

INFORME-PROPUESTA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN C-0274/10 LIPSA/CARGILL

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 2 de septiembre de 2010 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación de la adquisición por parte de LIPIDOS SANTIGA, S.A. (LIPSA) del negocio de comercialización de aceite de girasol refinado a granel que CARGILL S.L.U. posee en su planta de Sevilla.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por LIPSA según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008 de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) Según lo previsto en el artículo 36.2 a) de la Ley 15/2007, de 3 de febrero, de Defensa de la Competencia, el plazo máximo para dictar y notificar la resolución del Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia en primera fase era el 2 de octubre de 2010. Sin embargo, se han realizado diversos requerimientos a las partes así como a terceros operadores con el fin de obtener información necesaria para la evaluación de la operación y, en particular, para determinar si se cumplen los umbrales de notificación obligatoria, por lo que el plazo para resolver se ha suspendido en varias ocasiones.
- (4) Por otra parte, el artículo 9.2 de la LDC establece que *“La concentración económica no podrá ejecutarse hasta que haya recaído y sea ejecutiva la autorización expresa o tácita de la Administración en los términos previstos en el artículo 38, salvo en caso de levantamiento de la suspensión.”*
- (5) [...] ¹
- (6) La misma operación ya fue notificada el 23 de junio de 2010 (Ref. C-0245/10) y fue archivada el 29 de julio de 2010. En dicha notificación se decía que LIPSA estaba controlada en exclusiva por AGRINDUS. Tras la nueva información aportada por la notificada con fecha 28 de julio de 2010, se concluyó que LIPSA estaría controlada conjuntamente por AGRINDUS y VDM. Dado que esto modificaba de manera sustancial la naturaleza de la operación de concentración, el Consejo resolvió archivar la concentración.
- (7) Con fecha 24 de septiembre de 2010, en ejercicio de lo dispuesto en los artículos 37.2.b y 55.5 de la Ley 15/2007, esta Dirección de Investigación requirió a CARGILL la aportación de información de carácter necesario para la resolución del expediente. En fecha 7 de octubre de 2010 tuvo entrada en la CNC la contestación a dicho requerimiento. Asimismo, con fechas 7 y 13 de octubre se solicitó nueva información a LIPSA y a CARGILL que tuvo entrada con fecha 19 de octubre de 2010. Con fechas 20 y 25 de octubre se solicitó nuevamente información a LIPSA que tuvo entrada con fechas 25 y 26 de dicho mes, respectivamente. Por otra parte, con fecha 26 de octubre de 2010 se enviaron requerimientos de información a diversos operadores del mercado con el fin de obtener información sobre la facturación de los distintos operadores para

¹ Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

verificar el cumplimiento del umbral de cuota de mercado que hace obligatoria la notificación de la presente operación. Dichos requerimientos fueron reiterados con fecha 8 de noviembre de 2010, obteniéndose respuesta a los mismos con fecha 11 de noviembre de 2011.

- (8) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **18 de noviembre de 2010**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (9) La operación consiste en la adquisición por parte de LIPIDOS SANTIGA, S.A. (LIPSA) del negocio de comercialización de aceite de girasol refinado a granel que CARGILL S.L.U. posee en su planta de Sevilla.
- (10) La operación de concentración no comprende, sin embargo, la planta de refino de CARGILL en Sevilla ni el negocio de embotellamiento que la empresa CARGILL OIL PACKERS (del grupo Cargill) lleva a cabo en las mismas instalaciones².
- (11) En concreto, el negocio adquirido incluye: (i) la cartera de clientes a los que CARGILL suministra aceite a granel desde su planta de Sevilla, (ii) el “know-how” de la actividad de comercialización y (iii) los trabajadores afectos a dicho negocio [...]. Además, CARGILL se compromete a remitir a sus clientes una carta conjunta con LIPSA en la fecha de cierre del traspaso indicando que a partir de ese momento deberán dirigirse a LIPSA para cursar nuevos pedidos. El Contrato de Cesión añade expresamente a este respecto: [...]. Por último, CARGILL será responsable de finalizar todos los suministros pendientes.
- (12) Como contraprestación, LIPSA traspasará a CARGILL una participación del [...] de sus acciones.
- (13) La operación se ha formalizado en un Contrato de Cesión de Negocio firmado el 27 de mayo de 2010. En dicho Contrato la operación queda sujeta a la autorización por parte de las autoridades de competencia. El 27 de julio las partes han firmado un Acuerdo de modificación del Contrato Marco de Cesión de Unidad de negocio de comercialización por el que se fija el plazo para dicha autorización en el 3 de noviembre de 2010.
- (14) La ejecución de la operación está sujeta a la autorización de las autoridades de competencia de España.

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

- (15) De acuerdo con la 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.

² CARGILL [...]y ha decidido cesar en las actividades de refinado de girasol a granel aunque seguirá con la actividad de embotellamiento. CARGILL mantendrá su planta de refino de aceite de girasol a granel en la otra planta que tiene en España, en Reus (Tarragona).

- (16) Para las notificantes, se trata de una operación de concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la Ley 15/2007 y cumple los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1a) de la misma.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (17) Se han identificado las siguientes restricciones accesorias en el Contrato de Cesión de Negocio suscrito por las partes:

1. Contrato de suministro

- (18) CARGILL OIL PACKERS B.V.B.A. (sociedad perteneciente al grupo CARGILL) y LIPSA firmarán un Contrato de Suministro, en virtud del cual CARGILL OIL PACKERS B.V.B.A. se compromete a comprar a LIPSA el [...] % de las necesidades que el grupo CARGILL tenga para sus actividades de embotellado de aceite de girasol refinado de su planta de Sevilla (o para cualquier otra planta de CARGILL en España a donde se trasladen las actividades de Sevilla), hasta un límite de [...] Tn anuales.
- (19) Conforme a la cláusula 5.5 del Contrato de Suministro, dicha obligación de compra de CARGILL es una obligación de naturaleza [...]
- (20) LIPSA no se compromete a suministrar más de [...] Tn. de aceite de girasol refinado a CARGILL, de manera que si el [...] % de las necesidades de aceite de CARGILL supera esta cifra, LIPSA solamente está contractualmente obligada a suministrar volúmenes de aceite hasta un máximo de [...] Tn. Por lo tanto, LIPSA no estará obligada a suministrar cantidades que excedan de lo pactado cada año ni, en cualquier caso, una cantidad anual que supere las [...] Toneladas.
- (21) A este respecto, conviene indicar que la capacidad de producción de la nueva planta de Huelva de LIPSA estará en torno a unas 250.000 Tn/año, por lo que la cantidad que suministrará a CARGILL supone un porcentaje del [...] % de la capacidad de producción anual.
- (22) El acuerdo de suministro se suscribe por una duración de [...] años. Una vez transcurrido dicho plazo, el contrato se entiende automáticamente prorrogado por un período adicional de [...] años, salvo renuncia expresa unilateral de CARGILL con un preaviso de [...].
- (23) El notificante justifica esta cláusula porque en la medida que CARGILL va a cesar en su actividad de refinado de aceite de girasol que hasta ahora llevaba a cabo en su planta de Sevilla³, CARGILL necesita obtener a través de terceros el aceite refinado necesario para continuar con sus actividades de embotellado.

2. Carta conjunta

- (24) Por otra parte, aunque la notificante no lo recoge en el formulario como restricción accesoria, la cláusula 2.4 del Contrato de Cesión de Negocio exige a CARGILL la

³ [...]

remisión de una carta conjunta con LIPSA a los clientes a los que suministra actualmente aceite a granel desde su planta de Sevilla. En dicha carta, de acuerdo con el anexo 2.4 del Contrato de Cesión de Negocio, se comunicará a los clientes lo siguiente:

[...]

- (25) A este respecto, las partes acuerdan que en cuanto a los contratos de suministro a clientes suscritos por CARGILL con anterioridad a la fecha de formalización de la operación, el adquirente queda obligado a procesar y entregar a CARGILL y éste queda obligado a comprar de LIPSA, la cantidad de producto necesaria para atender dichos contratos.

3. Obligación de colaboración

- (26) Asimismo, aunque la notificante no lo recoge en el formulario como restricción accesoria, la cláusula 2.4 del Contrato de Cesión de Negocio prevé una obligación de colaboración de CARGILL con LIPSA tras el cierre de la operación. En concreto, la citada cláusula exige a CARGILL que facilite [...]
- (27) 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”.
- (28) 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), se considera que algunas de estas cláusulas podrían ir más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, de forma que, en su caso, quedarían sometidas a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (29) Por lo que respecta al **contrato de suministro**, la notificante justifica la restricción accesoria en la necesidad de mantener la continuidad del suministro para la planta de embotellado de aceite a granel de CARGILL en Sevilla, dado que CARGILL va a cerrar esta actividad, y en la necesidad de asegurar una masa crítica a la nueva planta proyectada de LIPSA en Huelva, desde la que se atenderán las necesidades de CARGILL. Además, considera que al no ser una obligación exclusiva (sólo afecta, como máximo, al [...] % de las necesidades de CARGILL en Sevilla), la duración del acuerdo sería conforme a las normas de competencia.
- (30) En primer lugar, el cese de la planta de CARGILL en Sevilla (motivo por el cual CARGILL precisaría garantizarse un suministro alternativo) no forma parte de la operación de concentración ni está directamente vinculado a ésta. De acuerdo con la información que aportó la notificante en el precedente C-0245/10, “...el cese de las actividades de refinado de CARGILL en su planta de Sevilla es una decisión de gestión de negocio que CARGILL ha adoptado de forma unilateral por motivos de eficiencia económica”. Por tanto, la operación de concentración no exige que CARGILL cierre su planta de refino de Sevilla.
- (31) En segundo lugar, el Contrato de Suministro no sólo contempla obligaciones de suministro, que benefician al vendedor, sino también obligaciones de compra que

benefician al comprador. LIPSA alega que el suministro a CARGILL acordado supone que éste constituye un cliente más de los que se transfiere a LIPSA con la particularidad de que dicho cliente es el vendedor y que, por tanto, el acuerdo está indisolublemente unido a la operación. En tercer lugar, según la descripción que hace la notificante de la dinámica competitiva en los mercados relevantes (en particular, el alto grado de homogeneidad del aceite de girasol, la facilidad de cambio de proveedor sin incurrir en costes significativos y la práctica habitual del mercado de no firmar acuerdos de suministro de larga duración⁴), no resultaría justificado en ningún caso un acuerdo de larga duración entre LIPSA y CARGILL.

- (32) La decisión de LIPSA de construir una planta de refino de aceite de girasol en Huelva se adoptó con carácter previo a la operación de concentración (en 2006 solicitó licencia de apertura) y de manera independiente de ésta, por lo que no puede acogerse el argumento de la notificante de la accesoriadad del acuerdo de suministro por dar masa crítica a la planta de Huelva. [...]
- (33) Finalmente, debe tenerse en cuenta, en particular, que se trata de un vínculo contractual de largo plazo entre dos empresas que a su vez compiten en el mercado español de aceite vegetal refinado (CARGILL conserva su planta en Reus [...]).
- (34) Por lo que respecta a la remisión de la carta a clientes y la obligación de colaboración, las partes no han notificado como restricciones accesorias la obligación impuesta sobre CARGILL de comunicar a todos los clientes a los que actualmente suministra desde su planta de Sevilla que LIPSA va a sucederle en la actividad y la obligación de colaborar en la transición del negocio a LIPSA. Sin embargo, dado que se trata de obligaciones sobre CARGILL vinculadas a la operación y posteriores a ésta, esta Dirección de Investigación considera que debe analizarse su compatibilidad como restricciones accesorias a la misma.
- (35) Esta Dirección considera que ambas obligaciones actúan *de facto* como cláusulas inhibitorias de la competencia, dado que restringen la capacidad de CARGILL de competir en el mercado.
- (36) En primer lugar, la redacción de la carta en sus términos actuales transmite la idea de que CARGILL saldrá completamente de la actividad de refino de aceite de girasol: “CARGILL ha transmitido su negocio de distribución y comercialización de aceites refinados de girasol a granel, desarrollado desde la planta de Sevilla, a LIPSA“. La parte de la frase “...desarrollado desde la planta de Sevilla...”, al ir entre comas, tiene un carácter explicativo y no restrictivo de lo anterior, a saber, el negocio de comercialización de aceite, de forma que lo que se transmite no es que CARGILL ha transmitido exclusivamente la parte del negocio de comercialización que llevaba a cabo desde Sevilla, sino que ha transmitido todo su negocio de comercialización, el cual se llevaba a cabo desde Sevilla. Lo cierto es que CARGILL comercializa en la actualidad aceites refinados de girasol a granel desde Reus y nada en los contratos le impide desarrollar una nueva unidad de comercialización en Sevilla o en cualquier otra parte de España. La carta transmite la sensación de que CARGILL sale del mercado, cuando no es así.

⁴ [...] años como máximo en casos excepcionales. Ver apartado 6.3.2 del formulario de notificación.

- (37) En segundo lugar, [...]. Dado que CARGILL no sale del mercado, se dificulta que CARGILL “ataque” a estos clientes desde Reus o desde cualquier otra ubicación que desee establecer para un nuevo negocio de comercialización. Las obligaciones de colaboración de CARGILL en las visitas de LIPSA actúan en el mismo sentido, al obligar a CARGILL a promocionar a un competidor.
- (38) Habida cuenta de que CARGILL no sale del mercado, estas cláusulas solo podrían considerarse accesorias si se firmaran con el fin de proteger el valor del negocio transferido. En este sentido, LIPSA alega que estas actuaciones de apoyo de CARGILL son precisamente para facilitar el traspaso del negocio cedido a LIPSA y que son limitadas en el tiempo (envío de una carta y una única visita a los clientes así como un período de [...] de información que puedan solicitar los clientes). En la medida en que dichas actuaciones sean puntuales para preservar el valor de la cartera cedida y no se conviertan en cláusulas indefinidas, se considerarían como restricciones accesorias y necesarias para la operación y, por tanto, formarían parte de la misma.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. LÍPIDOS SANTIGA, S.A. (LIPSA)

- (39) LIPSA es una empresa que opera en el sector de aceites y grasas. Está controlada conjuntamente por AGRINDUS, S.A. (con un [...] % de las acciones) y VANDEMOORTELE, NV (con un [...] % de las acciones).
- (40) El Acuerdo de Socios suscrito en 1996 entre VANDEMOORTELE (VDM) y AGRINDUS concede a la primera la posibilidad de [...].
- (41) AGRINDUS es una sociedad de cartera que aparte de LIPSA no tiene participaciones en ninguna otra sociedad dedicada al refinado y venta de aceites y grasas, ni en ninguna otra actividad relacionada con aquélla.
- (42) VDM es un grupo belga especializado en la producción y venta de margarinas y grasas así como en la producción y venta de productos de panadería congelados. Este grupo no lleva a cabo, sin embargo, actividad alguna de producción de aceites refinados ya que desinvirtió esta actividad en 1998⁵ al vendérselo precisamente a CARGILL, con la única excepción de su participación en LIPSA.
- (43) LIPSA cuenta en España con una refinería en Barcelona y otra, [...], situada en Huelva. Estas nuevas instalaciones se dedicarán a la producción de aceite de girasol, de soja y de palma refinados, mientras que las de Barcelona se centrarán en el de coco y palmiste⁶.
- (44) La mayor parte de la producción de LIPSA está dedicada al refinado y venta a granel de aceites tropicales (principalmente aceite de palma).
- (45) AGRINDUS tiene, además de LIPSA, participaciones en otras sociedades dedicadas a [...]. El volumen de negocios de estas sociedades de AGRINDUS es aproximadamente de [...] euros anuales.

⁵ Caso Comunitario M.1126 CARGILL/VANDEMOORTELE

⁶ Según noticia del Diario de Sevilla del 15/02/2010

- (46) La facturación del Grupo LIPSA⁷ en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO LIPSA EN 2009 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación.

V.2. Actividad adquirida de CARGILL

- (47) CARGILL tiene dos plantas de refino de aceite de girasol en España, en Reus y en Sevilla. Además, tiene una planta de embotellado de aceite de girasol que se abastece de la planta de refino de Sevilla. La operación se deriva de la decisión de CARGILL de cerrar su fábrica de refino de aceite de girasol de Sevilla.
- (48) El negocio objeto de la presente operación comprende exclusivamente la actividad de comercialización de aceite de girasol refinado a granel que CARGILL lleva a cabo actualmente en Sevilla. Esto incluye: todos los empleados afectos al negocio de comercialización [...], el know-how y el listado de clientes a los que vende aceite de girasol refinado a granel en la actualidad desde Sevilla. Tras la operación, CARGILL completará los pedidos que tenga pendientes con sus clientes de Sevilla y, durante los [...] siguientes al cierre, informará a sus clientes de Sevilla de que LIPSA le sucede en la actividad de comercialización de aceite.
- (49) La facturación de la actividad adquirida en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL NEGOCIO ADQUIRIDO EN 2009 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercado de producto

Venta a granel de aceites vegetales refinados

- (50) La presente operación se refiere a la venta a granel de aceites vegetales refinados. Estos aceites se destinan a su embotellado o a su uso industrial como condimentos o ingredientes en la fabricación alimentaria.
- (51) Los aceites vegetales han sido analizados en diversas ocasiones por la Comisión Europea⁸ y por las autoridades de competencia españolas⁹, habiéndose definido

⁷ Incluye las ventas de VDM

⁸ M.1227 CARGILL/VANDEMOORTELE, M.431 MEDEO/ELOSÚA, M.1126 CARGILL/VANDEMOORTELE, M.3039 SOPROL/CEREOL-LEISIEUR, M.3188 ADM/VDBO, M.3044 ADM/PURA

⁹ N-03035 SOS CUETARA/ACEICA; C-15/07 CARGILL/HOJIBLANCA

únicamente el aceite de oliva como mercado separado de los demás aceites vegetales, ya que los gustos del consumidor, sus usos y precios son diferentes¹⁰.

- (52) La Comisión Europea ha distinguido, además, dentro de los aceites y grasas comestibles cuatro mercados de producto según las etapas de procesado: (i) aceite vegetal en crudo, (ii) aceite vegetal refinado a granel, (iii) aceite vegetal refinado embotellado y (iv) grasas para pastelería. La presente operación afecta solamente al mercado de aceite vegetal refinado a granel.
- (53) Dentro del mercado de aceite vegetal refinado, la Comisión no ha considerado necesario distinguir mercados entre los diferentes tipos de aceites vegetales: palma, soja, colza, girasol, cacahuete, algodón, palmiste y coco¹¹. En el precedente citado ADM/VDBO (2003), el último en el que se ha pronunciado la Comisión sobre el sector, la investigación de mercado llevada a cabo no dio una respuesta concluyente. Del lado de la demanda, si bien la sustituibilidad entre los aceites vegetales no es perfecta, el precio del aceite de girasol es sustancialmente más elevado que el de otros aceites y algunos tipos de aceites (como el de colza) no son intercambiables en ciertos usos como en la fabricación de mayonesa, etc. Por el contrario, otros operadores consideraban que las características y precios de la mayor parte de los aceites vegetales refinados permiten suficiente grado de sustituibilidad. Por el lado de la oferta, las plantas de refinado pueden cambiar con facilidad la producción de la mayor parte de las variedades de aceites sin incurrir en importantes inversiones.
- (54) La notificante considera que existe una separación de mercados entre aceites de semillas y aceites tropicales (coco, palma y palmiste), en la medida en que las características físicas de ambos grupos de aceites difieren: los aceites tropicales, a diferencia del resto, son sólidos a temperatura ambiente, lo que hace que, en muchos casos, los usos a los que se destinan ambos tipos de aceites difieran y, por tanto, no sean sustituibles.
- (55) Sin embargo, en la Decisión citada ADM/VDBO, la investigación de mercado reveló que la separación entre aceites sólidos y líquidos⁸ hecha por la industria no resultaba adecuada desde el punto de vista de competencia, dado que en muchas aplicaciones se utilizan indistintamente unos y otros aceites y que los clientes no eligen en función de aceites sólidos o líquidos sino que buscan mezclas con características físicas específicas.
- (56) Además, la temperatura de fusión (a la que se mantienen en forma líquida) de unos y otros aceites es muy variada ya que los aceites naturales no son químicamente homogéneos, además de que dicha temperatura puede incluso modificarse mediante el proceso de hidrogenado⁹.

¹⁰ Éste posee unas características muy apreciadas, tanto por sus propiedades organolépticas como por su gran estabilidad oxidativa, que prolonga su vida útil retrasando su enranciamiento y el de los alimentos con él formulados, y por su beneficiosa contribución a la salud de los consumidores. De ahí que los precios sean mucho más elevados que cualquier otro tipo de aceite vegetal y no suela utilizarse por la industria transformadora.

¹¹ Ordenados según su consumo de mayor a menor

⁸ En función de si el aceite está líquido a temperatura ambiente (Aceites líquidos “soft oils” como el de colza, girasol y soja) o sólido (aceites sólidos “hard oils” como el de palma, palmiste, coco)

⁹ Temperaturas de fusión: Manteca de Cacao 33-35 °C.; Aceite de Palma 37-39 °C; Aceite de Palmiste 27-29 °C; Aceite de Cacahuete < 5 °C; Mantequilla 28-36 °C; Margarina 28-40 °C; Manteca de Cerdo 27-33 °C

- (57) Del lado de la demanda, la notificante afirma que los clientes de aceites sólidos y líquidos son distintos. El hecho de que a temperatura ambiente los aceites tropicales se solidifiquen hace que los mismos no se embotellen. LIPSA indica que los aceites que se venden embotellados son solamente los aceites líquidos, como el aceite de semillas o el de oliva. A este respecto, hay que señalar que el tipo de envasado no parece que vaya en función de si es líquido o sólido sino más bien por el hecho de que la mayor parte del aceite de palma y de coco consumido en Europa tiene por destino la alimentación industrial y por tanto, se vende en formatos más grandes, tales como bidones.
- (58) Igualmente, según LIPSA, en el caso de productos para cuya fabricación sea necesaria una grasa sólida, el aceite tropical no podrá sustituirse por un aceite de semillas. Indican como ejemplo productos como el chocolate, la margarina, las galletas o los helados. Sin embargo, esto no es del todo cierto ya que para obtener un producto sólido, se suele someter a las grasas líquidas a un proceso de hidrogenación que se basa en la adición de hidrógeno. Además, todos estos productos suelen tener combinaciones de varias grasas vegetales tanto sólidas como líquidas, como es el caso de las margarinas.
- (59) Además, LIPSA indica que las diferencias físicas de los aceites de semillas y los tropicales hacen que la producción de los mismos no se pueda realizar de manera sustitutiva. La producción de aceites tropicales requiere que las plantas de producción estén aisladas térmicamente para evitar que el aceite se solidifique. Además, añaden que el refinado de los aceites de semillas es distinto del de los aceites tropicales si bien también indican que el refinado del aceite de girasol requiere de maquinaria específica para el proceso de “*winterización*”¹² por lo que no parece que sea una razón suficiente para separar los aceites tropicales de los de semillas ya que dentro de cada uno de ellos también el proceso es específico por tipo de aceite. Por tanto, y en línea con lo considerado en la Consulta Previa¹³ relativa a esta misma operación, se considera como mercado relevante el de comercialización de aceites vegetales refinados. Asimismo, los aceites vegetales refinados pueden destinarse tanto a embotellado para su posterior venta en el canal alimentación y en el canal horeca como a la industria transformadora alimenticia para la fabricación de chocolate, margarina, galletas, helados, mayonesa o conservas. En el presente caso, la operación afecta al mercado de venta a granel de aceites vegetales refinados.

Margarinas y grasas industriales

- (60) VDM, matriz del grupo adquirente, se encuentra en los mercados descendentes de la industria transformadora alimenticia y, de hecho, es cliente de LIPSA.
- (61) VDM se dedica a la producción y venta de grasas empaquetadas y de margarinas, para cuya elaboración se puede emplear aceite de girasol. VDM también lleva a cabo actividades de fabricación y venta de productos de panadería industrial (pan, pasteles y bollería), sin embargo, el aceite de girasol no se emplea en la fabricación de los

¹² La winterización se emplea para obtener un aceite de mayor nitidez, que no presente turbios (debido a la suspensión de un precipitado fino) durante el almacenamiento.

¹³ CP 20/2010 LIPSA/CARGILL (negocio aceite de girasol)

mismos. En cualquier caso, la cuota de VDM no supera el 25% en España en ninguno de dichos mercados (pan, pasteles y bollería).

- (62) En los precedentes nacionales y comunitarios¹⁰ se ha considerado que la mantequilla (tanto la que se vende a granel como la que se vende envasada) constituye un mercado separado de las grasas vegetales como la margarina. Además, el TDC consideró que dentro del segmento de las margarinas existen dos mercados de producto: el de las margarinas de mesa (que incluyen las margarinas de consumo doméstico y las destinadas al sector de restauración), y el de las margarinas industriales. Dicha clasificación también vale para el caso de las grasas.
- (63) En consecuencia, parece adecuado considerar como mercado de producto afectado por la operación el de la **venta a granel de aceites vegetales refinados** (exceptuando el aceite de oliva) donde se produce solapamiento a nivel horizontal, sin perjuicio de analizar también a nivel vertical, el **mercado de margarinas y grasas industriales**, por estar presente en el mismo VDM, matriz del grupo adquirente.

VI.2 Mercados geográficos

- (64) En los casos precedentes sobre el mercado de venta a granel de aceites vegetales refinados, el ámbito geográfico correspondía a la UE. Sin embargo, en la Decisión mencionada ADM/VDBO, la investigación de mercado confirmó que los costes de transporte jugaban un importante papel en las decisiones de compra de los clientes. Además, algunos agentes indicaron que los precios en otros Estados miembros tenían un impacto pequeño en el país donde se realizaba la compra, por lo que el mercado podría ser de dimensión nacional.
- (65) Asimismo, las partes han indicado en su contestación a los requerimientos de información la posibilidad de considerar mercados más estrechos que el nacional dado que el coste de transporte es un factor relevante en este negocio. Concretamente, consideran que teniendo en cuenta las características de las ventas en España de aceite de girasol refinado y la ubicación de las refinerías de aceite, el norte y el sur de España constituyen mercados geográficos diferenciados. La zona sur estaría compuesta por las CCAA de Andalucía, Extremadura y Castilla la Mancha y las restantes CCAA conformarían la zona norte, si bien la Comunidad de Madrid representa una zona neutral que se sirve indistintamente desde el norte o desde el sur.
- (66) La notificante señala que son las diferencias en el precio del flete lo que determina la separación entre la zona norte y la zona sur, teniendo en cuenta que el margen con el que se trabaja en este mercado es de [...]€ por tonelada y que la diferencia en los portes de entregar aceite de girasol desde Reus o desde Andalucía es de [...]€ por tonelada. Esta valoración resulta compatible con el resultado de la investigación de mercado realizada por la Comisión Europea con motivo del precedente ADM/VDBO en el que la Comisión confirmó que los costes de transporte jugaban un importante papel en las decisiones de compra de los clientes.
- (67) La definición exacta del mercado geográfico afecta en el presente caso a la obligatoriedad de notificar la operación dado que bajo la definición estrecha (zona sur

¹⁰ TDC 28/97, adquisición de Industrias Grasas de Navarra S.A., perteneciente al Grupo Koipe, por parte de Grupo Unilever. COMP/M.5046 – FRIESLAND FOODS / CAMPINA

en la que está presente la adquirida) la operación no sería notificable al no superarse el umbral de cuota de mercado a diferencia de lo que ocurre si se considera el mercado nacional.

- (68) A la luz de la información disponible, cabe considerar una posible definición amplia del mercado geográfico de la venta a granel de aceites vegetales refinados que abarcaría todo el territorio nacional si bien en el caso de España existirían determinadas barreras de entrada derivadas del coste de transporte que tenderían a definir mercados cada vez más regionales afectando la presente operación a la zona sur de España en los términos anteriormente definidos.
- (69) Teniendo en cuenta la existencia de ventas (aunque reducidas) a clientes del Sur desde fábricas situadas en zonas alejadas de la zona norte, y dado que la adopción de una u otra definición no afecta a la valoración de la presente operación, a efectos de la presente operación puede dejarse abierta la definición exacta del mismo, analizándose los efectos de la operación tanto en el **mercado nacional** de venta a granel de aceites vegetales refinados como en la **zona sur** definida por la notificante.
- (70) Por lo que respecta al mercado verticalmente relacionado de margarinas y grasas industriales, tanto en el caso de las margarinas de mesa como en el de las margarinas industriales, el extinto TDC consideró que el ámbito geográfico era el **européico**, puesto que como consecuencia de la consolidación del mercado único y de la constitución de la Unión Económica y Monetaria Europea, no existen costes de transporte excesivos y las transacciones se ven simplificadas.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

Aceites vegetales refinados a granel

- (71) El mercado de los aceites vegetales (excluyendo el de oliva) es un mercado maduro con una importante concentración (solamente 3 empresas facturaron más de 100 millones de euros en España en 2009).
- (72) El mercado de la producción y venta de aceite es un mercado verticalmente integrado en el que muchas de las empresas, además de llevar a cabo actividades de refinado, llevan a cabo actividades de embotellado de aceite, de manera que parte de su producción, además de venderla a terceros, la consumen internamente para su posterior embotellado y venta.
- (73) A continuación se detallan las cuotas facilitadas por el notificante en lo que se refiere a las ventas de aceites vegetales refinados a granel incluyendo las ventas cautivas así como las cuotas a terceros:

VENTAS TOTALES DE ACEITES VEGETALES (EXCEPTO ACEITE OLIVA) REFINADOS A GRANEL EN ESPAÑA - 2009				
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)	VALOR EUROS	(M. CUOTA (%))
LIPSA	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]
NEGOCIO ADQUIRIDO	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]

LIPSA+NEGOCIO	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
MIGASA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
BUNGE	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
SOVENA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
CARGILL	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SOS CUETARA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ABP-BORGES	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ACESUR	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
IMPORTACIONES UE	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

VENTAS A TERCEROS DE ACEITES VEGETALES (EXCEPTO ACEITE OLIVA) REFINADOS A GRANEL EN ESPAÑA - 2009				
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)	VALOR EUROS)	(M. CUOTA (%)
LIPSA	[...]	[30-40]	[...]	[20-30]
NEGOCIO ADQUIRIDO	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
LIPSA+NEGOCIO	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
MIGASA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
BUNGE	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
CARGILL (REUS)	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
ACESUR	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SOS CUETARA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SOVENA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ABP-BORGES	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
IMPORTACIONES UE	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

- (74) Sin embargo, de la información facilitada por LIPSA, así como el propio reconocimiento por la notificante de que no dispone de datos de facturación ni datos relativos al porcentaje de ventas por maquila que lleva a cabo cada competidor (ni en particular estimaciones fiables sobre las ventas internas de otros operadores y sus precios), esta Dirección de Investigación ha solicitado información de terceros con el fin de obtener datos fiables sobre la facturación de los competidores y sus precios por toneladas y, por consiguiente, del tamaño total del mercado de comercialización de aceites vegetales refinados a granel en el que se produce la operación notificada.
- (75) A partir de la información remitida por terceros, se obtienen las siguientes cuotas de mercado tanto en las ventas a terceros de :
- [...]¹⁴
- (76) En el mercado estrecho de la zona Sur de España, las cuotas de mercado aportadas por la notificante (por volumen, para el último año) son las siguientes:

VENTAS A TERCEROS DE ACEITES VEGETALES (EXCEPTO ACEITE OLIVA) REFINADOS A GRANEL EN ZONA SUR DE ESPAÑA - 2009		
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)
LIPSA	[...]	[0-10]
NEGOCIO ADQUIRIDO	[...]	[10-20]
LIPSA+NEGOCIO	[...]	[20-30]
MIGASA	[...]	[60-70]
ACESUR	[...]	[0-10]
SOS CUETARA	[...]	[0-10]
SOVENA	[...]	[0-10]
OLEODAIMIEL	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

¹⁴ Se señala entre corchetes la información confidencial.

- (77) Por lo que respecta a la cuota de LIPSA en la UE en aceite vegetal refinado a granel (excluyendo oliva), en 2009 fue del [0-10]% y del negocio adquirido del [0-10]%. Los mayores refinadores-vendedores en la UE son CARGILL ([20-30]%-volumen), ADM ([10-20]%-volumen), IOI ([0-10]%-volumen) y BUNGE ([0-10]%-volumen).

Margarinas y grasas industriales

- (78) A continuación se detallan las cuotas facilitadas por el notificante en lo que se refiere al mercado verticalmente relacionado de margarinas y grasas industriales en el que se encuentra activa la matriz de LIPSA, VDM:

VENTAS EN ESPAÑA DE MARGARINAS INDUSTRIALES - 2009				
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)	VALOR (M. EUROS)	CUOTA (%)
VDM	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
PURATOS	[...]	[20-30]	[...]	[30-40]
CSM	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
GRACOMSA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

VENTAS EN ESPAÑA DE GRASAS INDUSTRIALES - 2009				
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)	VALOR (M. EUROS)	CUOTA (%)
VDM	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
PURATOS	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
CSM	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
GRACOMSA	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
OTROS	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

VENTAS EN LA UE DE MARGARINAS Y GRASAS INDUSTRIALES* - 2009				
	VOLUMEN TM	CUOTA (%)	VALOR (M. EUROS)	CUOTA (%)
VDM	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
CSM	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
ADM	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
AAK (KARL-SHAM)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
MASTER MARTINI (UNIGRA)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
PURATOS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]
TOTAL	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación. *El notificante indica que el [...] % de las ventas correspondieron a margarinas y el [...] % a grasas, tanto para VDM como para los demás competidores.

VII.2 Estructura de la demanda, distribución y precios

- (79) La demanda de aceites vegetales refinados a granel es muy variada ya que existe un gran número de empresas de alimentación. Así, los principales consumidores de aceites vegetales son los fabricantes de margarinas, helados, galletas, mayonesa, pastelería industrial, etc.
- (80) Igualmente, los aceites vegetales refinados se emplean para aplicaciones técnicas (si bien en menor medida) tales como la fabricación de velas, tensoactivos, cosmética, productos farmacéuticos o pinturas. Entre estas aplicaciones, en los últimos años está adquiriendo relevancia la producción de energía, ya sea para la producción de biocombustibles, o bien la utilización directa de aceites vegetales refinados para la combustión.
- (81) La venta de aceites vegetales refinados a granel se realiza entre la empresa refinadora y la empresa consumidora del aceite directamente. Según el notificante, hay empresas que compran a través de brokers, comisionistas o intermediarios pero se trata de una proporción muy pequeña.
- (82) En este mercado no es práctica habitual la suscripción de contratos de distribución de larga duración, suelen ser de [...] como máximo.
- (83) El coste de la materia prima representa el [...] % del precio de venta del producto, es decir, es el principal factor que determina el precio junto con la localización de la refinería.
- (84) Los precios del aceite refinado dependen en gran medida del aceite crudo, dado que los precios del aceite crudo son objeto de cotización en los mercados de materias primas de Chicago y Rotterdam.

VII.3 Competencia potencial - Barreras a la entrada

- (85) En línea con los precedentes, la notificante señala que no existen barreras relevantes a la entrada ni a la expansión en este mercado. El nivel de inversión necesario para desarrollar la actividad no es elevado y el acceso a la materia prima es sencillo, pudiéndose adquirir fácilmente en los mercados nacionales e internacionales.

VIII. VALORACIÓN

- (86) La operación notificada supone la adquisición por LIPIDOS SANTIGA, S.A. (LIPSA) del negocio de comercialización de aceite de girasol refinado a granel que CARGILL S.L.U. posee en su planta de Sevilla. La operación no comprende, sin embargo, la planta de refino de CARGILL en Sevilla ni el negocio de embotellamiento que la empresa CARGILL OIL PACKERS (del grupo Cargill) lleva a cabo en las mismas instalaciones.
- (87) Según ha indicado la notificante, CARGILL [...] y ha decidido cesar en las actividades de refinado de girasol a granel aunque seguirá con la actividad de embotellamiento. Sin embargo, CARGILL no se retira de esta actividad en todo el territorio nacional ya que mantendrá la actividad de refino y comercialización de aceite de girasol a granel en su otra planta de Reus (Tarragona).

- (88) Así, el negocio adquirido por LIPSA incluye: (i) la cartera de clientes a los que CARGILL suministra aceite a granel desde de su planta de Sevilla, (ii) el “know-how” de la actividad de comercialización y (iii) los trabajadores afectos a dicho negocio [...]. Además, CARGILL se compromete a remitir a sus clientes una carta conjunta con LIPSA en la fecha de cierre del traspaso [...]. Por último, CARGILL será responsable de finalizar todos los suministros pendientes, si bien será LIPSA la encargada de refinar y quien suministre a CARGILL previamente las cantidades pactadas por ésta que aún estén pendientes de ejecución.
- (89) De acuerdo con la Comunicación consolidada de la Comisión Europea sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia (2008/C 95/01), la adquisición de control sobre unos activos puede considerarse una concentración si dichos activos constituyen una actividad con presencia en el mercado a la que puede asignarse claramente un volumen de negocios de mercado (§24).
- (90) El elemento clave para que una transferencia de activos tenga **carácter concentrativo** es, por tanto, que el comprador pueda, efectivamente, apropiarse del volumen de negocios (y de la cuota de mercado) que correspondía al vendedor. Esto requiere que adquirente obtenga de los activos traspasados una clara ventaja competitiva frente al vendedor (y sobre terceros) sobre la cuota de mercado transferida, reduciéndose la capacidad o los incentivos del vendedor de recuperar la posición en el mercado que ha transferido. De lo contrario, el cambio de control de los activos no supone un cambio duradero en la estructura del mercado, puesto que el vendedor podría recuperar su posición actual en poco tiempo.
- (91) A la vista de lo anterior, debe analizarse en primer lugar si el negocio adquirido supone una verdadera transferencia de valor para la adquirente y, en segundo lugar, si queda garantizada la estabilidad en el cambio de control, en particular, con la salida de CARGILL del mercado.
- (92) Por lo que respecta al valor del negocio transferido, la operación implica el traspaso de la cartera de clientes que se compone del listado de los mismos, [...] y del know how que éste tiene del negocio. Por tanto, se trata de valorar si la conjunción de estos activos materiales [...] e inmateriales (la base de datos de clientes y el *know-how* del negocio) que se traspasa otorgan o no a LIPSA una ventaja competitiva clara frente a CARGILL para apropiarse de forma duradera de la cuota de mercado traspasada en términos de la facturación que suponen dichos clientes.
- (93) Las partes aseguran que en este mercado es habitual la presencia de un único comercial por zona y, [...]
- (94) Por último, las partes consideran que el fondo de comercio y know how transferidos constituyen una unidad de negocio en sí misma, independientemente de que LIPSA sea capaz de hacerse con la totalidad del mismo en la medida en que el riesgo de fuga de los clientes es inherente a cualquier operación en la que se produce un cambio de control y, en general, a la existencia de competencia en los mercados. Lo relevante es, según la notificante, que los elementos transferidos conforman una unidad de negocio y que dicha unidad de negocio va acompañada de los elementos necesarios (como son las actuaciones de apoyo de CARGILL con los clientes cedidos) para que LIPSA se pueda hacer con el mismo.

- (95) En este mismo sentido, y por lo que respecta a la estabilidad en el cambio de control, cabe señalar que el acuerdo de compraventa no contempla ninguna cláusula de no competencia sobre los clientes transferidos y, de hecho, CARGILL se mantendrá en el mercado nacional (a través de su fábrica de Reus) como un competidor activo en fabricación y en comercialización manteniéndose también intacta su capacidad de fabricación desde Sevilla si finalmente no se cerrara dicha planta.
- (96) Sin embargo, CARGILL ha indicado que este tipo de cláusula, que no deja de ser una cláusula restrictiva de la competencia, es una opción contractual de las partes de la operación que además, en este caso, no resulta necesaria para garantizar la viabilidad del negocio cedido. CARGILL señala que [...].
- (97) Las partes aluden asimismo a diversos precedentes nacionales y comunitarios de operaciones de concentración en las que se produce concentración como consecuencia de la transferencia de una base de clientes o de otros activos sin que siempre se produzca la salida del mercado del vendedor¹⁵. No obstante, todas estas operaciones conllevan, además de la transferencia de la base de clientes, o bien la salida *de facto* del mercado del vendedor, de modo que es indistinguible si el valor de la cartera transferida proviene exclusivamente del conocimiento de la identidad de los clientes o de la conjunción de lo anterior con la salida del mercado del vendedor, o bien los activos transferidos son susceptibles de uso exclusivo por el comprador en el mercado (activos materiales como edificios, fábricas, maquinaria, empleados, etc., o activos inmateriales como marcas, licencias, etc.), lo que permite inequívocamente que el comprador se haga con la posición que tenía el vendedor en el mercado gracias a tales activos.
- (98) En este sentido, podría argumentarse que también se produce *de facto* una salida del vendedor si se considera [...]
- (99) A la vista de lo anterior, y en atención a las particularidades de la presente operación, existirían argumentos para considerar que la misma presenta un carácter concentrativo dado el valor que parecen englobar los activos materiales e inmateriales transferidos y la esperada salida *de facto* de la vendedora del concreto ámbito de influencia del negocio adquirido.
- (100) Una vez confirmado el carácter concentrativo de la operación, cabe analizar los efectos que la misma tendrá sobre la competencia. A este respecto, la operación permitirá a LIPSA alcanzar el liderazgo en la venta de aceites vegetales a terceros en España, con una cuota resultante del [30-40]% (adición del [0-10]%). Atendiendo a la información suministrada por terceros, la cuota resultante ascendería a [...] (adición del [...]). En el mercado de la zona sur, la cuota resultante se reduce al [20-30]% dada la menor presencia de la adquirente ([0-10]%).
- (101) Tanto a nivel nacional como en la zona sur se mantienen, sin embargo, otros importantes competidores como MIGASA ([20-30]%) o BUNGE ([20-30]%). Igualmente,

¹⁵ Casos comunitarios M.2857 ECS/IEH, M.5091 TECH DATA/SCRIBONA, M.5394 MAUSER HOLDING INTERNATIONAL/REYDE/JV y M.2231 HUNTSMAN INTERNATIONAL/ALBRIGHT & WILSON SURFACTANTS EUROPE, y casos nacionales N-249 NUTREXPA/BEST FOODS INTERNATIONAL, C-0069/08 PANRICO/KRAFT, C-0078 STABILUS/SUSPA.

CARGILL seguirá siendo un operador relevante a nivel nacional con una cuota del [10-20]%

- (102) Por otra parte, la operación no supone un incremento de la capacidad de producción de LIPSA, ya que adquiere solamente la actividad de comercialización de CARGILL, con la que podrá dar salida a la producción desde su nueva fábrica de Huelva.
- (103) Debe señalarse asimismo que la actividad principal de LIPSA es el aceite de palma, por lo que en el segmento estrecho de aceite de girasol refinado a granel las cuotas resultantes se reducen sustancialmente ([10-20]% en volumen en España), a gran distancia de su competidor MIGASA ([30-40]%).
- (104) Por último, debe tenerse en cuenta que la mayor parte de los operadores en este mercado están verticalmente integrados por lo que existe un elevado porcentaje de ventas cautivas que suponen una fuente de competencia potencial. La operación tampoco es susceptible de afectar al mercado descendente de producción de margarinas o grasas industriales, que incorporen aceites vegetales en su elaboración, ya que LIPSA no adquiere capacidad de producción sino una mera unidad de comercialización de aceite. En todo caso, del total de necesidades de materia prima de VDM para España, el aceite de girasol refinado constituye únicamente un [...] % según la notificante.
- (105) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación consistente en la adquisición de la cartera de clientes, del know how y del personal del negocio de comercialización de aceite de girasol refinado a granel que CARGILL S.L.U. posee en su planta de Sevilla por parte de LIPSA suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser aprobada en primera fase sin compromisos.
- (106) Todo ello sin perjuicio de las implicaciones que desde el punto de vista de la normativa sobre acuerdos entre empresas pueda tener el Contrato de Suministro suscrito entre LIPSA y CARGILL, en la medida en que se trata de un vínculo contractual de largo plazo entre dos empresas que a su vez compiten en el mercado nacional de aceite vegetal refinado.

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 **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.