varios factores que permitirían la entrada de nuevos competidores, como por ejemplo el previsible futuro crecimiento de la demanda y la existencia de taxis que aún no utilizan *app*, la existencia de otras empresas que podrían estar interesadas en entrar en este mercado, o la propia evolución de las radioemisoras, ya que algunas de ellas han comenzado a gestionar sus propias aplicaciones. Por el contrario también se han identificado factores que dificultarían la entrada de nuevos competidores, por ejemplo se ha observado que no es fácil sobrevivir en este mercado (algunas aplicaciones han dejado de estar operativas) o que los nuevos competidores deberían disponer de una importante capacidad financiera o que podrían existir costes de cambio entre los usuarios de las *apps*, lo que beneficiaría a las empresas ya establecidas.

Barcelona, 24 de octubre de 2016