

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/1086/19 SANTA LUCÍA / FUNESPAÑA

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 20 de diciembre de 2019 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”), notificación de la concentración consistente en la toma de control exclusivo de la práctica totalidad¹ de los activos de FUNESPAÑA, S.A. (“FUNESPAÑA”) por parte de SANTA LUCÍA, S.A., COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS (SANTA LUCÍA).
- (2) La notificación ha sido realizada por la empresa adquirente, 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 establecido en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (“RDC”), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (3) Con fecha 20 de diciembre de 2019, en virtud de lo dispuesto en los artículos 39.1.y 55.6 de la LDC, esta Dirección de Competencia solicitó a terceros operadores y a la Asociación Nacional de Servicios Funerarios (PANASEF) información necesaria para la adecuada valoración de la concentración. En virtud de lo dispuesto en el artículo 37.1.b) de la LDC, la Dirección de Competencia acordó que dichas solicitudes de información suspendieran el transcurso de los plazos máximos para resolver en la medida en que las respuestas a dichos requerimientos contendrían elementos de juicio necesarios para que la CNMC pueda valorar la operación de concentración notificada.
- (4) La última respuesta a los requerimientos de información mencionados se recibió en la sede electrónica de la CNMC el 23 de enero de 2020, reanudándose el cómputo del plazo para resolver en primera fase el expediente de referencia, de conformidad con el artículo 12.2 del RDC.
- (5) El 24 de enero de 2020, la Dirección de Competencia, conforme a lo previsto en los artículos 37.2.b) y 55.5 de la LDC, requirió del notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, que fue cumplimentada el 7 de febrero de 2020.
- (6) A la vista de lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 9 de marzo de 2020, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (7) La operación notificada consiste en la adquisición por el grupo SANTA LUCÍA del control exclusivo de FUNESPAÑA, filial de MAPFRE ESPAÑA, COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. (“MAPFRE”), lo que en la práctica implica

¹ Excluyendo las participaciones de FUNESPAÑA en tres sociedades (All Funeral Services, S.A, Empresa Mixta de Servicios Funerarios de Madrid, S.A, y la compañía húngara Tanatorium, Zrt).

la integración de los negocios funerarios de dicha entidad y los de ALBIA GESTIÓN DE SERVICIOS, S.L.U. ("ALBIA"), filial de SANTA LUCÍA.

- (8) A estos efectos, las partes suscribieron un Acuerdo de Intenciones el 20 de septiembre de 2018 y un Acuerdo Marco el 5 de junio de 2019, que, a su vez, incluye como anexos un Contrato de Inversión y un Acuerdo de Accionistas. Dichos contratos prevén que FUNESPAÑA segregue la mayor parte de sus activos funerarios a favor de una sociedad de nueva creación (NEW NORRSKEN CONSULTING, S.L.U. "NNC"), cuyo capital social, tras una serie de operaciones societarias, estará en manos de SANTA LUCÍA (75%) y MAPFRE (25%).
- (9) Las previsiones contenidas en el Acuerdo de Accionistas respecto a la composición y funcionamiento de los órganos de administración de la empresa en participación, no otorgan a MAPFRE derecho de veto alguno sobre materias que otorgan el control a efectos de la normativa de competencia, por lo que dicha empresa estará controlada en exclusiva por SANTA LUCÍA.
- (10) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1 b) de la LDC.
- (11) Adicionalmente, SANTA LUCÍA y MAPFRE han suscrito un compromiso en relación con la contratación de los servicios de la empresa resultante. Así, la cláusula 16 del Acuerdo de Accionistas prevé que cualquier servicio funerario o complemento del mismo, con independencia de su origen, procedente de los socios o de cualquier empresa controlada mayoritariamente por ellos, será puesto a disposición de la empresa resultante y sus filiales, salvo elección en contrario del cliente o asegurado correspondiente.

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

- (12) De acuerdo con los notificantes, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
- (13) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral de cuota de mercado establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (14) El Acuerdo de Accionistas suscrito por las partes el 5 de junio de 2019 incluye en su cláusula 15 un pacto de no competencia, en virtud del cual SANTALUCÍA y MAPFRE se comprometen durante la vigencia de dicho contrato a no competir con ALBIA prestando o desarrollando cualquier actividad relacionada directamente con la prestación de servicios funerarios en España, así como a canalizar a través de dicha empresa todas sus actividades en ese ámbito. Para ello, se comprometen a aportar a ALBIA la totalidad de las participaciones que adquieran en un futuro de entidades que estén activas en dichos negocios, a

excepción de participaciones no superiores al [...] ² en sociedades cotizadas que tengan carácter meramente financiero.

IV.1 Valoración

- (15) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (16) A su vez, 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), considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo y, con carácter general, deben servir para proteger al comprador.
- (17) De acuerdo con la citada Comunicación, las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un plazo máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Cuando sólo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años (párrafo 20).
- (18) En el presente caso, el pacto de no competencia impone restricciones a la competencia tanto al vendedor (MAPFRE) como al comprador (SANTA LUCIA), restricciones éstas últimas que no están directamente vinculadas a la operación ni son necesarias para su realización, ya que, según lo establecido en el párrafo 24 de la Comunicación de la Comisión, éstas solo estarían justificadas para el vendedor.
- (19) En lo que al pacto de no competencia aplicable al vendedor se refiere, su duración (indefinida) va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujeto a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas lo que exceda de 2 años.
- (20) También su contenido resulta excesivamente amplio, en la medida en que limita la capacidad del vendedor de ser titular de participaciones no superiores al [...] en sociedades cotizadas competidoras, lo que excede de lo previsto en la Comunicación de la Comisión. Ésta considera que las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a tener acciones en una empresa competidora estarán directamente vinculadas a la operación, salvo que le impidan tener o adquirir acciones con fines de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente una influencia sustancial en la empresa competidora. Por este motivo, dicha limitación no se considera accesorio a la operación ni debe entenderse autorizada con ella.
- (21) Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la Comunicación de la Comisión, esta Dirección de Competencia considera que la duración del pacto de no competencia (en lo que

² Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

excede de dos años) y su contenido (en lo relativo a la limitación impuesta al vendedor de ser titular de participaciones en empresas competidoras) van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujeto a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.

- (22) En cuanto a las restricciones a la competencia impuestas al comprador en el Acuerdo de Accionistas, no se consideran restricciones directamente vinculadas a la operación ni necesarias para su realización, por lo que no deben entenderse autorizados con ella.

V. EMPRESAS PARTÍCIPIES

V.1 ADQUIRENTE:

• SANTA LUCIA

- (23) SANTA LUCIA es una sociedad española que constituye la matriz del grupo SANTALUCIA, que no está controlada por ninguna persona física o jurídica.
- (24) El grupo SANTALUCÍA se encuentra principalmente activo en el sector de seguros, tradicionalmente en el segmento de seguros de no vida, en concreto en el ramo de seguros de deceso y hogar, aunque actualmente también tiene actividades en el sector de seguros de vida.
- (25) Adicionalmente es titular del 100% del capital de ALBIA activa en la prestación integral de servicios funerarios en España. En concreto, ALBIA y sus filiales³ prestan actualmente servicios funerarios en 26 provincias españolas⁴ de 11 Comunidades Autónomas⁵, gestionando 87 tanatorios (en 24 provincias), 25 crematorios (en 15 provincias) y 6 cementerios (en 3 provincias).
- (26) El volumen de negocios del grupo SANTALUCÍA en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008 fue, según el notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS GRUPO SANTALUCÍA (millones de euros) 2018		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
2.562*	2.561*	2.559*

Fuente: Notificación

* Incluyendo la facturación de ALBIA que ascendió a 118,76 millones de euros en 2018

V.2 ADQUIRIDA:

• FUNESPAÑA

- (27) FUNESPAÑA es una sociedad española perteneciente al grupo MAPFRE que está activa en la prestación integral de servicios funerarios en España. En concreto, FUNESPAÑA y sus filiales prestan actualmente servicios funerarios en

³ Incluyendo las 4 empresas adquiridas recientemente por ALBIA (Tanatorios Mostoles, S.L., Funeraria La Paz, S.L., Funerarias Fernández S.L. y Tanatorio de Atlantico). Su facturación conjunta en 2018 ascendió a 4,88 millones de euros.

⁴ En 25 de ellas, ALBIA tiene instalaciones funerarias, en concreto en La Coruña, Pontevedra, Lugo, Álava, Guipúzcoa, Vizcaya, Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Cantabria, Burgos, Castellón, Valencia, Ciudad Real, Toledo, Huesca, Teruel, Zaragoza, Ávila, León, Madrid y Navarra. En Ceuta, aunque no tiene instalaciones presta servicios funerarios.

⁵ En 10 de ellas, ALBIA tiene instalaciones funerarias (Andalucía, Aragón, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla León, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, Navarra y País Vasco).

- 14 provincias españolas⁶ de 11 Comunidades Autónomas⁷, gestionando 71 tanatorios (en 13 provincias), 12 crematorios (en 9 provincias) y 19 cementerios (en 4 provincias).
- (28) Adicionalmente, FUNESPAÑA tiene participaciones minoritarias en algunas empresas funerarias, en cuyo capital también está presente ALBIA de forma minoritaria, empresas que tras operación pasaran a ser controladas de forma exclusiva por ALBIA. Se trata de Isabelo Álvarez Mayorga, S.A.⁸, Iniciativas Alcaeser S.L.⁹, Salzillo Servicio Funerarios, S.L.¹⁰, Servicio La Caridad, S.A.¹¹ e Inversiones Funerarias Andaluzas, S.L.¹² (en adelante “empresas participadas”), que en su conjunto gestionan 49 tanatorios, 4 crematorios y un cementerio localizados en 6 provincias¹³ de 4 Comunidades Autónomas¹⁴.
- (29) MAPFRE es una entidad aseguradora activa en el mercado español de seguros de vida y no vida (incluyendo seguros de deceso) y reaseguros, cuya matriz MAPFRE, S.A. es una sociedad cotizada, siendo FUNDACIÓN MAPFRE su principal accionista (67,6 % de su capital social).
- (30) El volumen de negocios de FUNESPAÑA en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del RDC, fue, según el notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS FUNESPAÑA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
42,1*	42,1*	42,1*

Fuente: Notificación

* Excluyendo la facturación de las empresas participadas, cuya facturación en 2018 ascendió a 11,71 millones de euros.

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercado de producto

- (31) La operación afecta al sector funerario, en el que solapan horizontalmente sus actividades ALBIA, FUNESPAÑA y las empresas participadas.
- (32) Adicionalmente, la operación generará efectos verticales dada la integración de la adquirente en el grupo asegurador SANTA LUCÍA, activo en el sector de seguros de deceso, demandante de servicios en el sector funerario.
- (33) Asimismo, es preciso considerar la presencia de MAPFRE a través de su participación minoritaria en la empresa resultante y a la vista de su compromiso

⁶ En 13 de ellas, FUNESPAÑA tiene instalaciones funerarias, en concreto en La Coruña, Tarragona, Vizcaya, Huelva, Jaén, Málaga, Sevilla, Valencia, Ciudad Real, Zaragoza, León, Madrid y Navarra. En Islas Baleares no tiene instalaciones funerarias, pero presta servicios funerarios.

⁷ En 10 Comunidades Autónomas FUNESPAÑA tiene instalaciones funerarias (Andalucía, Aragón, Castilla La Mancha, Castilla León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, Navarra y País Vasco).

⁸ Empresa funeraria presente en la provincia de Ávila, donde gestiona 5 tanatorios.

⁹ Empresa funeraria presente en las provincias de Badajoz (donde gestiona 6 tanatorios) y Cáceres (donde gestiona 30 tanatorios y 2 crematorios).

¹⁰ Empresa funeraria presente en la provincia de Murcia, donde gestiona 6 tanatorio y un crematorio.

¹¹ Empresa funeraria presente en la provincia de Cádiz, donde gestiona un tanatorio, un crematorio y un cementerio.

¹² Empresa funeraria presente en la provincia de Jaén, donde gestiona un tanatorio.

¹³ Badajoz, Cáceres, Murcia, Ávila, Cádiz y Jaén.

¹⁴ Extremadura, Murcia, Castilla León y Andalucía.

de contratar con ella todos los servicios funerarios que estén cubiertos por sus pólizas de deceso (respetando en su caso la libre elección de los tomadores).

VI.1.1. Servicios funerarios

- (34) Tradicionalmente, los precedentes analizados en el sector funerario¹⁵ han venido considerando mercados de producto distintos para cada una de las principales actividades realizadas por las empresas funerarias desde el momento en el que se produce el fallecimiento de una persona hasta su inhumación o cremación, distinguiendo así los siguientes cuatro mercados minoristas de prestación de servicios: i) el mercado de servicios funerarios (traslados y servicios complementarios)¹⁶, ii) el mercado de servicios de tanatorio¹⁷, iii) el mercado de servicios de cementerio¹⁸ y iv) el mercado de servicios de cremación¹⁹.
- (35) No obstante, en las últimas operaciones de concentración analizadas en este sector²⁰, se barajó la posibilidad de una nueva definición de mercado de producto, dada la evolución apuntada en los informes de la Asociación Nacional de Servicios Funerarios (PANASEF)²¹ hacia una generalización de ofertas de servicios integrales que permiten al consumidor gestionar todas las necesidades que requiere un funeral a través de una empresa funeraria, incluyendo la realización de todos los trámites burocráticos necesarios y la organización del sepelio, con las características y complementos específicos que cada familia requiera.
- (36) En este sentido, se apuntaba la posibilidad de considerar un **único mercado minorista de servicios funerarios integrales**, que englobara el conjunto de servicios funerarios (servicios funerarios, de tanatorio, de cementerio y de cremación) prestados por las empresas funerarias a los particulares (familiares o allegados del difunto) desde el momento en que se produce la defunción, directamente o a través aseguradoras de deceso, para dar destino final al fallecido²².
- (37) Dicho mercado estaría configurado, desde el lado de la oferta, por las empresas funerarias, independientemente de que sean o no titulares/gestores de las

¹⁵ Expedientes N-04045 INTUR/SCI SPAIN; N-04046 INTUR/EURO STEWART; N-05031 INTUR/FUNERARIAS DEL ALTOARAGÓN, del extinto SDC y C-85/04 INTUR/EURO STEWART, del extinto TDC; C/0343/11 3i GROUP(MEMORA)/SERVEIS FUNERARIS BARCELONA y C/0097/08 3i/MÉMORA, de la extinta CNC, C/0765/16 CATALANA OCCIDENTE/GRUPO PREVISORA BILBAINA/GRUPO FUNERARIO ARROITIA, C/0880/17 OTTP / MÉMORA, C0908/17 MÉMORA / FUNERARIA MIRANDA.

¹⁶ Consiste en el transporte del cadáver desde el domicilio o lugar de fallecimiento hasta el lugar de vela, y desde éste hasta el cementerio de la localidad elegida para la inhumación o, en su caso, el lugar donde vaya a tener lugar la cremación del cuerpo, así como la prestación de una serie de servicios conexos adicionales (acondicionamiento sanitario de los cadáveres; su amortajamiento; el suministro de féretros, ataúdes, arcas, y urnas para cadáveres, restos y cenizas; el suministro de flores y coronas; y los trámites de diligencias para el registro de defunción y la autorización de sepultura).

¹⁷ Servicio que ofrece la vela de los fallecidos por sus familiares en adecuadas condiciones higiénico-sanitarias, con posibilidad de práctica de la tanatopraxia, o tratamiento de los cadáveres, y otros servicios accesorios.

¹⁸ Incluye a todos aquellos servicios que se realizan desde la descarga del féretro y la corona, hasta su inhumación o enterramiento, así como la reducción de restos, mediante la manipulación de los huesos, tras ser descarnado el cadáver, para reducir el espacio ocupado en nichos y sepulturas.

¹⁹ Incluye los servicios consistentes en la reducción a cenizas del cadáver mediante su incineración

²⁰ C-964/18 MEMORA/SERFUNTAN y C-1044/19 MEMORA/MONTERO.

²¹ *Mercado Sector Funerario Marco Legal* 2017, p. 12

²² Tanto directamente (en sus propias instalaciones) como contratando con terceras funerarias, cuando no dispongan de instalaciones o medios propios en la localidad elegida por el cliente final.

instalaciones funerarias donde se presta el servicio²³, mientras que la demanda estaría conformada por los particulares (familiares o allegados del difunto), directamente o a través aseguradoras de deceso.

- (38) Junto al anterior, los precedentes recientes plantearon la existencia de varios **mercados mayoristas de servicios** (transporte²⁴, tanatorio, cementerio y crematorio), en la medida en que, para la prestación de un servicio integral, las empresas funerarias contratan con un tercero los servicios que no pueden prestar directamente en la localidad elegida por el cliente final, por carecer de medios propios para ello.
- (39) En este sentido, la oferta en estos mercados estaría constituida por los gestores de las instalaciones existentes en la localidad elegida por el cliente final (bajo cualquier forma de titularidad: propietario, concesionario²⁵) y la demanda, por terceros operadores, empresas funerarias, que no disponen de instalaciones en dicha localidad y que ofrecen dichos servicios al cliente final en el marco de un servicio funerario integral; situación habitual, en la medida en que las empresas funerarias no cuentan con instalaciones en todas las localidades donde potencialmente pueden operar.
- (40) A los efectos de considerar estas nuevas definiciones de mercado de producto, esta Dirección de Competencia ha enviado requerimientos de información a entidades terceras (competidores, clientes/aseguradoras y PANASEF).
- (41) La práctica totalidad de las empresas que han contestado consideran más acorde con la realidad del mercado actual la existencia de un único mercado minorista de servicios funerarios integrales en lugar de los tradicionales cuatro mercados minoristas individualizados de dichos servicios. Las funerarias consultadas señalan que, de forma absolutamente mayoritaria, prestan servicios integrales a sus clientes, ya sean éstos particulares o aseguradoras, mientras que estas últimas confirman que contratan de forma integral la prestación de servicios funerarios para sus asegurados, especialmente con funerarias preferentes que cumplen con sus estándares de calidad y precio, para así minimizar riesgos.
- (42) Respecto a los mercados mayoristas, algunas entidades consultadas señalan que los servicios de transporte funerario habitualmente se prestan directamente en todo el territorio nacional, sin necesidad de un canal mayorista. A este respecto, PANASEF señala que no se realizan contrataciones de transporte de difuntos entre empresas prestadoras de servicios funerarios salvo en el caso de expatriaciones y repatriaciones internacionales, que se realizan con empresas especializadas.
- (43) Consultado al respecto, el notificante señala que, a nivel mayorista, MAPFRE no presta traslados ni servicios de expatriaciones y repatriaciones, mientras que

²³ Contratando en su caso la prestación de algunos de los servicios que integran su oferta funeraria con las funerarias propietarias o gestoras de las instalaciones que se desee utilizar.

²⁴ Especialmente en supuestos de traslados a otras Comunidades Autónomas y en casos de repatriaciones internacionales.

²⁵ En relación a estas instalaciones hay que señalar que pueden ser tanto de titularidad privada como pública, en este último caso pueden estar gestionados directamente por la administración competente, generalmente ayuntamientos, o bien gestionadas de forma privada a través de las correspondientes concesiones o contratos públicos.

ALBIA presta ambos servicios de forma residual²⁶. A la vista de ello, los servicios de transporte funerario, aún en el caso de que se considere que conforman un mercado de producto mayorista separado, no resultan relevantes a efectos del análisis de la operación.

- (44) Por tanto, a la vista de todo lo anterior, esta Dirección de Competencia considera oportuno tener en cuenta estas definiciones del mercado de producto, como marco en el que valorar las operaciones de concentración en el sector funerario, dada la evolución experimentada en dicho sector. De esta forma, se valorará la incidencia de la operación en el mercado minorista de servicios funerarios integrales²⁷ y en los tres mercados mayoristas vinculados a las instalaciones funerarias (tanatorio, cementerio y crematorio).

VI.1.2. Seguros de deceso

- (45) El seguro de deceso es una categoría de seguro de no vida que cubre los gastos derivados del entierro/incineración del asegurado y que, en función de la póliza contratada, puede incluir otras coberturas vinculadas al servicio funerario. Se trata, por tanto, de un seguro de prestación de servicios, siendo la empresa aseguradora la responsable de garantizar su prestación, contratando con empresas funerarias la prestación de dichos servicios a sus asegurados. Esta característica lo diferencia del seguro de vida, en el que, ante la ocurrencia del siniestro se paga un capital, mientras que en el seguro de deceso se presta un servicio.
- (46) Dadas sus características, los precedentes²⁸ han venido considerando que el seguro de deceso constituye un mercado de producto separado de otras modalidades de seguro de no vida.
- (47) El mercado de la provisión de seguros de deceso está verticalmente relacionado con los mercados identificados en el sector funerario, debido a que la demanda de la prestación de servicios funerarios está parcialmente intermediada por las compañías de seguros que ofrecen seguros de deceso, según se describirá posteriormente.

VI.2. Mercado geográfico

VI.2.1. Servicios funerarios

- (48) El mercado minorista de los servicios funerarios integrales, por su propia naturaleza no tiene carácter local al no resultar necesaria la presencia física de las funerarias en la localidad elegida por el cliente final, pudiendo contratar la prestación de cualquiera de los servicios comprometidos en el marco de un servicio funerario integral, con los propietarios o gestores de las instalaciones existentes en dicha localidad, por lo que cabría considerar un ámbito provincial, regional e incluso nacional.

²⁶ En el caso de las expatriaciones y repatriaciones, la mayoría de los servicios son prestados a clientes finales, siendo irrelevante la prestación a otra funeraria nacional.

²⁷ Mercado en el que todos los servicios mayoristas se ofrecen empaquetados al cliente final.

²⁸ C/0370/11 MAPFRE/ACCIONISTAS SINDICADOS/FUNESPAÑA, C/0499/13 DIVINA PASTORA/LÁLIANÇA y la Resolución del extinto TDC en el expediente C-85/04 INTUR/EURO STEWART.

- (49) Por el contrario, los mercados mayoristas de tanatorio, cementerio y crematorio, sí tienen carácter local, por cuanto implican la prestación de dichos servicios por los propietarios o gestores de las instalaciones existentes en la localidad elegida por el cliente final, con los que las funerarias prestadoras del servicio funerario integral no presentes en dicha localidad subcontrataran el servicio.
- (50) En este sentido, de forma semejante a la establecida en los precedentes para los mercados de producto definidos tradicionalmente en el ámbito de los servicios funerarios, se podrá considerar como relevante, según los casos, tanto el ámbito municipal como la zona de influencia de un determinado municipio, una comarca o una región.
- (51) A estos efectos, es preciso considerar que mientras la mayoría de localidades cuentan con cementerios, no ocurre así con tanatorios y mucho menos con crematorios, por lo que el área de influencia de estos últimos sería mayor. Así, cabría considerar de forma semejante a la establecida en los precedentes que el ámbito geográfico del mercado mayorista de cementerio sería local²⁹, el de tanatorio estaría constituido por las áreas de influencia de dichas instalaciones, en un radio que vendría delimitado por isócronas definidas en función de las instalaciones existentes y las concretas características orográficas y de comunicación entre las localidades, mientras que el mercado mayorista de los crematorios (mucho menos numerosos que los tanatorios) vendría definido por la zona de influencia del municipio donde se localicen las instalaciones dedicadas a la prestación de dicho servicio.
- (52) ALBIA y FUNESPAÑA tienen una gran implantación a nivel nacional, siendo titulares o gestores de instalaciones funerarias (tanatorios, crematorios y cementerios) en multitud de localidades españolas repartidas por 25 y por 13 provincias, respectivamente, a las que habría que añadir las correspondientes a las empresas participadas, que están presentes en 6 provincias.
- (53) De todas ellas, el notificante ha identificado únicamente 2 localidades (Valdepeñas y Bilbao) en los que tanto ALBIA como FUNESPAÑA son titulares o gestores de tanatorios. En estos ámbitos, la operación es susceptible de generar una adición de cuota y, por tanto, una modificación de la estructura del mercado mayorista de tanatorio.
- (54) El notificante ha analizado la oferta de tanatorios en dichas localidades de forma más detallada para definir el ámbito geográfico del mercado mayorista correspondiente, sobre la base del origen de los fallecidos velados en los tanatorios de las partes y la sustituibilidad entre tanatorios situados en municipios limítrofes, proponiendo considerar como relevante la propia localidad en el caso de Bilbao, mientras que en el caso de Valdepeñas, un área que incluyera dicho municipio y Manzanares, localidad situada a 24 minutos en coche desde aquella³⁰.

²⁹ Salvo en el caso de cementerios mancomunados.

³⁰ En los términos municipales de ambas localidades se localizan los 2 hospitales de referencia de la zona, por lo que, según el notificante, se concentra aquí buena parte de la demanda de servicios funerarios de la comarca al fallecer en ellos personas empadronadas en sus municipios limítrofes. En este sentido, el notificante considera que las empresas establecidas en los municipios de origen de los fallecidos también compiten con las empresas localizadas en Valdepeñas y en Manzanares.

- (55) Sin perjuicio de lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que el análisis de la operación no puede limitarse a las dos localidades en las que ALBIA y FUNESPAÑA solapan sus actividades mayoristas de tanatorio, siendo necesario analizar todas las localidades en las que FUNESPAÑA y las empresas participadas gestionan instalaciones funerarias (propias o bajo concesión), que pasarán a formar parte de la infraestructura de ALBIA, al ser susceptibles de verse afectadas por la operación.
- (56) Dicha circunstancia llevaría a definir el ámbito geográfico de otros 109 municipios en los que FUNESPAÑA y las empresas participadas gestionan instalaciones de tanatorio, crematorio o cementerio³¹, circunstancia que, a falta de un análisis en mayor profundidad, lleva a considerar como relevante el municipio correspondiente.

IV.2.2. Seguros de deceso

- (57) Con independencia del ámbito nacional que, con carácter general, tienen los seguros de vida y no vida, la mayor parte de los precedentes³² han considerado que los seguros de deceso tienen un ámbito geográfico más reducido que el nacional, dada la relevancia que tiene la presencia física provincial de las aseguradoras como factor importante de atención a los clientes y en la captación de nuevos asegurados, por lo que se analizó el mercado de los seguros de deceso tanto a nivel nacional como provincial, dejando no obstante abierta la definición exacta del ámbito geográfico del mercado³³.
- (58) Por su parte, el notificante considera que el mercado de seguros de deceso es de alcance nacional dada la naturaleza de las redes de distribución y de prestación de servicios para atender a las pólizas y los siniestros, y el hecho de que los principales operadores operen a nivel nacional.
- (59) Esta Dirección de Competencia, de acuerdo con la práctica habitual de los precedentes, analizará la incidencia de la operación tanto a nivel nacional como provincial, para descartar cualquier afectación de la competencia derivada de la presente operación.

VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VII.1. Estructura de la oferta

VII.1.1. Servicios funerarios

- (60) El mercado de la prestación de servicios funerarios en España se caracteriza por la amplitud y diversidad de la oferta, resultado de décadas de reserva de dicha actividad a los Ayuntamientos. Según datos de PANASEF, actualmente existen en el mercado 1.435 empresas de servicios funerarios de diferente tipología

³¹ FUNESPAÑA gestiona instalaciones funerarias en 62 localidades (en 2 de ellos existe solapamiento con ALBIA) y las empresas en participación en 49.

³² C/0928/18 GRUPO CATALANA OCCIDENTE/SOCIEDADES ADQUIRIDAS, C/0765/16 CATALANA OCCIDENTE/GRUPO PREVISORA BILBAINA/GRUPO FUNERARIO ARROITIA, C/0370/11 MAPFRE/ACCIONISTAS SINDICADOS/FUNESPAÑA y C/0499/13 DIVINA PASTORA/LÁLIANÇA.

³³ El precedente más reciente de la CNMC concluye, sin embargo, que el ámbito geográfico del mercado de seguros de deceso es nacional (S/0643/18 Tanatorios Nules).

(públicas, privadas o mixtas), que en 2018 generaron un volumen de negocio de aproximadamente 1.530 millones de euros.

- (61) Otro de los elementos que caracterizan a este mercado es el crecimiento que han ido experimentando las empresas funerarias tanto en tamaño, número de empleados como en facturación, alejándose de la idea tradicional de pequeñas empresas familiares muy localizadas y poco profesionalizadas. En este sentido, PANASEF señala³⁴ que las empresas funerarias con una facturación inferior a un millón de euros suponen actualmente el 20% del mercado, mientras que en 2004 suponían más del 70% del mismo.
- (62) El aumento del volumen de facturación de las empresas funerarias, experimentado en los últimos años, ha venido acompañado, según PANASEF, de una mayor expansión geográfica, pasando muchas de ellas de operar en un ámbito local a cubrir zonas más amplias. También se habría incrementado el número de operadores que operan en más de dos comunidades autónomas o a escala nacional.
- (63) En todo caso, con independencia de los procesos de concentración producidos en el sector, la oferta de los servicios funerarios se encuentra aún muy fragmentada, de forma que los cinco principales operadores del sector generaron en 2018 un volumen de negocios conjunto de aproximadamente el 30% de la facturación total del sector en España.
- (64) Algunos de los principales operadores del sector están integrados con aseguradoras de deceso, tal es el caso tanto de ALBIA y FUNESPAÑA como de ASISTEA³⁵ (grupo CATALANA OCCIDENTE), SERVISA (grupo OCASO), ASV (MERIDIANO) y NUESTRA SEÑORA DE ATOCHA (SEGUROS ATOCHA), mientras que algunos de los grandes operadores funerarios no lo están (MEMORA). Adicionalmente, compiten en el mercado un importante número de empresas de titularidad pública o mixtas³⁶, algunas de ellas de gran peso e importancia en el mismo, como es el caso de la Empresa Municipal de Servicios Funerarios de Madrid, S.A. o Serveis Funeraris de Barcelona.
- (65) A la hora de valorar la presencia de las partes en el **mercado minorista de servicios funerarios integrales**, esta Dirección de Competencia partirá de datos aportados por PANASEF en el marco del test de mercado relativos a la facturación y al número de servicios prestados en el sector, en los últimos 3 años.
- (66) Dicha información, aunque incompleta (PANASEF no dispone de datos de facturación a nivel autonómico y provincial, ni de datos sobre el número de servicios a nivel provincial), constituye una aproximación más fiable para determinar el tamaño de los mercados funerarios que las empleadas tradicionalmente en los precedentes³⁷.

³⁴ Mercado del Sector Funerario, 2017.

³⁵ Incluye Funeraria Bilbaína, Funeraria La Auxiliadora, S.L.U., Funeraria Merino Diez. S.L.U. y Funeraria Nuestra Señora de los Remedios. S.L.U.

³⁶ Resultado de las décadas de reserva de la actividad funeraria a los Ayuntamientos y a pesar de los años transcurridos desde su liberalización.

³⁷ Los precedentes han venido calculando las cuotas de los mercados minoristas de servicios funerarios, de tanatorio, de cementerio y de cremación sobre la base del número de servicios prestados por cada operador tanto respecto al número total de fallecidos en una localidad como al número de fallecidos censados en ella. Dicha metodología generaba distorsiones en las

- (67) La facturación de ALBIA en 2018 ascendió a 118,76 millones de euros, lo que la convierte en el segundo operador del sector en España por facturación, tras MEMORA. A esa cifra habría que añadir la facturación de las 4 empresas adquiridas recientemente por esa empresa (4,88 millones de euros)³⁸, por lo que su cuota ascendería aproximadamente al 8,08% del mercado minorista de servicios funerarios integrales a nivel nacional³⁹.
- (68) FUNESPAÑA, tercer operador del sector en España por facturación, tuvo un volumen de ventas en 2018 de 42,10 millones de euros, lo que supone una cuota del 2,75% del mercado, mientras que la de las empresas participadas sería del 0,77% (11,71 millones de euros de facturación). La cuota resultante ascendería al **11,6%** del mercado minorista de servicios funerarios integrales en España en valor.
- (69) En términos de servicios prestados, en base a los datos aportados por el notificante, la cuota de ALBIA ascendería al [0-10%] del mercado a nivel nacional⁴⁰, la de FUNESPAÑA al [0-10%]⁴¹ y la de las empresas participadas al [0-10%]⁴², por lo que la cuota resultante ascendería al **[0-10%]** del mercado minorista de servicios funerarios integrales en España en volumen.
- (70) En cuanto a los **mercados mayoristas**, PANASEF ha aportado información del número de instalaciones (tanatorios, crematorios y cementerios) existentes actualmente a nivel nacional, así como la distribución autonómica y provincial de tanatorios y la distribución autonómica de crematorios.
- (71) Partiendo de dichos datos, el cuadro siguiente muestra el porcentaje que las instalaciones gestionadas por ALBIA, FUNESPAÑA y las empresas participadas representan sobre el total de instalaciones de tanatorio, crematorio y cementerio existentes a nivel nacional y de las comunidades autónomas y provincias en las que están presentes.

cuotas de mercado (cuotas superiores al 100%) cuando los operadores atendían más fallecimientos que vecinos empadronados fallecían durante el año, por efecto de las denominadas "bocas de carga" derivada de la localización de los principales hospitales y el mayor número de plazas de residencias de ancianos en algunos municipios, lo que hace que muchas personas empadronadas en otros municipios fallezcan allí.

³⁸ La adquisición de estas cuatro empresas está siendo objeto de análisis por si se hubiera incumplido el artículo 9 de la LDC y hubiese que incoar el correspondiente expediente sancionador.

³⁹ PANASEF señala que en 2018 se generó un volumen de negocio de aproximadamente 1.530 millones de euros.

⁴⁰ Según estimaciones del notificante, en 2018 ALBIA presto servicios funerarios a un total de [...] fallecidos a nivel nacional de un total de 427.721, según PANASEF

⁴¹ FUNESPAÑA presto en 2018 servicios funerarios a un total de [...] fallecidos a nivel nacional

⁴² Las empresas en participación prestaron en 2018 servicios funerarios a un total de [...] fallecidos a nivel nacional

Mercado mayorista de tanatorios					
Ámbito geográfico	Total	ALBIA	Funespaña	Empresas participadas	Conjunto (Cuota)
España	2.525	87	71	49	207 (8,2%)
Andalucía	470	18	9	2	29 (6,2%)
Almería	27	7	--	--	7 (25,9%)
Cádiz	36	2	--	1	3 (8,3%)
Granada	91	2	--	--	2 (2,2%)
Huelva	42	2	6	--	8 (19%)
Jaén	69	4	1	1	6 (8,7%)
Málaga	73	1	1	--	2 (2,7%)
Sevilla	66	--	1	--	1 (1,5%)
Aragón	70	9	4	--	13 (18,6%)
Huesca	14	8	--	--	8 (57,1%)
Zaragoza	48	1	4	--	5 (10,4%)
Cantabria	26	2	--	--	2 (7,7%)
Castilla León	355	10	9	5	24 (6,7%)
Ávila	42	5	--	5	10 (23,8%)
León	75	1	9	--	10 (13,3%)
Burgos	19	4	--	--	4 (21%)
Castilla La Mancha	213	8	7	--	15 (7%)
Ciudad Real	40	1	7	--	8 (20%)
Toledo	65	7	--	--	7 (10,8%)
Cataluña	183	--	14	--	14 (7,6%)
Tarragona	36	--	14	--	14 (38,9%)
C. Valenciana	208	5	3	--	8 (3,8%)
Castellón	49	1	--	--	1 (2%)
Valencia	107	4	3	--	7 (6,5%)
Extremadura	167	--	--	36	36 (21,6%)
Badajoz	70	--	--	6	6 (8,6%)
Cáceres	97	--	--	30	30 (30,9%)
Galicia	301	23	1	--	24 (7,9%)
La Coruña	94	12	1	--	13 (13,8%)
Pontevedra	70	8	--	--	8 (11,4%)
Lugo	79	3	--	--	3 (3,8%)
Madrid	101	3	15	--	18 (17,8%)
Murcia	57	--	--	6	6 (10,5%)
Navarra	115	1	6	--	7 (6,1%)
País Vasco	78	8	3	--	11 (14,1%)
Álava	7	1	--	--	1 (14,3%)
Guipúzcoa	33	2	--	--	2 (6,1%)
Vizcaya	38	5	3	--	8 (21,1%)

Fuente: PANASEF y datos de las partes procedentes de la notificación.

Mercado mayorista de crematorios					
Ámbito geográfico	Total	ALBIA	Funespaña	Empresas participadas	Conjunto (Cuota)
España	442	25	12	4	41 (9,28%)
Andalucía	101	8	6	1	15 (14,85%)
Aragón	16	2	--	--	2 (12,5%)
Cantabria	4	1	--	--	1 (25%)
Castilla León	49	1	1	--	2 (4,1%)
Castilla La Mancha	17	1	1	--	2 (11,8%)
C. Valenciana	46	--	1	--	1 (2,17%)
Extremadura	9	--	--	2	2 (22,2%)
Galicia	25	6	1	--	7 (28%)
Madrid	29	3	2	--	5 (17,2%)
Murcia	13	--	--	1	1 (7,7%)
País Vasco	27	3	--	--	3 (11,1%)

Fuente: PANASEF y datos de las partes procedentes de la notificación.

Mercado mayorista de cementerios					
Ámbito geográfico	Total	ALBIA	Funespaña	Empresas participadas	Conjunto (Cuota)
España	17.682	6	19	1	26 (0,15%)

Fuente: PANASEF y datos de las partes procedentes de la notificación.

- (72) De los cuadros anteriores se desprende que, tras la operación, ALBIA fortalecerá su presencia en 9 de las 10 Comunidades Autónomas en las que actualmente gestiona instalaciones funerarias y entrará en 3 en las que no estaba presente antes de la operación: Cataluña, Murcia y Extremadura, donde adquirirá una presencia relevante tanto en el mercado mayorista de tanatorios (21,6%) como en el de crematorios (22,2%), al hacerse con la cuota detentada en ese ámbito por las empresas participadas. También en Galicia se hará con una importante infraestructura en crematorios (28%), al añadir a su oferta un crematorio de FUNESPAÑA.
- (73) A nivel provincial, ámbito geográfico en el que solamente se dispone de información de tanatorios, ALBIA gestionará instalaciones en 30 provincias, en 5 de las cuales no estaba presente con anterioridad (Tarragona, Murcia, Badajoz, Cáceres y Sevilla). En Tarragona y Cáceres se hará con la importante cuota detentada en esos mercados por FUNESPAÑA (38,9%) y las empresas participadas (30,9%) respectivamente.
- (74) A continuación, se analizan los mercados mayoristas de tanatorio, crematorio y cementerio a nivel local, sobre la base de información aportada por el notificante relativa al número total de instalaciones de cada tipo existentes en los municipios en los que ALBIA, FUNESPAÑA y las empresas participadas gestionan instalaciones funerarias en propiedad o concesión (capacidad instalada).
- (75) Según el notificante, ALBIA gestiona instalaciones funerarias en 85 municipios, mientras que FUNESPAÑA y las empresas en participación lo hacen en 62 y 49 municipios respectivamente, produciéndose únicamente un solapamiento de actividades entre adquirente y adquiridas en el mercado mayorista de tanatorio de 2 localidades (Valdepeñas y Bilbao).

- (76) En Valdepeñas ALBIA y FUNESPAÑA gestionan los 2 únicos tanatorios existentes, por lo que la cuota resultante ascendería al **100%** del mercado mayorista de tanatorios en esta localidad⁴³. Adicionalmente, FUNESPAÑA gestiona el único crematorio existente en Valdepeñas, que asimismo pasará a manos de ALBIA. A la vista de lo anterior y del hecho de que el cementerio municipal de la localidad, según la información aportada, no es gestionado por ninguna funeraria privada, tras la operación ALBIA se convertirá en la única empresa funeraria con instalaciones en Valdepeñas.
- (77) En Bilbao, ALBIA y FUNESPAÑA gestionan 2 de los 4 tanatorios existentes, siendo la cuota resultante del **50%** del mercado mayorista de tanatorios de esta localidad.
- (78) En los restantes 109 municipios, ALBIA pasará a gestionar las instalaciones funerarias actualmente en manos de FUNESPAÑA y de las empresas participadas, asumiendo su posición en los correspondientes mercados mayoristas.
- (79) Según datos aportados por el notificante, FUNESPAÑA gestiona el único tanatorio existente en 45 de los municipios en los que está presente, el único crematorio en 11 municipios y el único cementerio también en 11. Por su parte, las empresas participadas gestionan el único tanatorio existente en 34 de los municipios en los que están presentes, el único crematorio en 3 municipios y el único cementerio en un municipio.
- (80) De lo anterior se desprende que, como consecuencia de la operación, ALBIA se hará con el 100% de los mercados mayoristas de tanatorio de 80 municipios⁴⁴, de crematorio de 14 y de cementerio de 12, que unirá a su oferta de instalaciones funerarias en las que dicho grupo ya es el único operador⁴⁵.
- (81) Adicionalmente, ALBIA se hará con el 50% de los mercados mayoristas de tanatorio de 30 municipios, de crematorio en 2 y de cementerio en uno.

VII.1.2. Seguros de deceso

- (82) La oferta del mercado español de seguros de deceso está constituida por alrededor de 60 entidades, incluyendo grupos aseguradores e instituciones financieras como OCASO, MUTUA MADRILEÑA, CAIXABANK, CATALANA OCCIDENTE, ALMUDENA, SANTALUCIA o MAPFRE, algunas de ellas verticalmente integradas con empresas prestadoras de servicios funerarios.
- (83) Aunque algunos operadores tienen una mayor presencia en determinadas zonas geográficas en España por motivos históricos o comerciales, todas ellas prestan cobertura a nivel nacional, lo que les obliga a desplegar una red nacional de acuerdos de prestación de servicios y de tarifas con empresas de servicios funerarios en toda España.

⁴³ La cuota ascendería al 36% en el caso de considerar un área que incluyera dicho municipio y Manzanares, localidad situada a 24 minutos en coche desde aquella localidad, según propuesta del notificante.

⁴⁴ Incluyendo 45 municipios con tanatorios previamente gestionados por FUNESPAÑA, 34 municipios con tanatorios previamente gestionados por las empresas en participación, mas Valdepeñas, donde ALBIA y FUNESPAÑA tienen los dos únicos tanatorios existentes.

⁴⁵ ALBIA gestiona el único tanatorio existente en 39 de los municipios en los que está presente, el único crematorio en 18 y el único cementerio en 5.

- (84) Según datos ICEA⁴⁶ aportados por el notificante, SANTA LUCIA lidera el mercado de seguros de deceso, con una cuota del **34,09%** según valor de primas emitidas en 2018. MAPFRE es el tercer operador del mercado, con una cuota del 12,45%
- (85) A nivel provincial, SANTALUCIA presenta cuotas superiores al 25% del mercado de seguro de deceso según valor de primas emitidas en 2018 en 42 provincias españolas, alcanzando cuotas más elevadas en **Ceuta ([70-80%])**, **Cáceres ([50-60%])**, **Pontevedra ([50-60%])**, **Las Palmas ([50-60%])** y **Álava ([50-60%])**.
- (86) MAPFRE, por su parte, presenta cuotas superiores al 25% del mercado de seguro de deceso en 5 provincias, alcanzando la cuota más elevada en Albacete ([30-40%]).

VII.2. Estructura de la demanda y precios

- (87) La demanda de servicios funerarios se caracteriza por su estabilidad, pues depende del número de defunciones de la población española y éste es relativamente previsible porque en condiciones normales se mantiene en niveles constantes⁴⁷.
- (88) La demanda del mercado minorista de servicios funerarios integrales está conformada por personas físicas que, o bien contratan directamente dichos servicios en el momento de producirse el fallecimiento⁴⁸ o bien son titulares de un seguro de deceso suscrito con una aseguradora privada. En este último caso, las aseguradoras negocian directamente con las empresas funerarias los servicios incluidos en las pólizas de sus clientes.
- (89) A la hora de valorar el papel real que las aseguradoras de deceso ejercen como demandantes de servicios funerarios, es preciso considerar la tasa de penetración del seguro de deceso, que según ICEA, ascendió a 46,6% a nivel nacional en 2018, cifra que resulta más alta en algunas Comunidades Autónomas⁴⁹ y provincias⁵⁰. Además, es preciso destacar que esta tasa de penetración varía según tramos de edad, incrementándose según ésta aumenta⁵¹, de forma que el porcentaje de fallecidos asegurados presenta cifras superiores⁵². En este sentido, según la Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA)⁵³, el 61% de los fallecidos en

⁴⁶ El seguro de deceso, elaborado por ICEA en abril 2019. Estadísticas

⁴⁷ PANASEF en sus informes señala que el número de defunciones en España ha variado poco en los últimos años. En 2018 el número de defunciones en España ascendió a 427.721.

⁴⁸ Su capacidad de negociación es limitada, principalmente por la situación personal que están viviendo y por el escaso margen temporal del que gozan para realizar comparaciones antes de decidir con quién contratan la prestación del servicio funerario.

⁴⁹ Extremadura es la Comunidad Autónoma con mayor índice de penetración (70%), seguida por Asturias (64,1%) y Andalucía (61,35), mientras que la Ciudad Autónoma de Melilla y las Islas Baleares son las que tienen el índice más bajo (16,2% y 22,1% respectivamente).

⁵⁰ La provincias donde el seguro de deceso tiene una mayor implantación son Cádiz (79,7%) y Ávila (78,5%) y donde menos Melilla (16,2%) y Soria (18%).

⁵¹ En el tramo de 70-74 años, la penetración del seguro de deceso a nivel nacional en 2018 ascendió a 58,9% y en el tramo 75-79 años a 59,1%, según datos de ICEA.

⁵² Por cuanto los tramos de mayor edad son los que presentan un mayor índice de mortalidad.

⁵³ Informe Estamos Seguros 2018.

España en 2018 disponían de un seguro de deceso, lo que supone que dicha demanda fue canalizada o intermediada a través de las entidades aseguradoras.

- (90) Del mismo modo, PANASEF en sus informes⁵⁴ viene señalando que las aseguradoras de deceso se han convertido en la principal fuente de demanda de servicios funerarios en España, de forma que el 65-70% de los servicios realizados por las empresas funerarias corresponden a personas aseguradas, mientras que los usuarios privados tan solo representan el 30% de la demanda de estos servicios.
- (91) De lo anterior se desprende el importante poder negociador que, en términos generales, tienen las aseguradoras frente a las funerarias a la hora de fijar precios y condiciones de prestación de los servicios, lo que en todo caso depende de la configuración de la oferta de servicios funerarios en cada zona y de la importancia de la cartera de pólizas de la aseguradora correspondiente.
- (92) A estos efectos, las aseguradoras negocian directamente con las empresas funerarias la prestación de los servicios funerarios para sus asegurados a cambio de una prestación, que coincidirá con el valor del capital asegurado, devolviendo en su caso a los herederos del tomador la diferencia entre la suma asegurada y el valor efectivamente abonado por los servicios prestados. Para ello es habitual que las aseguradoras negocien acuerdos marco con determinadas empresas funerarias (funerarias preferentes), normalmente de duración anual tácitamente renovables por periodos equivalentes, en los que pactan las condiciones aplicables a la prestación de los servicios funerarios de sus asegurados (tipo y calidad de los servicios a prestar, precios, etc).
- (93) Dicha negociación no es posible en el caso de las instalaciones municipales sometidas a régimen de concesión, por cuanto los precios de los servicios funerarios prestados en ellas están fijados en los correspondientes pliegos de cláusulas administrativas particulares, lo mismo que las condiciones de acceso y la calidad de los servicios a prestar.

VII. 3. Efectos verticales de la operación

- (94) A la vista de la importancia que el sector asegurador de deceso tiene como demandante de servicios funerarios es preciso analizar los efectos potenciales que el fortalecimiento de la integración vertical del grupo SANTALUCIA, generado por la operación, puede provocar, tanto en los mercados de servicios funerarios como en el de seguros de deceso. Dichos efectos son la principal preocupación manifestada por las empresas consultadas en el test de mercado. En efecto, la mayor parte de las empresas consultadas consideran que la operación va a tener un grave impacto sobre los mercados funerarios, dada la importancia del grupo resultante a nivel nacional y la relevancia de sus accionistas, principales demandantes de los servicios que ofrecen, lo que genera una amenaza para el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado.
- (95) A estos efectos, todas ellas parten en su análisis de la operación de los vínculos entre el sector funerario y el seguro de deceso. Así, en el test de mercado se señala que las empresas aseguradoras integradas a través de las pólizas de

⁵⁴ Mercado del Sector Funerario, 2017

deceso, captan el servicio funerario futuro, quedando de facto cautiva a la posibilidad del consumidor de escoger entre diversos prestadores de servicio, pues tal facultad de elección queda invadida por la compañía de seguros, que optará, con certeza absoluta, por su empresa de prestación de servicios funerarios, excluyendo cualquier posibilidad de competir al resto de las empresas funerarias del ámbito geográfico considerado.

- (96) Dicho riesgo es especialmente grave por cuanto el 59,49% de los fallecidos en España tenía suscrito un seguro de deceso, lo que supone que las aseguradoras pueden de facto incidir en la selección de más de la mitad de los servicios funerarios que se producen en España, con el riesgo cierto de que se haga en beneficio de la funeraria integrada en su propio grupo, lo que distorsiona de forma clara la competencia en este sector. Solamente en aquellas zonas en las que las empresas funerarias vinculadas a aseguradoras carezcan de medios materiales, necesarias para la realización de un concreto servicio funerario, podrán las funerarias no integradas que dispongan de tales medios acceder a la prestación de dicho servicio.
- (97) En este sentido, sólo con prestar los servicios a sus asegurados, la empresa resultante acaparará alrededor del 47% del mercado intermediado por las aseguradoras a nivel nacional, lo que afectará gravemente a la real y efectiva competencia en el sector funerario, al perder las empresas funerarias independientes la capacidad de competir y los consumidores su libertad de elección y de negociación. El número de operadores se verá disminuido drásticamente y a menos operadores, menos competencia.
- (98) A la vista de lo anterior, dichas empresas concluyen que la operación genera un riesgo de expulsión de la competencia en aquellas zonas geográficas donde las carteras de MAPFRE y SANTA LUCÍA sean muy relevantes y donde dispongan de infraestructura propia (tanatorio, crematorio o cementerio que sean titularidad de ALBIA o FUNESPAÑA o de titularidad pública). De acuerdo con el test de mercado realizado, la operación afectará especialmente a las funerarias independientes, que no podrán continuar su actividad al no ser económicamente viables, o verán reducida su capacidad para competir, hechos ambos que impactarán negativamente en el mercado funerario y en el de los seguros de deceso, como se verá a continuación.
- (99) En lo que a los mercados de servicios funerarios mayoristas se refiere, la incorporación a la cartera de ALBIA de las instalaciones funerarias gestionadas por FUNESPAÑA y las empresas participadas, aumentará la capacidad de SANTA LUCIA de prestar intragrupo las actividades funerarias de sus asegurados, lo que le generará economías de escala y una optimización de sus recursos.
- (100) Los efectos de la operación, aunque importantes en las localidades en las que FUNESPAÑA y las empresas participadas son los únicos operadores que gestionan instalaciones, resultan mucho más relevantes en aquellas localidades en las que dichas entidades actualmente compiten con terceros operadores, que verán limitadas sus posibilidades de competir ante la previsible prestación directa (intragrupo) de los servicios funerarios de los asegurados de SANTA LUCIA.

- (101) En esas localidades, la operación incrementará la vulnerabilidad de las empresas funerarias competidoras, especialmente las no integradas, que podrían ver reducido (o directamente eliminado) el flujo de servicios procedentes de SANTA LUCIA, principal operador asegurador de deceso, lo que podría suponer, en el corto plazo, la desaparición de muchas de ellas. Dicho riesgo será superior en aquellas zonas donde la cartera de seguros de deceso de SANTALUCIA sea más relevante, si bien también podría ser significativo en aquellos municipios en los que ya se encontraba presente ALBIA, a la vista del compromiso previsto en la cláusula 16 del Acuerdo de Accionistas, que podría redirigir el flujo de servicios de MAPRFE de otros competidores hacia la entidad resultante.
- (102) En este escenario, aunque la normativa de seguros garantiza que el asegurado tiene derecho a elegir la empresa funeraria que le prestará los servicios funerarios, lo cierto, según PANASEF, es que, en la mayoría de los casos, los usuarios aceptan las sugerencias realizadas por su aseguradora y el deceso acaba siendo gestionado por la empresa de servicios funerarios que dispone de un acuerdo con su aseguradora. Asimismo, a la vista de la creciente integración vertical de las aseguradoras con entidades funerarias, resulta habitual que las aseguradoras canalicen la solicitud de prestación de los servicios funerarios de sus asegurados a la funeraria de su grupo.
- (103) Tal situación ha sido reconocida por la propia SANTA LUCIA al señalar en el párrafo (183) del formulario de notificación “...*en general, los datos de Santa Lucía muestran que el ejercicio de libre elección por parte del tomador y/o asegurado no es significativo en su caso (aunque esto se debe a la propia elección del asegurado/tomador, que en la mayoría de las ocasiones no ejercita este derecho porque al prestarlo con Albía y/o otras funerarias con las que se tiene convenio, Santa Lucía garantiza la calidad del servicio y, lo que es más importante, se responsabiliza del mismo). Además, las familias quieren minimizar las gestiones en unos momentos tan delicados como estos, lo que también puede explicar que en la mayoría de los casos no ejerciten este derecho, sino que llamen a la aseguradora y sea ésta la que se encargue de todos los trámites.*”
- (104) Dichos elementos (dirigismo e integración de aseguradoras y funerarias en un mismo grupo) incrementan aún más el importante poder negociador que tienen las aseguradoras frente a las funerarias independientes.
- (105) En este sentido se han manifestado la mayor parte de las funerarias consultadas que señalan que la elevada canalización de servicios señalada unida a la fuerte integración vertical de muchos de los principales operadores del sector asegurador distorsiona, en su opinión, de forma clara la competencia en el sector funerario, especialmente considerando el poder que las aseguradoras tienen como demandantes de dichos servicios, al perder las empresas funerarias independientes su capacidad para competir y tener los consumidores mermada su libertad de elección (o, al menos, su interés por ejercitarla en el momento en que se produce el siniestro objeto de aseguramiento).
- (106) Todo ello irá en perjuicio de la libre competencia y de la capacidad de elección de particulares (clientes finales), aseguradoras ajenas a su grupo y del resto de

funerarias, cuando necesiten contratar alguno de sus servicios, afectando asimismo a la capacidad de negociación de estos dos últimos grupos de clientes, lo que podría tener efectos perjudiciales en precios y condiciones de prestación de servicios, esto último, especialmente, en aquellos supuestos en que las instalaciones son privadas (no concesionadas), como ocurre en el caso de Valdepeñas. En este caso, también los clientes particulares (sin seguro).

- (107) En suma, se reduce la capacidad de elección de los demandantes mayoristas (funerarias sin instalaciones en los mercados locales considerados) y minoristas (particulares no asegurados o aseguradoras) de servicios funerarios, al desaparecer un suministrador relevante (FUNESPAÑA), así como el poder de negociación de estos demandantes en los mercados mayoristas y minoristas, en particular, respecto de los servicios prestados en infraestructuras no concesionadas.
- (108) Adicionalmente, podría existir un aumento de la capacidad e incentivo de la entidad resultante para cerrar o dificultar el acceso a instalaciones funerarias por parte de competidores en los mercados mayoristas (a otras funerarias), y el acceso a la oferta de servicios integrados a otros minoristas (aseguradoras) con los que la entidad resultante compite en el mercado de seguros de deceso.
- (109) En efecto, en lo que al mercado asegurador de deceso se refiere, la empresa resultante podría estar en condiciones de elevar los precios y empeorar la calidad de los servicios funerarios de forma arbitraria e injustificada a aseguradoras ajenas a su grupo en aquellos mercados locales donde cuente con una importante infraestructura propia, lo que se trasladaría inevitablemente al precio de los seguros de deceso, repercutiendo en último término en sus asegurados, lo que podría alterar las condiciones competitivas actualmente existentes en el mercado de seguros de deceso.
- (110) En esta situación de encontrarían, al menos, los 28 municipios en los que, según la información disponible, los tanatorios y crematorios gestionados por FUNESPAÑA o las empresas participadas compiten con un operador alternativo.
- (111) Se trata de 7 municipios de Cáceres (Cáceres, Miajadas, Moraleja, Plasencia, Torrejoncillo, Trujillo, y Valverde del Fresno), 6 de Tarragona (Alcanar, Amposta, Cambrills, Deltebre, Riudoms, Santa Barbara), 3 de Navarra (Carcastillo, Puente La Reina y San Adrián) y de Ávila (Cebreros, San Pedro del Arroyo y Hoyos del Espino) 2 de Madrid (Aranjuez, Leganés) y de Jaén (Ándujar y Lopera) y uno respectivamente de Huelva (Almonte), La Coruña (Muros), León (Ponferrada), Vizcaya (Mungía), Zaragoza (Alagón), Badajoz (Almendralejo).
- (112) En algunas de esas provincias la cartera de pólizas de SANTA LUCIA es elevada, como Cáceres ([50-60%]), León ([40-50%]), La Coruña ([40-50%]) o Madrid ([30-40%]), lo que genera riesgos mayores de distorsión de la competencia.

VII. 4. Barreras a la entrada y competencia potencial

- (113) La prestación de servicios funerarios en España está principalmente sujeta a barreras regulatorias, fundamentalmente de carácter autonómico y local, que

establecen las condiciones y requisitos para su ejercicio⁵⁵, y a barreras técnico-económicas, derivadas de los costes asociados a la gestión de las instalaciones necesarias para la prestación de los servicios (tanatorios y crematorios).

- (114) No obstante, el notificante señala que dichas barreras no son especialmente significativas, por cuanto los potenciales entrantes pueden acceder al mercado sin necesidad de realizar cuantiosas inversiones, subcontratando con terceras funerarias aquellos servicios que no puedan realizar con medios propios. En el caso de los tanatorios y cementerios, instalaciones en las que la inversión inicial es más elevada y las barreras regulatorias de orden urbanístico y medioambiental más estrictas, el notificante señala que los potenciales entrantes tienen la posibilidad de explotar instalaciones de titularidad pública mediante concesión administrativa, lo que reduce las barreras de entrada existentes.
- (115) Por otro lado, es preciso señalar las posibles barreras de acceso al mercado de la prestación de servicios funerarios derivada de relación vertical con el mercado de seguro de deceso, especialmente en aquellos ámbitos geográficos en los que existan altas tasas de penetración de dicho seguro y los operadores integrados que gestionan instalaciones propias dispongan de elevadas carteras de seguro.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (116) La operación notificada consiste en la toma de control exclusivo de FUNESPAÑA por parte de SANTALUCÍA, lo que implica la integración de los negocios funerarios de FUNESPAÑA y los de ALBIA, filial de SANTA LUCÍA.
- (117) Dicha toma de control supondrá asimismo la adquisición por SANTA LUCÍA del control exclusivo de 5 empresas en cuyo capital FUNESPAÑA y ALBIA tenían participaciones minoritarias (empresas participadas). Se trata de ISABELO ALVAREZ MAYORGA, S.A., INICIATIVAS ALCAESER S.L., SALZILLO SERVICIO FUNERARIOS, S.L., SERVICIO LA CARIDAD, S.A. e INVERSIONES FUNERARIAS ANDALUZAS, S.L.
- (118) La operación afecta al sector funerario, en el que solapan horizontalmente las actividades de ALBIA de un lado y FUNESPAÑA y las empresas participadas de otro, así como al sector de seguros de deceso, generando efectos verticales dada la presencia del grupo asegurador SANTA LUCÍA en dicho segmento y su condición de demandante de servicios en el sector funerario. También se derivan de la operación otros efectos asociados al hecho de que la vendedora, MAPFRE, presente también en el sector de seguros de deceso, se ha comprometido a canalizar a través de ALBIA todos los servicios funerarios que estén cubiertos por sus pólizas de deceso.
- (119) En lo que al sector funerario se refiere, la operación supone la unión del segundo y tercer operador del sector, haciéndose ALBIA con una cuota del **11,6% del mercado nacional integrado de la prestación de servicios minoristas funerarios** en valor y del [0-10%] en número de servicios prestados y fortaleciendo de forma significativa su presencia a nivel nacional, al añadir a su

⁵⁵ Incluyendo, entre otras, la exigencia de licencias para la instalación y apertura de tanatorios, etc.

- oferta las instalaciones funerarias gestionadas por FUNESPAÑA y las empresas participadas.
- (120) Tras la operación, ALBIA gestionará 207 tanatorios, 41 crematorios y 26 cementerios distribuidos por 194 municipios de 30 provincias pertenecientes a 13 Comunidades Autónomas.
- (121) Respecto a los **mercados mayoristas de instalaciones**, como consecuencia de la operación se produce adición de cuotas entre las partes únicamente en 2 municipios (Bilbao y Valdepeñas), en concreto en el mercado mayorista de tanatorio, al coincidir instalaciones propias y de FUNESPAÑA.
- (122) En **Valdepeñas** ALBIA se hará con el **100% del mercado mayorista de tanatorios** (del 36% en el caso de considerar el ámbito geográfico propuesto por el notificante) al unir bajo su gestión los 2 únicos tanatorios existentes, privados, haciéndose asimismo con el único crematorio de la localidad gestionado por FUNESPAÑA, convirtiéndose así, según la información disponible, en el único operador funerario con instalaciones en esa localidad.
- (123) En **Bilbao**, ALBIA y FUNESPAÑA gestionan 2 de los 4 tanatorios existentes, siendo la cuota resultante del **50% del mercado mayorista de tanatorios** de esta localidad.
- (124) En el resto de los 109 municipios en los que las empresas adquiridas tienen instalaciones funerarias, ALBIA pasará a gestionarlas, asumiendo su posición en los correspondientes mercados mayoristas.
- (125) Así, según la información disponible relativa a capacidad instalada, ALBIA asumirá el 100% de los mercados mayoristas de tanatorio de 80 municipios, de crematorio de 14 municipios y de cementerio de 12 municipios, así como el 50% de los mercados mayoristas de tanatorio de 30 municipios, de crematorio en 2 y de cementerio en uno.
- (126) De lo anterior se deduce la fortaleza del grupo resultante a nivel nacional, a gran distancia del resto de operadores.
- (127) Con todo, la principal preocupación que la operación deriva de la pertenencia de ALBIA al grupo asegurador **SANTALUCIA, líder del mercado español de seguros de deceso** (cuota del **34%** según volumen de primas emitidas a nivel nacional), dado el **fortalecimiento de la integración vertical** de dicho grupo que implica.
- (128) A estos efectos es preciso considerar la importancia que las aseguradoras de deceso tienen como demandantes de servicios funerarios en España. Esa importancia deriva de la penetración del seguro de deceso entre la población española (46,6% a nivel nacional, con cifras superiores en algunas zonas y en los tramos de edad más elevados), de modo que, según los últimos datos disponibles (2018), el 61% de los fallecidos en España disponían de un seguro de deceso, lo que implica que dicha demanda fue canalizada o intermediada a través de las entidades aseguradoras.
- (129) Dicha circunstancia, unida a la capacidad de las aseguradoras de incluir de facto en la selección de la empresa funeraria que prestará los servicios a sus asegurados y a la creciente integración vertical de las aseguradoras con

entidades funerarias, hace posible y podría incentivar que la demanda de servicios funerarios de las aseguradoras fuese dirigida a la funeraria de su grupo, lo que generaría el **riesgo de extender el poder de mercado del que las aseguradoras disfrutaban en el mercado de deceso al mercado conexo de servicios funerarios, distorsionando así la competencia en el sector funerario.**

- (130) En el presente caso, los efectos actuales de la canalización de los servicios funerarios de los asegurados de SANTALUCIA a través ALBIA se verán aumentados tras la operación, al incrementar sustancialmente el número de localidades donde gestionan instalaciones funerarias. Dicha circunstancia es especialmente relevante en aquellos municipios en los que estaban presentes FUNESPAÑA o las empresas participadas junto a operadores alternativos, que verán reducida su capacidad para competir, dada la previsible prestación directa (intragrupo) de los servicios funerarios, existiendo un riesgo cierto de expulsión del mercado, lo que irá en perjuicio de la libre competencia y de la capacidad de negociación de las aseguradoras ajenas a su grupo y del resto de funerarias, que necesiten contratar alguno de sus servicios. Dicho riesgo será superior en aquellas zonas donde la cartera de seguros de deceso de SANTALUCIA sea más relevante.
- (131) Tal es el caso de 28 municipios, en los que los tanatorios y crematorios gestionados por FUNESPAÑA o las empresas participadas compiten con un operador alternativo, localidades en las que, en función de la importancia de la cartera de aseguradora de SANTA LUCIA, la operación genera riesgos evidentes para el mantenimiento de la competencia efectiva.
- (132) Las amenazas anteriores, ya de por sí graves, se pueden amplificar si MAPFRE canaliza a través de ALBIA todos los servicios funerarios que estén cubiertos por sus pólizas de deceso, especialmente en los municipios en los que ALBIA competía con otras funerarias distintas de FUNESPAÑA.
- (133) Por otro lado, en lo que al mercado asegurador de deceso se refiere, la empresa resultante podría estar en condiciones de **eleva los precios y modificar la calidad de los servicios funerarios de forma arbitraria e injustificada a aseguradoras ajenas** a su grupo en aquellos mercados locales donde cuente con una importante infraestructura propia, lo que se trasladaría inevitablemente al precio de los seguros de deceso, repercutiendo en último término en sus asegurados, lo que podría alterar las condiciones competitivas actualmente existentes en el mercado de seguros de deceso.
- (134) Estos riesgos para la competencia derivados de los solapamientos horizontales entre ALBIA, FUNESPAÑA y las empresas participadas, de los solapamientos verticales con el grupo asegurador SANTALUCÍA, así como del acuerdo de accionistas suscrito con MAPFRE, han sido masivamente confirmados en el test de mercado realizado a operadores del sector funerario del sector de seguros de decesos en el marco de la presente operación.
- (135) Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, esta Dirección de Competencia estima preciso un análisis en profundidad de la operación de concentración notificada, a la vista de los posibles obstáculos detectados para el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados.

IX. 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 **acordar iniciar la segunda fase del procedimiento**, en aplicación del artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, en la medida que la operación de concentración notificada puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados.

Por otra parte, teniendo en cuenta la práctica de la CNMC y lo establecido en 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 Competencia considera respecto al pacto de no competencia aplicable al vendedor, que su duración (en lo que excede de dos años) y su contenido (en lo relativo a la limitación impuesta al vendedor de ser titular de participaciones en empresas competidoras) van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujeto a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas. Las restricciones a la competencia impuestas al comprador en el Acuerdo de Accionistas, no se consideran directamente vinculadas a la operación ni necesarias para su realización, por lo que no deben entenderse autorizados con ella.