

II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 20 de mayo de 1998

por la que se declara una concentración compatible con el mercado común y con el funcionamiento del Acuerdo EEE

(Asunto IV/M.1016 — Price Waterhouse/Coopers & Lybrand)

[notificada con el número C(1998) 1388]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(Texto pertinente a los fines del EEE)

(1999/152/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo y, en particular, la letra a) del apartado 2 de su artículo 57,

Visto el Reglamento (CEE) n° 4064/89 del Consejo, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas ⁽¹⁾, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) n° 1310/97 ⁽²⁾ y, en particular, el apartado 2 de su artículo 8,

Vista la Decisión de la Comisión de 21 de enero de 1998 de incoar un procedimiento en el presente asunto,

Visto el dictamen del Comité consultivo sobre operaciones de concentración ⁽³⁾,

Considerando lo que sigue:

(1) El 11 de diciembre de 1997, la Comisión recibió una notificación de una propuesta de concentración, de conformidad con el artículo 4 del Reglamento (CEE) n° 4064/89, con arreglo a la cual Price Waterhouse y Coopers & Lybrand iban a efectuar

una operación de concentración a efectos de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 de dicho Reglamento. Al haber sido suscrito el acuerdo antes del 1 de marzo de 1998, la Comisión aplicó el Reglamento (CEE) n° 4064/89 (en lo sucesivo, denominado «el Reglamento sobre operaciones de concentración») sin tener en cuenta la modificación introducida por el Reglamento (CE) n° 1310/97.

(2) Tras un examen preliminar de la notificación, la Comisión llegó a la conclusión de que la concentración propuesta podía crear o reforzar una posición dominante que impediría significativamente la competencia efectiva en el mercado común o en una parte substancial del mismo y, por tanto, planteaba serias dudas acerca de su compatibilidad con el mercado común.

I. LAS PARTES

(3) Price Waterhouse («PW») y Coopers & Lybrand («C&L») son dos de las denominadas Seis Grandes empresas mundiales de auditoría y contabilidad [las otras cuatro son Arthur Andersen («AA»), Deloitte Touche Tohmatsu International («DTTI»), KPMG, y Ernst & Young («EY»)].

⁽¹⁾ DO L 395 de 30. 12. 1989, p. 1; versión rectificada en el DO L 257 de 21. 9. 1990, p. 13.

⁽²⁾ DO L 180 de 9. 7. 1997, p. 1.

⁽³⁾ DO C 56 de 26. 2. 1999, p. 12.

- (4) Ambas partes actúan en el mismo ámbito empresarial, es decir, en el de prestación de servicios profesionales, entre ellos la auditoría de cuentas con arreglo a los requisitos de auditoría que impone la ley («auditoría legal»), otros tipos de auditoría y contabilidad, servicios de asesoramiento y tramitación fiscal, servicios de consultoría de gestión, entre ellos las tecnologías de la información, la planificación estratégica y los recursos humanos, servicios de asesoría sobre financiación empresarial, y servicios en casos de insolvencia.

II. LA OPERACIÓN

- (5) El 17 de septiembre de 1997, Price Waterhouse y Coopers & Lybrand suscribieron un acuerdo por el cual ambas organizaciones fusionaban sus redes mundiales.
- (6) La concentración propuesta adoptará la forma de una fusión. Puesto que ambas organizaciones son redes internacionales de oficinas nacionales, supervisadas por órganos internacionales, la fusión se logrará mediante una serie de transacciones y acuerdos contractuales que permitirán la agrupación mundial de ambas redes. En la práctica las partes crearán una nueva estructura integrada (en lo sucesivo denominada «el Acuerdo de agrupación») que se basará en la actual estructura del «Acuerdo de agrupación PW». De hecho, las empresas PW activas en determinadas zonas se fusionarán con las empresas C&L activas en la misma zona. Dependiendo de la legislación nacional sobre prestación de servicios de auditoría y contabilidad, en algunos casos la integración se efectuará mediante una fusión formal de las correspondientes empresas, en otros mediante la adquisición por una de las partes de los activos y el negocio de la otra, y en otros las empresas se disolverán formalmente y se creará una nueva empresa sucesora. Posteriormente las nuevas entidades locales se surjan de las distintas fusiones locales se integrarán en un nuevo «Acuerdo de agrupación».

III. LA CONCENTRACIÓN

- (7) La estructura de ambas partes consiste en una red internacional de empresas nacionales separadas y autónomas que actúan bajo una denominación común y observan normas de servicio y profesionales comunes. Teniendo en cuenta la estructura multisocietaria de las partes, es preciso examinar si, a efectos del Reglamento sobre operaciones de concentración, estos grupos de empresas pueden considerarse empresas individuales cuya agrupación podría constituir una concentración única a efectos

de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 del Reglamento sobre operaciones de concentración.

- (8) Tal como se exponía en el apartado 6, la nueva entidad se basará en la estructura de la agrupación PW. Partiendo de la premisa de que el resultado de una concentración es una única empresa, es decir, una única entidad económica, para determinar si la operación analizada constituye una concentración a efectos de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 del Reglamento sobre operaciones de concentración —es decir, si la agrupación de las actividades de empresas anteriormente independientes tendrá como resultado la creación de una única entidad económica— es preciso examinar si los procedimientos de toma de decisiones y los intereses económicos de la agrupación PW poseen un grado de concentración suficientemente elevado para conferirle carácter de una entidad económica única, a los efectos del Reglamento sobre operaciones de concentración.
- (9) El grupo PW ha alcanzado un elevado grado de integración puesto que en los últimos años su estructura se ha modificado considerablemente. Antes del Acuerdo de agrupación, las empresas PW funcionaban como una red de empresas con una denominación común y que observaban normas profesionales y de servicio comunes. Cada empresa operaba principalmente en su propio territorio y las empresas PW de un país remitían trabajo a las empresas PW de otro país cuando surgía una oportunidad.
- (10) Al resultar insatisfactoria esta estructura, tanto en lo que se refiere a los costes de las transacciones como al despliegue de recursos, y a fin de solventar las dificultades que se planteaban en las actividades internacionales, PW introdujo un nuevo sistema que permite a una junta de agrupación supervisar y orientar todas las actividades de las empresas nacionales. La agrupación PW de Europa se creó en 1988 con el objeto de armonizar los intereses de las empresas PW europeas y fomentar sus intereses colectivos, reduciendo así aquellas actuaciones que favorecieran los intereses de una empresa a expensas de otra perteneciente a la agrupación. De forma separada, PW de Estados Unidos suscribió acuerdos bilaterales con otras empresas PW en todo el mundo, en países como México, India, Israel y Japón, con arreglo a los cuales unían recursos y coordinaban estrategias en mutuo beneficio. Además, la agrupación PW Europa recientemente ha sido ampliada mediante un contrato de agrupación entre las empresas PW que actúan en Europa y en Estados Unidos. La agrupación tiene el efecto

de que las empresas PW integradas en la misma funcionan colectivamente como una entidad económica única. La agrupación comprende empresas PW en Europa Occidental, Estados Unidos, Europa Oriental, Oriente Medio, África del Norte y la República de África del Sur.

- (11) [...] ⁽¹⁾.
- (12) [...]
- (13) [...]
- (14) [...]
- (15) [...]
- (16) De la descripción efectuada en los apartados anteriores se desprende que: la agrupación PW se caracteriza por un importante grado de integración [...].
- (17) Estas características indican una considerable centralización de la gestión y [...]. Por esta razón, a efectos del Reglamento sobre operaciones de concentración, el resultado de la operación analizada será una única entidad económica, y la operación es una única concentración, en la cual una de las partes es PW, considerada en su totalidad. A este respecto, no se ha tomado una decisión sobre si las empresas C&L constituyen una única entidad económica ya que, en cualquier caso, la serie de fusiones individuales entre cada una de las sociedades nacionales PW y C&L se han analizado como parte de una única operación entre los dos grupos de empresas. Por consiguiente, en el asunto analizado, el ámbito material de la evaluación a efectos de la competencia comprende todas las fusiones locales efectuadas dentro del EEE.

IV. DIMENSIÓN COMUNITARIA

- (18) El volumen de negocios mundial de ambas partes es superior a 5 000 millones de ecus (en concreto, Price Waterhouse: 4 630 millones de ecus; Coopers & Lybrand: 5 305 millones de ecus). El volumen total de negocios comunitario de cada una de las partes es superior a 250 millones de ecus (Price Waterhouse: 1 301 millones de ecus; Coopers & Lybrand: 2 249 millones de ecus). Además, incluso si se consideraran las sociedades C&L como varias unidades distintas, al menos en tres Estados miembros —Reino Unido, Países Bajos y Alemania— su volumen de negocios es superior a 250 millones de ecus (es decir, 772, 299 y 487 millones de ecus respectivamente). Por otra parte, las partes no efectúan más de dos tercios de su volumen de negocios total comunitario en un único Estado miembro ni obtienen más de dos tercios de su volumen total en la AELC en un único Estado miembro de la AELC.

⁽¹⁾ El presente texto de la Decisión responde a la necesidad de garantizar la confidencialidad de la información.

En consecuencia, la operación notificada constituye una concentración, posee dimensión comunitaria y a los efectos del EEE.

V. EVALUACIÓN A EFECTOS DE COMPETENCIA

A. MERCADO DE PRODUCTOS DE REFERENCIA

1) *Ámbito de actividad de las partes*

- (19) Ambas partes prestan una amplia gama de servicios profesionales básicamente a grandes empresas de dimensión nacional y comunitaria en una amplia gama de sectores, y también cuentan con clientes en el sector público.
- (20) Las partes han dividido la mencionada gama de servicios profesionales en cinco grandes líneas que, en su opinión, constituyen los mercados de producto de referencia aplicables a este asunto, a saber: auditoría y contabilidad; asesoría y tramitación fiscal; consultoría de gestión; insolvencia; y asesoría financiera para empresas.

2) *Mercado de productos de referencia*

- (21) La investigación del mercado efectuada por la Comisión confirmó, en líneas generales, que los cinco mercados de producto mencionados categorizaban correctamente los principales ámbitos de actividad de las partes.
- (22) No obstante, la Comisión identificó dos mercados distintos dentro del ámbito de los servicios de auditoría y contabilidad: i) el mercado de prestación de estos servicios a pequeñas y medianas empresas, principalmente nacionales, en el que actúan las Seis Grandes y también un «segundo nivel» de empresas de auditoría y contabilidad; y ii) el mercado de prestación de estos servicios a empresas grandes y cotizadas en bolsa, de dimensión nacional o multinacional, prestado fundamentalmente por las Seis Grandes.
- (23) La Comisión señaló la posibilidad de que existieran mercados todavía más acotados para la prestación de servicios de auditoría y contabilidad en algunos sectores, en particular banca y seguros.
- (24) La Comisión también señaló la posible existencia de otro mercado más delimitado dentro del ámbito de la prestación de servicios de asesoría y tramitación fiscal, a saber, la prestación de estos servicios a grandes empresas clientes de las Seis Grandes.
- (25) La Comisión incoó el procedimiento llevada por la preocupación que le producían los efectos de la operación sobre la competencia en el mercado de prestación de servicios de auditoría y contabilidad

a grandes empresas clientes de las Seis Grandes, así como en el posible mercado de prestación de servicios de auditoría y contabilidad a determinados sectores (en particular, banca y seguros) de grandes empresas clientes de las Seis Grandes, y en el posible mercado de prestación de servicios de asesoría y tramitación fiscal a grandes empresas clientes de las Seis Grandes.

a) Servicios de auditoría y contabilidad prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes

i) Descripción de los servicios

(26) A efectos del presente análisis, los «servicios de auditoría y contabilidad» consisten en la realización de las auditorías legales y de otro tipo de las cuentas de las empresas, así como otros servicios contables relacionados con auditorías, en los que se utilizan los conocimientos del auditor para supervisar las transacciones empresariales y los procedimientos contables a fin de verificar si las transacciones y sus implicaciones (entre otras cosas, para las obligaciones potenciales, los riesgos y los ingresos futuros) se reflejan fielmente en los estados financieros de las empresas.

(27) Las partes también señalaron que los servicios contables relacionados con auditorías incluían servicios de asesoramiento contable de carácter general, sistemas de seguros, valoración de riesgo empresarial, auditoría interna, trabajos preparatorios a la adquisición de nuevas empresas, preparación de informes relacionados con la salida a bolsa de acciones e informes posteriores a adquisiciones, entre otros.

ii) Grandes empresas clientes de las Seis Grandes

(28) Las partes alegaron que las grandes empresas multinacionales que precisan acceder al mercado internacional de capitales adquieren servicios de auditoría sólo en grandes empresas de auditoría que posean una red nacional e internacional, y una buena reputación mundial. Esta opinión fue corroborada por los distintos agentes del mercado en el curso de la investigación efectuada por la Comisión, que también reveló que estas empresas deben limitar considerablemente su elección a las seis grandes empresas de auditoría y contabilidad conocidas como las Seis Grandes, ya que son las únicas que poseen la cobertura geográfica que estas empresas precisan y el grado de credibilidad sobre los estados financieros que exigen los mercados internacionales de capital.

(29) De la misma manera, en el curso de su investigación, la Comisión identificó las Seis Grandes como los principales, aunque no exclusivos, prestadores de servicios de auditoría y contabilidad a grandes

empresas nacionales cotizadas en bolsa, no porque así lo exijan las disposiciones legislativas sino a causa de las expectativas existentes en la bolsa.

(30) Además, en las respuestas que obtuvo la Comisión en el curso de su investigación, se señalaba que eran básicamente las Seis Grandes quienes poseían los conocimientos sectoriales requeridos por la mayoría de grandes empresas, nacionales o multinacionales, para la prestación de servicios de auditoría en su sector específico. Se constató que estos conocimientos sectoriales resultaban de especial importancia en los sectores de la banca y los seguros, como se detalla más adelante en el considerando 35 y siguientes.

(31) Por otra parte, la investigación de mercado de la Comisión puso de relieve que cualquier empresa de auditoría que aspirara a auditar grandes empresas tenía que ser capaz de desplegar importantes recursos para satisfacer las demandas de este tipo de clientes.

iii) Conclusión

(32) En consecuencia, la Comisión identificó un mercado de producto de referencia consistente en el mercado de prestación de servicios de auditoría y contabilidad a grandes empresas cotizadas en bolsa, nacionales o internacionales, prestados fundamentalmente por las Seis Grandes empresas puesto que sólo ellas pueden satisfacer las exigencias de este tipo de empresas, es decir, contar con servicios de auditoría y contabilidad prestados por una empresa con la necesaria reputación en los mercados financieros (como ocurre en el caso de las empresas cotizadas en bolsa), la dimensión geográfica que permita cubrir las necesidades mundiales de sus empresas (en el caso de multinacionales), los conocimientos sobre sectores específicos (grandes empresas en general y, en particular sectores regulados como la banca y los seguros), así como importantes recursos (todas las grandes empresas).

b) Servicios de auditoría y contabilidad específicos de un sector prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes

i) Conocimientos de auditoría específicos de un sector

(33) Los servicios de auditoría y contabilidad son servicios profesionales prestados por empresas cuyo personal posee la cualificación profesional necesaria para efectuar las auditorías legales. Estos auditores cualificados pueden prestar sus servicios en una amplia gama de sectores industriales y empresariales, pero la investigación de mercado efectuada por la Comisión mostró que en un determinado estadio de sus carreras tienden a especializarse

sectorialmente, lo que les permite aumentar sus conocimientos especializados. En este sentido se puso de relieve que las empresas de auditoría que han estado presentes en un sector concreto durante un largo período de tiempo adquieren la reputación de poseer un profundo conocimiento de este sector concreto.

- (34) A la vista de estos aspectos, la Comisión consideró la posibilidad de que existieran mercados separados para la prestación de servicios de auditoría en sectores en los que parecía que la naturaleza particularmente compleja de las actividades exigía que el auditor poseyera conocimientos especializados. No obstante, los únicos sectores en que la investigación de mercado efectuada por la Comisión confirmó esta posibilidad fueron los sectores financieros de la banca y los seguros. Tanto los clientes como los competidores coincidían en distinguir estos dos sectores de todos los demás, incluidos los demás sectores regulados y las empresas públicas.

ii) *Auditorías en banca y seguros*

- (35) En consecuencia, la Comisión consideró la posibilidad de que existieran mercados de productos de referencia para auditoría en estos sectores particulares debido a su naturaleza compleja y específica en tanto que sectores de servicios financieros regulados y, en particular, la fuerza combinada que en algunos Estados las partes tendrían como resultado de la operación propuesta en estos sectores. Además, tal como ya se ha mencionado, en general los terceros interesados coincidieron en señalar a la Comisión la especial naturaleza de estos sectores.

aa) *D e m a n d a*

- (36) En el curso de su investigación detallada del mercado, la Comisión consultó ampliamente a los clientes de las Seis Grandes en los sectores de la banca y los seguros, tras habersele señalado la particular importancia de los conocimientos sectoriales y la reputación para estos sectores. Sus respuestas mostraron la naturaleza compleja y específica de la auditoría en ambos sectores y que, a diferencia de otros sectores, los conocimientos y la experiencia relacionados con el país, y la posesión de suficientes recursos especializados —aspectos ambos estrechamente ligados a la correspondiente reputación en auditoría sectorial en el mercado— tienen mayor importancia que los precios. Tanto las Seis Grandes como sus clientes confirmaron que el precio era un factor que afectaba poco la elección o

el mantenimiento del auditor. En el caso de la banca y los seguros, las respuestas recibidas por la Comisión mostraron que estos clientes prácticamente siempre consideran el precio menos importante, y en muchos casos «mucho menos» importante, que otros factores como los conocimientos sectoriales y la reputación, expuestos anteriormente, o el conocimiento que su auditor tiene de ellos en tanto que clientes.

- (37) Por otra parte, los clientes señalaron que en estos sectores se precisa un período de tiempo relativamente largo para adquirir los conocimientos de auditoría adecuados. Los clientes citaron períodos de «inicio», de dos o tres años, para que una empresa alternativa a las Seis Grandes adquiriera competencia para efectuar auditorías adecuadamente y señalaron los costes «intangibles» que les suponían el tiempo invertido y las alteraciones causadas. No obstante, en el asunto aquí analizado esta situación queda mitigada por el hecho de que la mayoría de clientes consultados por la Comisión confirmaron que podrían considerar como una alternativa válida al menos tres de las Seis Grandes empresas, y tal vez todas ellas. Además, estos, clientes esperan que el nuevo auditor corra con los costes que le comporta a la empresa cualquier cambio de auditor. No obstante, dados los costes «intangibles» que les supone, los bancos y seguros se muestran muy reticentes a cambiar de auditor, debido también a la importancia que conceden a la confianza y seguridad creadas a lo largo de una relación duradera con su auditor, que a menudo se remonta a decenios.

- (38) No obstante, al analizar los datos recogidos durante su investigación del mercado, la Comisión observó otros factores que atenúan estas características de la demanda, en particular, la importancia que tienen para bancos y empresas de seguros dos elementos: i) el tiempo que precisa una empresa alternativa a las Seis Grandes para obtener el mismo nivel de competencia que su auditor, es decir, el período de «inicio», y ii) la reticencia de los clientes, en cualquier caso, a cambiar de auditor, como se ha descrito anteriormente en el considerando 37.

- (39) Respecto al primero de estos elementos, la Comisión considera que el período de «inicio» citado por los clientes debe situarse en el contexto general de un servicio en el que todo cambio de auditor o de cliente supone un período inicial en el cual el nuevo auditor debe familiarizarse con el cliente,

ocasionando un cierto trastorno y una inversión de tiempo por parte del cliente, incluso cuando no implique cambio de sector. Este factor es coherente con la importancia que conceden los clientes al conocimiento que su auditor tiene de ellos. Por tanto, la Comisión considera que el diferencial imputable al «tiempo de aprendizaje» cuando el auditor cambia de sector es marginal respecto al total del período «de inicio» citado por los clientes. Además la Comisión considera que la importancia de estos períodos tiene que evaluarse en el contexto de una relación entre auditor y cliente particularmente duradera mencionada anteriormente.

(40) Respecto al segundo elemento, la Comisión considera que la reticencia de los clientes a cambiar de auditor, en la medida en que ha sido atribuida por los clientes a factores como la «confianza» y la «seguridad» que les ofrece su auditor, también debe situarse en el contexto de un servicio en el que tienen gran importancia las relaciones personales, y que estos factores cualitativos deben evaluarse en el contexto más amplio de cualquier relación entre auditor y cliente, puesto que la particular naturaleza del servicio de auditoría confiere un significado específico a la «seguridad» y la «confianza», independientemente del sector en que se realice.

bb) Oferta

(41) Las Seis Grandes empresas, respondiendo a las expectativas y demandas de los clientes, poseen una organización interna sectorial, estrategia que también se explica por su necesidad de contar con los suficientes conocimientos sectoriales para evitar problemas de responsabilidad civil en los sectores de servicios financieros de banca y seguros, que conllevan riesgos elevados.

(42) En su investigación del mercado la Comisión comprobó que en estos sectores existe una elevada especialización del personal de las Seis Grandes y que los auditores especializados en ellos destinan una mayor proporción de su carrera y de su tiempo de trabajo a estos sectores que a otros en los que podrían desarrollar su actividad. Además, de las contestaciones de las Seis Grandes empresas se desprende que tal especialización se debe a su especial complejidad en tanto que sectores de servicios financieros, que comportan mayores riesgos inherentes y responsabilidades normativas adicionales, así como al conocimiento de la legislación que exigen.

(43) Esta situación fue confirmada por las propias partes, una de las cuales afirmó que estos sectores de servicios financieros (banca y seguros) «requieren conocimientos especializados debido a su mayor riesgo inherente y, en algunas instituciones, a las transacciones complejas»; la otra parte afirmó que «en las grandes empresas y en las capitales, la base de clientes lleva a la formación de equipos con conocimientos especializados y experiencia en sectores particulares de la industria (por ejemplo servicios financieros). Es común que el personal se incorpore a estos departamentos y desarrolle en ellos su carrera hasta ocupar puestos de dirección».

(44) Además, los costes financieros que supone realizar auditorías de clientes de estos sectores cuando el nuevo auditor carece de un suficiente nivel de conocimiento sectorial recaen en la empresa de auditoría, de la que el cliente espera un ajuste de tarifas para absorber estos costes en el período de «inicio», generalmente dos o tres años, como se ha mencionado en el considerando 37. En consecuencia, las empresas de auditoría tienen el máximo interés en contar con personal auditor suficiente, con conocimientos profundos y experiencia demostrada en un determinado sector, sea banca o seguros, a fin de convencer al cliente de que pueden satisfacer sus necesidades.

(45) Además la Comisión ha sido informada de que el elevado riesgo asociado a estos sectores de servicios financieros puede, en sí mismo, frenar a las empresas auditoras que no posean suficientes conocimientos sectoriales, puesto que deben considerar los costes, financieros y de reputación, que les supone asumir esta responsabilidad, en particular cuando se trata de grandes clientes.

(46) No obstante, parece que todas las Seis Grandes empresas poseen estos conocimientos sectoriales, atendiendo a los siguientes factores:

- la mayoría de las Seis Grandes ya están presentes en estos sectores de auditoría, aunque su peso varía según los Estados miembros;
- en casi todos los Estados miembros, todas las Seis Grandes poseen un cierto grado de conocimientos sectoriales, debido a su presencia en segmentos particulares (por ejemplo, pequeños bancos o empresas de seguros, filiales o sucursales de empresas extranjeras, como auditores en nombre de las autoridades, etc.);
- también pueden adquirir conocimiento sectorial en un determinado Estado miembro simplemente a través de la adquisición de una empresa por un cliente;

- existe un importante número de empresas no financieras que tienen filiales que prestan servicios financieros (por ejemplo, las financieras vinculadas a fabricantes de automóviles, tarjetas de pago o bancos minoristas filiales de grandes minoristas, etc.); también pueden adquirir conocimientos sectoriales auditando a estas filiales;
- la experiencia sectorial en banca y seguros también se obtiene mediante asesoramiento distinto de la auditoría, como consultoría de gestión, desarrollada por todas las Seis Grandes;
- dentro de ciertos límites, las Seis Grandes pueden transferir personal entre países o captar personal de sus competidores.

(47) De ello se desprende que el potencial competitivo de las Seis Grandes con menor presencia en estos sectores en un determinado país no se refleja en su cuota de mercado actual. Esta conclusión ha sido confirmada por una abrumadora mayoría de clientes de banca o seguros, que aseguraron que como mínimo cuatro de las Seis Grandes podían efectuar su auditoría. De ahí que para cualquiera de la Seis Grandes sería relativamente fácil encontrar recursos que le permitieran ampliar su actividad auditora al sector de la banca y los seguros.

(48) Habida cuenta de la situación de las Seis Grandes descrita anteriormente, éstas han realizado alguna incursión en el sector de los servicios financieros, destacando PW en el sector de los seguros.

cc) Conclusión

(49) La Comisión, tras considerar todos los factores expuestos, ha llegado a la conclusión de que la prestación de servicios de auditoría y contabilidad en el sector de la banca y los seguros no constituye un mercado de producto de referencia separado a los efectos de evaluar la repercusión sobre la competencia de la operación analizada.

c) Servicios de asesoría y tramitación fiscal prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes

(50) Los servicios de asesoría fiscal comprenden el asesoramiento sobre la organización de las transacciones y del negocio que permita reducir al mínimo las obligaciones fiscales, así como la relación con las autoridades tributarias en nombre de los clientes.

(51) De la misma manera, los servicios de tramitación incluyen la prestación de asistencia para calcular los impuestos que deben pagar los clientes y para preparar las declaraciones fiscales que deben presentarse a las autoridades.

(52) Las partes argumentaron que los servicios de asesoramiento y de tramitación fiscal no sólo son prestados por empresas de auditoría y contabilidad, entre ellas el «segundo nivel de empresas», sino también por bufetes de abogados. La investigación de la Comisión confirmó que, tal como argumentaban las partes, para estos servicios las grandes empresas clientes de las Seis Grandes no necesariamente se limitan a sus Seis Grandes prestadores de servicios de auditoría y contabilidad.

(53) En consecuencia, la Comisión llegó a la conclusión de que no existe un mercado de producto de referencia para la prestación de servicios de asesoramiento y tramitación fiscal a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes, distinto del mercado de prestación de este tipo de servicios de asesoría y tramitación fiscal a todas las categorías de clientes.

3) Conclusión sobre el mercado de producto de referencia

(54) Teniendo en cuenta todos estos factores, la Comisión llegó a la conclusión de que el mercado de producto de referencia a los efectos de la evaluación competitiva en el asunto que nos ocupa son los mercados de prestación de los siguientes servicios:

- i) auditoría y contabilidad a grandes empresas clientes de los Seis Grandes;
- ii) auditoría y contabilidad a pequeñas y medianas empresas;
- iii) asesoramiento y tramitación fiscal (a la totalidad del mercado);
- iv) consultoría de gestión;
- v) insolvencia;
- vi) asesoramiento sobre financiación empresarial.

B. MERCADO GEOGRÁFICO DE REFERENCIA

1) Servicios de auditoría y contabilidad

a) Consideraciones sobre el marco normativo y los mercados nacionales

(55) En la Comunidad los servicios de auditoría están regulados por normas específicas de cada Estado miembro, que detallan qué entidades están sujetas a auditoría legal, la frecuencia de las mismas, el tipo de auditor que puede realizarlas, la cualificación profesional que se exige al auditor legal, y la forma jurídica que deben adoptar las empresas de auditoría. Además, aunque los clientes eligen a sus auditores, en el caso de algunos Estados miembros y algunos sectores (banca, seguros y empresas cotizadas en bolsa) la designación debe ser aprobada por la correspondiente autoridad supervisora. Hay

Estados miembros que también regulan la duración y las posibilidades de renovación de los contratos de auditoría. Otro aspecto regulado es la libertad de establecimiento de una empresa de auditoría, puesto que en algunos países existen restricciones en la propiedad, gestión y forma jurídica de este tipo de empresas.

- (56) Las propias partes reconocen que los servicios de auditoría y contabilidad dependen mucho de las normas nacionales y afirmaron que este hecho «sugiere» la existencia de mercados nacionales para la prestación de este tipo de servicios. Sin embargo, argumentaron que esta delimitación del mercado afectaría básicamente a la auditoría de «pequeñas empresas que operan fundamentalmente en un sólo país y que no obtienen su financiación en los mercados internacionales».

b) Consideraciones sobre la dimensión comunitaria

- (57) Además, las partes argumentaron que el mercado de servicios de auditoría y contabilidad está adquiriendo dimensión internacional, puesto que cada vez son más las empresas multinacionales que solicitan un prestador de servicios único que ofrezca servicios profesionales en varios países. La Comisión, en su análisis de las respuestas de los agentes del mercado acerca del ámbito geográfico de los servicios de auditoría y contabilidad, tuvo en cuenta la dimensión internacional planteada por las partes en el caso particular de las empresas multinacionales (a las que prestan servicios de auditoría y contabilidad las Seis Grandes), que forman la base de clientes en el mercado de producto de referencia adoptado para evaluar este asunto.

c) Testimonio de las Seis Grandes y sus clientes

- (58) Este análisis reveló una creciente tendencia por parte de los clientes multinacionales de las Seis Grandes a negociar, con la empresa asociada de las Seis Grandes ubicada en el país donde está situada la empresa matriz del cliente, un «paquete internacional» que incluye todos los servicios que precisa a escala mundial. No obstante, las respuestas recogidas por la Comisión en el curso de la investigación, tanto de las Seis Grandes, entre ellas las propias partes, como de sus clientes, confirmaron que cuando existe este «paquete», si bien en principio se trata de un paquete único que comprende la oferta del potencial prestador de servicios de auditoría en las distintas ubicaciones nacionales en que el cliente multinacional requiere los servicios, la oferta se elabora teniendo en cuenta tanto las

necesidades de las filiales nacionales de la empresa del cliente (incluidas las normas obligatorias nacionales) como la oferta (incluidas las tarifas) de las empresas auditoras asociadas que realizarán los servicios para cada filial.

- (59) Una de las partes describió el procedimiento de solicitud de ofertas como una «negociación central con la empresa matriz, tras consolidar las estimaciones locales, y una negociación entre los socios locales y el socio director del país en que está ubicada la empresa matriz», añadiendo que «ese enfoque es el seguido en aproximadamente el 90 % de las solicitudes de ofertas». La otra parte afirmaba que, «a la recepción de una solicitud de ofertas, la oficina directora identifica las oficinas asociadas y los equipos necesarios para cubrir todas las operaciones del cliente y les solicita que analicen el trabajo a realizar y estimen el tiempo necesario para ello. Las estimaciones locales se presentan directamente a la oficina directora de una auditoría para ayudarle a definir la estrategia para fijar el precio global... si la tarifa total indicada es inferior al total estimado, los descuentos se repercuten adecuadamente en las oficinas participantes». Esta misma parte afirmaba más adelante que «a menudo los directivos del grupo consultan al personal directivo de las filiales acerca de las empresas de auditoría competidoras» y que «se consulta a los auditores de los países en que están ubicadas las filiales, para asegurar que se tienen en cuenta las obligaciones legales locales al preparar la oferta central y estos aspectos técnicos de la oferta se gestionan a escala nacional para asegurar que se respetan los requisitos generales».

- (60) Además, varios clientes multinacionales de las partes consultados por la Comisión en el curso de su investigación indicaron que estos servicios, incluidas las tarifas, se negocian con los auditores nacionales, es decir, cada una de las filiales trata con la empresa nacional asociada, aunque a menudo la oferta se coordina o se revisa a escala central. Uno de estos clientes multinacionales, al afirmar que consideraba que el ámbito geográfico del mercado era nacional, confirmó que en el caso de su empresa «la negociación de la tarifa de la auditoría de las empresas filiales es responsabilidad de la gestión de la empresa filial». Otro cliente multinacional de las partes, si bien admitía que «la calidad y las tarifas de la auditoría se debaten a escala centralizada», afirmaba que «los precios y las condiciones se deciden caso por caso» puesto que «cada empresa asume los costes de estos servicios y los directivos locales normalmente participan en la discusión y las negociaciones», y que «no había

negociado paquetes internacionales con ninguna de las Seis Grandes». Otro cliente nacional de las partes afirmaba que «negociaba localmente con las empresas de auditoría» y que «no negociaba los servicios de forma centralizada».

- (61) Además existe un factor común a todos los clientes multinacionales: su necesidad, en tanto que grupos de empresas, de efectuar una auditoría de sus cuentas consolidadas, que combinan las cuentas de la empresa matriz y las de todas sus filiales mundiales. Teniendo en cuenta que esta auditoría consolidada se efectúa en el territorio en que está ubicada la empresa matriz, la elección del auditor por parte de la empresa matriz (y, en consecuencia, de la auditoría mundial de su grupo) viene influida por su apreciación (reputación y conocimientos) de la prestación de servicios de auditoría en el territorio nacional en que está ubicada. Así, incluso una posición bastante fuerte en la auditoría de filiales de empresas extranjeras en un determinado país y en un determinado sector podría perfectamente acompañarse de una posición relativamente débil en la auditoría de empresas del mismo sector y constituidas en el mismo país.

d) Características decisivas del mercado nacional

- (62) La Comisión, tras haber tomado en consideración todos los factores mencionados en su análisis geográfico del mercado de referencia en el asunto que nos ocupa, observó las siguientes características de los «mercados nacionales»:
- la existencia de obligaciones legales nacionales, que afectan tanto a la demanda (auditorías obligatorias) como a la oferta (cualificación profesional de los auditores y restricciones en la libertad de establecimiento de las empresas de auditoría en determinados Estados miembros);
 - la necesidad de los prestadores de servicios de auditoría de contar con presencia local, personal cualificado profesionalmente y con profundos conocimientos (incluida la legislación), y la consiguiente reputación «de marca» en los países en que deben prestar sus servicios.

e) Conclusión

- (63) Teniendo en cuenta estas características de los «mercados nacionales», así como todos los demás factores mencionados, la Comisión considera que el mercado geográfico de referencia a los efectos de evaluación de las consecuencias sobre la competencia de la operación analizada en los mercados de prestación de servicios de auditoría y contabilidad son los mercados nacionales.

2) *Servicios de asesoramiento y tramitación fiscal*

- (64) Dados los requisitos específicos en cuanto a cualificación profesional y conocimientos que existen a escala nacional, y teniendo en cuenta que la legislación fiscal también es específica de cada país, la Comisión considera que los mercados geográficos de referencia a los efectos de evaluar las consecuencias sobre la competencia de la operación analizada en el mercado de prestación de servicios de asesoramiento y tramitación fiscal son los mercados nacionales.

3) *Servicios de consultoría de gestión*

- (65) Los servicios de consultoría de gestión se prestan a una amplia gama de clientes de empresas privadas y del sector público. Las partes argumentaron que el único factor que limita la participación en este tipo de mercado es la necesidad de disponer de las capacidades y los recursos que precisan los clientes, algunos de los cuales solicitan servicios únicamente para un país mientras que otros, multinacionales, los solicitan para varios países. En este contexto, las partes argumentaron que el mercado tenía una dimensión tanto nacional como comunitaria, con una amplia gama de prestadores de servicios que competían en ambos niveles, entre ellos empresas especializadas (a escala nacional o local), empresas de auditoría y empresas de consultoría (a ambos niveles).
- (66) La investigación de mercado de la Comisión confirmó en líneas generales la argumentación de las partes. Sin embargo, dado que la operación no conduce a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante en ningún mercado geográfico alternativo, como podrá verse en el considerando 69 y siguientes, la Comisión decidió no definir exactamente el mercado geográfico de referencia para la prestación de servicios de consultoría de gestión.

4) *Servicios de insolvencia*

- (67) Las partes señalaron que la prestación de servicios en caso de insolvencia estaban regulados por normas nacionales. Si bien la insolvencia puede tener dimensión internacional, el nombramiento de un administrador se efectúa a escala nacional, según las normas que imponen las legislaciones nacionales. La investigación de mercado de la Comisión también confirmó la naturaleza nacional de este mercado. Así, la Comisión considera que los mercados geográficos de referencia a los efectos de evaluar las consecuencias sobre la competencia de la operación analizada para el mercado de servicios de insolvencia son los mercados nacionales.

5) *Servicios de asesoramiento sobre financiación empresarial*

- (68) En su Decisión de 30 de agosto de 1993 (asunto IV/M.3193 — BHF/CCF/Chaterhouse)⁽¹⁾ la Comisión consideró que los servicios de asesoramiento sobre financiación de empresas se prestaban en mercados nacionales. No obstante, las partes argumentaron que para algunas transacciones se trata de un mercado internacional y la investigación de mercado de la Comisión confirmó la existencia tanto de aspectos nacionales como internacionales en la prestación de estos servicios. No obstante, dado que la Comisión, en la evaluación que figura a continuación, ha llegado a la conclusión de que la operación analizada no conduce a la creación ni al fortalecimiento de una posición dominante en ningún mercado alternativo para la prestación de estos servicios, decidió no delimitar con mayor precisión el mercado geográfico de referencia.

C. EVALUACIÓN

1) *Características del mercado*

a) *Actividades de las Seis Grandes empresas de contabilidad*

- (69) Cada una de las Seis Grandes desarrolla actualmente una importante actividad empresarial en todos los mercados de producto de referencia, como indica el cuadro que figura a continuación: (la rúbrica «Otros» incluye los datos de consultoría de gestión, insolvencia y financiación de empresas):

Ingresos mundiales en 1996 (estimación)

(en millones de dólares estadounidenses)

	Total	Auditoría /contabilidad	Fiscalidad	Otros
AA	9,5	2,9	1,7	4,9
KPMG	8,1	4,5	1,6	2,0
E&Y	7,8	3,5	1,6	2,7
C&L	6,8	3,6	1,3	1,9
DTTI	6,5	3,6	1,3	1,6
PW	5,0	2,4	1,1	1,5

Fuente: International Accounting Bulletin.

- (70) El cuadro siguiente muestra el porcentaje del total de ingresos (basado en las cifras del cuadro anterior) que cada una de las Seis Grandes empresas obtiene en sus principales líneas de producto:

Porcentaje del total de ingresos procedente de:

(en %)

	Auditoría/contabilidad	Fiscalidad	Otros
AA	30,5	17,9	51,6
KPMG	55,6	19,8	24,7
E&Y	44,9	20,5	34,6
C&L	52,9	19,1	27,9
DTTI	55,4	20,0	24,6
PW	48,0	22,0	30,0

⁽¹⁾ DO C 247 de 10. 9. 1993, p. 4.

(71) Si bien cada una de las Seis Grandes desarrolla su actividad en cada uno de los mercados de referencia señalados en el apartado de definición del mercado, cabe indicar que en todos los mercados, con la excepción de la auditoría y contabilidad a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes, las Seis Grandes se enfrentan a la competencia de varios otros prestadores de servicios:

- en los servicios de asesoría y tramitación fiscal, las Seis Grandes compiten con otras empresas de contabilidad, bufetes de abogados y bancos;
- en los servicios de consultoría de gestión, las Seis Grandes compiten con numerosos prestadores de servicios de consultoría, tales como McKinsey, Boston Consulting Group, IBM, EDS, Bain & Co., etc.;
- en los servicios de financiación de empresas, las Seis Grandes compiten con numerosos bancos de inversión y otras instituciones, entre ellos Goldman Sachs, Morgan Stanley, SBC Warburg Dillon Read, etc.;
- en los servicios de insolvencia, las Seis Grandes compiten con bufetes de abogados.

b) Mercado de servicios de auditoría y contabilidad

(72) Tal como puede verse en el cuadro anterior, los servicios de auditoría y contabilidad constituyen aproximadamente la mitad del total de ingresos de cada una de las Seis Grandes (aparte de AA que tiene mayor peso en la prestación de servicios de consultoría de gestión).

(73) En la Comunidad (y en países como Estados Unidos) la legislación sobre auditoría es en general muy amplia y detallada y el mercado para la prestación de servicios de auditoría es un mercado relativamente maduro.

(74) La duración del nombramiento del auditor varía según los países (un año en el Reino Unido, varios años en otros Estados miembros). Normalmente los nombramientos se renueva, con lo que la relación entre el cliente y su auditor a menudo tienen una duración larga, de varios años o incluso decenios. La investigación de la Comisión ha puesto de relieve que uno de los motivos es que un cambio de auditor puede dañar la reputación empresarial del cliente o su calificación bursátil puesto que los inversores podrían pensar que han existido

desacuerdos acerca de la información financiera o problemas en las cuentas de la empresa; otra razón es que el cliente debe invertir una considerable cantidad de tiempo, formación y otros recursos para garantizar que el nuevo auditor tenga un conocimiento de las operaciones y los activos de la empresa suficiente para poder efectuar una auditoría satisfactoria, cuyos riesgos para los accionistas queden dentro de límites razonables.

(75) Para elegir a un auditor, las grandes empresas normalmente recurren a un procedimiento de solicitud de ofertas. Normalmente, el cliente invita a varias empresas (generalmente no más de tres o cuatro) a presentar propuestas iniciales. A partir de estas propuestas iniciales, el cliente efectúa la selección final, basándose en la tarifa y en otros factores no relacionados con el precio como la fortaleza de la red de la empresa, la calidad del trabajo, su reputación, los métodos empleados (por ejemplo el uso de tecnología), y la experiencia y conocimientos del personal que tendrá la responsabilidad de la auditoría.

(76) Incluso en los casos en que ha existido una relación duradera, los clientes pueden decidir solicitar ofertas para renovar su contrato de auditoría, porque consideren que puede obtener una mejor relación calidad-precio con otro prestador, o para frenar una amenaza de aumento de precio de su auditor, o cuando vayan a producirse cambios en la empresa, tales como fusiones o adquisiciones. Por esta razón, el precio de los servicios de auditoría y contabilidad está determinado por las solicitudes de ofertas que se realizan a lo largo del tiempo.

(77) El crecimiento histórico de la demanda de servicios de auditoría y contabilidad en la mayoría de Estados miembros se ha debido a la aplicación de las directivas comunitarias que obligan a determinadas empresas a auditar sus cuentas. Se espera que el futuro crecimiento de la demanda proceda de una mayor demanda de servicios de contabilidad y de auditoría no obligatorios, así como de cambios estructurales, tales como la privatización y el mayor recurso a los mercados de capitales para obtener financiación.

(78) Los requisitos mínimos sobre cualificación profesional, integridad personal e independencia que deben reunir las personas que efectúan auditoría legales se fijan en la octava Directiva 84/253/CEE del Consejo⁽¹⁾ sobre Derecho de sociedades. Sin embargo esa Directiva no contiene normas sobre muchos otros aspectos relativos a la función de auditoría, algunos de los cuales se regulan a escala nacional o están sujetos a una autorregulación por parte de la propia profesión. En general la autorregulación se refiere a dos ámbitos principales: las normas sobre el comportamiento profesional (independencia, competencia, calidad, secreto profesional) y las normas sobre trabajo e información. Las normas sujetas a autorregulación varían en la

⁽¹⁾ DO L 126 de 12. 5. 1984, p. 20.

Unión Europea de un país a otro, aunque existe una tendencia creciente a adoptar a escala nacional las normas internacionales, en especial las de la Federación internacional de contables (IFAC). A escala europea la Federación de expertos contables Europeos (FEE) también fomenta la adopción de normas internacionales en los Estados miembros.

(79) Normalmente, la participación en institutos nacionales autorreguladores es una decisión individual, pero incluso en este caso las empresas de auditoría desempeñan a menudo una función importante en el proceso autorregulador puesto que pueden dedicar el tiempo y el esfuerzo necesarios para participar en los grupos de trabajo que preparan estas normas. Este aspecto es todavía más importante a escala internacional ya que las principales empresas pueden tener una mayor influencia en el IFAC y, con ello, en la elaboración de normas nacionales. Puesto que las normas internacionales tienden a alinearse con las normas IFAC y puesto que las mismas empresas a menudo intervienen en el proceso de elaboración de normas nacionales, no hay que subestimar la influencia de las grandes empresas de contabilidad en el proceso de fijación de normas.

(80) El Libro Verde de la Comisión sobre función, posición y responsabilidad civil del auditor legal en la Unión Europea⁽¹⁾ plantea varias cuestiones sobre la regulación de la auditoría en la Comunidad. El control de la autorregulación por parte de la profesión a escala comunitaria cobrará más importancia cuando se avance hacia el mercado único en auditoría, y a la vista del aumento de la concentración en este sector de actividad.

2) *Servicios de auditoría y contabilidad prestados a pequeños y medianos clientes*

(81) La investigación de la Comisión ha puesto de relieve que las pequeñas y medianas empresas no exigen a sus auditores el mismo nivel de recursos (conocimiento profundo, cobertura geográfica, etc.) que las grandes empresas. De esta forma, aunque en algunos casos adquieren servicios a las Seis Grandes, en gran medida también recurren al «segundo nivel» de empresas de auditoría, más pequeñas, que ejercen una fuerte competencia sobre aquellas. En consecuencia la Comisión ha llegado a la conclusión de que la operación no plantea problemas de competencia en el mercado de los servicios de auditoría y contabilidad prestados a pequeñas y medianas empresas.

3) *Servicios de auditoría y contabilidad prestados a grandes empresas*

(82) La Comisión considera que el mercado de producto de referencia es el mercado de servicios de auditoría

y contabilidad prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes y que este mercado tiene un ámbito geográfico nacional (véase el considerando 19 y siguientes).

(83) Ante el hecho de que el mercado de referencia está ya muy concentrado, en el sentido de que sólo las Seis Grandes son capaces de satisfacer las necesidades de las grandes empresas en cada uno de los Estados miembros, la Comisión consideró apropiado analizar la posibilidad no sólo de creación o fortalecimiento de una posición dominante única, sino también de creación o fortalecimiento de una posición dominante oligopolística, como resultado de la concentración propuesta entre PW y C&L.

(84) Al evaluar la posibilidad de creación o fortalecimiento de una posición dominante en este mercado, la Comisión utilizó los datos publicados proporcionados por las partes, que incluyen todos los clientes, independientemente de su tamaño. La Comisión considera que este enfoque es metodológicamente correcto, puesto que la proporción relativa de ingresos por tarifas entre los distintos miembros de las Seis Grandes es muy similar tanto si se consideran «todos los clientes» como únicamente «grandes empresas».

a) **Dominio único**

(85) Del anexo I se desprende que la cuota de mercado de las empresas fusionadas no superará el 40 % en ningún Estado miembro. Las tres cuotas combinadas más elevadas son el 38,6 % en Alemania, el 35,1 % en el Reino Unido, y el 34,1 % en Irlanda, mientras que el competidor más cercano KPMG tiene el 31,9 %, el 22,7 % y el 23,6 % respectivamente. (a escala europea la entidad fusionada poseerá el 31,7 %, mientras que su competidor más cercano, KPMG, el 25,9 %). Por esta razón, en ningún mercado nacional la empresa fusionada dispondrá de una posición de mercado que le confiera un poder de mercado excesivo frente a sus competidores o sus clientes.

(86) Por otra parte, tal como se ha mencionado en el considerando 69 y siguientes, habitualmente el nombramiento de auditor se renueva por varios años y es de larga duración, incluso de decenios. Esta ausencia de fluidez en el mercado significa que además de las cuotas de mercado relativas a un único año, es preciso analizar los datos relativos a las solicitudes de ofertas y a la participación en las mismas a lo largo de un período más largo, a fin de tener una visión más amplia de la naturaleza y alcance de la competencia en el mercado de las grandes empresas clientes de las Seis Grandes.

⁽¹⁾ DO C 321 de 28. 10. 1996, p. 1.

- (87) La investigación de la Comisión ha puesto de relieve que aunque los procesos de solicitud de ofertas no son frecuentes, cuando un cliente decide que es conveniente cambiar de auditor y lanza un proceso de solicitud de ofertas, se produce competencia con las ofertas de los otros miembros de las Seis Grandes. Los clientes son compradores bien informados y que conocen los precios, calidad y características de los servicios ofertados. El hecho de que cuando se soliciten ofertas normalmente tres o cuatro miembros de las Seis Grandes las presenten deja claro que en cierta medida los clientes pueden utilizar la amenaza implícita de recurrir a una solicitud de ofertas para limitar el poder de su auditor.
- (88) Un análisis de las solicitudes de ofertas recientes muestra los siguientes resultados

Ofertas ganadas y ofertas perdidas por parte de las Seis Grandes: EEE 1994-1997

	Ofertas ganadas (1)	Ofertas perdidas (2)	Saldo (3)	Clasificación (4)
AA	44	20	24	1
KPMG	45	25	20	2
C&L	36	23	13	3
E&Y	26	22	4	4
PW	18	17	1	5
DTTI	18	20	-2	6

Fuente: Deloitte Touche.

- (89) Estas cifras incluyen los cambios realizados por los clientes tanto entre las propias Seis Grandes como entre las Seis Grandes y el segundo nivel de auditores, y muestran que en el transcurso del tiempo los clientes cambian de empresa de auditoría y contabilidad, y que si se clasifican las Seis Grandes según las ofertas ganadas o perdidas, C&L y PW sólo figuran en tercer y quinto lugar respectivamente.
- (90) Un desglose del total de ofertas ganadas (columna 1) del cuadro anterior ofrece la siguiente clasificación de las Seis Grandes en cuanto a ofertas ganadas frente a otras Seis Grandes.

Ofertas ganadas respecto a otros Seis Grandes: EEE 1994-1997

	Ofertas ganadas frente a otras Seis Grandes (1)	Clasificación (2)
AA	22	1
KPMG	17	2
C&L	17	3
E&Y	13	4
PW	8	5
DTTI	8	5

Fuente: Deloitte Touche.

- (91) Para el período analizado, C&L y PW figuraban sólo en segundo lugar (empate) y en quinto lugar (empate), si se toman las Seis Grandes.

- (92) Un ejemplo de los cambios a escala de un Estado miembro lo proporcionan los siguientes datos referentes al Reino Unido:

Número y dirección de los cambios de auditor entre las Seis Grandes 1993-1997 para las 1 600 empresas más grandes del Reino Unido

		HACIA						
		CL	PW	KPMG	E&Y	DTTI	AA	TOTAL
D E	CL	—	2	6	1	6	4	19
	PW	3	—	2	2	1	—	8
	KPMG	4	5	—	1	—	7	17
	E&Y	3	2	1	—	—	4	10
	DTTI	1	3	2	—	—	1	7
	AA	1	3	3	1	—	—	8
	TOTAL	12	15	14	5	7	16	69

Fuente: Reino Unido OFT.

- (93) Como puede verse, en lo que se refiere a ofertas ganadas PW (con 15) y C&L (con 12) figuran en segundo y cuarto lugar respectivamente. C&L fue la empresa que sufrió el mayor número de pérdidas (19). Una clasificación por ganancia neta (= ofertas ganadas menos ofertas perdidas) muestra los siguientes resultados:

Clasificación	Empresa	Ganancia neta
1	AA	+8
2	PW	+7
3	DTTI	0
4	KPMG	-3
5	E&Y	-5
6	C&L	-7

Conclusión

- (94) De los anteriores datos relativos tanto a las cuotas de mercado como a los resultados obtenidos en las presentaciones de ofertas de las Seis Grandes a lo largo de varios años se desprende claramente que la empresa fusionada verá limitada su actividad competitiva por las otras cuatro grandes. Por tanto puede excluirse que la fusión creará o fortalecerá una posición de dominio único en ninguno de los mercados nacionales de servicios de auditoría y contabilidad prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes, en el ámbito de la Comunidad.

b) Dominio oligopolístico

i) Dominio colectivo existente

- (95) En anteriores Decisiones sobre operaciones de concentración comunitarias, como por ejemplo la Decisión 97/26/CE de la Comisión [Asunto IV/M.619 — Gencor/Lonrho⁽¹⁾] se han descrito las características que llevarían a analizar el dominio colectivo en un mercado oligopolístico.

⁽¹⁾ DO L 11 de 14. 1. 1997, p. 30, considerando 141.

(96) La demanda tiene un crecimiento moderado y es inelástica. La oferta está muy concentrada y existe una elevada transparencia del mercado para un producto homogéneo, con tecnología de producción madura, barreras de entrada elevadas (incluidos elevados costes de amortización) y suministradores con vínculos estructurales. Estas características de la oferta facilitan que los proveedores puedan tener comportamientos paralelos e incentivos para hacerlo así.

(97) A continuación se detallan algunas características del mercado de servicios de auditoría y contabilidad prestados a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes.

aa) Demanda estancada

(98) Según la notificación presentada por las partes, la demanda de servicios de auditoría y contabilidad «está creciendo en todo el EEE, pero más lentamente que la demanda de otros servicios profesionales». Las partes estiman que «el futuro crecimiento de la demanda se prevé que procederá de una mayor demanda de servicios de auditoría y contabilidad no sujetas a obligación legal. Por otro lado, se prevé un crecimiento fuerte para los servicios de consultoría de gestión en toda Europa». Parece claro que el mercado de servicios de auditoría y contabilidad prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes no va a experimentar una fuerte tasa de crecimiento en un futuro inmediato, y que, en cualquier caso, teniendo en cuenta la gran dimensión de cada una de las empresas que constituyen su base de clientes, su propia naturaleza impide que se genere crecimiento a través de un aumento de la población que constituye su clientela. Por esta razón, puede llegarse a la conclusión de que es probable que, en el mejor de los casos, en el mercado de referencia la demanda se mantenga en un proceso de lento crecimiento.

bb) Inelasticidad de la demanda respecto al precio

(99) La elasticidad de la demanda respecto al precio en el mercado analizado es baja, debido a que los clientes están obligados por la ley a adquirir el servicio, a que el cambio de suministrador genera costes (véase anteriormente), y a que, en cualquier caso, las tarifas de los servicios de auditoría y contabilidad constituyen una proporción muy pequeña del coste total de los clientes de las Seis Grandes, dada la dimensión de estas empresas, y que los clientes han citado el precio como el criterio menos importante para elegir a su suministrador (no obstante, en alguna medida la demanda es elástica respecto al precio, como refleja el hecho de que sí se producen algunos cambios cuando se efectúan solicitudes de ofertas, como se indicó en el considerando 88).

cc) Homogeneidad de los productos, transparencia del mercado y escasa tasa de innovación

(100) Los servicios de auditoría son relativamente homogéneos puesto que cualquier auditoría comporta

efectuar comprobaciones, análisis e informes normalizados, así como otros aspectos fijados por las normas nacionales y por la propia autorregulación de la profesión. La investigación de la Comisión ha puesto de relieve que una amplia mayoría de clientes considera que todos los miembros de las Seis Grandes son intercambiables. La investigación de la Comisión también ha puesto de relieve un elevado grado de transparencia de precios, puesto que las tarifas horarias aplicadas para servicios de auditoría son razonablemente transparentes entre los miembros de las Seis Grandes. Los costes son transparentes entre los miembros de las Seis Grandes, puesto que los salarios y costes laborales, que constituyen bastante más de la mitad de los costes totales, son transparentes debido a la publicidad que se da a los mismos a efectos de su contratación, y a las transferencias de personal entre las empresas. Hay países en que la transparencia es mayor a causa de factores adicionales, como la publicación de las tarifas de auditoría en los informes anuales de los clientes en el Reino Unido, o el requisito legal de una doble auditoría que existe en otros países. Además, la metodología de los servicios de auditoría y contabilidad varía poco a lo largo del tiempo, y se caracteriza por una tasa de innovación baja.

dd) Vínculos estructurales entre prestadores del servicio

(101) La existencia de vínculos económicos o estructurales entre los prestadores del servicio puede contribuir a la existencia de un dominio oligopolístico. Estos vínculos existen en el sector de la auditoría y contabilidad puesto que se trata de un sector autorregulado por la profesión a través de instituciones de las que son miembros las empresas de auditoría (véanse los considerandos 78, 79 y 80). Las empresas de auditoría están representadas en las instituciones responsables de autorregulación y sus representantes se reúnen regularmente para debatir y decidir aspectos de autorregulación de gran importancia para todos los afectados. Puesto que las grandes empresas tienen una particular influencia en la fijación de normas (véase el considerando 79), pueden utilizar esta influencia para desarrollar un sistema de normas que en la práctica contribuya a la creación de un dominio oligopolístico o colectivo entre ellas.

(102) Por esta razón resulta evidente que el mercado de servicios de auditoría y contabilidad prestados a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes se caracteriza por elementos que podrían contribuir a una situación de dominio colectivo.

(103) Sin embargo, la Comisión no ha encontrado pruebas concluyentes de la existencia de tal dominio en el actual mercado de las Seis Grandes. La investigación de la Comisión no puso de relieve que las grandes empresas clientes de las Seis Grandes consideren que existe un dominio colectivo en la actualidad. Desde una perspectiva general, es improbable un dominio colectivo que

implique la participación de más de tres o cuatro suministradores, simplemente debido a la complejidad de las interrelaciones y a la consiguiente tentación de incumplirlas; se trata de una situación inestable y que no puede mantenerse a lo largo del tiempo. Más en concreto, tal como se ha demostrado más arriba, el mercado actual de las grandes empresas clientes de las Seis Grandes parece estar sujeto a la competencia si se considera una secuencia temporal, ya que los clientes solicitan ofertas y se producen cambios entre las Seis Grandes.

- (104) Además, la sentencia del Tribunal de 31 de marzo de 1998 en los asuntos acumulados C-68/94 y C-30/95, Francia contra Comisión y SCPA y EMC contra Comisión ⁽¹⁾ relativos al asunto Kali und Salz/MdK/Treuhand (IV/M.308) ⁽²⁾ ha insistido en que en un asunto de mercado oligopolístico que la Comisión considere sujeto a un dominio colectivo, la carga de la prueba recae en la Comisión de modo evidente.
- (105) El Tribunal sostuvo que un elevado nivel de concentración en un mercado oligopolístico no es en sí mismo un factor decisivo de la existencia de un dominio colectivo. Además, la sentencia del Tribunal implica que las pruebas de falta de competencia efectiva entre un grupo de suministradores a los que se acusa de dominio colectivo deben ser muy concluyentes, al igual que deben serlo también las de la debilidad de presión competitiva procedente de otros suministradores (si existen en el mercado en cuestión).
- (106) Por todo ello, la Comisión considera que no existen pruebas concluyentes de que la concentración analizada fortalezca una situación de dominio oligopolístico existente en el mercado de grandes empresas clientes de las Seis Grandes.

ii) Creación de dominio colectivo

- (107) La Comisión ha analizado si el nivel de concentración por el lado de la oferta posterior a la concentración crearía una situación de dominio colectivo.

aa) Estructura del mercado con una doble concentración (PW/C&L más KPMG/E&Y)

- (108) La Comisión investigó la posibilidad de creación de un dominio colectivo en el mercado de servicios de auditoría prestados a grandes empresas clientes de las Seis Grandes partiendo de una hipótesis de doble concentración, después de que KPMG y E&Y notificaran conjuntamente a la Comisión, el 23 de diciembre de 1997, su intención de fusionarse a escala mundial. La Comisión consideró apropiado analizar la concentración PW/C&L propuesta en el contexto de la operación KPMG/E&Y, puesto que con arreglo al Reglamento de concentraciones la evaluación de las operaciones de concentración se efectúa teniendo en cuenta el futuro mercado y

considerando no sólo los cambios que supone la propia concentración sino también acontecimientos futuros, tales como los nuevos entrantes, la liberalización, la innovación de productos, etc., al ser el acuerdo KPMG/E&Y un hecho bien conocido en el mercado.

- (109) En esta situación de doble concentración, las cuotas combinadas de las dos mayores empresas del mercado de referencia serían muy elevadas tanto a escala nacional, como comunitaria, como mundial. Las dos entidades fusionadas habrían sido las dos mayores empresas en todos los Estados miembros, excepto en dos, a considerable distancia de las cuotas de mercado de los restantes prestadores de servicios.
- (110) Teniendo en cuenta la elevada cuota de mercado combinada que poseerían las dos empresas fusionadas y también las características del mercado analizado, mencionadas en los considerandos 98 a 101, la Comisión llegó a la conclusión preliminar de que la fusión PW/C&L crearía un nivel de concentración que, juntamente con la concentración KPMG/E&Y, sería coherente con la hipótesis de existencia de un dominio colectivo. No obstante, el 13 de febrero de 1997, KPMG y E&Y anunciaron públicamente que habían decidido conjuntamente abandonar sus proyectos de fusión.
- (111) La concentración de PW y C&L podría en principio llevar a la creación de un dominio oligopolístico con actuaciones paralelas de la mayoría o todas las restantes «cinco grandes» o un dominio duopolístico en el que las dos mayores empresas emprenderían actuaciones paralelas que ejercerían una coacción sobre las restantes empresas más pequeñas.

i) Dominio oligopolístico

- (112) El riesgo de creación de un dominio oligopolístico surge en gran parte de la existencia de las características descritas en los considerandos 98 a 101. Este riesgo se incrementa por otro rasgo específico de este mercado, mencionado anteriormente (considerando 74), a saber, el hecho de que la relación entre auditores y clientes tiende a ser de larga duración. Aunque en principio un cliente puede elegir entre las seis grandes empresas de auditoría, a menudo no considera conveniente o adecuado cambiar de auditor durante un considerable período de tiempo, por las razones expuestas anteriormente; la mayoría de los clientes indicaron que, en la práctica, cuando deciden que es el momento adecuado para solicitar ofertas para adjudicar su contrato de auditoría, normalmente sólo consideran adecuados tres o cuatro suministradores y no la totalidad de los seis. Por esta razón, cualquier reducción en el número de suministradores en el mercado de servicios de auditoría a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes constituye un nuevo elemento que puede conducir a un dominio colectivo.

⁽¹⁾ Rec. 1998, p-1375.

⁽²⁾ Decisión 94/449/CE de la Comisión (DO L 186 de 21. 7. 1994, p. 38).

- (113) Sin embargo, la investigación de la Comisión no ha llegado a la conclusión de que la concentración crearía una situación de dominio oligopolístico. Tal como se ha explicado (véase el considerando 103) el dominio colectivo en el que participen más de tres o cuatro suministradores resulta demasiado complejo e inestable para pervivir a lo largo del tiempo. También en este caso parece existir competencia en el actual mercado de las Seis Grandes, a través de las solicitudes de ofertas, aunque éstas sean escasas y, como se ha mencionado anteriormente, sólo tres o cuatro de las Seis Grandes participen normalmente en cada solicitud de oferta. No es probable que la competencia a través de solicitudes de ofertas desapareciera o se redujera drásticamente con una reducción de seis a cinco suministradores. Esta situación difiere de la estructura que hubiera resultado de una situación de «concentración doble» (como era la inicialmente evaluada por la Comisión), puesto que en este caso la cifra actual de tres o cuatro de las Seis Grandes que habitualmente se consideran adecuadas para invitar a presentar ofertas habría experimentado una mayor reducción, a una cifra que limitaría muchísimo o eliminaría totalmente la posibilidad de elección del cliente.
- ii) *Dominio duopolístico*
- (114) El anexo II indica las cuotas de mercado nacionales, europeas y mundiales, previas y posteriores a la concentración (únicamente PW/C&L), de las dos mayores empresas de auditoría. Las cuotas de mercado combinadas posteriores a la concentración alcanzan 57,6 % en la Comunidad, 50 % mundial y entre 51,1 % y 70,5 % en los Estados miembros.
- (115) Sin embargo, la investigación de la Comisión no ha llegado a la conclusión de que la concentración PW/C&L dentro de la actual estructura del mercado crearía una posición de dominio duopolístico.
- (116) Aunque la entidad fusionada, PW/C&L es una de las dos principales empresas en todos los Estados miembros, excepto en Austria, la otra de las dos grandes empresas varía considerablemente en la Comunidad. De los 15 países en que PW/C&L sería una de las dos grandes, la otra sería KPMG en ocho países, E&Y en tres países, AA en tres países y DTTI en un país (véase anexo II).
- (117) Como puede verse en el anexo III, la distancia que existiría con posterioridad a la concentración entre las cuotas de mercado de la segunda y tercera gran empresa no es muy importante, sólo superior al 10 % en dos Estados miembros (Alemania y España), ligeramente por encima del 10 % a escala comunitaria y del 3 % a escala mundial. La poca diferencia en cuotas de mercado entre la segunda y tercera gran empresa convierte en impracticable por parte de la entidad fusionada PW/C&L una estrategia de dominio duopolístico, que supondría coerción o expulsión de la tercera gran empresa y de las empresas más pequeñas.
- (118) Además, aunque cada país constituye un mercado geográfico separado para la prestación de servicios de auditoría y contabilidad (véanse el considerando 19 y siguientes) no sería factible que PW/C&L adoptara una actuación paralela en cada país, puesto que este debería ejercerse con empresas distintas (KPMG, AA, E&Y o DTTI) según el país del que se tratara. No es realista suponer que una empresa aceptara los beneficios posibles de actuaciones paralelas en un país sabiendo que en otro país se lleva a cabo una actuación paralela entre PW/C&L y otra empresa distinta en su propio perjuicio. Esta actuación paralela con múltiples empresas carecería de estabilidad, sobre todo a lo largo del tiempo.
- iii) *Conclusión*
- (119) Teniendo en cuenta que tras la concentración seguirán existiendo no menos de cinco suministradores, que, muy probablemente, estos cinco suministradores seguirán participando en las solicitudes de ofertas en las que se basa la competencia en el mercado de referencia, y que, posteriormente a la concentración, no surgirán dos empresas claramente destacadas, la Comisión no ha encontrado pruebas concluyentes de que la concentración crearía o fortalecería una posición de dominio oligopolístico o duopolístico en ninguno de los mercados nacionales de servicios de auditoría y contabilidad prestados a las grandes empresas clientes de las Seis Grandes, en la Unión Europea.
- 4) *Servicios de asesoría y tramitación fiscal, servicios de consultoría de gestión, servicios de insolvencia y servicios de financiación empresarial*
- a) *Servicios de asesoramiento y tramitación fiscal*
- (120) En este mercado las empresas de contabilidad compiten fuertemente entre ellas y con bufetes de abogados y bancos. Si las cuotas de mercado se calculan teniendo en cuenta todos los suministradores, los únicos Estados miembros en que las cuotas de mercado combinadas superarán el 15 % son España (19,2 %) e Irlanda (18,6 %).
- b) *Servicios de consultoría de gestión*
- (121) Las cuotas de mercado combinadas no superarán el 15 % en ningún Estado miembro. En estos sectores la competencia procede de otras empresas de contabilidad y de empresas especializadas de renombre mundial, como McKinsey, Bain and Co., Boston Consulting Group, etc.
- c) *Servicios de insolvencia*
- (122) El único Estado miembro en que las cuotas combinadas de mercado superan el 15 % es el Reino Unido (25,8 %). Entre los competidores se encuentran bufetes de abogados y otras empresas, así como contables.

d) **Servicios de asesoramiento sobre financiación empresarial**

- (123) Las cuotas combinadas de mercado se sitúan muy por debajo del 15 % en todos los Estados miembros y los competidores de las partes notificantes son los principales bancos comerciales y de inversión.

e) **Conclusión**

- (124) Puede excluirse que la concentración crearía o fortalecería una posición dominante en los cuatro mercados mencionados, dentro de la Comunidad.

VI. CONCLUSIÓN

- (125) Por todo ello puede aceptarse que la operación propuesta no crearía ni fortalecería una posición dominante a resultas de la cual se impediría substancialmente una competencia efectiva en una parte importante del mercado común. En consecuencia, con arreglo al apartado 2 del artículo 2 del Reglamento de concentraciones, y al artículo 57 del

Acuerdo EEE, la operación puede declararse compatible con el mercado común,

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

La propuesta de concentración entre Price Waterhouse y Coopers & Lybrand, notificada el 11 de diciembre de 1997 se declara compatible con el mercado común y con el funcionamiento del Acuerdo EEE.

Artículo 2

Los destinatarios de la presente Decisión serán:

Coopers & Lybrand	Price Waterhouse
1, Embankment Place	Southwark Towers
UK – London WC2N 6NN	32, London Bridge Street
	UK – London SE1 9SY.

Hecho en Bruselas, el 20 de mayo de 1998.

Por la Comisión

Karel VAN MIERT

Miembro de la Comisión

ANEXO I

(en %)

	Estimación de cuotas de ingresos, en porcentaje							Estructura del mercado antes de la concentración C&L-PW		Estructura del mercado después de la concentración C&L-PW	
	Coopers & Lybrand	Price Waterhouse	C&L + PW	Ernst & Young	KPMG	Arthur Andersen	Deloitte Touche	Cuota de la mayor empresa, antes de la concentración	Nombre de la empresa	Cuota de la mayor empresa después de la concentración	Nombre de la empresa
Austria	10,0	10,6	20,6	23,1	31,6	8,9	15,8	31,6	KPMG	31,6	KPMG
Bélgica	17,6	11,1	28,7	26,4	19,5	12,1	13,2	26,4	Ernst & Young	28,7	C&L + PW
Dinamarca	17,9	8,6	26,5	13,8	29,3	8,5	21,9	29,3	KPMG	29,3	KPMG
Finlandia	29,2	3,5	32,7	15,1	29,5	14,9	7,8	29,5	KPMG	32,7	KPMG
Francia	14,3	11,2	25,5	13,3	34,5	15,7	11,0	34,5	KPMG	34,5	KPMG
Alemania	33,5	5,1	38,6	11,4	31,9	9,5	8,6	33,5	Coopers & Lybrand	38,6	C&L + PW
Grecia	18,9	8,1	27,0	15,7	17,2	27,3	12,8	27,3	Arthur Andersen	27,3	Arthur Andersen
Islandia	10,2	0,0	0,0	N/C	> 20	10,2	10,2				
Irlanda	14,5	19,6	34,1	14,8	23,6	13,4	14,0	23,6	KPMG	34,1	KPMG
Italia	16,1	12,6	28,7	18,7	16,5	25,1	11,1	25,1	Arthur Andersen	28,7	Arthur Andersen
Liechtenstein	< 10	N/C	0,0	N/C	N/C	N/C	N/C				
Luxemburgo	19,0	11,0	30,0	15,0	13,0	8,0	23,0	23,0	Deloitte Touche	30,0	Deloitte Touche
Países Bajos	23,1	3,0	26,1	25,0	26,6	2,9	19,4	26,6	KPMG	26,6	KPMG
Noruega	20,6	6,9	27,5	23,6	16,1	17,0	15,8	23,6	Ernst & Young	27,5	Ernst & Young
Portugal	17,7	14,8	32,5	26,3	13,0	22,1	6,1	26,3	Ernst & Young	32,5	Ernst & Young
España	12,5	18,6	31,1	16,1	14,0	31,7	7,1	31,7	Arthur Andersen	31,7	Arthur Andersen
Suecia	30,0	4,0	4,0	23,0	27,0	5,0	11,0	30,0	Coopers & Lybrand	30,0	Coopers & Lybrand
Reino Unido	19,3	15,8	35,1	16,6	22,7	13,1	12,5	22,7	KPMG	35,1	C&L + PW
Europa	21,9	9,9	31,7	15,7	25,9	13,8	12,7	25,9	KPMG	31,7	C&L + PW
Mundo	18,0	12,0	30,0	17,0	20,0	17,0	16,0	20,0	KPMG	30,0	C&L + PW

Fuente: Cifras IAB mencionadas en el formulario CO, p. 34.

ANEXO II

(en %)

	Estimación de cuotas de ingresos, en porcentaje							Estructura del mercado antes de la concentración C&L-PW					Estructura del mercado después de la concentración C&L-PW				
	Coopers & Lybrand	Price Waterhouse	C&L + PW	Ernst & Young	KPMG	Arthur Andersen	Deloitte Touche	Cuota de mercado de las dos mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota de mercado de las dos mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa
Austria	10,0	10,6	20,6	23,1	31,6	8,9	15,8	54,7	31,6	KPMG	23,1	Ernst & Young	54,7	31,6	KPMG	23,1	Ernst & Young
Bélgica	17,6	11,1	28,7	26,4	19,5	12,1	13,2	45,9	26,4	Ernst & Young	19,5	KPMG	55,1	28,7	C&L + PW	26,4	Ernst & Young
Dinamarca	17,9	8,6	26,5	13,8	29,3	8,5	21,9	51,2	29,3	KPMG	21,9	Deloitte Touche	55,8	29,3	KPMG	26,5	C&L + PW
Finlandia	29,2	3,5	32,7	15,1	29,5	14,9	7,8	58,7	29,5	KPMG	29,2	Coopers & Lybrand	62,2	32,7	C&L + PW	29,5	KPMG
Francia	14,3	11,2	25,5	13,3	34,5	15,7	11,0	50,2	34,5	KPMG	15,7	Arthur Andersen	60,0	34,5	KPMG	25,5	C&L + PW
Alemania	33,5	5,1	38,6	11,4	31,9	9,5	8,6	65,4	33,5	Coopers & Lybrand	31,9	KPMG	70,5	38,6	C&L + PW	31,9	KPMG
Grecia	18,9	8,1	27,0	15,7	17,2	27,3	12,8	46,2	27,3	Arthur Andersen	18,9	Coopers & Lybrand	54,3	27,3	Arthur Andersen	27,0	C&L + PW
Islandia	10,2	0,0	0,0	N/C	> 20	10,2	10,2										
Irlanda	14,5	19,6	34,1	14,8	23,6	13,4	14,0	43,2	23,6	KPMG	19,6	Price Waterhouse	57,7	34,1	C&L + PW	23,6	KPMG
Italia	16,1	12,6	28,7	18,7	16,5	25,1	11,1	43,8	25,1	Arthur Andersen	18,7	Ernst & Young	53,8	28,7	C&L + PW	25,1	Arthur Andersen
Liechtenstein	< 10	N/C	0,0	N/C	N/C	N/C	N/C										
Luxemburgo	19,0	11,0	30,0	15,0	13,0	8,0	23,0	42,0	23,0	Deloitte Touche	19,0	Coopers & Lybrand	53,0	30,0	C&L + PW	23,0	Deloitte Touche
Países Bajos	23,1	3,0	26,1	25,0	26,6	2,9	19,4	51,6	26,6	KPMG	25,0	Ernst & Young	52,7	26,6	KPMG	26,1	C&L + PW
Noruega	20,6	6,9	27,5	23,6	16,1	17,0	15,8	44,2	23,6	Ernst & Young	20,6	Coopers & Lybrand	51,1	27,5	C&L + PW	23,6	Ernst & Young

(en %)

	Estimación de cuotas de ingresos, en porcentaje							Estructura del mercado antes de la concentración C&L-PW				Estructura del mercado después de la concentración C&L-PW					
	Coopers & Lybrand	Price Waterhouse	C&L+ PW	Ernst & Young	KPMG	Arthur Andersen	Deloitte Touche	Cuota de mercado de los dos mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota de mercado de los dos mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa
Portugal	17,7	14,8	32,5	26,3	13,0	22,1	6,1	48,4	26,3	Ernst & Young	22,1	Arethur Andersen	58,8	32,5	C&L + PW	26,3	Ernst & Young
España	12,5	18,6	31,1	16,1	14,0	31,7	7,1	50,3	31,7	Arthur Andersen	18,6	Price Waterhouse	62,8	31,7	Arthur Andersen	31,1	C&L + PW
Suecia	30,0	4,0	4,0	23,0	27,0	5,0	11,0	57,0	30,0	C&L Suède	27,0	KPMG	57,0	30,0	C&L Suède	27,0	KPMG
Reino Unido	19,3	15,8	35,1	16,6	22,7	13,1	12,5	42,0	22,7	KPMG	19,3	Coopers & Lybrand	57,8	35,1	C&L + PW	22,7	KPMG
Europa	21,9	9,9	31,7	15,7	25,9	13,8	12,7	47,8	25,9	KPMG	21,9	Coopers & Lybrand	57,6	31,7	C&L + PW	25,9	KPMG
Mundo	18,0	12,0	30,0	17,0	20,0	17,0	16,0	38,0	20,0	KPMG	18,0	Coopers & Lybrand	50,0	30,0	C&L + PW	20,0	KPMG

Fuente: Cifras IAB mencionadas en el formulario CO, p. 34.

ANEXO III

(en %)

	Estimación de cuotas de ingresos, en porcentaje						Estructura del mercado antes de la concentración C&L-PW						Estructura del mercado después de la concentración C&L-PW							
	Coopers & Lybrand	Price Waterhouse	C&L + PW	Ernst & Young	KPMG	Arthur Andersen	Deloitte Touche	Cuota de mercado de las tres mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota de mercado de la tercera empresa	Nombre de la tercera empresa	Cuota de mercado de las tres mayores empresas, después de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota demercado de la tercera empresa
Austria	10,0	10,6	20,6	23,1	31,6	8,9	15,8	70,5	31,6 KPMG	23,1 Ernst & Young	15,8 Deloitte Touche	75,3	31,6 KPMG	23,1 Ernst & Young	20,6 C&L+PW					
Bélgica	17,6	11,1	28,7	26,4	19,5	12,1	13,2	63,5	26,4 Ernst & Young	19,5 KPMG	17,6 Coopers & Lybrand	74,6	28,7 C&L+PW	26,4 Ernst & Young	19,5 KPMG					
Dinamarca	17,9	8,6	26,5	13,8	29,3	8,5	21,9	69,1	29,3 KPMG	21,9 Deloitte Touche	17,9 Coopers & Lybrand	77,7	29,3 KPMG	26,5 C&L+PW	21,9 Deloitte Touche					
Finlandia	29,2	3,5	32,7	15,1	29,5	14,9	7,8	73,8	29,5 KPMG	29,2 Coopers & Lybrand	15,1 Ernst & Young	77,3	32,7 C&L+PW	29,5 KPMG	15,1 Ernst & Young					
Francia	14,3	11,2	25,5	13,3	34,5	15,7	11,0	64,5	34,5 KPMG	15,7 Arthur Andersen	14,3 Coopers & Lybrand	75,7	34,5 KPMG	25,5 C&L+PW	15,7 Arthur Andersen					
Alemania	33,5	5,1	38,6	11,4	31,9	9,5	8,6	76,8	33,5 Coopers & Lybrand	31,9 KPMG	11,4 Ernst & Young	81,9	38,6 C&L+PW	31,9 KPMG	11,4 Ernst & Young					
Grecia	18,9	8,1	27,0	15,7	17,2	27,3	12,8	63,4	27,3 Arthur Andersen	18,9 Coopers & Lybrand	17,2 KPMG	71,5	27,3 Arthur Andersen	27,0 C&L+PW	17,2 KPMG					
Islandia	10,2	0,0	0,0	N/C	> 20	10,2	10,2	0,0												
Irlanda	14,5	19,6	34,1	14,8	23,6	13,4	14,0	58,0	23,6 KPMG	19,6 Price Waterhouse	14,8 Ernst & Young	72,5	34,1 C&L+PW	23,6 KPMG	14,8 Ernst & Young					
Italia	16,1	12,6	28,7	18,7	16,5	25,1	11,1	60,3	25,1 Arthur Andersen	18,7 Ernst & Young	16,5 KPMG	72,5	28,7 C&L+PW	25,1 Arthur Andersen	18,7 Ernst & Young					

	Estimación de cuotas de ingresos, en porcentaje							Estructura del mercado antes de la concentración C&L-PW						Estructura del mercado después de la concentración C&L-PW							
	Coopers & Lybrand	Price Waterhouse	C&L + PW	Ernst & Young	KPMG	Arthur Andersen	Deloitte Touche	Cuota de mercado de las tres mayores empresas, antes de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota de mercado de la tercera empresa	Nombre de la tercera empresa	Cuota de mercado de las tres mayores empresas, después de la concentración	Cuota de mercado de la primera empresa	Nombre de la primera empresa	Cuota de mercado de la segunda empresa	Nombre de la segunda empresa	Cuota de mercado de la tercera empresa	Nombre de la tercera empresa
Liechtenstein	< 10	N/C	0,0	N/C	N/C	N/C	N/C	0,0													
Luxemburgo	19,0	11,0	30,0	15,0	13,0	8,0	23,0	57,0	23,0 Deloitte Touche	19,0 Coopers & Lybrand	15,0 Ernst & Young	68,0	30,0 C&L + PW	23,0 Deloitte Touche	15,0 Ernst & Young						
Países Bajos	23,1	3,0	26,1	25,0	26,6	2,9	19,4	74,7	26,6 KPMG	25,0 Ernst & Young	23,1 Coopers & Lybrand	77,7	26,6 KPMG	26,1 C&L + PW	25,0 Ernst & Young						
Noruega	20,6	6,9	27,5	23,6	16,1	17,0	15,8	61,2	23,6 Ernst & Young	20,6 Coopers & Lybrand	17,0 Arthur Andersen	68,1	27,5 C&L + PW	23,6 Ernst & Young	17,0 Arthur Andersen						
Portugal	17,7	14,8	32,5	26,3	13,0	22,1	6,1	66,1	26,3 Ernst & Young	22,1 Arthur Andersen	17,7 Coopers & Lybrand	80,9	32,5 C&L + PW	26,3 Ernst & Young	22,1 Arthur Andersen						
España	12,5	18,6	31,1	16,1	14,0	31,7	7,1	66,4	31,7 Arthur Andersen	18,6 Price Waterhouse	16,1 Ernst & Young	78,9	31,7 Arthur Andersen	31,1 C&L + PW	16,1 Ernst & Young						
Suecia	30,0	4,0	4,0	23,0	27,0	5,0	11,0	80,0	30,0 C&L Suède	27,0 KPMG	23,0 Ernst & Young	80,0	30,0 C&L Suède	27,0 KPMG	23,0 Ernst & Young						
Reino Unido	19,3	15,8	35,1	16,6	22,7	13,1	12,5	58,6	22,7 KPMG	19,3 Coopers & Lybrand	16,6 Ernst & Young	74,4	35,1 C&L + PW	22,7 KPMG	16,6 Ernst & Young						
Europa	21,9	9,9	31,7	15,7	25,9	13,8	12,7	63,5	25,9 KPMG	21,9 Coopers & Lybrand	15,7 Ernst & Young	73,3	31,7 C&L + PW	25,9 KPMG	15,7 Ernst & Young						
Mundo	18,0	12,0	30,0	17,0	20,0	17,0	16,0	55,0	20,0 KPMG	18,0 Coopers & Lybrand	17,0 Ernst & Young	67,0	30,0 C&L + PW	20,0 KPMG	17,0 Ernst & Young						

Fuente: Cifras IAB mencionadas en el formulario CO, p. 34.