

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1284/22 CAJA RURAL DE NAVARRA/INVERSIONS FENEC

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 24 de marzo de 2022 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), notificación de la operación de concentración consistente en la creación de una empresa en participación (en adelante, NEWCO) entre CAJA RURAL DE NAVARRA, S. COOP DE CRÉDITO (en adelante, CAJA RURAL DE NAVARRA) (49,99 %) e INVERSIONS FENEC, S.L. (en adelante, INVERSIONS FENEC) (50,01 %), sobre la que ambas ostentarán control conjunto, de acuerdo con la Carta de Intenciones (“Term Sheet”) firmada el 16 de noviembre de 2021.
- (2) En la empresa en participación se integrarán, por parte de CAJA RURAL DE NAVARRA: ¹
 - HARINERA DEL MAR SIGLO XXI, S.L.U.
 - HARIBÉRICAS XXI, S.L.U.
 - HARIVASA 2000, S.A.
 - HARINERA DE TARDIENTA, S.A.
 - HARANTICO, S.L.U.
 - HARINAS SELECTAS, S.A.U.
- (3) Por parte de INVERSIONS FENEC: ²
 - HARINERA LA META, S.A.U. y sus filiales
 - MOLINOS HARINEROS DEL SUR, S.L.U.
 - LA PALENTINA, S.A.U.
 - HARINAS TORIJA, S.L.U.
- (4) Con fecha 25 de marzo de 2022, se requirió en virtud de lo dispuesto en los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC determinada información a terceros operadores, ³ necesaria para la valoración de la operación. Las respuestas a los citados requerimientos tuvieron entrada entre el 30 de marzo y el 20 de abril de 2022.
- (5) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es

¹ Todas ellas conforman Grupo Caja Rural de Navarra. Todas ellas (excepto Cerelia Centro de Investigación S.L., Harántico S.L.U y Cerelia Index, S.L.U) están activas en el mercado de la fabricación y/o comercialización de harina de trigo para consumo humano.

² Todas ellas conforman Grupo Harinera La Meta.

³ Los requerimientos de información del test de mercado han sido enviados a 7 de los principales clientes de las notificantes, así como a las 4 principales empresas competidoras.

el **20 de mayo de 2022**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (6) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1.c) de la LDC.
- (7) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) nº139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (8) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.b) de la misma.

3. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (9) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Pacto de socios firmado el 21 de enero de 2022, que entrará en vigor en la fecha de cierre de la Operación, que contiene un pacto de no competencia y de confidencialidad.

3.1. CLÁUSULA DE NO COMPETENCIA

- (10) El Pacto de Socios recoge en su Cláusula Sexta un compromiso de no competencia por el cual las Partes se comprometen, en tanto en cuanto mantengan su participación en la NEWCO, a no actuar, de forma directa o indirecta, en el sector del negocio asociado y a no constituir en tal sector ninguna empresa propia, ni adquirir participación en sociedad alguna de dicho sector, sin la participación conjunta de la otra Parte.
- (11) Tampoco podrán, [CONFIDENCIAL]
- (12) No existirá obligación de no competencia alguna en el caso de que las Partes acometan (bien por sí mismas, bien por sus respectivos grupos de sociedades) una determinada inversión o un determinado proyecto por haberse adoptado expresamente por la Sociedad la decisión de no acometer dicha inversión o proyecto.

3.2. CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

- (13) El Pacto de Socios recoge en su Cláusula Séptima un acuerdo de confidencialidad por el cual las Partes se comprometen y obligan a no divulgar a terceros el contenido del Pacto de Socios, la información que se ponga a disposición por cualquiera de las Partes con objeto de la operación o que guarde relación con la actividad de cada una de las Partes. Especialmente, [CONFIDENCIAL] los conocimientos, datos e informaciones económicas,

técnicas, “*know-how*”, investigaciones I+D, estrategias productivas y comerciales [CONFIDENCIAL].

- (14) Dicho pacto de confidencialidad se pacta durante el tiempo en el que las Partes tengan cualquier relación directa o indirecta con la NEWCO, y durante un periodo adicional de [CONFIDENCIAL] desde que concluya la última de las relaciones que la Parte que corresponda pudiera tener con la NEWCO.

3.3. 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) La Comunicación establece, por un lado, que *“para obtener el valor íntegro de los activos transferidos, el comprador debe gozar de algún tipo de protección frente a la competencia del vendedor que le permita fidelizar la clientela y asimilar y explotar los conocimientos técnicos.”*
- (17) En el caso de empresas en participación establece que las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa en participación, y el ámbito geográfico de aplicación, a la zona en la que las matrices ofrecían los productos o servicios de referencia antes del traspaso o de la creación de la empresa en participación.
- (18) Estas cláusulas inhibitorias de la competencia entre las empresas matrices y una empresa en participación pueden considerarse directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en la medida en que no tengan una duración superior a la de la propia empresa en participación.
- (19) En el caso de las cláusulas de confidencialidad, son aplicables los mismos principios que para las cláusulas inhibitorias de la competencia, por lo que pueden considerarse directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en la medida en que no tengan una duración superior a la de la propia empresa en participación.
- (20) Teniendo en cuenta la citada Comunicación y precedentes anteriores, se considera que tanto el contenido como la duración de la cláusula de no competencia son necesarios para la realización de la operación y accesorios a la misma.
- (21) Por lo que respecta a la cláusula de confidencialidad, su contenido se considera necesario para la realización de la operación y accesorio a la misma. Sin embargo, su duración, en todo lo que exceda la duración de la propia empresa en participación, no tendrá la consideración de necesaria ni accesorio para la realización de la misma, quedando, por tanto, sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.

4. EMPRESAS PARTÍCIPES

4.1. CAJA RURAL NAVARRA

- (22) CAJA RURAL DE NAVARRA es una entidad financiera que, en el marco de su actividad, realiza inversiones en entidades de diferentes sectores, como, entre otros, el de la harina de trigo.
- (23) Según la Notificante, el volumen de negocios en el ejercicio de 2020 de CAJA RURAL S.COOP. DE CRÉDITO DE NAVARRA,⁴ conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), aprobado por el Real Decreto 261/2008, fue de:

Volumen de negocios CAJA RURAL DE NAVARRA en 2020		
MUNDIAL	EEE	ESPAÑA
[CONFIDENCIAL <2.500]	[CONFIDENCIAL <250]	[CONFIDENCIAL <60]

Fuente: Notificación

4.2. INVERSIONS FENEC

- (24) INVERSIONS FENEC es la sociedad matriz del Grupo Vall Companys, que opera en los diferentes ámbitos del sector agroalimentario en España.⁵
- (25) Según la Notificante, el volumen de negocios de INVERSIONS FENEC⁶ a escala mundial, comunitaria y nacional en 2020, conforme al artículo 5 del RDC fue de:

Volumen de negocios de INVERSIONS FENEC en 2020		
MUNDIAL	EEE	ESPAÑA
CONFIDENCIAL <2.500]	[CONFIDENCIAL <250]	[CONFIDENCIAL <60]

Fuente: Notificación

4.3. NEWCO

- (26) La NEWCO estará conformada por el conjunto de empresas propiedad de ambas matrices activas en el sector de la fabricación y comercialización de harina y sus subproductos.⁷ Concretamente se integrarán, por parte de CAJA RURAL DE NAVARRA, seis empresas activas en el sector de fabricación de

⁴ Facturación total de Caja Rural de Navarra, incluido el volumen de negocio atribuible a las sociedades integrantes de Grupo Caja Rural de Navarra. No se incluyen las ventas intragrupo.

⁵ INVERSIONS FENEC se encuentra bajo en control directo de NOMA 2015, S.L., CAVA ROURE, S.L.U., y SPRIT CAPITAL, S.L., dedicadas todas ellas a la construcción y actividades inmobiliarias y titular cada una de ellas del 33,3333 % del capital social de INVERSIONS FENEC, S.L.

⁶ Facturación total de INVERSIONS FENEC incluido el volumen de negocio atribuible a las sociedades integrantes de Grupo Harinera La Meta.

⁷ De acuerdo con la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) no 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas (2008/C 95/01), en aplicación conjunta de los párrafos 139 y 168, a fin de evitar la doble contabilidad, el volumen de negocios de la empresa en participación es parte del volumen de negocios de las empresas matrices, no pudiéndose considerar empresa afectada por no existir todavía, y carecer aún de un volumen de negocios propio. A efectos de transparencia, según las partes, las empresas matrices aportan a la NEWCO los siguientes volúmenes de negocio en España en 2020 conforme al artículo 5 del RDC: INVERSIONS FENEC [CONFIDENCIAL] y CAJA RURAL DE NAVARRA, [CONFIDENCIAL].

harinas, todas ellas conjuntamente el GRUPO CAJA RURAL DE NAVARRA,⁸ y por parte de INVERSIONS FENEC, otras cuatro empresas activas en el mismo sector que conforman el GRUPO HARINERA LA META.⁹

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercado de producto

- (27) El sector económico afectado por la operación es la fabricación de productos de molinería (C.10.61), concretamente, la fabricación y comercialización de harina para consumo humano, en el que ambas partes operan.
- (28) Las autoridades de competencia españolas han analizado recientemente una operación de concentración en el sector de la fabricación de productos de molinería, entre otros, el Expediente C/1186/21 Capisa/Alisio/Oronte/Haricana/Molinera/Silos/Granero.¹⁰ En dicho expediente la CNMC se remitió a varios expedientes sancionadores a la hora de definir el mercado de la fabricación de harina para consumo humano.¹¹
- (29) Si bien no existen precedentes de dicho mercado a nivel comunitario, precedentes de otras jurisdicciones europeas han distinguido el mercado de fabricación de harina para consumo humano por i) tipo de cereal y ii) tipo de cliente final.¹²
- (30) Según las partes, la harina base tiene el mismo proceso de fabricación, las mismas máquinas y misma tecnología.¹³ La única diferencia son los trigos utilizados en cada molturación. A partir de la producción de la harina base, se fabrican las harinas finales, es decir, las harinas que recibe el cliente final.
- (31) Según las partes, las harinas finales pueden segmentarse i) según sus características o calidad, ii) por el tipo de cereal y iii) por el tipo de cliente o

⁸ El Grupo Caja Rural de Navarra está conformado por: HARINERA DEL MAR SIGLO XXI, S.L.U. y sus filiales, HARIBÉRICAS XXI, S.L.U.; HARIVASA 2000, S.A y su filial; HARINERA DE TARDIENTA, S.A y su filial; HARANTICO, S.L.U. y su filial y HARINAS SELECTAS, S.A.U.

⁹ HARINERA LA META, S.A.U. y sus filiales; MOLINOS HARINEROS DEL SUR, S.L.U.; LA PALENTINA, S.A.U. y HARINAS TORIJA, S.L.U. operan en el mercado de la fabricación y comercialización de harina de trigo para consumo humano.

¹⁰ Resolución del EXPTE. C/1186/21 CAPISA / ALISIO / ORONTE / HARICANA / MOLINERA /SILOS / GRANEROS LP de 4 de mayo de 2021.

¹¹ El expediente sancionador S/0158/09 Harinera Vilafranquina, que define el mercado de fabricación y venta de productos de molinería señalando que las fábricas de harina operan como oferentes en el mercado descendente de productos de molinería donde los demandantes son los panaderos, pasteleros, pizzerías, fabricantes de masas congeladas o galleteros. Por otra parte, el expediente sancionador S/376/11 Panaderías Pamplona, que define el mercado de fabricación de pan fresco y la existencia de varios subsectores, entre ellos, fabricación de harina.

¹² Decisión del Bundeskartellamt en el Asunto B2-26/15, de 18 de junio de 2015, Mills Deutschland GmbH|Aurora Mühle Hamburg GmbH|PMG Premium Mühlen Gruppe GmbH & Co. KG; Decisión de la Autoridad Portuguesa de Competencia, Ccent. 37/2017, de 26 de octubre de 2017, Asunto A Ribatejana, S.A./MCFI, SGPS, Lda/Germen – Moagem de Cereais, S.A. y de la Autoridad francesa de competencia en el Asunto ECOC0200252Y de 17 de septiembre de 2002 EPIS-CENTRE/Minoteries Cantin.

¹³ Con la recepción de trigo, se procede a clasificar cada partida por calidad en trigos flojos, extensibles, media fuerza, fuerza y gran fuerza. A continuación, tiene lugar la fase de molturación que se define en el laboratorio dependiendo de la harina base se vaya a fabricar. Según la harina base que se quiera producir, se molturan unos trigos u otros, dando como resultado los siguientes tipos de harina base: harinas flojas, extensibles, media fuerza, fuerza y gran fuerza.

canal al que van dirigidas.

- (32) Considerando el **tipo de calidad o características**, existen cuatro tipos de harinas, según ha confirmado la investigación de mercado:¹⁴
- *Harinas estándar*: contando con características comunes y estables en el tiempo, representando en torno al 66% del total del mercado.¹⁵
 - *Harinas a medida*: obtenidas mediante la mezcla de harinas en líneas de fabricación automatizadas de acuerdo con sus características y las especificaciones técnicas del cliente, o para un proceso que puede englobar más de un cliente siendo cada línea de fabricación única.
 - *Harinas especiales*: englobando todas aquellas harinas fabricadas a partir de cereales diferentes del trigo, que cuentan con aditivos incorporados, o que son sometidas a algún tratamiento adicional como las harinas secas o tostadas, o las ecológicas.
 - *Harinas premium*: elaboradas con trigo de alta calidad y vendidas casi en su totalidad al canal artesano.
- (33) Estas dos últimas representan una proporción insignificante del total del mercado, así como de la producción de las partes de la operación.¹⁶
- (34) **Por tipo de cereal**, se distinguen las harinas de trigo, centeno, espelta, cebada, arroz, maíz, avena, garbanzo, haba, lenteja, quinoa, sarraceno, entre otras. No obstante, según la información facilitada por las Partes, éstas elaboran el [CONFIDENCIAL]% de sus harinas con trigo, representando la elaboración de harinas con otro tipo de cereales, una proporción inferior al [CONFIDENCIAL]% en volumen y en valor.
- (35) Por tanto, a los efectos de la presente operación, se analizará la posición de las partes en la fabricación de harinas de trigo y en los posibles segmentos del mismo, dejándose abierta la posible segmentación de las harinas fabricadas a partir de otros cereales en mercados diferentes por tipo de cereal.
- (36) **Por tipo de cliente final**, las partes y la investigación de mercado identifican los siguientes tipos de clientes, en base a diferencias en el poder de

¹⁴ De acuerdo con la información recabada en el test de mercado, la existencia de harinas estándar, a medida y especiales ha sido confirmada por todos los operadores preguntados, con respecto a las harinas premium, sin embargo, no existe un criterio unánime, mientras uno de los competidores resalta que dicha categoría responde más a una estrategia comercial que a una categoría de harinas, un cliente no refiere la categoría *premium* sino que refiere las harinas “de mayor valor añadido”, como aquellas más complejas o de mayor peso, utilizadas principalmente para bollería.

¹⁵ Porcentaje estimado por las partes, partiendo del dato estimado de volumen de producción total de harina de trigo para consumo humano (TM) en España en 2020, que asciende a 3.486.371 TM.

¹⁶ Las harinas a medida representan el [CONFIDENCIAL]% de la producción de GRUPO CAJA RURAL DE NAVARRA y el [CONFIDENCIAL]% de la del GRUPO HARINERA LA META. Las harinas estándar, por su parte representan el [CONFIDENCIAL]% y [CONFIDENCIAL]% de la producción restante respectivamente. La producción de harinas especiales ([CONFIDENCIAL]% y [CONFIDENCIAL]) y premium ([CONFIDENCIAL]% y [CONFIDENCIAL]%) en ambos casos es insignificante en la producción total de los citados grupos respectivamente. Del mismo modo se han pronunciado 3 de los competidores requeridos, que han señalado la escasa importancia de estos dos segmentos dentro del total de su producción y otro competidor que señala no estar presente en dichos mercados.

negociación, formato de presentación del producto,¹⁷ costes asociados al mismo y precio final del producto:

- *Canal Industrial:* está conformado por los grandes fabricantes de panadería, pastelería y bollería, que destinan sus productos normalmente a grandes cadenas de alimentación u otros canales de distribución y cuentan con un gran poder de mercado. Se trata de un segmento cada vez más concentrado, que exige harinas de alta regularidad y estabilidad para garantizar un comportamiento homogéneo en las líneas de fabricación. Debido al gran tamaño y volumen de consumo por estos clientes, su poder de negociación es elevado y los precios de venta muy ajustados.
- *Canal Artesano:* está conformado por los panaderos y los pasteleros artesanos. Suele ser un segmento de clientes mucho más atomizado, que ofrece en general productos diferenciados, para lo que demanda harinas adecuadas a sus procesos específicos y valora la calidad del producto, no siendo tan sensibles al precio como el canal industrial. Suelen tener un poder de negociación menor al de los clientes industriales.
- *Canal Alimentación:* está conformado por los distribuidores mayoristas y minoristas de productos de alimentación que venden harinas para uso doméstico, al consumidor final. Según la investigación de mercado, cabría distinguir entre la harina común o estándar, que es la más económica del lineal con márgenes muy ajustados y donde el poder de negociación del fabricante es mínimo; y las harinas especiales, las cuales tienen un margen mucho mayor.
- *HORECA:*¹⁸ está conformado por el sector de hostelería y restauración.

- (37) Las partes están presentes en la venta al canal industrial, al canal artesano y en mucha menor medida al canal alimentación y HORECA.¹⁹
- (38) No obstante, a los efectos de la presente operación, la definición exacta del mercado de fabricación de harina puede dejarse abierta al no afectar a la valoración de la operación, con independencia de los segmentos considerados.

5.2. Mercado geográfico

- (39) Los precedentes citados han considerado que el mercado de producción de harina para consumo humano es de ámbito **nacional**, lo cual ha sido

¹⁷ Al canal industrial se dirigen principalmente harinas a granel transportadas en camiones cisterna, ahorrando en envases y embalajes. Al canal artesano se dirigen normalmente sacos de 25kg, mientras que el canal alimentación y HORECA demandan envases de menor volumen.

¹⁸ Tanto Grupo Caja Rural de Navarra como Grupo Harinera La Meta venden en el canal HORECA [CONFIDENCIAL]. Por lo tanto, las Partes señalan [CONFIDENCIAL], pero consideran que se sitúa por debajo del [CONFIDENCIAL 0-10]% del total del mercado.

¹⁹ El canal industrial supone el [CONFIDENCIAL]% de los ingresos por ventas del GRUPO CAJA RURAL DE NAVARRA y el [CONFIDENCIAL]% del GRUPO HARINERA LA META. Por su parte el canal artesano supone el [CONFIDENCIAL]% y el [CONFIDENCIAL]% respectivamente; el canal alimentación un [CONFIDENCIAL]% y [CONFIDENCIAL]% respectivamente y el canal HORECA, menos de un [CONFIDENCIAL]% y un [CONFIDENCIAL]% respectivamente.

confirmado por la investigación de mercado.

- (40) En este sentido, el precio de la harina es homogéneo en todo el territorio nacional. Los costes de transporte juegan un papel relevante, pudiendo tener mayor o menor impacto sobre el precio según el tipo de harina considerada. No obstante, la existencia de grandes operadores con presencia nacional unido a un elevado número de operadores medianos de carácter más regional repartidos por la geografía nacional y sujetos a los mismos precios de materia prima permite abastecer a toda la demanda nacional de manera homogénea.²⁰
- (41) La investigación de mercado ha confirmado asimismo que los clientes se abastecen a nivel nacional, siendo la importación de harinas panificables muy excepcional por la relevancia de los costes de transporte en el precio final.²¹

6. ANÁLISIS DEL MERCADO

6.1. Estructura de la oferta

- (42) La industria de transformación de trigo, de harina y sémola, engloba a cerca de 110 empresas, de las cuales 98% son harineras y el resto semoleras. El sector está integrado casi en su totalidad por pequeñas y medianas empresas de carácter familiar, de segunda, tercera y cuarta generación, según datos de AFHSE.
- (43) El mercado de fabricación y comercialización de harinas es un mercado maduro, atomizado a pesar de la reducción importante del número de harineras en España en los últimos años,²² de producto homogéneo, tal y como ha corroborado la investigación de mercado.
- (44) Existen numerosas alternativas de suministro en el mercado con capacidad e incentivo de disciplinar a la entidad resultante, al existir, tanto un gran competidor de tamaño similar al de la empresa resultante, como múltiples harineras de tamaño medio, todas ellas con exceso de capacidad instalada.²³ La investigación de mercado ha confirmado este extremo, estimando el exceso de capacidad instalada estructural del mercado en torno al 40%.²⁴ En

²⁰Las partes de la operación, así como dos de los competidores consultados durante la investigación de mercado, manifiestan realizar exportaciones puntuales a países limítrofes, dada la cercanía de sus plantas a destino, que permite mantenerse en precios competitivos. No obstante, todos manifiestan que, dados los costes del transporte de productos tan básicos, con márgenes unitarios muy limitados, es económicamente inviable suministrar harina a mucha distancia.

²¹ Únicamente, uno de los clientes consultados ha manifestado importar harinas específicas, en momentos puntuales, suponiendo la importación el 10% de su demanda y produciéndose la misma de países limítrofes cercanos a sus centros de producción.

²² En España hay más de 100 harineras de tamaño pequeño. Hace algunos años eran 600 harineras, pero han ido desapareciendo debido a la fuerte competencia y los márgenes tan ajustados, al dejar de ser rentables. En esta línea, según las partes, se espera que a medio plazo continúe esta tendencia, dando lugar a un proceso de consolidación del sector por parte de los principales operadores, ajustándose progresivamente los niveles de oferta y demanda en España.

²³ Según la investigación de mercado, todos los competidores señalan que su capacidad instalada en el mercado es muy elevada, situándose por encima del 60%.

²⁴ Por lo que respecta a las partes, la tasa de utilización en el caso de CAJA RURAL NAVARRA es del [CONFIDENCIAL 70-80]% y en el caso del GRUPO HARINERA LA META del [CONFIDENCIAL 70-80]%. Según las partes, el total del mercado de harinas utiliza entre el 60-70% de su capacidad productiva.

este sentido, según las partes, actualmente la capacidad de producción casi duplica al consumo real.

- (45) En general, las empresas harineras tienen cada una su propia estrategia en términos de canales y de redes distribución.
- (46) El precio final de venta de la harina para consumo humano viene determinado por la cotización de *commodities* como el trigo blando/duro en los mercados internacionales, europeos y en las principales lonjas nacionales de cereales. Los precios son transparentes y sobre ellos el molinero aplica sus costes de fabricación y suministro. La compra de trigo representa más del 85% del precio de venta de harina en España. El mercado internacional en el que confluyen las grandes empresas de *trading* (Cargill, ADM, Viterro) y los *traders* más pequeños es el que determina el precio del cereal en el margen e impacta de manera directa en los mercados nacionales.
- (47) Por otra parte, España es un país deficitario de trigo, por ello, debe importar en un año tanto trigo como el que produce a nivel local.
- (48) A la vista de lo anterior, los principales factores que determinan la estructura de costes se derivan principalmente de la obtención del trigo y costes asociados: cantidades y variedades de trigo que deben importarse, coste de los fletes, la volatilidad de los mercados, los crecientes costes de producción (electricidad, embalajes, sacos de papel y carburantes), etc.
- (49) Los precios pueden ser dispares en función de las mezclas de especies de trigo para fabricar una determinada harina y sus orígenes, así como de los costes concretos de cada empresa. No obstante, la sobrecapacidad de producción y el poder de negociación de muchos clientes, da lugar en general a márgenes muy estrechos, lo que ha llevado a la paulatina concentración del sector, para aprovechar economías de escala.
- (50) A continuación, se presentan las cuotas de las partes y de sus competidores en España en el mercado de producción de harina de trigo para consumo humano:

Producción de la harina de trigo para consumo humano en España						
Empresa	2018		2019		2020	
	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%
G.C. R. Navarra	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
G. H. La Meta	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
NewCo	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[20-30]
Vilafranquina	[20-30]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]
G. Regany	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Villamayor	nd ²⁵	nd	nd	nd	nd	[0-10]
H. Arandina	nd	nd	nd	nd	nd	[0-10]
H. Riojana	nd	nd	nd	nd	nd	[0-10]
Emilio Esteban	nd	nd	nd	nd	nd	[0-10]
Harinas Polo	nd	nd	nd	nd	nd	[0-10]
Otros	nd	nd	nd	nd	nd	[20-30]
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: estimaciones de las Partes y Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHSE) ²⁶

- (51) Por lo que respecta al **grado de concentración** en el mercado, se trata de un mercado con un nivel de concentración, con un Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH) post operación de 2.256 y un delta de 408, superando ligeramente los umbrales establecidos por las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas para descartar problemas de competencia.²⁷ No obstante, existen múltiples factores que permiten descartar la existencia de riesgos, tal y como ha confirmado investigación de mercado.
- (52) A continuación, se presentan las cuotas de la NEWCO y sus competidores en 2020 en los posibles segmentos de mercado considerados:

²⁵ Nd equivale a “no disponible”

²⁶ Información disponible en la página Web: https://www.afhse.es/v_portal/apartados/apartado.asp

²⁷ Las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, consideran que es improbable encontrar problemas de competencia horizontal en una concentración con un IHH de entre 1000 y 2.000 y un delta inferior a 250, o en una concentración con un IHH superior a 2.000 y un delta inferior a 150, salvo circunstancias especiales.

Producción de la harina de trigo por tipos calidad en España (en volumen) 2020				
Empresa	Estándar	A medida	Especiales	Premium
NewCo	[30-40]	[30-40]	[10-20]	[10-20]
Vilafranquina	[20-30]	[30-40]	[10-20]	[1 10-20]
G. Regany	[1 0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Villamayor	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Arandina	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Riojana	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Harinas Polo	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[0-10]
Conquense	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
E. Esteban	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[0-10]	[10-20]	[30-40]	[40-50]
Total	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base a los datos suministrados por las partes y AFHSE.

Producción de la harina de trigo por tipos de clientes/canal en España (en volumen) 2020				
Empresa	Industrial	Artesano	Alimentación	HORECA
NewCo	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[0-10]
Vilafranquina	[30-40]	[30-40]	[10-20]	[10-20]
G. Regany	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Villamayor	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Arandina	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
H. Riojana	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Harinas Polo	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Conquense	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
E. Esteban	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[0-10]	[20-30]	[40-50]	[70-80]
Total	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base a los datos suministrados por las partes y AFHSE

6.2. Estructura de la demanda

- (53) Por el lado de la demanda, el mercado presenta una estructura dual, conviviendo un pequeño número de grandes grupos industriales que concentran una elevada proporción de la demanda de harina junto con miles de pequeños panaderos distribuidos por toda la Península Ibérica.
- (54) Según la investigación de mercado, existen aproximadamente 10 grandes consumidores de harina que concentran un gran volumen de demanda, lo que les otorga una gran capacidad de negociación. Entre estos, estarían compañías como Mercadona, Kellogs, Europastry, Bimbo, Panrico o Nestlé.
- (55) Según las partes, el cliente industrial está ganando peso frente al artesano, y la gran distribución frente a la panadería tradicional, dando lugar a un creciente poder compensatorio de la demanda en este mercado.

- (56) Por otro lado, se trata de un mercado donde el cliente presenta poca fidelidad de marca y donde el coste de cambio de proveedor para el cliente es poco significativo, tal y como ha confirmado la investigación de mercado realizada.

6.3. Barreras de entrada e I+D+i

- (57) Según la notificante, no existen obstáculos significativos a la entrada en el mercado de producción de harina de trigo para consumo humano o a la expansión de los operadores existentes.
- (58) Este extremo ha sido confirmado por la totalidad de competidores consultados durante la investigación de mercado, que señalan que, si bien es necesaria la inversión en activos productivos, no existen barreras de entrada para obtener una escala de producción suficiente para competir de manera efectiva con la entidad resultante de la operación. Algunos competidores han señalado, no obstante, que los escasos márgenes de beneficios pueden suponer una desmotivación a la hora de invertir.
- (59) Tampoco existen barreras significativas respecto al know-how u otros derechos de propiedad intelectual e industrial, ni en I+D, centrándose los esfuerzos en mejoras de eficiencia y productividad, no siendo el gasto en I+D una partida significativa dentro de la cifra de negocio de los operadores.

7. VALORACIÓN

- (60) La operación de concentración consiste en la creación de una empresa en participación entre CAJA RURAL DE NAVARRA, S. COOP DE CRÉDITO (49,99 %) e INVERSIONS FENEC, S.L. (en adelante, INVERSIONS FENEC) (50,01 %), sobre la que ambas entidades tendrán control conjunto.
- (61) El único mercado relevante a los efectos de la operación es el de la fabricación y comercialización de harina de trigo para consumo humano, en el que ambas partes operan y cuya cuota conjunta en España en 2020 asciende en volumen al [CONFIDENCIAL 30-40]% (Grupo Harinera La Meta [CONFIDENCIAL 10-20]%, Grupo Caja Rural de Navarra [CONFIDENCIAL 10-20]%).
- (62) La operación únicamente da lugar a solapamientos significativos (superiores al 30%), en algunas de las posibles segmentaciones de dicho mercado, concretamente: i) el mercado de **harinas estándar**, con una cuota del [CONFIDENCIAL 30-40]%, seguido de VILAFRANQUINA ([CONFIDENCIAL 20-30]%; ii) en el mercado de **harinas a medida** con una cuota del [CONFIDENCIAL 30-40]% por detrás de VILAFRANQUINA, que ostenta un [CONFIDENCIAL 30-40]%; y según el canal al que se dirige la harina, iii) en el **canal industrial** con una cuota del [CONFIDENCIAL 30-40]%, por detrás del líder del mercado, VILAFRANQUINA con un [CONFIDENCIAL 30-40]%.
- (63) No obstante, se trata de un mercado en el que existen múltiples competidores con capacidad de competir con la entidad resultante, destacando entre ellos,

VILAFRANQUINA, que se erige como líder de varios segmentos.

- (64) Se trata de un mercado con un importante exceso de capacidad instalada,²⁸ de producto homogéneo y escasa fidelización de marca y sin costes significativos de cambio de proveedor, donde el precio se constituye como variable competitiva fundamental. Esto da lugar a márgenes estrechos y a una fuerte competencia en precios en dicho mercado.
- (65) Asimismo, la importancia de las economías de escala en este mercado está dando lugar a una progresiva concentración del sector, anteriormente muy atomizado, para poder seguir compitiendo de manera efectiva.
- (66) Así mismo el precio final de venta viene determinado en gran medida por la cotización del cereal en los mercados internacionales, europeos y lonjas nacionales de cereales.²⁹
- (67) No se identifican barreras de entrada significativas al mismo, si bien los escasos márgenes del sector y la sobrecapacidad instalada en el mismo podrían suponer, según algunos competidores un desincentivo a la entrada.
- (68) La operación no da lugar a efectos verticales, ya que ninguna de las partes opera en mercados verticalmente relacionados, ni a efectos cartera.
- (69) A la vista de todo lo anterior, se considera que la presente operación no da lugar a riesgos para la competencia, siendo susceptible de ser autorizada **en primera fase sin compromisos**.

²⁸ De acuerdo con la información arrojada por el test de mercado, todos los competidores señalan que el exceso de capacidad instalada en el mercado nacional se sitúa en torno al 40%.

²⁹ En el periodo 2016-2020, con un mercado más o menos estable, con un incremento de 10% total acumulado en dicho periodo. Sin embargo, a finales de 2020 y durante el 2021, el incremento del precio en las materias primas ha tenido un efecto directo en el precio de la harina. Asimismo, según las partes, se esperan incrementos del precio de los cereales como consecuencia del conflicto en Ucrania.

8. 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.

Asimismo, y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que la duración de la cláusula de confidencialidad en todo lo que exceda la duración de la propia empresa en participación no tendrá la consideración de necesaria ni accesorio para la realización de la operación, quedando por tanto sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.