



Comisión

Nacional

de Energía

**INFORME A SOLICITUD DE LA
DIRECCION GENERAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA SOBRE LA
OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN
ECONOMICA CONSISTENTE EN LA
ADQUISICIÓN DEL CONTROL DE 37
ESTACIONES DE SERVICIO DEL
GRUPO CAPRABO POR PARTE DE
SARAS ENERGÍA, S.A.U.**

20 de abril de 2006

INDICE

1	OBJETO	2
2	SOBRE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACION	3
2.1	Descripción de la operación	3
2.2	Compañías que participan en la operación	5
2.2.1	Sociedad objeto de adquisición	5
2.2.2	Sociedad compradora.....	6
2.3	Normativa objeto de aplicación	7
2.3.1	Sobre la obligación de notificación de operaciones de concentración en España	7
2.3.2	Sobre la obligación de notificación de operaciones de concentración en la Unión Europea	9
3	MERCADOS RELEVANTES AFECTADOS POR LA OPERACIÓN	9
4	VALORACION DE LA OPERACIÓN.....	14
5	CONCLUSION	17

INFORME A SOLICITUD DE LA DIRECCION GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA SOBRE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONOMICA CONSISTENTE EN LA ADQUISICIÓN DEL CONTROL DE 37 ESTACIONES DE SERVICIO DEL GRUPO CAPRABO POR PARTE DE SARAS ENERGÍA, S.A.U.

Con fecha de 10 de abril de 2006 ha tenido entrada en esta Comisión escrito de la Dirección General de Defensa de la Competencia por el que solicita informe en el plazo de diez días hábiles en relación con la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de SARAS ENERGÍA, S.A.U. del control de 37 estaciones de servicio del Grupo CAPRABO de acuerdo con lo estipulado en el artículo 51.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

En el ejercicio de las funciones que le atribuye la Disposición Adicional Undécima. Tercero.1 de la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos, el Consejo de Administración de la Comisión Nacional de Energía ha acordado, en su sesión celebrada el día 20 de abril de 2006, aprobar el siguiente

INFORME

1 OBJETO

El presente informe tiene por objeto responder a la petición de informe de la Dirección General de Defensa de la Competencia, que ha tenido entrada en la CNE el día 10 de abril de 2006, en relación con la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de *SARAS ENERGÍA, S.A.U.* del control de 37 estaciones de servicio del Grupo CAPRABO.

La mencionada petición de informe por parte de la Dirección General de Defensa de la Competencia viene acompañada de copia del documento de notificación de la operación de concentración y sus diversos anexos, entre los que se destacan copia del contrato de compraventa de acciones de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, S.A.U. (en adelante, ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO) suscrito entre SARAS ENERGÍA, S.A.U. (en adelante, SARAS ENERGÍA) y CAPRABO, S.A. (en adelante, CAPRABO), y

copias de sendos preacuerdos suscritos entre ambas compañías relativos a descuentos de precio para clientes de CAPRABO y transportistas aplicables en las estaciones de servicio objeto de la transacción.

En este sentido, se señala que la emisión del presente informe se realiza sin perjuicio de las autorizaciones u otros informes que respecto de la presente operación esta Comisión pudiera emitir de conformidad con la normativa en vigor.

2 SOBRE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACION

2.1 Descripción de la operación

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de SARAS ENERGÍA de la totalidad de las acciones en que se divide el capital social de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, para lo cual ha suscrito, con fecha 24 de marzo de 2006, un Contrato de compraventa de acciones con CAPRABO.

A la fecha de la firma del contrato, ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO explota 30 estaciones de servicio, todas ellas en zonas de influencia de los centros de distribución alimentaria del Grupo CAPRABO. Por otro lado, ENACO, S.A. (sociedad que es un 99,8449% de CAPRABO) explota, entre otras, un total de 7 estaciones de servicio, todas ellas también en zonas de influencia de los centros de distribución alimentaria del Grupo CAPRABO.

Según se expone en el Contrato de compraventa de acciones suscrito entre SARAS ENERGÍA y CAPRABO, a los efectos de simplificar la estructura de la operación, antes de la fecha de ejecución, no más tarde del 30 de septiembre de 2006, ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO adquirirá las siete estaciones de servicio de ENACO, S.A. (en adelante, ENACO).

SARAS ENERGÍA pagará por la adquisición de la totalidad de las acciones de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO un total de 26.189.000 euros. Según expone el notificante, la operación contará con apoyo financiero bancario y con recursos propios.

Como resultado de la operación, SARAS ENERGÍA pasará a controlar la sociedad ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, que tendrá la explotación de 37 estaciones de

servicio (30 explotadas actualmente por ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO y 7 que adquirirá de la sociedad ENACO sociedad filial de CAPRABO).

Según el documento de notificación, todas las estaciones de servicio que adquiere SARAS ENERGÍA están en territorio español y están todas gestionadas actualmente de forma directa por ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO (sociedad 100% de CAPRABO) y por ENACO (sociedad que es un 99,8449% de CAPRABO).

Los datos relativos al volumen de ventas mundial, en la Comunidad Europea y en España son los siguientes:

VOLUMEN DE SARAS ENERGÍA Millones de Euros			
	2003	2004	2005
España	461,2	601,3	855,5
CE	-	-	-
Mundo	-	-	-

Fuente: Notificante

VOLUMEN DE VENTAS DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO EXPLOTADAS POR ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, S.A.U. (incluidas las 7 estaciones de servicio de la sociedad ENACO, S.A.) Millones de Euros			
	2003	2004	2005
España	92,1	104,2	121,3
CE	-	-	-
Mundo	-	-	-

Fuente: Notificante

Hay que destacar que, en base al contrato de compra venta firmado entre las partes adjunto al documento de notificación, ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO hace constar que a la fecha es titular de acciones de la sociedad MEROIL, S.A. (en adelante MEROIL, operador al por mayor de productos petrolíferos) que representan un 2,15% del total del capital social de la misma. No obstante, en base al mencionado contrato, ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO se compromete a transmitir el total de las acciones de MEROIL antes de la fecha de ejecución del mismo. En consecuencia, a los efectos de este informe, no se han tenido en cuenta las actividades de la sociedad MEROIL.

[...].

[...].

2.2 Compañías que participan en la operación

2.2.1 Sociedad objeto de adquisición

De acuerdo con el documento de notificación las actividades de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO consisten en la construcción, promoción, compra-venta, arrendamiento y explotación de gasolineras, estaciones de servicio, garajes, aparcamientos y áreas de servicio del automóvil. La sociedad está participada al 100% por CAPRABO, grupo español del sector distribución que cuenta con cerca de 600 supermercados en nuestro país, cuya facturación en 2004 ascendió a 2.806 millones de euros.

El grupo CAPRABO inició sus actividades de distribución al por menor de carburantes a través de estaciones de servicio en 1995, contando en la actualidad, según la información disponible en la CNE en marzo de 2006¹, con una red de 39 instalaciones de suministro, de las que [...] están afectadas por la presente operación de concentración. Las ventas de dicha red fueron superiores a [...] en 2005, lo que representa aproximadamente el [...]% de las ventas de carburantes en estaciones de servicio en España. Estas actividades se llevan a cabo fundamentalmente a través de su filial ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO y en menor medida a través de su participada ENACO.

CAPRABO, S.A. está a su vez participada por dos sociedades: CAIXA CAPITAL DESARROLLO, S.C.R., S.A. (perteneciente a LA CAIXA) ostenta una participación del 20%, mientras que el 80% restante pertenece a CENTRAL DE SERVEIS CIENCIES, S.L., propiedad a su vez de 25 accionistas, ninguno de los cuales ostenta una participación superior al 5%.

¹ Resolución de la Dirección General de Política Energética y Minas de 15 de julio de 2002.

2.2.2 Sociedad compradora

La entidad compradora, SARAS ENERGÍA, es una sociedad mercantil domiciliada en España cuyas principales actividades, de acuerdo con el documento de notificación, consisten en la importación, almacenamiento, explotación, distribución y comercialización de combustibles, gases, aceites de todo tipo y demás derivados del petróleo.

En lo que se refiere al sector de hidrocarburos líquidos, la compañía desarrolla sus actividades en tres subsectores: distribución al por mayor, distribución minorista de carburantes y almacenamiento de productos petrolíferos.

Respecto a las actividades de distribución al por mayor de productos petrolíferos, SARAS ENERGÍA ostenta el título de operador al por mayor de productos petrolíferos (artículo 42 de la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del sector de hidrocarburos). En el ejercicio 2005 (último año completo del que se disponen datos a la fecha de elaboración del presente informe), SARAS ENERGÍA distribuyó 250,6 miles de toneladas (kTm) de gasolinas, 1.130 kTm de gasóleos y 8,8 kTm de fuelóleos, lo que representa un 3,43%, 3,48% y 0,15% respectivamente del total nacional.

En cuanto a la actividad de distribución minorista, en el año 2003 SARAS ENERGÍA cedió su red de instalaciones de suministro (129 puntos de venta) a favor AGIP ESPAÑA, S.A. En la actualidad, SARAS ENERGÍA cuenta con una pequeña red de [...] instalaciones de suministro cuyas ventas en 2005 ascendieron aproximadamente a [...]. Únicamente dos de las instalaciones son propiedad de la compañía (una de ellas en propiedad superficiaria), siendo las cinco restantes de propiedad de terceros con contrato de venta en exclusiva con SARAS ENERGÍA.

Por último, en lo referente a almacenamiento de productos petrolíferos, desde diciembre de 2002 la compañía es titular de una terminal de almacenamiento en Cartagena con una capacidad de 103.000 m³.

SARAS ENERGÍA está participada mayoritariamente (99,99%) por la compañía italiana SARAS, S.P.A. (en adelante, SARAS), a través de su participación en la sociedad SARINT, S.A. domiciliada en Luxemburgo.

SARAS, domiciliada en Italia, es la cabecera de un grupo privado italiano creado en 1962, cuyas actividades principales comprenden el refino y la comercialización de productos petrolíferos en el área del mediterráneo. Su principal activo es la refinería de Sarroch (Cerdeña), cuya capacidad asciende a [...] de toneladas de crudo al año. De acuerdo con el documento de notificación, a través de esta refinería se suministran más del [...] % de las ventas de SARAS ENERGÍA en España.

En 2005 los ingresos del grupo SARAS ascendieron a 5.196 millones de euros, obteniendo un beneficio neto de 293 millones de euros.

2.3 Normativa objeto de aplicación

2.3.1 Sobre la obligación de notificación de operaciones de concentración en España

El artículo 14.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia establece que deberán ser notificados al Servicio de Defensa de la Competencia aquellos proyectos u operaciones de concentración cuando *“a) Como consecuencia de la operación se adquiriera o se incremente una cuota igual o superior al 25 por 100 del mercado nacional, o de un mercado geográfico definido dentro del mismo, de un determinado producto o servicio, o b) el volumen de ventas global en España del conjunto de los partícipes supere en el último ejercicio contable la cantidad de 40.000 millones de pesetas (240.404.841,75 euros), siempre que al menos dos de los partícipes realicen individualmente en España un volumen de ventas superior a 10.000 millones de pesetas (60.101.210,44 euros)”*.

El citado artículo establece que se consideran operaciones de concentración aquellas operaciones que *“supongan una modificación estable de la estructura de control de las empresas partícipes mediante:*

- a) La fusión de dos o más empresas anteriormente independientes.*
- b) La toma de control de la totalidad o parte de una empresa o empresas mediante cualquier medio o negocio jurídico.*
- c) La creación de una empresa en común y, en general, la adquisición del control conjunto sobre una empresa, cuando ésta desempeñe con carácter permanente las funciones de una entidad económica independiente y no tenga por objeto o efecto*

fundamental coordinar el comportamiento competitivo de empresas que continúen siendo independientes.”

El artículo 15 bis establece en su número 1 que *“El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquel, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto”,* señalándose en el número 2 del mismo artículo que *“se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal”.*

El artículo 16 señala que el Tribunal de Defensa de la Competencia en su dictamen ha de realizar un análisis de los efectos restrictivos, previsibles o constatados, atendiendo primordialmente a una serie de circunstancias:

- "a) Delimitación del mercado relevante.*
- b) Su estructura.*
- c) Las posibilidades de elección de los proveedores, distribuidores y consumidores o usuarios.*
- d) El poder económico y financiero de las empresas.*
- e) La evolución de la oferta y la demanda.*
- f) La competencia exterior.*

El Tribunal podrá considerar, asimismo, la contribución que la concentración pueda aportar a la mejora de los sistemas de producción o comercialización de la industria nacional o a los intereses de los consumidores o usuarios y si esta aportación es suficiente para compensar los efectos restrictivos sobre la competencia.”

La Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia ha sido desarrollada en materia de control de concentraciones por el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, y en relación con la valoración de las concentraciones, ha de mencionarse el documento *“Elementos esenciales del análisis de concentraciones económicas por parte del Servicio de Defensa de la Competencia”* difundido en la página web del Ministerio de Economía.

Por último, cabe referirse a normativa sectorial específica cuya aplicación incide en la valoración de la presente operación, en concreto, la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos, y su desarrollo reglamentario.

2.3.2 Sobre la obligación de notificación de operaciones de concentración en la Unión Europea

El Reglamento (CE) N° 139/2004 del Consejo de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, en su artículo 1 establece cuándo una operación de concentración tiene dimensión comunitaria y debe ser notificada a la Comisión, previendo a tal efecto varias posibilidades de umbrales cuantitativos definidos en base al volumen de negocios de las empresas participantes, tanto a nivel mundial como comunitario.

Según manifiesta el notificante la operación no presenta dimensión comunitaria según el Reglamento (CEE) N° 139/2004, ya que la facturación total realizada en el año 2005 dentro de la Comunidad Europea por parte de las 37 estaciones de servicio a adquirir por SARAS ENERGÍA, no ha sido superior a 250 millones de euros. La totalidad de la facturación ha sido realizada en territorio español.

3 MERCADOS RELEVANTES AFECTADOS POR LA OPERACIÓN

El análisis de operaciones de concentración económica requiere, con carácter preliminar, definir los mercados, tanto desde el punto de vista del producto como de su dimensión geográfica, dentro de los cuales pudieran verse alteradas las condiciones de competencia. El objetivo de este epígrafe es, por tanto, delimitar la amplitud y naturaleza de los mercados que se ven afectados en la adquisición y toma de control de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO por parte de SARAS ENERGÍA.

Hay que recordar que la Comisión Europea marca la estructura del análisis a realizar para la definición de mercado de referencia, al señalar en su Comunicación 97/C-372/03, a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia, que *“el objetivo de definir un mercado en sus dos dimensiones, de producto y geográfica, es identificar a aquellos competidores de las empresas en cuestión, que son capaces de restringir su comportamiento y de impedirles que actúen sin sentirse sometidas a una presión competitiva eficaz”*. Por lo tanto, es preciso definir cuáles son, en el caso de la presente

operación, los mercados relevantes de producto y geográfico a tener en cuenta para la valoración de la misma.

3.1. Mercados relevantes de productos

Tal como se desprende del documento de notificación, la operación de referencia afecta al mercado de distribución minorista de carburantes de automoción a través de estaciones de servicio. En este sentido, hay que señalar que la Comisión Nacional de Energía ya ha analizado los mercados relevantes a efectos de la distribución minorista de carburantes con anterioridad. En concreto, con fecha 7 de octubre de 2004 el Consejo de la CNE aprobó el informe efectuado a petición de la Dirección General de Defensa de la Competencia “Informe sobre la operación de concentración económica consistente en la toma de control exclusivo por DISA CORPORACIÓN PETROLÍFERA, S.A. de SHELL PENINSULAR, S.L. y SHELL ATLÁNTICA, S.L.”, de referencia web 51/2004, en el que se analizan los mercados de distribución minorista de carburantes en estaciones de servicio, cuyas conclusiones son aplicables a la operación objeto de este informe, por lo que cabe remitirse al mismo para un análisis más detallado, quedando recogidos en el presente documento únicamente los aspectos más generales.

De acuerdo con el apartado 4.1 de la Comunicación del Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante SDC) sobre los *“Elementos esenciales del análisis de concentraciones económicas por parte del Servicio de Defensa de la Competencia”*, el criterio principal para determinar el producto relevante o conjunto de productos que, por sus características forman parte de un mismo mercado, es la sustituibilidad por el lado de la demanda. Así, se puede definir mercado de producto como aquel que comprende la totalidad de los productos y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles por razón de sus características, su precio y el uso que se prevea hacer de ellos.

El mercado de distribución minorista de carburantes de automoción a través de estaciones de servicio comprende las ventas de gasolinas y gasóleos en instalaciones de suministro a vehículos. Como ya se recogía en el mencionado informe CNE 51/2004, hay que destacar que en este mercado no existe sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda entre productos, dado que los automovilistas deben usar necesariamente el

carburante exigido por su vehículo. Además, la existencia de especificaciones oficiales trae como consecuencia que el lugar de repostaje sea indiferente al consumidor, estando en todo caso garantizada la calidad del producto, pudiendo hablar en este caso de lo que se denominan “commodities” en referencia a los mencionados productos petrolíferos.

Sin embargo, desde el punto de vista de la oferta, existe sustituibilidad en la medida en que las refinerías, en función de su flexibilidad (basada en su configuración o esquema y en la calidad del crudo procesado) pueden adaptar sus procesos para la producción de cada carburante. En la práctica, un mismo punto de venta puede abastecerse de distintas refinerías. Además, en lo que respecta a la distribución, ambas categorías de producto se comercializan simultáneamente a través del mismo punto de venta, al objeto de atender al mayor número de clientes, independientemente del carburante exigido por cada vehículo. Consecuentemente, se puede hablar de un único mercado relevante de distribución minorista a través de estaciones de servicio.

En base a todo lo anterior, la Comisión Europea ha considerado reiteradamente que el mercado relevante de producto a analizar a efectos competitivos está constituido por las ventas al por menor de carburantes a través de estaciones de servicio, sin necesidad de realizar una definición más estrecha del mercado por tipo de producto, criterio también adoptado por esta Comisión.

Por otro lado, hay que recordar que en el mercado de distribución de carburantes existen distintas tipologías de vinculaciones contractuales para el suministro de dichos productos entre los operadores al por mayor y los distribuidores minoristas, que fueron descritas ampliamente en el informe CNE 51/2004 antes mencionado. En todo caso, el mencionado análisis tipológico permitía hacer una distinción, de carácter básico, entre los distintos tipos de vínculo entre instalación y operador al por mayor (propias, abanderadas,...), haciendo especial hincapié en la distinción entre instalaciones vinculadas mediante un contrato de suministro en exclusiva de productos petrolíferos y las instalaciones independientes.

Esta clasificación es especialmente importante, dado que permite acotar el ámbito material del mercado de distribución minorista de carburantes a través de estaciones de servicio y determinar las cuotas de mercado de cada operador que actúa en el mismo. Así, en base a este criterio se debe entender que forman parte de la red de distribución de

un operador las instalaciones por aquél vinculadas mediante un contrato de exclusiva de suministro (o gestionadas directamente, sin necesidad de contrato), con independencia del tipo de vínculo de que se trate, dado que la existencia de este acuerdo contractual permite al operador suministrar sus productos a la estación de servicio con exclusión de cualquier otro competidor durante todo el tiempo de duración del contrato correspondiente.

Este criterio de determinación de las instalaciones que forman parte de la red de distribución de un operador al por mayor es el que se ha empleado tradicionalmente en el sector y el que vino a sancionar el artículo 4 del Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios.

En definitiva, hay que entender que el criterio procedente para la determinación de las cuotas de mercado de cada operador en el mercado de distribución de carburantes a través de estaciones de servicio, es la existencia o no de un derecho a suministrar en exclusiva los productos a la instalación, bien porque el operador gestiona el punto de venta, bien porque dispone de un contrato de suministro en exclusiva con el tercero que la gestiona. Por esta razón, se considera ventas de este mercado las realizadas por los operadores a través de las estaciones de servicio que conforman su red de distribución, dentro de las cuales se incluyen todas aquéllas sobre las que dispone de un derecho de suministro en exclusiva.

Como conclusión, y de acuerdo con todo lo anterior y atendiendo de forma concreta al criterio de sustituibilidad de productos petrolíferos, esta Comisión considera que el mercado de producto afectado por la presente operación de concentración sobre el que la CNE ejerce sus competencias es la distribución minorista de carburantes a través de estaciones de servicio.

3.2. Mercado geográfico relevante

Atendiendo a la definición de la Comisión Europea en la Comunicación anteriormente citada, el mercado geográfico relevante “comprende la zona en la que las partes afectadas desarrollan actividades de suministro y prestación de productos y servicios, en la que las condiciones de competencia son lo bastante homogéneas y que puede

distinguirse de otras zonas debido en particular a que las condiciones de competencia en ella prevalentes son sensiblemente distintas a aquellas”. Así, y desde el punto de vista del ámbito geográfico es necesario analizar las características de la oferta y demanda de estos productos petrolíferos para evaluar la dimensión relevante de cada mercado.

Desde el punto de vista geográfico, como ya se señaló en el mencionado informe CNE 51/2004, el mercado minorista de distribución de carburantes de automoción a través de estaciones de servicio se caracteriza por un componente local en la medida en que la demanda está constituida por automovilistas que normalmente repostan en estaciones de servicio cercanas a su centro de actividad, por lo que la sustituibilidad entre estaciones de servicio está geográficamente limitada. Pero, por otra parte, existe normalmente un cierto solapamiento entre áreas de influencia de las estaciones de servicio que no sólo influye en las interacciones competitivas entre puntos de venta cercanos sino que origina además, en cierta medida, un “efecto en cadena” o “efecto dominó” en estaciones más distantes. En consecuencia el área geográfica a tener en cuenta desde el punto de vista de la competencia puede incluir diversas áreas solapadas.

Adicionalmente, desde el punto de vista de la oferta, importantes parámetros competitivos como el aprovisionamiento y calidad de productos, el nivel de servicio, la publicidad y promoción y el nivel de precios no se deciden a nivel local sino sobre una base nacional o regional. Además, el nivel impositivo influye sobre el nivel de precios en tal medida que los diferenciales de precios en el territorio nacional no suelen ser grandes. Finalmente, la posición de mercado de los diversos operadores tienden a ser bastante similares en todo el territorio nacional en el que operan. A la luz de todo lo anterior, las autoridades nacionales de competencia han optado, hasta el momento, por definir como nacional la dimensión geográfica del mercado de la venta minorista de carburantes a través de estaciones de servicio.

Sin embargo, existen crecientes matices regionales en la definición de las características competitivas en este mercado, singularmente en lo referente al nivel impositivo, debido a las competencias de las Comunidades Autónomas en la determinación del importe aplicable por el Impuesto sobre la Venta Minorista de Determinados Hidrocarburos (IVMDH) o en materia de defensa de los derechos de consumidores y usuarios y protección del medio ambiente.

Además, el SDC ya ha reconocido en ocasiones anteriores que la determinación como nacional del mercado geográfico de referencia ha de hacerse sin perjuicio de las “*particularidades geográficas*” en los territorios de Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla, recordando igualmente que éstas tres últimas presentan un régimen fiscal diferente.

Por tanto, procede a los efectos de la presente operación de concentración económica definir un mercado geográfico relevante dentro del mercado de distribución minorista a través de estaciones de servicio, el de Península, atendiendo a las zonas en las que desarrollan sus actividades las empresas afectadas. No obstante, en la operación de referencia se detallan adicionalmente las cuotas de mercado resultantes a nivel de provincia y comunidad autónoma, para, en caso de detectarse alguna salvedad, abordar un estudio concreto a tal efecto.

4 VALORACION DE LA OPERACIÓN

Las siguientes tablas muestran la situación de SARAS ENERGÍA antes y después de la operación, indicando el número de instalaciones de suministro a vehículos en el territorio nacional a 31/12/2005 y su porcentaje sobre el total nacional² (calculado con la información proporcionada en la página web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), así como las ventas realizadas a través de este canal y la cuota que éstas representan sobre el total nacional en 2005.

[...]

Tras la adquisición de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, el volumen de ventas de gasolinas y gasóleos en el canal de estaciones de servicio de SARAS ENERGÍA pasa de [...] toneladas a [...] toneladas, lo que supone un incremento en la cuota nacional en volumen de ventas de un [...]%. En cuanto al número de estaciones de servicio, al adquirir los [...] puntos de venta de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, SARAS ENERGÍA amplía su red hasta las [...] instalaciones de suministro. Esto supone un aumento en su

² Calculado sobre un total de 7.840 EESS, según la información de la página web del MITYC a las que habría que añadir aproximadamente unas 1.000 EE.S no recogidas en dicha información.

cuota de mercado sobre el número de instalaciones de suministro pasando del [...] % al [...] % sobre el total nacional.

La tabla que se muestra a continuación refleja la siguiente información por provincia, Comunidad Autónoma, total peninsular y total nacional:

- Número de estaciones de servicio y volumen de ventas a través de este canal de SARAS ENERGÍA en 2005³ y su cuota de mercado en volumen de ventas y puntos de venta.
- Número de estaciones de servicio y volumen de ventas a través de este canal de SARAS ENERGÍA tras la adquisición de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO y su cuota de mercado en volumen de ventas y número de instalaciones de suministro a partir de datos del año 2005.
- Incidencia de la operación: incremento en número de estaciones de servicio, en volumen de ventas y en cuota de mercado en volumen de ventas y en número de instalaciones de suministro que experimentará SARAS ENERGÍA tras la adquisición de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, a partir de los datos de 2005.

[...]

De la tabla anterior se derivan las siguientes conclusiones sobre la posición de SARAS ENERGÍA en el mercado de las estaciones de servicio:

Tras la adquisición de ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, SARAS ENERGÍA continúa estando presente únicamente en el mercado peninsular (mercado geográfico relevante), con una cuota en volumen de ventas en estación de servicio que forman parte de su red del [...] % y sobre el número de instalaciones de suministro del [...] %.

³ Datos proporcionados por las compañías en litros (para su conversión se ha utilizado una densidad de 0,8 Kg/lit).

Además, según la información aportada en virtud de la Resolución de la Dirección General de Política Energética y Minas de 15 de julio de 2002, por la que se aprobaron los nuevos formularios oficiales para la remisión de información sobre productos petrolíferos a dicha Dirección General, a la CORES y a la CNE, SARAS ENERGÍA vende a otras instalaciones de suministro fuera de su red 772,5 kTm.

Los datos sobre ventas a EE.S. de los totales peninsular y nacional provienen de la información aportada por los sujetos obligados en virtud de la Resolución 15 de julio de 2002

Las comunidades autónomas en las que SARAS ENERGÍA modifica su cuota de mercado en volumen de ventas son: Castilla y León ([...]%), Castilla La Mancha ([...]%), Comunidad Valenciana ([...]%) y Cataluña ([...]%). Analizando por provincias, en aquellas en las que ha modificado sus cuotas de mercado, SARAS ENERGÍA supera el [...]% únicamente en Barcelona, Tarragona y Segovia, produciéndose el mayor aumento ([...]%) en la primera.

En cuanto al número de puntos de venta, tras la operación SARAS ENERGÍA pasa a estar presente en la Comunidad de Cataluña con [...] puntos de venta ([...]% de cuota de mercado). Además, sólo supera el [...]% en otra Comunidad, la Comunidad Valenciana ([...]%). En el caso de calcular esta cuota de mercado con el número real de instalaciones de suministro a nivel nacional (incluyendo las aproximadamente [...] instalaciones de las que no se dispone información sobre su localización) esta cuota sería aún inferior.

Por lo tanto, la operación objeto del presente informe no incide de forma negativa en la competencia efectiva del mercado relevante peninsular de instalaciones de suministro a vehículos, dado que la cuota de mercado en volumen de SARAS ENERGÍA se sitúa en un [...]% y en número de puntos de venta en el [...]%.

No obstante lo anterior, hay que recordar que en este análisis no se han tenido en cuenta las actividades de la sociedad MEROIL, participada actualmente en un [...]% por ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO, dado que en base al mencionado contrato de compra venta suscrito entre SARAS ENERGÍA y CAPRABO esta sociedad se compromete a transmitir la totalidad de las acciones de MEROIL antes de la fecha de ejecución del mismo. En el caso de que esta transmisión no se llevara a cabo en tiempo y forma previstos, y en cualquier caso con carácter previo a la operación objeto de este informe, sería necesario realizar un nuevo análisis contemplando la incidencia en este supuesto.

Por último, respecto a los contratos de colaboración empresarial suscritos entre las partes, que regulan los términos y condiciones conforme a las cuales seguirán aplicándose descuentos a los clientes del grupo CAPRABO titulares de tarjeta cliente y a los transportistas que prestan servicios a dicho Grupo, a la vista de que respecto de los clientes se comparten los costes de los descuentos y se crea un comité conjunto de seguimiento del programa de fidelización, cabe plantearse si tales acuerdos pueden

representar un riesgo para el mantenimiento de la competencia efectiva. En efecto, podría plantearse si tal acuerdo y la creación de tal comité pudieran servir de vehículo para el intercambio de información comercial sensible entre dos competidores en materia de cantidades o precios. Sin embargo, el referido riesgo se ve reducido en gran medida por el hecho de que CAPRABO, según el documento de notificación, se retira del mercado de las EESS o si no se retira totalmente su presencia en tal mercado se ve reducida de forma notable⁴, por lo que, para el caso hipotético en que la creación del comité y el cálculo del reparto de los costes de los descuentos impliquen efectivamente la posibilidad de un intercambio de información comercial sensible, dicho intercambio de información carecería de un efecto práctico de restricción sensible de la competencia.

5 CONCLUSION

La operación de concentración económica objeto de este informe consistente en la adquisición de la sociedad ESTACIONES DE SERVICIO CAPRABO por parte de SARAS ENERGÍA no incide de forma negativa en la competencia efectiva del mercado relevante peninsular de distribución minorista de carburantes a través de estaciones de servicio, dado que la cuota de mercado resultante de SARAS ENERGÍA se situará en un [...]%, tanto en volumen como en número de puntos de venta. Adicionalmente, de los resultados del análisis de cuotas a nivel provincial, que alcanzan como máximo el [...]% (caso de Barcelona), no se deducen posibles efectos negativos de competencia a niveles inferiores al peninsular.

En conclusión, atendiendo al conjunto de consideraciones realizadas a lo largo del presente informe, esta Comisión considera que la operación examinada no tiene por efecto la obstaculización de la competencia efectiva en los mercados energéticos que son objeto de regulación en la Ley 34/1998, y sobre los que la CNE tiene atribuidas competencias.

⁴ Según noticias aparecidas en prensa, anunciada la venta de las dos restantes instalaciones de suministro del Grupo Caprabo al Grupo Carrefour.