

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0600/14 DIA/ GRUPO EL ÁRBOL

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 23 de septiembre de 2014 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición del toma del control exclusivo sobre Grupo El Árbol Distribución y Supermercados, S.A. (en adelante GRUPO EL ÁRBOL) por parte de Distribidora Internacional de Alimentación, S.A. (en adelante DIA) mediante la adquisición del 100% del capital social de GRUPO EL ÁRBOL.
- (2) La operación de concentración fue previamente objeto de reenvío a España por parte de la Comisión Europea, en virtud de lo dispuesto en el artículo 4.4. del Reglamento 139/2004, del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de concentraciones entre empresas, mediante decisión de 1 de septiembre de 2014, en el marco del expediente M.7347 DIA/GRUPO EL ÁRBOL.
- (3) Dicha notificación ha sido realizada por DIA 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 las letras a) y b) del artículo 8.1 de la mencionada norma. 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.
- (4) Con fechas 10 y 14 de octubre de 2014, la notificante ha presentado, en virtud de lo establecido en el artículo 59.2 de la Ley 15/2007, unos compromisos que buscan resolver los obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que puedan derivarse de la operación de concentración notificada.
- (5) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 5 de noviembre de 2014 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (6) La operación de concentración consiste en la toma del control exclusivo sobre Grupo El Árbol Distribución y Supermercados, S.A. (en adelante GRUPO EL ÁRBOL) por parte de Distribidora Internacional de Alimentación, S.A. (en adelante DIA) mediante la adquisición del 100% del capital social de GRUPO EL ÁRBOL.
- (7) Con fecha 2 de julio de 2014, DIA firmó con los socios actuales de GRUPO EL ÁRBOL¹, titulares del 98% de sus acciones², un contrato de

¹ Madrigal Participaciones, S.A., Desarrollo de Proyectos de Castilla y León, S.L., Castellana de Capital Inversión, S.A., y Banco Grupo Cajatres, S.A.U.

² De conformidad con el contrato de compraventa, el 2% de las acciones restantes son titularidad de El Árbol.

compraventa de acciones y derechos de crédito derivados del préstamo participativo de GRUPO EL ÁRBOL con sus socios actuales.

- (8) En virtud de la cláusula 2.1 del Contrato, la ejecución de la operación de compraventa está condicionada *“al cumplimiento, no más tarde de la fecha en que se cumpla [...]”*³ (la Fecha Límite para la Verificación de la Condición), de la condición consistente en la aprobación, expresa o tácita, de la compraventa objeto del presente Contrato por parte de la Comisión Europea, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia o cualesquiera otras autoridades de competencia cuya autorización sea necesaria, con o sin condiciones todo ello de acuerdo con lo dispuesto en la cláusula 2.2. siguiente”⁴.
- (9) Conforme a lo dispuesto en el artículo 9 de la LDC, el 5 de septiembre de 2014 DIA solicitó el levantamiento de la obligación de suspensión de la ejecución de la concentración debido a la grave situación económica financiera que atraviesa GRUPO EL ÁRBOL. De acuerdo con la notificante, ante una eventual declaración de concurso de acreedores por parte de GRUPO EL ÁRBOL, DIA podría desistir de la operación.
- (10) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (11) La operación notificada tiene dimensión comunitaria dado que el volumen de negocios de las partes supera los umbrales del artículo 1.2 del Reglamento 139/2004. No obstante, tal y como se ha indicado anteriormente, la Comisión Europea, mediante decisión de 1 de septiembre de 2014, acordó remitir dicha operación de concentración a la CNMC.
- (12) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1 a) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. ADQUIRENTE: DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A. (DIA)

- (13) DIA es la sociedad matriz del Grupo DIA, cadena de distribución española nacida en el año de 1979 y que, actualmente, opera en España, Portugal, Francia⁵, Brasil, Argentina y China.

³ Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

⁴ [...].

⁵ Con fecha 20 de junio de 2014, DIA firmó una opción de venta y un acuerdo de exclusividad con Carrefour France SAS en relación con el negocio de DIA en Francia. Con fecha 12 de septiembre de 2014, la Comisión decidió remitir el expediente M.7336 CARREFOUR FRANCE/DIA FRANCE a las autoridades francesas de competencia al considerar que se encuentran mejor situadas para realizar un análisis de la operación.

- (14) Su actividad principal es el comercio al por menor de bienes de consumo diario a través de autoservicios, propios o en régimen de franquicia, empleando distintos formatos de distribución⁶.
- (15) DIA es una sociedad anónima cuyas acciones cotizan en las bolsas de valores españolas de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao desde julio de 2011, tras su segregación del grupo francés Carrefour. En la actualidad, no está controlada por ninguna persona física o jurídica⁷.
- (16) El volumen de negocios de DIA en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del Real Decreto 261/2008 fue, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE DIA 2013 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
9.844	[>250]	[>240]

Fuente: Notificante

IV.2. ADQUIRIDA: GRUPO EL ÁRBOL DISTRIBUCIÓN Y SUPERMERCADOS, S.A. (GRUPO EL ÁRBOL)

- (17) GRUPO EL ÁRBOL es una cadena de distribución española que opera exclusivamente en España, concretamente, en las Comunidades autónomas de Castilla y León, Asturias, Extremadura, Cantabria, Galicia, Murcia, Andalucía, Comunidad Valenciana, Navarra, La Rioja y Aragón.
- (18) Su actividad se centra en la distribución al por menor de bienes de consumo diario a través de una red de 421 supermercados⁸. También posee 30 establecimientos dedicados a la actividad de la distribución mayorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio (cash&carry), y controla la sociedad Compañía Gallega de Supermercados, S.A.⁹.

⁶ DIA Market (formato concebido para la compra diaria, cuenta con una superficie entre los 400-700m²), DIA Maxi (ofrece una amplia variedad de productos y la posibilidad de parking en superficies de hasta 1.000m²), DIA Fresh y Fresh by DIA (con una media de 150m², en este tipo de establecimientos destaca el peso de los bienes perecederos), Cada DIA (formato destinado a poblaciones pequeñas, especialmente rurales), Schlecker y Clarel (tiendas dedicadas a los segmentos de droguería y belleza, respectivamente).

⁷ En el registro de la Comisión Nacional del Mercado de Valores únicamente constan tres comunicaciones de participaciones significativas: un 8,999% del capital social de DIA está controlado por la acción concertada de Groupe Arnault SAS, Cervina Europe y Blue Partners Sàrl; un 8,056% de las acciones están controladas, directa o indirectamente, por Baillie Gifford & Co; y un 3,014% de las acciones corresponden a sociedades controladas por Blackrock, Inc. El resto de las acciones (79,931%) son titularidad de accionistas minoritarios, a excepción de un 0,964% del capital social, que se encuentra en autocartera.

⁸ Al igual que DIA, GRUPO EL ÁRBOL también cuenta con marcas propias, destacando Super (marca de productos de consumo diario en general), My (cosmética) o La Plaza (envasado de carne).

⁹ Compañía Gallega de Supermercados, S.A., es una empresa constituida en el año 1.988 en Valladolid. Su actividad se centra en el comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio de productos alimenticios, bebidas y tabaco.

- (19) GRUPO EL ÁRBOL es una sociedad anónima constituida de acuerdo con las leyes españolas y que, a fecha de la notificación, no se encuentra controlada por ninguna persona física o jurídica. El capital social de GRUPO EL ÁRBOL se distribuye de la siguiente forma: 40% corresponde a Madrigal Participaciones, S.A., 30% a Desarrollo de Proyectos de Castilla y León, S.L., 20% a Castellana de Capital Inversión, S.A., 8% a Banco Grupo Cajatres, S.A.U, y 2% a GRUPO EL ÁRBOL.
- (20) El volumen de negocios de GRUPO EL ÁRBOL en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del Real Decreto 261/2008 fue, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GRUPO EL ÁRBOL 2013 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
821,7	821,7	821,7

Fuente: Notificante

V. MERCADO RELEVANTE

V.1 Mercado de producto

- (21) La operación de concentración afecta al sector de la distribución minorista de bienes de consumo diario, en el que operan tanto DIA como GRUPO EL ÁRBOL en el formato libre servicio, al mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario y a la distribución mayorista en formato cash&carry, si bien en éste último no se producen solapamientos entre las partes.

V.1.1. Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato de libre servicio

- (22) La distribución minorista de bienes de consumo diario consiste en la venta a consumidores finales de un conjunto más o menos diversificado de productos alimentarios y no alimentarios en locales de diversas características y superficies, como hipermercados, supermercados, autoservicios de proximidad, tiendas especializadas, tiendas tradicionales, mercados de abastos, estaciones de servicios, etc.
- (23) De acuerdo con los precedentes comunitarios¹⁰ y nacionales¹¹, el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario incluye un surtido de productos de alimentación, bebidas y tabaco (los denominados genéricamente “*food goods*”) y productos de consumo diario no alimentarios, como son los productos de limpieza, perfumería, higiene, desechables de papel, etc. (los denominados “*near-food goods*”). Si bien existe una tercera categoría de productos referida a textiles, herramientas, juguetes, aparatos domésticos, etc. (los denominados “*non-food goods*”), la

¹⁰ Decisiones de la Comisión en los asuntos COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES y COMP/M.6847 TRITON/SUOMEN LÄHIKAUPPA.

¹¹ Resolución de la extinta CNC en el expediente C/0367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI.

Comisión consideró que éstos no formaban parte del mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario ya que, en base a los hábitos de compra de los consumidores, resultan sustancialmente diferentes a los productos pertenecientes a las categorías “*food goods*” y “*near-food goods*”, no constituyendo bienes de consumo diario¹².

- (24) Respecto al tipo de establecimiento, la Comisión Europea¹³ y las autoridades nacionales¹⁴ vienen distinguiendo entre establecimientos en formato libre servicio (incluye los distintos formatos de tienda minorista que no cuentan con asistencia personalizada) y los establecimientos especializados, dado que la competencia entre ambos es asimétrica.
- (25) En virtud de lo expuesto, la notificante concluye que el mercado de producto relevante es el de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio, integrado por todas las superficies de venta donde es posible el suministro de bienes de consumo diario, alimentario (“*food goods*”) y no alimentario (“*near-food goods*”), sin intermediación de una persona encargada¹⁵.

V.1.2. Mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (26) Asimismo, la notificante señala que el mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario también se ve afectado por esta operación de concentración.
- (27) Dicho mercado comprende la venta de bienes de consumo diario por sus productores a los distribuidores mayoristas y minoristas de los mismos. Los distribuidores se pueden agrupar en centrales de compra, constituyendo agrupaciones de comerciantes minoristas destinadas a aumentar su capacidad de negociación frente a los productores y lograr así condiciones de compra más favorables.
- (28) Desde el punto de vista de la demanda, los diferentes productos o sub-grupos de pedidos no son sustitutivos entre sí lo que llevaría a considerar que cada uno de ellos constituye un mercado diferenciado. No obstante, la Comisión Europea y las autoridades españolas de defensa de la competencia han considerado que la homogeneidad de la demanda no varía sustancialmente de un grupo de producto otro, por lo que bastaría con apreciar el poder de compra de las partes respecto del conjunto de los bienes de consumo diario¹⁶.

¹² Decisión de la Comisión sobre el asunto COMP/M.4590 REWE/DELVITA.

¹³ Decisión de la Comisión sobre el asunto TRITON/SUOMEN LÄHIKAUPPA (párrafo 10).

¹⁴ Resoluciones de la CNC en el expediente C/0539/13 FRAGADIS/MIQUEL ALIMENTACIÓ (párrafos 25-28), C/00367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI, C/0173/09 (párrafo 39) y C/0173/09 BON PREU/ITM IBÉRICA (párrafo 38).

¹⁵ De acuerdo con las Resoluciones de la CNMC en los expedientes C/0539/13 FRAGADIS/MIQUEL ALIMENTACIÓ, C/0367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI, C/0173/09 BON PREU/ITM IBÉRICA, este tipo de establecimientos incluye los autoservicios de proximidad con superficies de venta inferiores a 400 m², las medianas superficies (supermercados con superficies entre los 400 y 2.500 m²), las grandes superficies (hipermercados con superficies superiores a los 2.500 m²) y las tiendas de descuento.

¹⁶ Decisiones de la Comisión en los asuntos COMP/M.991 PROMODES/CASINO, COMP/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR y COMP/M.1087 PROMODES/SIMAGO; y las Resoluciones de la

V.3.1. Mercado de la distribución cash&carry

- (29) Tanto la Comisión Europea¹⁷ como las autoridades españolas de defensa de la competencia¹⁸ han declarado que el mercado de distribución mayorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio constituye un mercado de producto distinto del de la distribución comercial minorista y del de la distribución comercial mayorista en formato tradicional.
- (30) La distinción entre la distribución minorista de bienes de consumo diario y la distribución en formato cash&carry reside en que esta segunda modalidad de venta se dirige esencialmente a empresas y profesionales distintos de los consumidores finales. Por lo general, se exige algún tipo de identificación que acredite a los clientes como empresas o profesionales.
- (31) Respeto a la diferenciación de la distribución en formato cash&carry con otras modalidades de distribución mayorista, las diferencias radican en la tipología de los profesionales y empresas que acuden a este canal de distribución y en la forma en que se lleva a cabo la compra. Los principales clientes de los centros de cash&carry son profesionales y pequeñas y medianas empresas cuya capacidad financiera, de compra y de almacenamiento son limitadas o carecen de la posibilidad de predecir a largo plazo sus necesidades de bienes de consumo diario¹⁹ (establecimientos hoteleros, restaurantes, bares y otros locales dedicados a la hostelería o pequeños distribuidores minoristas).

V.2 Mercado geográfico

- (32) En virtud de los precedentes comunitarios y nacionales ya mencionados, el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio tiene dimensión local.
- (33) Desde el punto de vista del consumidor, la elección de un punto de venta minorista concreto vendrá limitada por el espacio geográfico al que resulta razonable desplazarse para efectuar una compra determinada.
- (34) La delimitación exacta del ámbito local del mercado de la distribución minorista debe realizarse caso por caso, partiendo de aquellos núcleos donde las empresas afectadas actúan y teniendo en cuenta el tipo de superficie de venta y las características de su entorno.
- (35) En principio, parecería apropiado un análisis territorial de mayor dimensión en el caso de localidades que poseen en su cercanía una gran superficie

EXTINTA CNC en los expedientes C/0367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI (párrafo 34), C/0362/11 UVESCO/ERCORECA (párrafo 34) y C/0173/09 BON PREU/ITM IBÉRICA (párrafo 40).

¹⁷ Decisiones de la Comisión en los asuntos IV/M.784 KESKO/TUKO (PÁRRAFOS 24-31); COMP/M.1221 REWE/MEINL (párrafo 16); COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES (párrafo 10); m.3646 KESKO/ICA/JV y COMP/M.3905 TESCO/CARREFOUR (párrafos 14 y 15).

¹⁸ Informes del Tribunal de Defensa de la Competencia en los Expedientes C/70/02 CAPRABO/ENACO, C/79/03 DIA/EL ÁRBOL; C/92/05 DINOSOL/MERCACENTRO; C/95/06 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH.

¹⁹ Decisión de la Comisión Europea en el asunto IV/M.784 KESKO/TUKO (párrafo 26) e Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia en el expediente C/95/06 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH.

comercial y en aquéllas en las que parece probada la existencia de una dependencia comercial con otras poblaciones cercanas. También resulta lógica tal consideración en el caso de zonas residenciales, donde el uso del vehículo forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes, al ser habituales los desplazamientos en coche para realizar la mayor parte de sus actividades.

- (36) Tradicionalmente, las autoridades españolas de defensa de la competencia, al analizar las condiciones de competencia existentes en el mercado en el que operará una nueva superficie comercial, delimita el mercado geográfico relevante en función de isocronas²⁰. En concreto, considera que la isocrona será de 15 minutos en el supuesto de que la gran superficie se encuentre en un núcleo urbano, llegando a 30 minutos cuando esté situada en núcleos rurales o cuando no exista ninguna otra gran superficie en el área considerada²¹.
- (37) Por otra parte, los precedentes han señalado que limitar el examen a los mercados locales podría no reflejar el impacto competitivo de una concentración cuando se da la circunstancia de que un gran número de mercados locales afectados por la operación guardan tal relación entre sí que se solapan y cubren sin fisuras un área más amplia llegando incluso a alcanzar el territorio de una provincia, una Comunidad Autónoma o en última instancia de la nación. En estas circunstancias el ámbito geográfico comprendería una región o todo el territorio nacional.
- (38) En el presente caso, el ámbito geográfico relevante para el análisis de la operación analizada, mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio, está constituido por aquellos ámbitos locales en los que coinciden los establecimientos comerciales de DIA y GRUPO EL ÁRBOL. En estos ámbitos, la operación es susceptible de generar una adición de cuota y, por tanto, una modificación de la estructura del mercado.
- (39) De conformidad con la información aportada por la notificante, se han identificado [...] municipios donde el solapamiento de las actividades de DIA y GRUPO EL ÁRBOL genera una cuota conjunta superior al 15% del mercado local correspondiente a la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio.
- (40) En base a los expedientes nacionales C/0001/07 DIA/PLUS y C/0486/12 DIA/SCHLECKER, la notificante ha distinguido dos categorías de municipios. La primera categoría estaría formada por aquellos municipios en los que no es previsible que la operación genere un efecto significativo sobre la competencia al no sobrepasar la cuota resultante de la operación el 30%, ser la cuota de mercado combinada de los dos principales competidores igual o superior a la cuota combinada de las partes, y ser la

²⁰ Isocrona: línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento.

²¹ Expedientes de la extinta CNC C/0095/08 SABECO/GALERÍAS/PRIMERO; C/0113/08 SUPERMERCADOS SABECO/GALERÍAS PRIMERO; y C/0486/12 DIA/SCHLECKER.

adición de cuota inferior o igual a 5 puntos porcentuales. Es el caso de [...] municipios.

- (41) La segunda categoría estaría integrada por aquellos municipios en los que la cuota combinada de las partes supera el 30%, no existen competidores relevantes y el incremento de cuota es superior a los 5 puntos porcentuales, por lo que la operación es susceptible de producir efectos sobre la competencia. Es el caso de 41 municipios²², que la notificante pasa a analizar de forma más detallada para delimitar el mercado geográfico.
- (42) Para ello, la notificante ha verificado si los 41 municipios considerados han sido incluidos en alguna área de influencia previamente definida por las autoridades nacionales de competencia en los precedentes analizados relativos a los mercados de distribución de bienes de consumo diario. El resultado ha sido que un total de 17 de los 41 municipios citados están englobados en 13 áreas de influencia²³ definidas en precedentes²⁴.
- (43) En cuanto a los 24 municipios restantes, se han definido los mercados geográficos de acuerdo con el método tradicional consistente en delimitar isocronas individuales trazadas alrededor del municipio con un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche, lo que ha permitido identificar 24 áreas de influencia.
- (44) En virtud de lo anterior, la notificante ha definido un total de 37 áreas de influencia relevantes que engloban los 41 municipios en los que la operación es susceptible de producir efectos sobre la competencia.

IV.2.2. Mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (45) De acuerdo con las autoridades de defensa de la competencia, el mercado del aprovisionamiento de bienes de consumo diario es, al menos, de ámbito nacional²⁵.
- (46) Esta delimitación del ámbito geográfico es aplicable tanto para las compras directas por parte de los distribuidores como para las actividades de las centrales de compra.

IV.2.3. Mercado de distribución cash&carry

²² Alagón, Alba de Tormes, Andorra, Benavides, Béjar, Borja, Burgo de Osma-Ciudad de Osma, Cacabelos, Calamocha, Calatayud, Campanario, Carrizo, Épila, Fuentes de Ebro, Guareña, Guardo, Hervás, Illueca, Jaraíz de la Vera, Lodosa, Llerena, Mojados, Monesterio, Oliva de la Frontera, Oroso, Peñaranda de Bracamonte, La Robla, Salamanca, Salas de los Infantes, Santa María del Páramo, Santa Marta, Los Santos de Maimona, Santovenia de Pisuerga, Talarrubias, Talayuela, Tobarra, Villablino, Villarcayo de Merindad de Castilla la Vieja, Villarejo de Órbigo, Vitigudino y Zuera.

²³ Áreas de influencia de Alcañiz, Burgos, Campo de Borja, Calatayud, Jiloca, León, Llerena, Mérida, Salamanca 1, Salamanca 2, Valdejón, Zafra y Zaragoza.

²⁴ Expedientes de la extinta CNC: C/0113/08 SABECO/GALERÍAS PRIMERO, C/0486/12 DIA/SCHLECKER, C/0001/07 DIA/PLUS, C/0079/03 DIA/EL ÁRBOL y Resolución del extinto TDC CARREFOUR/PROMODES.

²⁵ Decisión de la Comisión en el asunto COMP/M.6588 KONINKLIJKE AHOLD/VALK HOLDING y Resoluciones del extinto TDC en el expediente C/0052/00 CARREFOUR/PROMODES y de la extinta CNC en el expediente C/0001/07 DIA/PLUS.

- (47) La demanda de los establecimientos cash&carry está formada por, fundamentalmente, por profesionales del sector de la hostelería y la restauración, por lo que sus clientes están dispuestos a realizar mayores desplazamientos que los consumidores finales para adquirir sus productos. En consecuencia, la zona de influencia de estos establecimientos incluye un área más amplia que la de los establecimientos minoristas aun cuando los propios profesionales deban encargarse del transporte de los productos. Por este motivo, tanto la Comisión Europea²⁶ como las autoridades nacionales²⁷ han considerado que el mercado de la distribución mayorista a través de establecimientos cash&carry tiene dimensión local o regional²⁸.
- (48) Debido a que la operación no afectará al mercado de la distribución mayorista a través de establecimientos cash&carry, al no haber solapamientos de las actividades de las partes, la definición exacta del mercado geográfico de referencia puede quedar abierta.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

IV.3.1. Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio

- (49) De acuerdo con los datos aportados por la notificante²⁹, la cuota conjunta en España tras la operación es inferior al 15% del mercado nacional de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio ([10-20]% del mercado), existiendo operadores relevantes con una presencia superior o similar a nivel nacional (Mercadona [10-20]%, Grupo Eroski [10-20]% y Carrefour [5-10]%).

²⁶ Decisión de la Comisión en los asuntos IV/M.784 KESKO/TUKO (párrafo 32).

²⁷ Informe del TDC en el expediente C/05/06 MIQUEL ALIMENTACIÒ/PUNTOCASH.

²⁸ A modo de ejemplo, en el expediente C/05/06 MIQUEL ALIMENTACIÒ/PUNTOCASH EL Servicio de Defensa de la Competencia, pese a considerar que podría identificarse el mercado geográfico con la Comunidad Autónoma, analizó los efectos de la operación a nivel provincial.

²⁹ Basados en el Directorio Nielsen de diciembre de 2013 www.es.nielsen.com. Nielsen parte de los metros cuadrados destinados a la distribución minorista de productos de consumo diario (“*food goods*” y “*near-food goods*”) en régimen de autoservicio para el cálculo de cuotas, quedando al margen la superficie destinada a la distribución de productos de la categoría “*non-food goods*” al no formar parte del mercado relevante. Para ello se ha asignado a la distribución de bienes de consumo diario en régimen de autoservicio una superficie proporcional al peso que tienen sobre el negocio total de cada tipo de establecimiento. Los criterios de asignación por tipo de establecimiento son el 100% para superficies menores de 1999 m², 80% para superficies entre 2.000m² y 2.499m², el 60% para superficies entre 2.500m² y 4.999m², y el 50% para superficies superiores a 5.000m². Finalmente, solo se han considerado los establecimientos comerciales en régimen de libre servicio y no los establecimientos especializados, al no pertenecer éstos últimos al mercado de producto relevante.

MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE PRODUCTOS DE USO DIARIO EN ESPAÑA EN FORAMTO DE LIBRE SERVICIO Según superficie de venta (m ²)						
	2011		2012		2013	
	Superficie (m ²)	Cuota	Superficie (m ²)	Cuota	Superficie (m ²)	Cuota
DIA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GRUPO EL ÁRBOL	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CUOTA CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
MERCADONA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GRUPO EROSKI	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CARREFOUR	[...]	[5-10]%	[...]	[5-10]%	[...]	[5-10]%
CONSUM	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
LIDL	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
GRUPO AUCHAN	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
EL CORTE INGLÉS	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
COVIRAN	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
OTROS	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante

- (50) A nivel regional, la cuota conjunta no supera el 30% en ninguna de las Comunidades Autónomas donde se producen solapamientos entre DIA y GRUPO EL ÁRBOL. Tras la operación la cuota resultante hará a DIA líder de mercado en Aragón ([20-30]%), Castilla y León ([20-30]%) y Extremadura ([20-30]%), si bien es cierto que en todas ellas la cuota conjunta será inferior al 30%³⁰.
- (51) En cuanto al mercado a nivel local, tal y como se ha señalado anteriormente, de los [...] municipios donde la cuota resultante supera el 15% del mercado, en 41 de ellos la cuota combinada de las partes supera el 30%, no existen competidores relevantes y la adición de cuota supera los 5 puntos porcentuales.
- (52) La tabla siguiente contiene las cuotas que DIA y GRUPO EL ÁRBOL presentan en las 37 áreas de influencia propuestas por la notificante para los 41 municipios susceptibles de producir efectos sobre la competencia:

³⁰ Además de Aragón, Castilla y León y Extremadura, la cuota conjunta también superaría el 15% en Asturias ([20-30]%) si bien en esta Comunidad Autónoma DIA no liderará el mercado.

CUOTA ESTIMADA EN LAS ÁREAS DE INFLUENCIA DE LOS MUNICIPIOS DONDE LA OPERACIÓN ES SUSCEPTIBLE DE PRODUCIR EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA				
Según superficie de venta (m ²)				
ÁREAS DE INFLUENCIA	DIA	EL ÁRBOL	CUOTA CONJUNTA	CUOTA COMPETENCIA ³¹
Alcañiz	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[20-30]%
Zaragoza	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%
Burgos	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%
Campo de Borja	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%	[40-50]%
Calatayud	[10-20]%	[20-30]%	[40-50]%	[30-40]%
Jiloca	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%	[30-40]%
León	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%
Llerena	[20-30]%	[40-50]%	[50-60]%	[30-40]%
Mérida 4	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	[30-40]%
Salamanca 1	[10-20]%	[0-5]%	[30-40]%	[30-40]%
Salamanca 2	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Valdejón	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[40-50]%
Zafra	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	[30-40]%
Béjar	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Benavides	[30-40]%	[30-40]%	[60-70]%	[30-40]%
Burgo de Osma- Ciudad de Osma	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[50-60]%
Cacabelos	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	[30-40]%
Campanario	[20-30]%	[20-30]%	[40-50]%	[50-60]%
Guardo	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%	[40-50]%
Hervás	[10-20]%	[40-50]%	[60-70]%	[30-40]%
Jaraíz de la Vega	[10-20]%	[30-40]%	[50-60]%	[20-30]%
Lodosa	[20-30]%	[40-50]%	[60-70]%	[20-30]%
Mojados	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[60-70]%
Monesterio	[50-60]%	[10-20]%	[70-80]%	[20-30]%
Oliva de la Frontera	[20-30]%	[5-10]%	[30-40]%	[60-70]%
Oroso	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%
Peñaranda de Bracamonte	[30-40]%	[20-30]%	[50-60]%	[30-40]%

³¹ Cuota combinada de los dos principales competidores en esa zona de influencia.

Santa María del Páramo ³²	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[40-50]%
Santa Marta	[20-30]%	[20-30]%	[40-50]%	[50-60]%
Santovenia de Pisuerga	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%
Talarrubias	[10-20]%	[40-50]%	[60-70]%	[30-40]%
Talayuela	[20-30]%	[5-10]%	[20-30]%	[30-40]%
Tobarra	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[40-50]%
Villablino	[10-20]%	[30-40]%	[40-50]%	[40-50]%
Villarcayo de Merindad de Castilla la Vieja	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Villarejo de Órbigo	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	[40-50]%
Vitigudino	[10-20]%	[30-40]%	[50-60]%	[40-50]%

Fuente: Notificante

- (53) A la luz de la tabla anterior, la Dirección de Competencia ha identificado 7 áreas de influencia donde la cuota conjunta estimada tras la operación supera el 55%, con una adición de cuota superior a los 5 puntos porcentuales. Estas áreas de influencia, en las que la Dirección de Competencia centrará su análisis, pertenecen a los siguientes municipios: Benavides, Hervás, Llerena, Lodosa, Monesterio, Peñaranda de Bracamonte y Talarrubias.
- (54) A juicio de la notificante, las densidades de población de las áreas de influencia de Benavides, Hervás, Llerena, Lodosa³³, Monesterio y Talarrubias son inferiores a los 100 habitantes por km², lo que justificaría el análisis del impacto de la operación en una isocrona más amplia de 30 minutos de desplazamiento en automóvil, incluyendo de esta forma municipios que actúan como focos de atracción, cuya oferta comercial y de ocio no es equiparable a la que se puede encontrar en esos municipios o municipios más cercanos.
- (55) Esta Dirección de Competencia considera, no obstante, que una isocrona de 30 minutos de desplazamiento en coche puede resultar excesivamente amplia dada la estructura comercial de los municipios, basada en supermercados de pequeña y mediana superficie, por lo que estima más apropiada una isocrona más estrecha, de alrededor de 15 minutos. En cualquier caso, esta Dirección de Competencia analizará ambas alternativas de mercado.

³² De acuerdo con DIA, en la notificación había un error de cálculo en la aplicación de la isocrona de 15 minutos correspondiente a Santa María del Páramo puesto que no incluía varios municipios cuyo tiempo de desplazamiento, desde Santa María del Páramo, era inferior a ese tiempo (caso del municipio de La Bañeza), otorgando a la operación una cuota conjunta errónea del 100% en ese área de influencia.

³³ Lodosa tiene una densidad de población de 107 habitantes por km², ligeramente superior a los 100. En cualquier caso, según la notificante, la densidad de la comarca a la que pertenece (Ribera del Alto Ebro) se sitúa claramente por debajo.

i. Benavides y su área de influencia

- (56) El municipio de Benavides pertenece a la comarca de Ribera del Órbigo, situado en la provincia de León, y tiene una población de 2.719 habitantes.
- (57) El área de influencia de Benavides está integrada por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie total de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² corresponden a dos establecimientos de DIA localizados en los municipios de Benavides ([...]m²) y Villarejo de Órbigo ([...]m²), lo que implica una cuota del [30-40]%, y [...]m² a dos establecimientos de GRUPO EL ÁRBOL situados, igualmente, en Benavides ([...]m²) y en Villarejo de Órbigo ([...]m²). De esta forma, la cuota conjunta tras la operación en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia de Benavides, tomando una isocrona de 15 minutos, será del [60-70]%, con una adición de cuota de [30-40] puntos porcentuales.
- (58) Respecto a la oferta competitiva, en base a datos de AC Nielsen, los principales operadores son Grupo Eroski y Coviran, S.C.A., con un [20-30]% y [5-10]% del mercado considerado, respectivamente.
- (59) De acuerdo con la notificante, la eliminación de barreras legales y administrativas para la apertura de establecimientos comerciales favorece la entrada al mercado de nuevos operadores³⁴. Prueba de ello es, según la notificante, la apertura en el año 2013 de un establecimiento comercial por parte de Coviran, S.C.A. ([...]m²) en Villarejo de Órbigo.
- (60) En el caso de considerar una isocrona de 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota combinada se reduciría hasta alcanzar el [40-50]%, con una adición de [10-20] puntos porcentuales³⁵.

ii. Hervás y su área de influencia

- (61) El municipio de Hervás tiene una población de 4.725 habitantes y constituye el centro administrativo y comercial de la comarca del Valle del Ambroz, provincia de Cáceres.
- (62) El área de influencia de Hervás está integrada por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² pertenecen a un establecimiento comercial que DIA tiene en Hervás, lo que implica una cuota del [10-20]%, y [...]m² a un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL en ese mismo municipio. Tras la operación la cuota resultante en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en

³⁴ La Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de comercio de Castilla y León modificada por el Decreto Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de medidas de impulso de las actividades de servicios en Castilla y León, suprime el régimen de licencia municipal para los establecimientos comerciales medianos y limita la definición de grandes establecimientos a aquéllos de más de 2.500 m².

³⁵ DIA adquiere en Astorga, municipio situado en la isocrona de 30 minutos, un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL de [...]m².

formato libre servicio en el área de influencia de Hervás será del [60-70]%, con una adición de [40-50] puntos porcentuales.

- (63) Respecto a la oferta comercial, en base a los datos de AC Nielsen, Lider Aliment, S.A. tiene el [20-30]% del mercado, Coviran, S.C.A. el [5-10]% y Unide, S.Coop el [0-5]%.
- (64) A juicio de la notificante, la eliminación de barreras comerciales y administrativas recogidas en la normativa autonómica extremeña³⁶ ha facilitado la apertura reciente de establecimientos comerciales. Es el caso de Coviran, S.C.A. ([...]m²) y Unide, S.Coop ([...]m²) en los municipios de Hervás y Abadía, respectivamente.
- (65) En el caso de emplear una isocrona a 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota conjunta sería del [40-50]%, con una adición de [20-30] puntos porcentuales³⁷.

iii. Llerena y su área de influencia

- (66) El municipio de Llerena tiene una población de 5.976 habitantes y pertenece a la provincia de Badajoz.
- (67) El área de influencia definida para Llerena se basa en el expediente C/0001/07 DIA/PLUS en el que la extinta CNC consideró que la misma quedaba circunscrita al propio municipio. Según datos de la notificante, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² corresponden a un establecimiento de DIA ([20-30]% del mercado) y [...]m² a un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL. De esta forma la cuota resultante en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia de Llerena será del [60-70]%, con una adición de [40-50] puntos porcentuales.
- (68) Respecto a la oferta comercial, en base a datos procedentes de AC Nielsen, su principal competidor es Lider Aliment, S.A. con una cuota de mercado del [30-40]%.
- (69) En el caso de considerar una isocrona de 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota conjunta tras la operación descendería sustancialmente, situándose en el [30-40]%, con una adición de [10-20] puntos porcentuales³⁸.

iv. Lodosa y su área de influencia

- (70) Lodosa es un municipio de la Comunidad Foral de Navarra, situado en la merindad de Estella, que cuenta con una población de 4.836 habitantes.

³⁶ La Ley 7/2010, de 19 de junio, de modificación de la Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura suprime la exigencia de licencias y limita el análisis de los organismos autonómicos desde el punto de vista comercial a los establecimientos de superficie de venta o superior a 2.500 m².

³⁷ DIA adquiere en Béjar, municipio situado en la isocrona de 30 minutos, dos establecimientos de GRUPO EL ÁRBOL con una superficie total de [...]m².

³⁸ DIA adquiere en Zafra, municipio situado en la isocrona de 30 minutos, un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL de [...]m².

- (71) El área de influencia de Lodosa está conformada por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² corresponden a un establecimiento que DIA tiene en Lodosa ([20-30]% del mercado) y [...]m² a un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL en esa misma localidad. Tras la operación, la cuota resultante en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia de Lodosa será del [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales.
- (72) Respecto a la oferta comercial, en base a los datos procedentes de AC Nielsen, los principales competidores son Grupo Eroski ([10-20]%), Miquel Alimentació Grupo, S.A. ([5-10]%), Unide, S.Coop. ([5-10]%), H.D. Covalco, S.A. ([0-5]%) e Independiente ([0-5]%).
- (73) Según la notificante, la Comunidad Foral de Navarra ha eliminado las barreras legales y administrativas para la apertura de nuevos establecimientos comerciales lo que facilitará la entrada de nuevos operadores en el mercado considerado³⁹.
- (74) En caso de aplicar una isocrona a 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota conjunta se reduciría al [10-20]%, con una adición de [0-5] puntos porcentuales⁴⁰.
- v. Monesterio y su área de influencia
- (75) Monesterio es un municipio de la provincia de Badajoz que cuenta con una población de 4.361 habitantes.
- (76) El área de influencia de Monesterio está compuesta por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² corresponden a tres establecimientos de DIA situados en los municipios de Calera de León, Fuentes de Cantos y Monesterio, lo que implica una cuota del [50-60]%, y [...] m² a un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL situado en Monesterio. Tras la operación la cuota resultante en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia de Monesterio será del [70-80]%, con una adición de cuota de [10-20] puntos porcentuales.
- (77) Respecto a la estructura competitiva, destacan Lider Aliment, S.A. y Coviran, S.C.A. con cuotas del [10-20]% y del [10-20]%, respectivamente.
- (78) De conformidad con la notificante, la modificación de la normativa extremeña en materia de apertura comercial ha facilitado la apertura reciente de una tienda Coviran, S.C.A. ([...] m²) en ese área de influencia.

³⁹ Ley Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra ha sido modificada por la Ley 6/2010, de 6 de abril.

⁴⁰ DIA adquiere en Logroño, municipio situado en la isocrona de 30 minutos, un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL de [...]m².

- (79) En caso de aplicar una isocrona a 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota conjunta tras la operación sería del [30-40]%, con una adición de [10-20] puntos porcentuales⁴¹.
- vi. Peñaranda de Bracamonte y su área de influencia
- (80) El municipio de Peñaranda de Bracamonte, situado en la provincia de Salamanca, es la cabecera de la comarca homónima. Actualmente, tiene 6.776 habitantes y una elevada densidad de población⁴².
- (81) El área de influencia de Peñaranda de Bracamonte está compuesta por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...] corresponden a tres establecimientos de DIA (de [...]m², [...]m² y [...]m², respectivamente, los dos primeros ubicados en Peñaranda de Bracamonte y el tercero ubicado en Villoria), lo que supone una cuota del [30-40]%, y [...]m² a dos establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL (de [...] y [...] m², respectivamente, situados en Peñaranda de Bracamonte). Tras la operación, la cuota resultante en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia de Peñaranda de Bracamonte será del [50-60]%, con una adición de cuota [20-30] puntos porcentuales.
- (82) Respecto a la estructura competitiva, destacan Semark AC Group, S.A. con un [20-30]% de cuota de mercado, Unide, S.Coop con un [5-10]%, Independiente con un [0-5]% y Miquel Alimentació, S.A. con un [0-5]%.
- (83) De conformidad con la notificante, la modificación de la normativa de Castilla y León en materia de apertura comercial ha facilitado la apertura de una tienda Semark AC Group, S.A. ([...]m²) en 2012 y dos establecimientos Unide, S.Coop (superficie total de [...]m²) en el último año.
- vii. Talarrubias y su área de influencia
- (84) Talarrubias es un municipio de la provincia de Badajoz situada en la comarca extremeña de La Siberia, que cuenta con una población de 3.625 habitantes.
- (85) El área de influencia de Talarrubias está integrada por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad. En base a la información aportada, su superficie de venta minorista es de aproximadamente [...]m², de los cuales [...]m² corresponden a un establecimiento de DIA ([10-20]% de cuota de mercado) y [...]m² a dos establecimientos de GRUPO EL ÁRBOL (de [...] y [...]m², respectivamente), todos situados en Talarrubias. De esta forma la cuota resultante tras la operación en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en el área de influencia

⁴¹ DIA adquiere en Zafra, municipio ubicado en la isocrona de 30 minutos, un establecimiento de GRUPO EL ÁRBOL de [...]m².

⁴² La densidad de población de Peñaranda de Bracamonte está próxima a los 300 habitantes/km² por lo que, a juicio de esta Dirección de Competencia no procede aplicar una isocrona de 30 minutos.

de Talarrubias será del [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales⁴³.

- (86) En cuanto a la oferta competitiva, el único operador en dicha área de influencia es Coviran, S.C.A ([30-40]%)⁴⁴.
- (87) Según la notificante, la modificación de la normativa extremeña en materia de apertura comercial ha facilitado la reciente apertura por parte Coviran, S.C.A. de un nuevo establecimiento en el municipio de Casas de Don Pedro.
- (88) En caso de aplicar una isocrona a 30 minutos de desplazamiento en coche, la cuota conjunta sería del [60-70]%, con una adición de [20-30] puntos porcentuales, compitiendo con Coviran, S.C.A. ([30-40]%) y Lider Aliment, S.A. ([5-10]%).

IV.3.2. Mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (89) Por otra parte, la cuota de mercado conjunta de DIA y GRUPO EL ÁRBOL no supera el 15% en el mercado nacional de aprovisionamiento de bienes de consumo diario, por lo que no constituye un mercado relevante a los efectos de la operación⁴⁵.
- (90) Según la notificante, se ha tomado como referencia del valor total del mercado la información estadística sobre ventas netas de productos en función de su código CNAE publicada por el Instituto Nacional de Estadística para el año 2012 en la Encuesta Industrial de Empresas.

IV.3.3. Mercado de distribución cash&carry

- (91) Las actividades de las partes no se solapan en el mercado de distribución mayorista a través de establecimientos cash&carry puesto que solamente está presente GRUPO EL ÁRBOL, cuya cuota de mercado en España es de aproximadamente del [0-5]%⁴⁶.

VI.2. Estructura de la demanda

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

⁴³ Con fecha 14 de octubre, la notificante envió escrito a la Dirección de Competencia aportando información actualizada referida a Talarrubias y a su área de influencia y que rectifica la obrante en el formulario de notificación. En concreto, informa sobre la ampliación del establecimiento que tiene Coviran en dicho municipio, pasando de los [...]m² que recoge la notificación a los [...]m², lo que modifica, a su vez, el cálculo de las cuotas de las partes, al ampliarse la superficie de venta minorista.

⁴⁴ De acuerdo con la información aportada por la notificante y mencionada en la nota anterior, en dicha área de influencia operan dos establecimientos de Coviran, uno en Talarrubias (de [...]m²) y otro en Casas de Don Pedro ([...]m²).

⁴⁵ Según la notificante, se ha tomado como referencia del valor total del mercado la información estadística sobre ventas netas de productos en función de su código CNAE publicada por el Instituto Nacional de Estadística para el año 2012 en la Encuesta Industrial de Empresas <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/to5/p048/%file=inebase>.

⁴⁶ Fuente Nielsen.

- (93) No existe, por definición, ningún coste de cambio de proveedor por parte de los consumidores sino que basta con que se dirijan al establecimiento de su elección y elijan los productos que deseen. El coste de acudir a un establecimiento es el tiempo incurrido en el desplazamiento físico del cliente que, en base a la doctrina de las autoridades nacionales de competencia, determina la delimitación geográfica del mercado relevante.
- (94) Los consumidores residentes en zonas urbanas de difícil acceso en coche buscan establecimientos cercanos que ofrezcan bienes de consumo diario y, normalmente, se abastecerán a través de tiendas de proximidad o medianas superficies. Por el contrario, los residentes en zonas periféricas suelen buscar establecimientos a los que puedan acceder en vehículo y en los que puedan realizar compras de aprovisionamiento de carácter semanal e incluso mensual, por lo que se dirigirán principalmente a grandes superficies de venta.
- (95) No obstante, conviene señalar que la demanda de los distintos tipos de superficies de venta no constituye compartimentos estancos, pudiendo acudir a las grandes superficies para realizar las grandes compras de aprovisionamientos y utilizar las tiendas de proximidad para abastecerse de productos de uso diario.
- (96) La demanda del mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario está constituida por la distribución comercial minorista y mayorista de dichos productos.
- (97) Esta demanda, especialmente en el caso de la distribución minorista, está constituida por un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a importantes grupos activos a nivel multinacional, que se aprovisionan de forma individual o colectiva a través de centrales de compras.

VI.3. Barreras a la entrada

- (98) Tradicionalmente, la obligación de licencias o autorizaciones administrativas previas para la instalación de establecimientos de comerciales ha constituido la principal barrera de entrada a los mercados de distribución minorista de bienes de consumo diario. En concreto, el antiguo artículo 6 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista contenía la denominada “doble licencia” puesto que la apertura de un establecimiento comercial exigía la preceptiva autorización del municipio donde se ubicara y, para grandes superficies, la concesión de una licencia por parte de la Comunidad autónoma correspondiente.
- (99) Con la aprobación de la Directiva 2006/123/CE relativa a los servicios en el mercado interior (Directiva de Servicios)⁴⁷, y su transposición al ordenamiento jurídico español, estas barreras se han visto significativamente reducidas. De acuerdo con el artículo 9 de la Directiva de Servicios, los Estados miembros no podrán exigir una autorización previa para la implantación de actividades de servicios salvo que se encuentre

⁴⁷ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior (DOUEL núm. 376 de 27 de Diciembre de 2006).

justificada por una razón imperiosa de interés general. Además, los regímenes de autorización no podrán ser discriminatorios y deberán constituir la medida menos restrictiva posible para alcanzar el objetivo en cuestión.

- (100) En España la transposición de la Directiva de Servicios en materia de comercio minorista se ha realizado en dos planos distintos.
- (101) A nivel nacional, la Ley 12/2010, de 26 de noviembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios⁴⁸ suprime la licencia municipal de apertura; la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de modernización del comercio minorista, suprime la licencia autonómica para grandes superficies⁴⁹; el Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, contiene diversas medidas dirigidas a liberalizar el comercio minorista⁵⁰; y el Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, establece que la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales podrá quedar sometida a una única autorización, concedida por tiempo indefinido únicamente cuando *“las instalaciones o infraestructuras físicas necesarias para el ejercicio de la actividad sean susceptibles de generar daños sobre el medio ambiente, el entorno urbano y el patrimonio histórico-artístico, y estas razones no puedan salvaguardarse mediante la presentación de una declaración responsable o de una comunicación previa”*⁵¹.
- (102) A nivel regional, las comunidades autónomas han eliminado de sus normativas los principales obstáculos para la apertura de nuevos establecimientos. En concreto, en aquellas comunidades donde GRUPO EL ÁRBOL goza de mayor presencia, como Aragón⁵², Asturias⁵³, Castilla y

⁴⁸ La Ley 12/2010, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, en sus artículos 2 y 3, prohíbe a las administraciones públicas exigir una licencia previa para la apertura de instalaciones o establecimientos comerciales minoristas de superficie no superior a 750 m² (BOE núm. 311 de 27 de Diciembre de 2012).

⁴⁹ La Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de modernización del comercio minorista, en su artículo 6, establece el principio general de que la apertura de establecimientos comerciales no está sujeta a autorización administrativa previa, salvo que existan razones imperiosas de interés general (nunca económicas o comerciales). BOE núm. 53 de 02 de Marzo de 2010.

⁵⁰ Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, incluye medidas relativas a la ampliación de los horarios comerciales y la facilitación de las actividades de promoción de ventas. BOE núm. 168 de 14 de Julio de 2012.

⁵¹ Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, contiene medidas relativas a la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales (artículo 6). BOE núm. 163 de 5 de Julio de 2014.

⁵² Decreto-Ley 1/2010, de 27 de abril, del gobierno de Aragón de modificación de diversas leyes de la Comunidad Autónoma de Aragón para la transposición de la Directiva de servicios, ha reformado la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón, añadiendo un artículo 14bis que exime expresamente de la obtención de licencia a los establecimientos comerciales que no sean grandes superficies.

⁵³ Ley 9/2010, de 17 de diciembre, de comercio interior.

León⁵⁴ y Extremadura⁵⁵, sus respectivas normativas han suprimido el régimen de licencia municipal para los establecimientos comerciales medianos y han simplificado la concesión de licencias de apertura para los grandes establecimientos, limitado su definición a aquellas superficies de más de 2.500 m².

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (103) La operación notificada consiste en la toma del control exclusivo de GRUPO EL ÁRBOL por parte de DIA.
- (104) La operación afecta al mercado de la distribución minorista de productos de bienes de consumo diario en formato libre servicio y al mercado ascendente del aprovisionamiento de bienes de consumo diario, en el que ambas partes están presentes.
- (105) Por lo que se refiere al primero, a nivel nacional la cuota de mercado conjunta de las partes será inferior al 15% mientras que a nivel regional la cuota conjunta no superará el 30% en ninguna de las Comunidades Autónomas en las que se producen solapamientos entre las partes.
- (106) A nivel local, se han identificado 41 municipios donde el solapamiento de las actividades de DIA y GRUPO EL ÁRBOL genera una cuota conjunta superior al 30% del mercado.
- (107) La incidencia de la operación es especialmente importante en 7 áreas de influencia correspondientes a los municipios de Benavides, Hervás, Llerena, Lodosa, Monesterio, Peñaranda de Bracamonte y Talarrubias.
- (108) Partiendo de una isocrona de 15 minutos de desplazamiento en coche (excepto en el caso de Llerena en el que el área de influencia se circunscribe al propio municipio), las cuotas resultantes de la operación en dichas áreas son las siguientes: Benavides: [60-70]%, con una adición de cuota de [30-40] puntos porcentuales; Hervás, [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales; Llerena, [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales; Lodosa, [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales; Monesterio, [70-80]%, con una adición de cuota de [10-20] puntos porcentuales; Peñaranda de Bracamonte, con un [50-60]% y una adición de cuota de [20-30] puntos porcentuales; y, Talarrubias, [60-70]%, con una adición de cuota de [40-50] puntos porcentuales.
- (109) En el caso de considerar ámbitos geográficos más extensos, como isocronas de 30 minutos, la cuota conjunta tras la operación descendería notablemente en las áreas de influencia de Benavides ([40-50]%), Hervás ([40-50]%), Llerena ([30-40]%), Lodosa ([10-20]%) y Monesterio ([30-40]%). No obstante, a juicio de la Dirección de Competencia, una isocrona de 30

⁵⁴ La Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de comercio de Castilla y León se ha visto modificada por el Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de medidas de impulso de las actividades de servicios en Castilla y León.

⁵⁵ Ley 7/2010, de 19 de junio, de modificación de la Ley 3/2002, de 9 de mayo, de comercio de la Comunidad autónoma de Extremadura.

minutos resulta excesiva dada la estructura comercial de dichas localidades, considerándose más apropiada una isocrona de 15 minutos.

- (110) En los 7 casos, la operación supone la unión de los dos principales operadores, que cuentan con los establecimientos de mayor superficie, sin que existan competidores relevantes como para actuar como contrapeso del incremento de la cuota del grupo adquirente.
- (111) En cuanto a la posible competencia potencial derivada de la entrada de nuevos operadores en el mercado minorista, si bien se han reducido considerablemente las barreras legales como consecuencia de las reformas normativas llevadas a cabo por las Comunidades Autónomas, no pueden obviarse las barreras físicas, derivadas de la dificultad de encontrar locales disponibles situados en puntos atractivos.
- (112) Por último, en cuanto al poder compensatorio de la demanda, la demanda del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario está constituida por los consumidores finales, personas físicas que acudirán a los diferentes puntos de venta para abastecerse de productos alimentarios y no alimentarios para satisfacer las necesidades habituales de sus hogares. No se puede concluir, por tanto, que el poder de la demanda sea tal que contrarreste el posible poder de mercado adquirido por DIA.
- (113) Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, existen serias dudas sobre los efectos de la operación, pues la misma puede obstaculizar de manera significativa la competencia en el mercado de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio, en concreto, en las áreas geográficas de Benavides, Hervás, Llerena, Lodosa, Monesterio, Peñaranda de Bracamonte y Talarrubias.
- (114) En cuanto al mercado ascendente de abastecimiento de bienes de consumo diario, la operación no parece plantear problemas de competencia dada la reducida cuota resultante.

VIII. COMPROMISOS

- (115) Con objeto de mantener la competencia efectiva en los mercados mencionados y de no dilatar la tramitación del expediente, la notificante, al amparo de lo establecido en el artículo 59 de la LDC, ha presentado compromisos consistentes en la desinversión de determinados establecimientos de GRUPO EL ÁRBOL ubicados en Talarrubias ([...]), Benavides ([...]), Monesterio ([...]), Llerena ([...]), Lodosa ([...]), Hervás ([...]) y Peñaranda de Bracamonte ([...])⁵⁶.
- (116) Se adjuntan los compromisos propuestos en anexo.

IX. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS

- (117) Como consecuencia de los compromisos, no se producirán adiciones de cuota en el mercado de la distribución comercial minorista de bienes de

⁵⁶ Los datos de superficie se refieren a la superficie de venta real de los establecimientos.

consumo diario en régimen de libre servicio en los ámbitos geográficos de Monesterio, Llerena, Lodosa y Hervás.

- (118) En el resto de los ámbitos geográficos, se reducirá considerablemente la cuota conjunta resultado de la operación. Así, en Talarrubias, la cuota conjunta será del [50-60]%, con una adición de [30-40] puntos porcentuales; en Benavides, la cuota conjunta será del [50-60]%, con adición de [20-30] puntos porcentuales; y en Peñaranda de Bracamonte, la cuota conjunta será de [40-50]%, con una adición de cuota de [10-20] puntos porcentuales.
- (119) Las desinversiones, unidas a la reducción de las barreras legales, posibilitarán la aparición de nuevos competidores o el refuerzo de los ya existentes en dichas áreas, que de este modo ejercerán presión competitiva sobre DIA.
- (120) A la vista de lo anterior, se puede concluir que los compromisos propuestos por DIA son suficientes para resolver las dudas planteadas por la operación.

X. 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 **subordinar la autorización de la concentración al cumplimiento de los compromisos propuestos por DIA**, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.