

**INFORME DE VERIFICACIÓN DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO
EN EL EJERCICIO 2014 DE LOS COMPROMISOS
ADQUIRIDOS POR EL GRUPO DIMA CON LA COMISIÓN
NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA**

Expediente C/0119/08,
Resolución publicada con fecha 10 de junio de 2009



COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA

Entrada

Nº REGISTRO: 2015010000013438

Fecha: 22/06/2015 13:01

A la Dirección del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados
y la Competencia

C/ Copia simultánea a la Dirección del Grupo DIMA

Muy señores nuestros,

De conformidad con nuestra propuesta de servicios profesionales "Verificación del Cumplimiento de Compromisos CNC por el Grupo DIMA", actualmente compuesto por las sociedades DIMA DISTRIBUCIÓN INTEGRAL, S.L. (en adelante "DIMA"), GELESA GESTIÓN LOGÍSTICA, S.L.U., (en adelante "GELESA"), COMERCIAL DE PRENSA SIGLO XXI, S.A.U., (en adelante "SIGLO XXI") y DISTRIBUCIÓN DE PRENSA POR RUTAS, S.L.U. (en adelante "DISTRIRUTAS"), de fecha 28 de octubre de 2013, hemos realizado los trabajos necesarios (véase Anexo 1) para elaborar el presente informe de verificación del cumplimiento de los compromisos recogidos en la Resolución del Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ("CNC" - en adelante "CNMC", Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en la que se integra la CNC desde el 7 de octubre de 2013) de 10 de junio de 2009 (en adelante, la "Resolución").

Nuestro trabajo se refiere al periodo comprendido entre el día 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2014 y se ha realizado durante los meses de febrero y marzo de 2015. Adicionalmente, una parte del trabajo referido a la revisión de los trimestres primero, segundo y tercero de 2014, fue realizada durante los meses de junio, septiembre, y noviembre de 2014 respectivamente.

Este documento se ha elaborado siguiendo la estructura de la propia Resolución, y ha consistido en verificar, en base a pruebas selectivas, el nivel de cumplimiento de los compromisos incluidos en la misma, detallados en los siguientes apartados:

- 1. Prestación de servicios de distribución de prensa por parte de Grupo DIMA a grupos editoriales terceros.**
- 2. Acceso a la información de Grupo DIMA por los grupos editoriales.**
- 3. Relación de Grupo DIMA con los puntos de venta de publicaciones periódicas.**
- 4. Acceso al mercado de nuevos puntos de venta.**
- 5. Respeto a condiciones históricas.**
- 6. Mejora de condiciones a los actuales puntos de venta.**
- 7. Renuncia al pacto de no competencia.**
- 8. Disposiciones generales.**
- 9. Protocolo de actuación para el tratamiento de la información del Grupo DIMA (incluido como Anexo 1.A. en la Resolución y analizado en el apartado 2.)**

Introducción-

A fecha 1 de enero de 2014 las sociedades que integraban Grupo DIMA eran: DIMA, GELESA, SIGLO XXI y DISTRIRUTAS. Con fecha de 29 de agosto de 2011 se produjo una reorganización de las operaciones de dichas sociedades, quedando la misma estructura societaria pero dejando a DISTRIRUTAS sin actividad de distribución a 31 de diciembre de 2011.

Durante el ejercicio 2013 tuvo lugar una operación de concentración en el sector de distribución de prensa consistente en la adquisición por parte de Distribuciones Generales Boyacá, S.L. (en adelante "Boyacá") del control mayoritario, de manera simultánea, de Grupo DIMA y de otras 5 distribuidoras de prensa diaria que actúan en mercados geográficos diferenciados. Esta operación de concentración es objeto de otro expediente de la CNMC (Exp. C/0508/13, de fecha 26 de agosto de 2013). No obstante, en el expediente indicado se menciona que siguen vigentes los compromisos del expediente C/0119/08, objeto de este informe, así como el pacto de accionistas al que se supeditaba la vigencia de dichos compromisos.

Resultados del trabajo-

A continuación se presentan los resultados de nuestro trabajo en relación con los diferentes compromisos puestos de manifiesto en la Resolución:

1. Prestación de servicios de distribución de prensa por parte de Grupo DIMA a grupos editoriales terceros.

Como resultado de la operación de concentración en el sector de distribución mayorista de prensa periódica realizada en 2013, dos de los grupos editoriales socios de Grupo DIMA, Grupo Prisa y Grupo Unidad Editorial (en adelante Prisa y Unedisa), han dejado de formar parte de su accionariado, por lo cual no tienen la consideración de grupos editoriales accionistas a partir de la entrada en vigor de los acuerdos correspondientes (octubre y noviembre de 2013, respectivamente). Por otra parte, en el marco de la operación indicada, Boyacá ha firmado con Prisa y Unedisa acuerdos de distribución exclusiva para determinados productos editoriales, entre los que se encuentran los que aportaban a Grupo DIMA. A partir de los acuerdos de distribución exclusiva, Boyacá (accionista mayoritario de Grupo DIMA tras la operación de concentración) nos ha confirmado que asume los acuerdos previos de Prisa y Unedisa como accionistas de Grupo DIMA, manteniendo los compromisos recogidos en el Convenio de Socios y actuando, por tanto, como grupo editorial accionista o una figura asimilable respecto a los fondos editoriales incluidos en los acuerdos de distribución exclusiva.

En el marco de relaciones actuales, Grupo DIMA factura a Boyacá, por los costes de transporte de los productos distribuidos de Prisa y Unedisa. Esta facturación se realiza aplicando las condiciones históricas que los mismos tenían en Grupo DIMA. Boyacá nos confirma que posteriormente factura los costes de transporte a Prisa y Unedisa de acuerdo a las condiciones de los contratos de exclusividad. Por su parte, Prisa y Unedisa facturan directamente a Grupo DIMA con condiciones históricas por los ejemplares suministrados a este, igualmente de acuerdo a los contratos de exclusividad según

confirmación de Boyacá. Estos contratos de exclusividad forman parte de la documentación facilitada por Boyacá a la CNMC dentro del expediente C/0508/13 cuya Resolución y compromisos asociados publicó la CNMC el 26 de agosto de 2013.

Por último, SGEL, que históricamente ha sido cliente punto de venta del grupo DIMA, llevó a cabo en julio de 2014 la compra de IPS, proveedor de prensa extranjera de Grupo DIMA. A todos los efectos, SGEL ha mantenido las condiciones históricas que tenía IPS, subrogándose en su posición contractual, de forma temporal, hasta que ha creado su propia estructura de distribución, y terminando su relación como proveedor de prensa con el Grupo Dima el 31 de enero de 2015.

- i. Grupo DIMA dispone de un contrato/oferta tipo a firmar para todo grupo editorial que no participe en su accionariado que se den de alta después de la fecha de adopción de la Resolución (en adelante nuevos grupos editoriales terceros). En el contrato/oferta indicado se recogen unas condiciones comerciales y económicas equivalentes o mejores a las aplicadas al grupo editorial accionista o distribuidor mayorista que tenga las mejores condiciones de distribución en Grupo DIMA (en adelante "Condiciones Mínimas"). La última versión de las Condiciones Mínimas fue presentada a la CNMC con fecha 22 de julio de 2010.
- ii. Las condiciones comerciales y económicas que se recogen en la tabla publicada corresponden a las establecidas para el ejercicio 2014 y han sido actualizadas, de acuerdo al procedimiento de Grupo DIMA, considerando el índice de precios al consumo (IPC) general y sectorial, publicados por el Instituto Nacional de Estadística para diciembre de 2013.

Hemos comprobado trimestralmente que dicha tabla era la que estaba publicada en la web de Grupo DIMA (25 de junio, 23 de septiembre y 24 de noviembre de 2014 y 31 de marzo de 2015).

Adicionalmente, indicar que las condiciones comerciales y económicas que se recogían en la tabla publicada correspondiente al ejercicio 2013 se actualizaron según el índice de precios al consumo (IPC) general y sectorial, publicados por el Instituto Nacional de Estadística para Diciembre de 2012, y las del ejercicio 2012, a su vez, eran idénticas a las del ejercicio 2011 según acuerdos con la Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones, en lugar de haberse aplicado los porcentajes de actualización previstos en los compromisos de la CNMC.

Las condiciones comerciales y económicas que se recogen en la tabla publicada y aplicada en 2014 son equivalentes o mejores, consideradas en su conjunto, a las aplicadas al grupo editorial accionista de DIMA, con las mejores condiciones de distribución, atendiendo a parámetros objetivos relativos al porcentaje de utilización de la ruta, número de ejemplares a distribuir y porcentaje de devolución sobre la base de publicaciones distribuidas por cada grupo editorial o distribuidor mayorista.

- iii. Hemos podido comprobar que para el cálculo de las "Condiciones Mínimas" presentes en el contrato/oferta tipo a firmar, se han tenido en cuenta los siguientes factores:

- a) Número de puntos de venta solicitados;
 - b) Número de ejemplares a distribuir;
 - c) Porcentaje de devolución sobre la base de las publicaciones distribuidas por cada grupo editorial o distribuidor mayorista;
 - d) El coste de la ruta o de los servicios prestados;
 - e) Las comisiones por venta de prensa y promociones.
- iv. No ha habido ningún caso en el que la demanda de distribución de un grupo editorial tercero o distribuidor mayorista haya requerido ampliar la estructura actual de distribución.
- v. Como ya se ha indicado en el apartado i, Grupo DIMA dispone de un contrato tipo de distribución a firmar con los nuevos grupos editoriales terceros que quieran contratar la distribución de prensa, y con aquellos antiguos grupos editoriales terceros que hayan decidido acogerse a las "Condiciones Mínimas", recogiendo los términos de la prestación del servicio, así como las condiciones comerciales y económicas equivalentes en función de los parámetros expuestos en la Resolución.

Grupo DIMA ofrece a los grupos editoriales terceros los mismos servicios complementarios que los ofrecidos a los grupos editoriales accionistas.

Durante el ejercicio 2014 no se han suscrito contratos con nuevos Grupos Editoriales terceros.

Sin embargo, cabe destacar que a partir de julio 2014, Grupo DIMA ha comenzado a distribuir El Periódico de Cataluña, publicación editada en Cataluña que pertenece a uno de los grupos editoriales ya clientes de Grupo DIMA, Logística de Medios-Grupo Zeta, por lo que no tiene la consideración de nuevo Grupo Editorial tercero.

Así mismo, y como se ha indicado anteriormente, SGEL procedió en julio de 2014 a comprar IPS, proveedor de prensa extranjera de Grupo DIMA, manteniéndose las condiciones históricas que tenía IPS y subrogándose en su posición contractual, por lo que tampoco tiene la consideración de nuevo grupo editorial tercero.

2. Acceso a la información de Grupo DIMA por los grupos editoriales

- vii. Grupo DIMA tiene una página web común para todas las sociedades que integran el grupo (www.dimadistribucion.com). Hemos comprobado que a través de dicha página se ha suministrado a cada uno de los grupos editoriales proveedores de Grupo DIMA la información relativa a sus productos sin que el resto de grupos editoriales pudieran acceder a la información correspondiente a otros grupos editoriales, independientemente de que participen o no en su capital.
- viii. Ver las explicaciones en el apartado vii anterior.

ix. En relación con este punto, los compromisos detallados en la Resolución se recogían en el Anexo 1.A. En relación con los mismos, cabe indicar:

- Acceso a la información
 - (a) Hemos podido comprobar que para el periodo de nuestra revisión, los grupos editoriales proveedores interesados (terceros y/o accionistas) podían registrarse y realizar consultas en la web de Grupo DIMA, con nombres y claves de usuario secretos y confidenciales, sobre los datos de sus propios productos, sin que el resto de grupos editoriales (terceros y/o accionistas) pudieran acceder a esa información. Sin embargo, las estadísticas de venta disponibles en la web no contienen datos sobre el stock, la caducidad y la rotación de sus publicaciones.
 - (b) Hemos verificado, a través del listado facilitado por el responsable de Sistemas, que durante el período analizado ningún miembro del Consejo de Administración de Grupo DIMA tenía asignadas claves de acceso a la información confidencial individualizada de cada uno de los grupos editoriales proveedores.
 - (c) Durante la realización de nuestro trabajo, hemos revisado los empleados que tenían acceso al sistema donde Grupo DIMA almacena información sensible, y hemos podido comprobar:
 - Que 4 usuarios que habían causado baja en la empresa en el tercer trimestre seguían dados de alta en el sistema.
 - Que otros 8 usuarios que causaron baja en la empresa en el cuarto trimestre seguían dados de alta en el sistema.

Según nos han informado desde el departamento de Sistemas:

- Uno de los empleados precisa de dicho acceso, dado que actualmente está coordinando determinadas actividades relacionadas con el cumplimiento de las distintas resoluciones de la CNMC a nivel del grupo Boyacá (que, como se ha indicado anteriormente, tomó el control mayoritario, de Grupo DIMA en el ejercicio 2013).
 - Por lo que se refiere al resto de empleados, Grupo DIMA nos ha indicado que, aun estando sus usuarios dados de alta en el sistema, no pueden acceder al mismo dado que el departamento de Sistemas procede a cambiar su contraseña en el momento de la baja, si bien esto último no puede ser verificado.
- Tratamiento de la información por Grupo DIMA
 - (a) Grupo DIMA dispone de un acuerdo de confidencialidad y no divulgación de la información que debe firmar todo el personal que

tenga acceso a datos de los productos editoriales considerados confidenciales.

- (b) Hemos podido comprobar para una selección de empleados del Grupo DIMA, perteneciente a su plantilla durante el ejercicio 2014, con acceso a datos de los productos editoriales considerados confidenciales de la web de Grupo DIMA, ha firmado el acuerdo de confidencialidad y no divulgación de la información previamente indicada.

3. Relación de Grupo DIMA con los puntos de venta de publicaciones periódicas

- x. Por una parte, Grupo DIMA dispone de una tabla con las condiciones aplicables a los puntos de venta dados de alta después de la fecha de adopción de la Resolución (en adelante nuevos puntos de venta). Estas condiciones se van actualizando anualmente en relación con los portes y los gastos de apertura considerándose los correspondientes índices de referencia del transporte del Ministerio de Fomento (IPT) publicados en el "Observatorio de costes del transporte de mercancías por carretera" y el índice de precios al consumo (IPC) general y sectorial de diciembre 2013 publicados por el Instituto Nacional de Estadística, respectivamente.

Las condiciones comerciales aplicadas a estos nuevos puntos de venta, durante el periodo de revisión, corresponden a las acordadas con la CNMC el pasado 22 de julio de 2010 actualizadas, de acuerdo con el procedimiento aplicado por el Grupo DIMA, con el correspondiente incremento del índice de precios al consumo (IPC) general y sectorial, de los ejercicios 2011, 2012, 2013 y 2014.

Durante el curso de la revisión del cuarto trimestre, realizada durante los meses de febrero y marzo de 2015, se comprobó que la tabla de condiciones aplicables a puntos de venta había sido actualizada, si bien el criterio empleado para el cálculo del concepto "Gastos de Apertura" (mix IPC-IPT) difería del que venía utilizándose histórica y procedimentalmente en años anteriores (sólo el IPC). Dicha tabla, aplicable desde el 1 de enero de 2015, fue corregida y posteriormente publicada en su página web con fecha 8 de abril de 2015.

Por otra parte, hemos procedido a analizar, en base a pruebas selectivas, la objetividad, transparencia y no discriminación de las condiciones comerciales ofrecidas por el Grupo DIMA a los nuevos puntos de venta desde la adopción de la Resolución.

Cabe resaltar que para los 24 nuevos puntos de venta del ejercicio 2014 (a partir del listado de todos los nuevos puntos de venta activos), no se nos ha facilitado, por parte del personal del Grupo DIMA, un contrato/oferta tipo firmado con Grupo DIMA. Grupo DIMA nos ha confirmado que es práctica habitual en el sector la no existencia de un contrato/oferta tipo con los puntos de venta.

- xi. Hemos verificado que Grupo DIMA ofrece los mismos servicios a todos los puntos de venta.

4. Acceso al mercado de nuevos puntos de venta

- xii. Ver las explicaciones detalladas en el apartado x. anterior.
- xiii. Hemos podido comprobar que en la fijación de las condiciones comerciales y económicas (disponibles desde el mes de enero de 2014) se han empleado los siguientes criterios:
 - a) La tipología del punto de venta (los horarios y días de apertura van asociados a la tipología), y
 - b) La ubicación (la distancia).

5. Respeto a condiciones históricas

- xiv. Grupo DIMA no ha suprimido relaciones comerciales con ningún punto de venta que, a la fecha de la adopción de la Resolución, fuera cliente de alguna de las partes. Los puntos de venta que han suprimido relaciones con Grupo DIMA ha sido de forma unilateral por parte de los propios puntos de venta o debido al incumplimiento de las relaciones comerciales por los mismos.
- xv. Grupo DIMA ha mantenido las condiciones comerciales económicas existentes para aquellos puntos de venta que lo hayan solicitado y que tuvieran un acuerdo comercial con dicho Grupo antes de la aplicación de las condiciones establecidas en la resolución de la CNMC.

6. Mejora de condiciones a los actuales puntos de venta

- xvi. Grupo DIMA nos ha facilitado sus cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2014, que, si bien a fecha de la revisión no estaban todavía auditadas, hemos podido comprobar que no reflejan beneficios. Asimismo, hemos verificado que las cuentas anuales consolidadas auditadas correspondientes al ejercicio 2013 no reflejan beneficios.
- xvii. Grupo DIMA debe fijar un aval y/o fianza provisional de 18.000 euros durante el primer año de ventas para todos los nuevos puntos de venta.

Hemos identificado 6 puntos de venta cuya solicitud de alta se ha realizado durante el ejercicio 2014 y se les ha aplicado un aval inferior a 18.000 euros:

- Para los puntos de venta nº 26872 y 26959 se ha establecido una garantía inferior a 18.000 euros por un acuerdo comercial específico.

El detalle es el siguiente:

Código Cliente	Fecha de alta	Garantía según Resolución CNMC (A)	Garantía fijada al Punto de Venta (B)	Diferencia (B) – (A)
26872	11-abr-14	18.000 €	9.000 €	-9.000€
26959	1-ago-14	18.000 €	9.784 €	-8.216 €
		36.000€	18.784 €	-17.216 €

- Grupo DIMA nos ha indicado que los puntos de venta nº 26851, 26894, 26893 y 26885 corresponden a un cambio de titularidad durante el ejercicio 2014. Para el nuevo titular Grupo DIMA recalculó la garantía en función del dato histórico de facturación del punto de venta en la fecha del cambio de titularidad.

El detalle es el siguiente:

Código Cliente	Fecha de alta	Garantía según Resolución CNMC (A)	Garantía fijada al Punto de Venta (B)	Diferencia (B) – (A)
26851	14-feb-14	18.000 €	2.700€	-15.300 €
26894	13-jun-14	18.000€	8.400€	-9.600€
26893	6-jun-14	18.000€	5.000€	-13.000€
26885	15-may-14	18.000€	9.000€	-9.000€
		72.000€	25.100€	-46.900€

En el periodo de nuestro análisis, Grupo DIMA ha revisado el montante del aval y/o fianza que deben constituir los puntos de venta que hayan superado el año de facturación, de forma que no exceda el equivalente a seis (6) semanas de venta media del punto de venta, procediendo en su caso, a reducir el aval y/o fianza de aquellos puntos de venta en los que el aval de 18.000 euros supere esa cantidad.

Hemos identificado 5 puntos de venta cuya revisión del montante del aval y/o fianza no es equivalente a seis (6) semanas de venta media del punto de venta, siendo la garantía solicitada inferior a la calculada en todos los casos:

Código Cliente	Sociedades	Recalculo Garantía según Resolución CNMC (A)	Recalculo Garantía fijada al Punto de Venta (B)	Diferencia (B) – (A)
26784	Siglo XXI	1.276,31 €	1.252,68 €	-23,64 €
26796	Gelesa	7.246,14 €	7.001,99 €	-244,15 €
26806	Siglo XXI	1.227,15€	1.202,23€	-24,91 € €
26808	Gelesa	2.669,66 €	2.572,59 €	-97,08 €
26814	Gelesa	5.066,67 €	5.164,11€	-48,33 €
	Siglo XXI	846,91€	816,12€	-30,80 €
		17.202,30 €	18.009,72 €	-468,91 €

xviii. En el periodo objeto de nuestra revisión, Grupo DIMA no ha actualizado de acuerdo al IPC los gastos de apertura en 2 de los 24 nuevos puntos de venta.

- Estos puntos de venta han abonado la cantidad de 326 euros, cuando de acuerdo al IPC publicado con fecha 15 de enero de 2014 deberían haber pagado 327 euros en concepto de gastos de apertura.

Código Cliente	Fecha de alta	Gasto de Apertura pagado por estos puntos de venta (A)	Gasto de Apertura actualizado con IPC (B)	Diferencia (B) – (A)
26843	03/02/2014	326 €	327 €	1 €
26839	20/01/2014	326 €	327 €	1 €
		652 €	654 €	2 €

Grupo

DIMA nos ha comunicado que esto es debido a que los mismos realizaron la solicitud de alta antes de la fecha de publicación del IPC revisado. Grupo DIMA no nos ha facilitado documentación soporte de dichas solicitudes, al haberse realizado de forma telefónica, siendo ésta la práctica habitual.

xix. En el periodo objeto de nuestra revisión, Grupo DIMA no ha facturado gastos de apertura en 2 de los 24 nuevos puntos de venta.

Código Cliente	Fecha de alta	Gasto de Apertura pagado por estos puntos de venta (A)	Gasto de Apertura actualizado con IPC (B)	Diferencia (B) – (A)
26851	14/02/2014	0 €	327 €	327 €
26996	23/12/2014	0 €	327 €	327 €
		0 €	654 €	654 €

Grupo DIMA nos ha comunicado que estos puntos de venta no pagaron gastos de apertura, porque la situación de estos nuevos puntos de venta requería la aplicación de condiciones comerciales especiales.

7. Renuncia al pacto de no competencia incluido en el Convenio de Socios.

xx. Tal y como se describe en el apartado de Introducción, con motivo de la operación de concentración y los contratos de distribución exclusiva firmados entre Boyacá y Grupo Prisa y Grupo Unidad Editorial (objeto del expediente de la CNMC C/0508/13), se ha producido un cambio en la estructura societaria en Grupo DIMA. No obstante, la Dirección de Grupo DIMA, nos ha confirmado que el Convenio de Socios sigue vigente en la actualidad, asumiendo Boyacá los compromisos que correspondían previamente a los grupos editoriales indicados.

8. Disposiciones generales.

- xxi. La Dirección de Grupo DIMA nos ha confirmado que durante el período analizado se ha mantenido vigente el Convenio de Socios y no se ha producido ninguna actualización del mismo. No obstante, tal como se ha indicado en apartados anteriores, como consecuencia de la adquisición, directa o indirecta, por parte de Boyacá de las participaciones de Prisa y Unidad Editorial, es Boyacá quien asume el Convenio de Socios en lo correspondiente anteriormente a estos dos grupos editoriales. Esta modificación del accionariado de Grupo DIMA es parte de la operación de concentración descrita en el apartado de Introducción y que es objeto de otro expediente de la CNMC (Exp. C/0508/13).
- xxii. Durante el período objeto de nuestra revisión, se comunicó a través del Manual de Bienvenida a todos los nuevos puntos de venta la posibilidad de solicitar el certificado del auditor. Además, dicho certificado, una vez realizado, se encuentra disponible en la página web de Grupo DIMA.

* * * * *



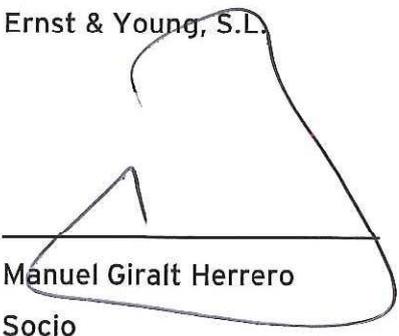
Building a better
working world

Informe de verificación del grado de cumplimiento de los compromisos adquiridos por el Grupo DIMA con la Comisión Nacional de la Competencia. (Expediente C 0119/08, resolución publicada con fecha 10/06/2009).

Como el trabajo resultante de los procedimientos acordados descritos en el Anexo 1 del presente documento tiene, en cualquier caso, un alcance reducido y sustancialmente menor que el de una auditoría realizada de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas, este informe se limita a verificar el cumplimiento de los compromisos recogidos en la Resolución del Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia de 10 de junio de 2009, sin expresar opinión alguna. Si hubiéramos aplicado procedimientos adicionales se podrían haber puesto de manifiesto otros hechos o aspectos sobre los que les habríamos informado.

Este informe ha sido preparado para uso exclusivo del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y Grupo DIMA, de acuerdo con las condiciones recogidas en nuestra carta de encargo de colaboración profesional y, por consiguiente, no debe utilizarse para ninguna otra finalidad.

Ernst & Young, S.L.



Manuel Giralt Herrero

Socio

Fecha: 31 de mayo de 2015

Anexo 1: Plan de Trabajo para la verificación del cumplimiento de compromisos por parte del Grupo DIMA aprobado por la CNC en noviembre de 2010 (actualizado a 31/12/2013).

Anexo 1: Plan de Trabajo para la verificación del cumplimiento de compromisos por parte del Grupo DIMA aprobado por la CNC en noviembre de 2010 (actualizado a 31/12/2013).

#	Ref.	Actividades
A		Entendimiento de los procesos de Grupo DIMA
A.1		Revisión de las áreas y procedimientos de Grupo DIMA relacionados con el proyecto con los responsables correspondientes de procesos / departamentos en Grupo DIMA. P. Ej: Acuerdos-Contratos/Solicitudes de alta, Condiciones comerciales, Página Web de acceso a información para los Grupos Editoriales, Listado de personas con acceso a la Web, Precios, Clientes, Facturación, Tesorería, Almacenes, ...
A.2		Análisis de toda la información disponible en Grupo DIMA (con los responsables correspondientes) sobre los Grupos Editoriales y Puntos de Venta que vayan a ser objeto de revisión.
B		Información a solicitar al Grupo DIMA relativa a Grupos Editoriales y Puntos de Venta
B.1		CC.AA. Auditadas del Grupo DIMA pertenecientes a los dos últimos ejercicios donde se detalle: a) Beneficio/Pérdida del ejercicio. b) Costes de portes totales del ejercicio.
B.2		Listado de Grupos Editoriales Clientes de Grupo DIMA (o con cualquiera de las Sociedades pertenecientes a dicho Grupo - Siglo XXI, DISTRIRUTAS, GELESA, LOGINTEGRAL) incluyendo la fecha del inicio de la relación comercial (PROVEEDORES). Listado de Puntos de Venta con los que Grupo DIMA (o con cualquiera de las Sociedades pertenecientes a dicho Grupo - Siglo XXI, DISTRIRUTAS, GELESA, LOGINTEGRAL) mantiene una solicitud de alta de servicios de distribución vigente, incluyendo la fecha de inicio de la relación comercial (CLIENTES).
B.3		a) Detalle de las compras y devoluciones totales realizadas a los Grupos Editoriales para el período seleccionado registrado en contabilidad. b) Detalle de las ventas y devoluciones totales realizadas a los Puntos de Venta para el período seleccionado registrado en contabilidad. c) Detalle de los gastos de apertura de los puntos de venta producidos desde el 01/01/12 durante el período analizado registrado en contabilidad. d) Detalle de los avales por Punto de Venta vigentes registrados en contabilidad. e) Detalle de los costes de portes por Punto de Venta registrados en contabilidad. f) Acceso al Maestro de Clientes y Puntos de Venta.
C		Selección de los Grupos Editoriales a analizar
C.1		Obtener el listado de los Grupos Editoriales Proveedores facilitado por el Grupo DIMA y contrastar que dicho listado incluye la totalidad de los Socios incluidos en el Maestro de Socios del Grupo DIMA (Maestro de proveedores).
C.2		Verificar que el Grupo DIMA ha realizado operaciones de compra de producto (publicaciones) durante el período a analizar.
C.3		Verificar que la fecha de alta en el Maestro de proveedores coincide con la fecha de alta en el listado facilitado por el Grupo DIMA.
C.4		Los Grupos Editoriales Proveedores, al no ser muy numerosos, deben analizarse cada uno de ellos.
D		Realización de la Revisión de los Grupos Editoriales
D.1		Para cada uno de los Grupos Editoriales obtener el acuerdo/contrato vigente de prestación de servicios de distribución realizado con el Grupo DIMA y verificar:
D.2		Vigencia del acuerdo/contrato: El acuerdo/contrato deberá de estar vigente durante el período analizado y firmado por ambas partes. a) Fecha de inicio del acuerdo/contrato: El acuerdo/contrato deberá tener fecha posterior al 10/06/09. b) Verificar que en el caso de que la fecha del acuerdo/contrato sea anterior al 10/06/09, si el Grupo Editorial lo decide, se podrán mantener las condiciones comerciales incluidas en dicho acuerdo/contrato, con las correspondientes actualizaciones, durante un plazo máximo de 7 años desde la fecha antes indicada.

#	Ref.	Actividades
D.3		<p>Verificar que las condiciones comerciales incluidas en dicho acuerdo/contrato se incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Número de puntos de venta establecidos. b) Número de ejemplares a distribuir. c) Porcentaje de devoluciones. d) Servicios complementarios a realizar. <p>Nota: Todos estos conceptos están incluidos en la tabla de condiciones económicas y comerciales establecida por la CNC y han sido verificados.</p>
D.4		<p>Contrastar las condiciones comerciales de los Grupos Editoriales verificando:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) No existen diferencias significativas en el número de puntos de venta establecidos en cada uno de los acuerdos/contratos. b) No existen diferencias significativas en el número de ejemplares a distribuir (teniendo en cuenta el tipo de publicación a distribuir). c) No existen diferencias significativas en los porcentajes de devolución (teniendo en cuenta el número de ejemplares a distribuir). d) No hay diferencias en los servicios complementarios incluidos en la condiciones comerciales. <p>Nota: Todos estos conceptos están incluidos en la tabla de condiciones económicas y comerciales establecida por la CNC y han sido verificados.</p>
D.5		<p>En los casos en los que se haya realizado una ampliación de la estructura inicial de distribución (variación en los puntos de venta establecidos), verificar los cálculos realizados para la obtención del "forfait" (coste de distribución).</p> <p>Analizar la razonabilidad de las variables utilizadas en el cálculo del "forfait" (porcentaje de coste sobre el número de puntos de venta, localización de los nuevos puntos de venta, periodicidad de la distribución en los nuevos puntos de venta...).</p>
D.6		<p>Obtener el detalle de ventas de productos por Punto de Venta de cada uno de los Grupos Editoriales para el período seleccionado y verificar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El detalle de ventas se encuentra incluido en el detalle de ventas total obtenido en el apartado B.3. b) El número de puntos de venta donde se han registrado ventas de publicaciones coincide con el número establecido en las condiciones comerciales. c) El número de ejemplares distribuidos es similar al establecido en las condiciones comerciales. d) El porcentaje de devoluciones producido coincide con lo establecido en las condiciones comerciales. e) No se ha realizado ningún tipo de descuento (comercial, por volumen...) diferente al recogido en las condiciones comerciales.
D.7		<p>Verificar a petición de cualquier nuevo grupo editorial tercero que solicite servicios de distribución de prensa (incluyendo los actualmente clientes que hayan decidido optar por que se les apliquen las condiciones de distribución de prensa de los nuevos grupos editoriales) que sus condiciones son las comerciales y económicamente equivalentes a las aplicadas al grupo editorial accionista que tenga las mejores condiciones de distribución de prensa en el Grupo DIMA ("Condiciones Mínimas") de acuerdo con los criterios objetivos señalados en los Compromisos. Esta petición podrá únicamente realizarse en el plazo de 15 días desde el comienzo de la relación contractual con el Grupo DIMA o desde que el editor actualmente proveedor hubiera decidido optar por la aplicación de las Condiciones Mínimas y en idéntico plazo a partir de cualquier modificación de sus condiciones, salvo que la modificación se limite a una mera actualización anual de acuerdo con el índice de referencia correspondiente. Se procederá a emitir esta certificación de manera colectiva cada 3 meses.</p>
D.8		<p>Verificar que las condiciones establecidas para cualquier nuevo grupo editorial tercero que solicite servicios de distribución de prensa (incluyendo los actualmente clientes que hayan decidido optar por que se les apliquen las condiciones de distribución de prensa de los nuevos grupos editoriales) son mejores o equivalentes a las aplicadas al grupo editorial accionista que tenga las mejores condiciones de distribución de prensa en el Grupo DIMA ("Condiciones Mínimas") de acuerdo con los criterios objetivos señalados en los Compromisos. Esta verificación deberá recoger una valoración cuantitativa que justifique que se han examinado los requisitos previstos en los apartados anteriores (incluyendo el porcentaje de rutas empleado por cada editor). La certificación deberá ser emitida con anterioridad a la publicación en la página Web del Grupo DIMA de estas condiciones y cada vez que se produzcan modificaciones de las mismas.</p>
D.9		<p>Verificar anualmente que se dan los presupuestos necesarios para la configuración de las ofertas dadas a los grupos editores de acuerdo con la tabla de tarifas a aplicar por el Grupo DIMA (número de ejemplares distribuidos por años, porcentaje máximo de devolución, acreditación de que el coste de la ruta es independiente del número de puntos de venta...).</p>

#	Ref.	Actividades
D.10		Verificar anualmente la actualización anual que en su caso corresponda a las condiciones económicas de los grupos editoriales de acuerdo con el índice de referencia de transporte del Ministerio de Fomento.
E		Selección de los Puntos de Venta a analizar.
E.1		Obtener el listado de los Puntos de Venta facilitado por el Grupo DIMA y contrastar que dicho listado incluye la totalidad de los Clientes incluidos en el Maestro de Clientes del Grupo DIMA.
E.2		Verificar que los Clientes incluidos en dicho listado han realizado operaciones de compra de servicios (publicaciones) durante el período a analizar.
E.3		Verificar que la fecha de alta en el Maestro de clientes coincide con la fecha de alta en el listado facilitado por el Grupo DIMA
E.4		Seleccionar aleatoriamente del listado (en función del número de Clientes- utilización de herramientas de selección de muestra EY Microstart) un número representativo de Puntos de Venta.
F		Realización de la Revisión de los Puntos de Venta.
F.1		Para cada uno de los Puntos de Venta seleccionados obtener la solicitud de alta para la prestación de servicios de distribución contratado con el Grupo DIMA y verificar:
F.2		Vigencia del alta: La solicitud del alta deberá de estar vigente durante el período analizado. a) Fecha de inicio del alta: La solicitud del alta deberá tener fecha posterior al 10/06/09. b) Verificar que en el caso de que la fecha del alta sea anterior al 10/06/09, si el Punto de Venta lo decide, se podrán mantener las condiciones comerciales incluidas en dicha alta, con las correspondientes actualizaciones, durante un plazo máximo de 6 años desde la fecha antes indicada.
F.3		Verificar que en las condiciones comerciales incluidas en la solicitud de alta se incluye: a) Tipología del punto de venta. b) Ubicación (distancia desde el almacén distribuidor). c) Horario de apertura. d) Días de apertura. Nota: Todos estos conceptos están incluidos en la tabla de condiciones económicas y comerciales establecida por la CNC y han sido verificados.
F.4		Contrastar las condiciones comerciales de los Puntos de Venta seleccionados verificando: a) No existen diferencias significativas en el coste establecido por tipología del punto de venta para aquellos que su tipología sea similar. b) No existen diferencias significativas en el volumen de descuentos establecidos en aquellos puntos de venta con facturación similar estimada. c) No existen diferencias significativas en el coste establecido (según km) entre aquellos puntos de venta con ubicación similar. d) No existen diferencias significativas en el coste establecido entre aquellos puntos de venta con horarios de apertura similares (en función del horario inicial de apertura). e) No existen diferencias significativas en el coste establecido entre aquellos puntos de venta con días de apertura similares (en función del número de días festivos/domingos abiertos).

#	Ref.	Actividades
F.5		<p>Obtener el detalle de ventas realizadas por el Grupo DIMA por Puntos de Venta para el período seleccionado y verificar:</p> <p>a) El detalle de ventas se encuentra incluido en el detalle de ventas total obtenido en el apartado B.3. Obtener el total de pedidos vendidos a los Puntos de Venta seleccionados, seleccionar aleatoriamente (en función del número de Clientes- utilización de herramientas de selección de muestra EY Microstart) un número representativo de ventas realizadas y verificar:</p> <p>b) Verificar que la información recogida en el pedido coincide con la recogida en el albarán correspondiente. c) Verificar que los albaranes de entrega/devolución han sido chequeados por el personal de Punto de Venta correspondiente y las unidades entregadas/devueltas corresponden con las del pedido correspondiente. d) Verificar que las Facturas:</p> <p>d.1) Han sido emitidas por las unidades de los pedidos solicitados y entregados. d.2) Las fechas de entrega de la mercancía (a través de los albaranes) son coherentes con el concepto de la factura (descripción temporal) y la fecha de emisión de ésta. d.3) La factura ha sido emitida por el Grupo DIMA y que ha sido facturada al Punto de Venta seleccionado. d.4) Las facturas han sido pagadas por los Puntos de Venta.</p> <p>e) Verificar que cada nota de crédito esta adecuadamente soportada (albarán de devolución y soporte bancario/descuento en factura) f) Verificar el pago de las facturas seleccionadas a través del soporte bancario y su correspondiente registro en contabilidad.</p>
F.6		<p>Obtener el detalle de costes de porte por Puntos de Venta y verificar:</p> <p>a) Que el coste de porte correspondiente a los Puntos de venta seleccionados está incluido en el detalle de costes de porte obtenido en el apartado B.3. b) Que el coste imputado se ha realizado de acuerdo con el porte establecido en las condiciones comerciales y que este se ha calculado con el índice de referencia de transporte del Ministerio de Fomento.</p>
F.7		<p>Verificar si durante alguno de los dos últimos ejercicios anteriores al del período analizado se ha producido un Beneficio positivo cuatro veces superior al coste que derivaría de aplicar una reducción de los portes en un 5% del ejercicio correspondiente. En el caso que se den estas circunstancias obtener la solicitud de alta vigente del ejercicio en el que se produjo esa circunstancia y verificar:</p> <p>- Que han variado las condiciones comerciales incluidas en los contratos con los Puntos de Venta analizados, reduciéndose un 5% el coste de los portes, durante los dos años siguientes al ejercicio en el que se produjo la circunstancia antes descrita.</p>
F.8		<p>Verificar que el Aval registrado en contabilidad del Grupo DIMA (obtenido en el apartado B.3) correspondiente a los Puntos de Venta seleccionados es igual o inferior a la venta media de dichos Puntos de venta durante las 6 últimas semanas del período seleccionado. Verificar que, en cualquier caso, dicho aval nunca puede ser superior a 18.000€.</p>
F.9		<p>Para aquellos Puntos de Venta con apertura posterior al 01/01/12 verificar que la facturación del Grupo DIMA correspondiente al coste de apertura registrado en la contabilidad de Grupo DIMA es inferior o igual 316€.</p>
F.10		<p>Verificar la actualización anual que corresponda en su caso a los gastos de apertura de los nuevos puntos de venta, de acuerdo con el IPC.</p>
F.11		<p>Verificar a petición de cualquier nuevo punto de venta (o cualquier punto de venta existente a la fecha de adopción de la Resolución que haya decidido acogerse a condiciones equivalentes a los nuevos puntos de venta) que:</p> <p>a) Se le aplican condiciones comerciales y económicas objetivas, transparentes y no discriminatorias, y, b) Se le ofrecen los mismos servicios que al resto de puntos de venta.</p> <p>Esta petición podrá realizarse en el plazo de 15 días desde el comienzo de la relación contractual con el Grupo DIMA y en idéntico plazo a partir de que se modificaran sus condiciones salvo que la modificación se limite a una mera actualización anual de acuerdo con los correspondientes índices de referencia. El Auditor procederá a emitir esta certificación de manera colectiva trimestralmente.</p>

Actividades	
#	Ref.
F.12	Verificar que las condiciones establecidas para los nuevos puntos de venta (incluyendo aquellos puntos de venta existentes a la fecha de adopción de la Resolución que hayan decidido acogerse a las condiciones de los nuevos puntos de venta) son objetivas, transparentes y no discriminatorias. Esta verificación, que deberá recoger una valoración cuantitativa de los elementos mencionados en el apartado F.13, deberá ser realizada con anterioridad a la publicación en la página Web del Grupo DIMA de estas condiciones.
F.13	Verificar anualmente en relación con los nuevos puntos de venta que las circunstancias que justifican las diferencias en los portes aplicados entre (i) Quioscos y locales comerciales en capital, y (ii) Capital y periferia, son reales y que continúan vigentes en la medida en que se recojan esas diferencias en las condiciones que se apliquen a los puntos de venta nuevos. En concreto, las citadas circunstancias son (i) para quioscos y locales comerciales en capital: las rutas diferenciadas para cada tipología de punto de venta y características de reparto distintas (manipulación y desplazamiento); y (ii) para capital y periferia: en capital los portes son más elevados que en periferia porque hay más servicios (segunda vuelta a puntos de venta abiertos para recogida de devolución y entrega de promociones, o el servicio de reposición urgente) y más rutas.
F.14	Verificar anualmente la actualización anual que en su caso corresponda a las condiciones económicas de los puntos de venta de acuerdo con el índice de referencia de transporte del Ministerio de Fomento.
G	
Análisis de la información suministrada	
G.1	Obtener acceso a la Web encargada de suministrar información relativa a las ventas de publicaciones a los Grupos Editoriales.
G.2	Obtener el listado de personal del Grupo DIMA con acceso a la web antes mencionada y verificar: <ul style="list-style-type: none"> a) Ningún miembro del Consejo de Administración tiene acceso. b) El "cargo" de cada una de las personas incluidas en el listado tiene que ser consecuente con el tipo de información que se suministra en la web. c) Ninguna persona incluida en esta lista puede tener relación alguna (independiente) con algún grupo editorial. d) Todas las personas incluidas en la lista han firmado un acuerdo de confidencialidad de la información contenida en la web.
G.3	Para cada uno de los Grupos Editoriales elegir aleatoriamente un día al azar, dentro del período de análisis, y verificar que el Grupo DIMA ha enviado un informe diario donde se incluye: <ul style="list-style-type: none"> a) Ventas realizadas. b) Devoluciones. c) Stock. e) Caducidad. f) Rotación.
G.4	Verificar que la información incluida en los informes revisados en el punto G.3 está incluida en los registros contables del Grupo DIMA y está incluido en la información analizada en el punto F.5.
G.5	Verificar que las condiciones aplicables a los Grupos Editoriales Terceros, sus modificaciones y las certificaciones son publicadas en la página Web del Grupo DIMA.
G.6	Verificar que todos los Grupos Editoriales interesados disponen de las correspondientes claves de acceso para consultar en la página Web la información publicada.
G.7	Verificar que se cumplen los compromisos de confidencialidad asumidos por el Grupo DIMA en relación con la información de los Grupos Editoriales Terceros.
G.8	Verificar que las condiciones aplicables a los puntos de venta, sus modificaciones y las certificaciones son publicadas en la página Web del Grupo DIMA.
G.9	Verificar que todos los puntos de venta interesados disponen de las correspondientes claves de acceso para consultar en la página Web la información publicada.

