



RESOLUCIÓN (Expte. C-0063/08, DINOSOL/SUPERMERCADOS HERDISA (Activos))

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente
D. Emilio Conde Fernández Oliva, Consejero
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero
D^a Pilar Sánchez Núñez, Consejera
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a M^a Jesús González López, Consejera
D^a Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 6 de mayo de 2008.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la adquisición de los activos correspondientes a un establecimiento comercial minorista de SUPERMERCADOS HERDISA S.L. por parte de DINOSOL SUPERMERCADOS S.L. (Expte. C/0063/08) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase. Esta autorización no alcanza a los pactos de no competencia y de no captación, que quedan, en su caso, sujetos a la normativa de acuerdos de empresas.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.



INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0063/08 DINOSOL/SUPERMERCADOS HERDISA (Activos)

Con fecha 16 de abril de 2008 ha tenido entrada en la Dirección de Investigación la operación de concentración consistente en la adquisición de los activos correspondientes a un establecimiento comercial minorista de SUPERMERCADOS HERDISA, S.L. por parte de DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.

Dicha notificación ha sido realizada por DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L., según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) por superar el umbral de cuota de mercado establecido en el artículo 8.1 a) de la citada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.

El artículo 57.2. c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.

Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".

Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **16 de mayo de 2008**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I.- NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración consiste en la adquisición por DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. ("DINOSOL") del control sobre los activos vinculados a la explotación de un establecimiento comercial de distribución minorista de SUPERMERCADOS HERDISA, S.L. ("HERDISA") situado en la isla de Gran Canaria.

Los activos objeto de la operación comprenden todos aquellos bienes y derechos relacionados con la explotación del establecimiento minorista, incluyendo maquinaria, mobiliario, equipo, utillaje, herramientas e instalaciones industriales, repuestos, enseres, equipos de informática y programas utilizados en el establecimiento, así como las existencias que se encuentren en él en el momento de la compraventa.

El compromiso de compraventa de activos suscrito por las partes el [...] ¹

¹ Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado

contiene varias condiciones suspensivas para el perfeccionamiento de la operación, entre otras, la obtención de la autorización por parte de la autoridad española de defensa de la competencia así como de la correspondiente licencia comercial exigida por la Ley de la Comunidad Autónoma de Canarias 10/2003, de 3 de abril, reguladora de la Licencia Comercial Específica, para el cambio de titularidad del establecimiento comercial.

La operación se incluye, por tanto, en el supuesto del artículo 7.1 b de la LDC.

II.- RESTRICCIONES ACCESORIAS

La cláusula novena del compromiso de compraventa de activos suscrito entre las partes el [...] contiene un pacto de no competencia y no captación que estará vigente durante un periodo de [no superior a 3 años] a contar desde la fecha en que se formalice la compraventa de activos.

En virtud del pacto de no competencia, la vendedora se compromete a no establecer ni explotar cualquier negocio destinado a la distribución de productos alimenticios, droguería, perfumería, bazar y limpieza, que suponga una competencia con las actuales actividades de distribución comercial desarrolladas por DINOSOL en los municipios de Mogán y San Bartolomé de Tirajana, a excepción de las actividades que HERDISA mantendrá tras la operación.

Adicionalmente, la vendedora se compromete a no realizar ni promover ofertas de empleo ni a contratar a empleados y colaboradores de DINOSOL para la realización de actividades afectadas por la obligación de no competencia sin su consentimiento previo.

El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007 establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.

El hecho de que la cláusula de no competencia y no captación alcance el ámbito de los municipios de Mogán y San Bartolomé de Tirajana y no se limite al mercado geográfico en que opera el negocio adquirido (Mogán) excede de lo que razonablemente parece necesario para salvaguardar el valor del negocio adquirido.

En consecuencia, teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), esta Dirección de Investigación estima que la extensión geográfica del pacto de no competencia y no captación va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación y estando, en su caso, sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.

III.- APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, al no superar los umbrales del artículo 1, párrafos 2 y 3 del mismo.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

IV.- EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. DINOSOL

DINOSOL es una sociedad domiciliada en España cuyo capital social se encuentra controlado por el fondo de inversión PERMIRA EUROPE III, gestionado por la sociedad PERMIRA HOLDING LIMITED ("PERMIRA").

DINOSOL está presente en el sector de la distribución comercial minorista y mayorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio en España, con centros de venta localizados principalmente en Madrid, Andalucía y las Islas Canarias.

Las actividades de distribución minorista de DINOSOL se centran en la explotación de supermercados (bajo las enseñas "*Supersol*" en la Península e "*Hiperdino*" en Canarias) y tiendas de conveniencia (exclusivamente en Canarias y bajo la enseña "*Netto*"). También opera en el sector de la distribución mayorista de bienes de consumo diario a través de establecimientos *cash & carry* (bajo el nombre comercial "*CashDiplo*").

Actualmente, DINOSOL está integrada en la central de compras IFA, a través de la que realiza aproximadamente el [...] de sus compras, adquiriendo el [...] restante directamente de los proveedores.

Según el notificante, ninguno de los fondos gestionados por PERMIRA ([...]) controla otras compañías con intereses en el sector de la distribución comercial además de DINOSOL.

La facturación de PERMIRA en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, es, según el notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE PERMIRA. 2007* (Millones euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
>2.500	>250	>60

Fuente: Notificación

*En el caso de algunas compañías controladas por PERMIRA, las cifras de 2007 no se encuentran disponibles, incluyéndose en ese caso las correspondientes a 2006.

IV.2 Activos de HERDISA

HERDISA es una sociedad española cuyo capital social pertenece a varias

personas físicas. Está activa en el sector de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario, para lo que dispone de siete establecimientos localizados en la zona sur de la isla de Gran Canaria.

HERDISA transmitirá a DINOSOL los activos correspondientes a un establecimiento minorista de [...] de superficie de venta, localizado en el núcleo poblacional de Puerto Rico, localidad turística perteneciente al municipio de Mogán, en la isla de Gran Canaria.

En cuanto a sus actividades de aprovisionamiento, HERDISA esta asociada a la central de compras [...].

La facturación de los activos objeto de transmisión a DINOSOL en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, es, según el notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LOS ACTIVOS ADQUIRIDOS. 2007 (Millones euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<250	<60

Fuente: Notificación

V.- MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercado de producto

Las actividades del grupo adquirente y de los activos adquiridos se centran en la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario.

Adicionalmente, al objeto de apreciar en toda su amplitud los efectos de la operación, es preciso analizar el mercado ascendente del aprovisionamiento de los bienes de consumo diario, dada la interdependencia existente entre la distribución y el abastecimiento de dichos productos, puesta de manifiesto por la Comisión² así como por las autoridades españolas de defensa de la competencia³.

V.1.1. Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario

La actividad de distribución al por menor consiste en la venta a consumidores finales de una serie más o menos diversificada de productos alimentarios y no alimentarios (droguería, perfumería, hogar, higiene, etc.) de consumo diario, en locales de diversas características y superficies, como hipermercados, supermercados, autoservicios de proximidad, tiendas especializadas, tiendas tradicionales, mercados de abastos, estaciones de servicio, etc.

A la hora de delimitar el mercado relevante es necesario considerar si el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario incluye todas las

² Caso N°IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR; caso N°IV/M.991 PROMODES/CASINO; caso N°IV/M.1221 REWE/MEINL.

³ Expedientes de concentración económica N-230 CAPRABO/ENACO, N-140 PIO CORONADO/CEMETRO, N-03015 DIA/EL ARBOL, N- 07075 DINOSOL/ HERDISA (ACTIVOS), etc.

anteriores formas de distribución o cabe distinguir mercados más estrechos atendiendo, entre otros posibles criterios, a la amplitud del surtido de productos ofrecido, la extensión de la superficie de venta o los servicios prestados.

El notificante considera que el mercado de producto abarcaría todos esos establecimientos. No obstante, los extintos SDC y TDC⁴ han venido considerando que el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio, en el que estarían incluidas las diversas formas de venta minorista sin asistencia personalizada, constituye un mercado de producto distinto del de la venta de productos en formato tradicional (pequeñas superficies y atención personalizada) y del de la venta a través de establecimientos especializados, debido a la competencia asimétrica existente entre ellos.

Así, el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio estaría integrado por todas aquellas superficies de venta en las que es posible el suministro de todo tipo de bienes de consumo diario, alimentario y no alimentario, sin la intermediación de una persona encargada de servir a los clientes. En concreto, forman parte de este mercado los servicios de proximidad (autoservicios con superficies de venta inferiores a 400 m²), medianas superficies (supermercados con superficies de venta entre 400 m² y 2.500 m²), grandes superficies (hipermercados con una superficie de venta minorista superior a 2.500 m²) y tiendas de descuento.

V.1.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

El mercado del abastecimiento comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores de dichos bienes a sus clientes: los distribuidores mayoristas y minoristas de estos productos.

Desde el punto de vista de la demanda, los distintos productos o grupos de productos no son sustitutivos entre sí, por lo que cada uno de ellos podría constituir un mercado diferente. Sin embargo, considerando la homogeneidad de la demanda, que no varía sustancialmente de un grupo de productos a otro, la Comisión Europea ha considerado que, en ciertos casos, bastaría con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario⁵.

En el caso que nos ocupa, tanto DINOSOL como HERDISA se aprovisionan de los bienes de consumo diario que posteriormente revenderán a los consumidores finales⁶ a través de centrales de compra⁷. En concreto, DINOSOL es miembro de IFA

⁴ Informes del TDC relativos a los expedientes de concentración económica C52/00 CARREFOUR/PROMODÉS, C64/01 PÍO CORONADO/CEMETRO, C83/03 CAPRABO/ALCOSTO.

⁵ Decisión Caso IV/M.991 PROMODES/CASINO, caso IV/M. 946 INTERMACHÉ/SPAR y caso IV/M.1087 PROMODES/SIMAGO.

⁶ DINOSOL también se abastece de estos productos para su reventa al sector mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

⁷ Las centrales de compra son agrupaciones de comerciantes constituidas con el fin de convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado, ya sean proveedores o competidores. Se conciben, por tanto, como entidades que reúnen un número variable de empresas de distribución con el fin de obtener, gracias a su potencial de compra y de venta, mejores

y HERDISA de [...] que, a su vez, está integrada en la central de compras IFA.

V.2 Mercado geográfico

V.2.1. Mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario

Como se ha determinado en los precedentes nacionales y comunitarios citados, el ámbito geográfico del mercado de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio es local.

Desde el punto de vista del consumidor, la elección de un punto de venta vendrá limitado por el espacio geográfico al que resulta razonable desplazarse para efectuar una compra determinada. De ahí que, por razones de índole práctica, el consumidor final escogerá un punto de venta próximo a su domicilio para pequeñas compras, mientras que para grandes compras optará por un radio de acción más grande.

La delimitación exacta del ámbito local del mercado debe realizarse caso por caso, partiendo de aquellos núcleos donde las empresas afectadas actúan y teniendo en cuenta el tipo de superficie de venta a considerar y las características de su entorno.

En principio, parece apropiado un análisis territorial de mayor dimensión en el caso de localidades que poseen en su cercanía una gran superficie comercial y en aquéllas en las que parece probada la existencia de una dependencia comercial con otras poblaciones cercanas. También resulta lógica tal consideración en el caso de zonas residenciales, donde el uso del vehículo forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes, al ser habituales los desplazamientos en coche para realizar la mayor parte de sus actividades.

El extinto TDC, en los Informes sobre Grandes Superficies (GS) que viene realizando desde la entrada en vigor de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, al analizar las condiciones de competencia existentes en el mercado en el que operará la nueva GS delimita el mercado geográfico relevante en función de isocronas⁸. En concreto, el extinto TDC considera que la isocrona será de 15 minutos, en el supuesto de que la GS se encuentre en un núcleo urbano, llegando hasta 30 minutos, cuando la GS esté situada en núcleos rurales o cuando no exista ninguna otra GS en el área considerada.

No obstante, en informes de concentraciones precedentes ha señalado que limitar el examen a los mercados locales podría no reflejar el impacto competitivo de una concentración cuando se da la circunstancia de que un gran número de mercados locales afectados por la operación guardan tal relación entre sí que se solapan y cubren sin fisuras un área más amplia llegando incluso a alcanzar el territorio de una provincia, una Comunidad Autónoma o en última instancia de la nación. En estas circunstancias el ámbito geográfico comprendería una región o todo el territorio

condiciones comerciales de los proveedores.

⁸ El TDC define la isocrona como una línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento.

nacional.

En el presente caso se considera especialmente afectado por la operación el municipio de Mogán, en la isla de Gran Canaria, en el que se localiza el activo adquirido de HERDISA y en el que ya existen establecimientos del grupo adquirente. En este ámbito, la operación es susceptible de generar una adición de cuota de mercado y una modificación de la estructura de la competencia.

No obstante, dada la gran extensión del término municipal de Mogán, el notificante propone considerar un ámbito geográfico más estrecho, que incluya la zona comprendida por el núcleo poblacional de Puerto Rico, en la que se ubica el establecimiento adquirido, y su área de influencia constituida por los núcleos de Patalavaca, Playa del Cura y Taurito.

El extinto SDC tuvo ocasión de analizar dicho ámbito geográfico en el expediente N-07075 DINOSOL/HERDISA (Activos), concluyendo que el mercado geográfico relevante podría ser el definido entorno a una isocrona de diez minutos de desplazamiento en coche alrededor de Puerto Rico, lo que incluiría los núcleos poblacionales de Patalavaca, Playa del Cura y Arguineguín, excluyendo Taurito, que estaría a quince minutos en coche. La posibilidad de considerar una isocrona más amplia (que podría incluir a Taurito o Puerto de Mogán) se dejó abierta dado que no alteraba las conclusiones del análisis.

Esta Dirección de Investigación, en consonancia con lo establecido en el expediente N-07075, considera que el ámbito geográfico relevante estaría constituido por los núcleos poblacionales de Puerto Rico, Patalavaca, Playa del Cura y Arguineguín.

V.2.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

Las autoridades de competencia han establecido en los antecedentes mencionados anteriormente que el abastecimiento de productos de consumo diario por parte de las empresas de distribución minorista normalmente se realiza a escala nacional, ya sea a través de una central de compras o a través del grupo al que pertenecen dichas empresas.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

VI.1.1. Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario

El mercado español de la distribución minorista cuenta con la presencia de un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a grupos multinacionales que, de cualquier modo, tienen en España una presencia menor que en otros países. Este mercado se caracteriza, asimismo, por su paulatino proceso de concentración que, no obstante, se mantiene en niveles bajos en comparación con el resto de países europeos.

Según datos recogidos por ALIMARKET en su último anuario sobre el sector de

la distribución comercial⁹, el mercado nacional de la distribución minorista organizado está constituido por 19.140 establecimientos y/o secciones de productos de gran consumo¹⁰, con una superficie de venta detallista conjunta de 10.973.239 m². Respecto al año anterior, el aumento de la superficie detallista fue del 2%, mientras que el número de establecimientos se redujo en 1,5%.

En el cuadro siguiente se recogen los principales operadores del mercado español de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio, según superficie (m²) de venta.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA DISTRIBUCION MINORISTA Según superficie de venta (m ²) a 31/12/2007*			
Empresa	Nº Establecimientos	Superficie (m ²)	Cuota
CARREFOUR	3.163	2.006.627	18,29%
MERCADONA	1.137	1.474.775	13,44%
EROSKI	1.738	1.332.234	12,14%
EL CORTE INGLES	318	485.990	4,43%
AUCHAN	288	403.714	3,68%
CONSUM	568	393.145	3,58%
LIDL	438	360.823	3,29%
DINOSOL	422	316.433	2,88%
COVIRAN	1.811	278.043	2,53%
GRUPO EL ARBOL	339	204.607	1,86%
Otros	...	...	...
Activos adquiridos de HERDISA	1	[...]	[0-10%]
TOTAL	19.140	10.973.239	100%

Fuente: Elaboración propia con base en "Alimarket" (nº 215. Marzo 2008).

*Sólo se computa la superficie dedicada a PGC (Productos de Gran Consumo) en hipermercados y supermercados de gran tamaño que cuenten con secciones de no alimentación iguales o superiores al 20% de su superficie total.

De acuerdo con ALIMARKET, DINOSOL es el principal operador del mercado de la distribución minorista en formato libre servicio de la Comunidad Autónoma de Canarias, con una cuota del 25,8% de la superficie total de venta, seguido por AGRUCAN, con el 19,16%, MERCADONA, con el 15,3% y JESUMAN, con el 11,3%. La cuota del establecimiento adquirido representa el [0-10%] del mercado.

También en la isla de Gran Canaria, donde se encuentran los activos adquiridos de HERDISA, DINOSOL es el principal operador del mercado, con una cuota del [20-30%], mientras que los activos adquiridos representan el [0-10%] del mismo, según datos aportados por el notificante basados en AC NIELSEN. AGRUCAN es el segundo operador del mercado, con una cuota del [10-20%], seguido por MERCADONA, con el

⁹ ALIMARKET número 215. Marzo 2008.

¹⁰ Se consideran secciones de productos de gran consumo o "PGC", la superficie comercial que los hipermercados y supermercados de gran tamaño dedican a la venta de los PGC, incluyendo alimentación seca y fresca, productos de droguería y perfumería familiar, así como artículos de bazar ligero. Quedan al margen aquellas secciones de las grandes superficies donde se ofrece gran equipamiento de hogar, electrodomésticos, textil, productos para el automóvil, juguetes u otros artículos de ocio y temporada.

[10-20%] y CARREFOUR, con el [10-20%].

En cuanto al ámbito geográfico definido entorno a la localidad de Puerto Rico, relevante a efectos del estudio de la operación, el cuadro siguiente muestra la estructura del mercado de la distribución minorista en formato libre servicio, según datos aportados por el notificante.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA EN LA ISOCRONA DE PUERTO RICO- Cuota en superficie de venta (m ²)			
ENSEÑA	Nº ESTABLECIMIENTOS	m ²	CUOTA
AGRUCAN	[...]	[...]	[30-40%]
DINOSOL	[...]	[...]	[30-40%]
QUEVEDO RAMÍREZ	[...]	[...]	[0-10%]
HERDISA	[...]	[...]	[0-10%]
UNIDE	[...]	[...]	[0-10%]
Otros	[...]	[...]	[20-30%]
Activos adquiridos de HERDISA	1	[...]	[0-10%]
TOTAL	[...]	[...]	100%

Fuente: Notificación

VI.1.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

En el caso del mercado de aprovisionamiento, la oferta está formada por un heterogéneo conjunto de proveedores cuyo poder de negociación varía en función del bien o servicio que suministran, de la marca o del tamaño, siendo muy relevante en el caso de los productos o marcas de obligada compra o “*must stock*”. Para compensar dicho poder se constituyen precisamente las centrales de compra.

En la última década ha crecido la importancia y el número de las centrales de compra que incluyen a minoristas pequeños e independientes con el fin de obtener economías en las compras a proveedores y competir así más eficazmente con los grandes operadores minoristas. IFA y EUROMADI son las principales centrales de compra en España, disponiendo del 17,9% y el 18,2%, respectivamente, del mercado nacional del aprovisionamiento, según datos recogidos en ALIMARKET y relativos a la superficie de venta minorista que abastecen.

Los grandes grupos de la distribución comercial minorista integrados verticalmente como CARREFOUR, EL CORTE INGLES, AUCHAN o MERCADONA utilizan su propio poder de compra frente a los oferentes, siendo su cuota conjunta del 50,1% del mercado. La central de compras del grupo EROSKI dispone del 13,8% del mercado, según datos de ALIMARKET.

Como se ha mencionado anteriormente, tanto DINOSOL como el establecimiento adquirido realizan una parte de sus actividades de abastecimiento a través de IFA.

El notificante estima que el valor del mercado nacional de aprovisionamiento en el ejercicio de 2007 ascendió a [...] millones de euros. El volumen de compras realizado en dicho ejercicio por DINOSOL fue aproximadamente de [...] millones de

euros y la del establecimiento objeto de la presente operación a [...] millones de euros.

En consecuencia, según el notificante, la cuota de DINOSOL en el mercado nacional del aprovisionamiento es del [0-10%] y la del establecimiento a adquirir de HERDISA del [0-10%], por lo que la operación notificada no tendrá un impacto significativo en la estructura competitiva del mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario en España.

VI.2. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario está constituida por los consumidores finales, personas físicas que, en función de sus características o necesidades, acudirán a un tipo u otro de superficie de venta.

Los consumidores residentes en zonas urbanas de difícil acceso en coche buscan establecimientos cercanos que ofrezcan bienes de consumo diario y normalmente se abastecerán a través de tiendas de proximidad o medianas superficies. Por el contrario, los residentes en zonas periféricas buscan establecimientos a los que puedan acceder en vehículo y en los que puedan realizar compras de aprovisionamiento de carácter semanal e incluso mensual, por lo que se dirigirán principalmente a grandes superficies de venta.

No obstante, conviene indicar que la demanda de los distintos tipos de superficies de venta no constituye compartimentos estancos, pudiendo acudir a las grandes superficies para realizar las grandes compras de aprovisionamiento y utilizar las tiendas de proximidad para abastecerse de productos de uso diario.

La demanda del mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario está constituida por la distribución comercial minorista y mayorista de dichos productos. En términos generales, el mercado de la distribución minorista absorbe el 50% del mercado del aprovisionamiento, alcanzando en España un porcentaje del 70%, según el extinto TDC¹¹.

Esta demanda, especialmente en el caso de la distribución minorista, está constituida por un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a importantes grupos activos a nivel multinacional. Estos, como se ha mencionado anteriormente, se aprovisionan de forma individual o colectivamente a través de centrales de compras.

VI.3. Competencia potencial - barreras a la entrada

Dentro del sector de la distribución comercial, el mercado de la venta minorista de bienes de consumo diario es el que presenta mayores barreras de entrada, básicamente de naturaleza legal y, en concreto, las derivadas de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista sobre la solicitud de Licencia Comercial Específica para la apertura de establecimientos superiores a los 2.500m², competencia delegada a las Comunidades Autónomas.

¹¹ Exptes C70/02 CAPRABO/ ENACO y C83/03 CAPRABO/ALCOSTO.

Así lo ha reconocido el extinto TDC en su informe sobre el sector de la distribución comercial¹² al señalar que *“La Ley de Ordenación del Comercio Minorista y las leyes que regulan este sector en las Comunidades Autónomas, al restringir o limitar la apertura de nuevos establecimientos, establecen una barrera legal de entrada en el sector reduciendo la competencia a nivel local, comarcal o regional”*.

La licencia comercial específica no constituye una autorización administrativa totalmente reglada y de concesión automática al cumplir los requisitos establecidos, sino que es una licencia para cuya concesión se deberán tener en cuenta aspectos como el equipamiento comercial de la zona afectada o los efectos que el nuevo establecimiento pudiera ejercer sobre la estructura comercial de la zona.

Son, pues, las Comunidades Autónomas, las que deciden acerca de las aperturas de nuevos grandes establecimientos comerciales, disponiendo de margen suficiente para valorar diferentes elementos a la hora de conceder estas licencias, lo que puede constituir una importante barrera de entrada al mercado.

Respecto a la normativa de la Comunidad Autónoma de Canarias, en la que se localizan todos los activos objeto de adquisición por DINOSOL, la norma básica es la Ley 10/2003, de 3 de abril, reguladora de la Licencia Comercial Específica.

Dicha norma exige la obtención de una licencia comercial específica, con carácter previo al otorgamiento de las preceptivas licencias urbanísticas¹³ para la apertura, modificación, ampliación y traslado de las siguientes categorías de establecimientos comerciales:

- centros comerciales, en los que la superficie de venta total de los establecimientos comerciales integrados en ellos supere los 6.000 m²;
- grandes establecimientos comerciales, con exigencias de superficie útil de venta al público que varían en función de la isla y de la población de los municipios afectados¹⁴,
- establecimientos comerciales de descuento duro y establecimientos dedicados preferentemente a la venta de saldo, que cumplan ciertas características previstas en la Ley;
- establecimientos comerciales titularidad de empresas o grupos de empresas con gran implantación comercial. La Ley 10/2003 define como empresas o grupos de

¹² TDC, “Informe sobre las condiciones de competencia en el sector de la distribución comercial (I 100/02)”. Madrid 4 de junio de 2003.

¹³ En concreto, la Licencia de Apertura y Funcionamiento, que el interesado obtendrá del Ayuntamiento en el que se ubique el local afectado. Con carácter previo a su concesión se solicitará informe vinculante de calificación de la actividad al Cabildo Insular de Gran Canaria.

¹⁴ En el caso de la isla de Gran Canaria, tendrán la consideración de gran establecimiento comercial aquellos puntos de venta que cuenten con una superficie útil de venta al público de: a) 750m², en los municipios con una población de hecho inferior a 20.000 habitantes, b) 1.500m², en los municipios con una población de hecho igual o superior a 20.000 habitantes e inferior a 200.000, y c) 2.000 m², en los municipios con una población de hecho igual o superior a 200.000 habitantes.

empresas con gran implantación comercial aquéllas cuya superficie de venta total en el conjunto de la Comunidad Autónoma Canaria supere los 25.000 m², condición que cumple DINOSOL¹⁵.

Adicionalmente, el artículo 1.3 de la Ley 10/2003 establece que la ampliación, modificación, traslado o cambio de titularidad de establecimientos comerciales que determinen su inclusión en alguno de las categorías anteriores, requerirá la previa obtención de la licencia comercial específica correspondiente a la nueva categoría¹⁶.

Por otro lado, la Ley 10/2003 y sus normas de desarrollo limitan la superficie susceptible de ser destinada a la actividad de distribución comercial. En concreto, limita la posibilidad de implantar nuevos grandes establecimientos comerciales.

Así, el artículo 19 del Decreto 232/2005, de 27 de diciembre, por el que se regula el procedimiento de concesión de la licencia comercial específica y se establecen los Criterios Generales de Equipamiento Comercial de Canarias establece unos niveles de saturación de establecimientos comerciales para las distintas Zonas de Atracción Comercial establecidas en el propio Decreto. Según dicho artículo, se podrá denegar la solicitud de instalación, modificación o ampliación de grandes establecimientos comerciales y establecimientos de descuento duro y venta a saldo cuando el ámbito territorial afectado se encuentre saturado de este tipo de instalaciones. Cabe recordar que estos formatos entran dentro de la definición de mercado de producto establecida.

En el caso que nos ocupa, el municipio de Mogán supera los niveles de saturación previstos en dicha normativa, por lo que no es posible la apertura de nuevos grandes establecimientos comerciales. Esta limitación no se aplica a establecimientos de superficie inferior a 1.500 m².

Al margen de las barreras legales mencionadas, no cabe ignorar las barreras derivadas de la propia localización de los comercios. En este sentido se ha manifestado el extinto TDC en su informe sobre las condiciones de competencia en el sector de la distribución comercial al indicar que *“el comercio al por menor compite no sólo en precios sino en situación próxima al consumidor. Una vez copadas las mejores ubicaciones, la entrada resulta muy dificultosa”*.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. del control sobre los activos vinculados a la explotación de un establecimiento comercial de distribución minorista de SUPERMERCADOS HERDISA situado en la isla de Gran Canaria.

¹⁵ También tienen esa consideración ALCAMPO, CARREFOUR, JESUMAN y MERCADONA.

¹⁶ El cambio de titularidad de los establecimientos objeto de la operación provocará su inclusión en el grupo DINOSOL que, según la normativa comercial canaria, tiene la consideración de empresa de gran implantación comercial, por lo que éste deberá solicitar la licencia comercial específica correspondiente a la nueva categoría, con carácter previo a la integración de los establecimientos en su estructura comercial.

La operación reforzará la posición de liderazgo que DINOSOL (25,8%) posee en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio en la Comunidad Autónoma de Canarias, aunque de forma marginal, en [0-10%] puntos porcentuales.

No obstante, la competencia en el mercado canario se encuentra garantizada por la presencia de importantes operadores nacionales o regionales sólidamente establecidos como AGRUCAN, MERCADONA o JESUMAN y que, en algunos casos, forman parte de grupos internacionales de distribución como CARREFOUR o AUCHAN.

A nivel local, DINOSOL consolida su posición en el ámbito geográfico definido en torno a la localidad de Puerto Rico, alcanzando una cuota del [30-40%], de la que [0-10%] puntos corresponden al negocio adquirido, por detrás de AGRUCAN, que cuenta con una cuota del [30-40%]. La oferta del mercado se completa con un importante número de operadores independientes que poseen una cuota conjunta del [20-30%] del mercado.

Adicionalmente, la operación no supone la desaparición de un competidor del mercado, ya que HERDISA mantendrá la titularidad de [...] establecimientos en la zona en la que se encuentran los activos adquiridos, con una cuota del [0-10%].

Por otro lado, la existencia de barreras legales de acceso al mercado que, en el caso del municipio de Mogán, impiden la apertura de establecimientos comerciales de más de 1.500 m², no ha impedido la entrada o la expansión de los operadores presentes en el mismo mediante la apertura de establecimientos de menor tamaño. En este sentido, es preciso señalar que todos los establecimientos de distribución minorista localizados en el ámbito geográfico definido entorno a Puerto Rico son inferiores a 1.500 m².

En cuanto al mercado ascendente de abastecimiento de bienes de consumo diario, la operación no tendrá un impacto significativo en su estructura competitiva dado el incremento marginal que experimentará el volumen de compras total realizado por DINOSOL.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación notificada suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados.



VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.