



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06052

IBEROSTAR / CAJA MADRID / SA NOSTRA / CAIXA GALICIA / INHOVA

Con fecha 2 de junio de 2006, ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la toma control conjunto sobre INVERSORA DE HOTELES VACACIONALES, S.A. (INHOVA) por parte de IBEROSTAR HOTELES Y APARTAMENTOS, S.L (IBEROSTAR), CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE LAS BALEARES (SA NOSTRA), CORPORACIÓN CAIXA GALICIA SAU (CORPORACIÓN CAIXA GALICIA) y ESTRATEGIA INVERSIONES EMPRESARIALES SOCIEDAD DE CAPITAL RIESGO, S.A (EIE CAJA MADRID).

La notificación ha sido realizada por las sociedades adquirentes, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 b) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **3 de julio de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición del control conjunto sobre INHOVA por parte de IBEROSTAR, SA NOSTRA, CORPORACIÓN CAIXA GALICIA y EIE CAJA MADRID. Cada uno de esos accionistas dispondrá de un 25% del capital de INHOVA.

La operación supone un cambio en la estructura de control de INHOVA por la modificación de su accionariado. Mediante la operación notificada se produce la entrada de IBEROSTAR y CAJA MADRID en el capital social de INHOVA, y simultáneamente la salida de dos de sus antiguos accionistas: CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE ZARAGOZA, ARAGÓN Y RIOJA ("IBERCAJA") y el tour operador alemán THOMAS COOK AG.

Por su parte, tanto SA NOSTRA como CAIXA GALICIA, actuales accionistas de INHOVA, junto con los dos citados socios salientes, permanecerán en el capital de INHOVA



Junto a diversos contratos de compraventa, los cuatro socios han suscrito un Pacto de Accionistas al objeto de regular sus relaciones en el seno de los órganos de dirección de INHOVA así como establecer los principios rectores del proyecto empresarial.

Así, el Acuerdo prevé que la gestión de los establecimientos hoteleros objeto del negocio de INHOVA sea realizada por IBEROSTAR¹, mientras éste sea socio de dicha empresa. Cabe señalar que IBEROSTAR ya gestiona desde abril de 2001 el único hotel de la adquirida en España: el hotel Cala Barca, en el municipio de Santanyi (Mallorca). De esta forma, el proyecto se articula en torno a tres socios financieros, las tres Cajas de Ahorro, y un socio tecnológico, IBEROSTAR, cuyo vínculo contractual con INHOVA pasa a ser estructural.

El Pacto de Accionistas establece una representación paritaria de los cuatro socios en los órganos de representación de INHOVA (2 consejeros por cada socio en el Consejo de Administración formado por un total de 8 miembros y 1 en la Comisión Ejecutiva constituida por 4 miembros).

En cuanto a la toma de decisiones en el seno del Consejo de Administración² de INHOVA, se realizará por mayoría absoluta de sus miembros (5) salvo en ciertos supuestos³ en los que se exigirá una mayoría reforzada del 75% de los mismos (6 miembros).

Adicionalmente el pacto prevé ciertos acuerdos para los que se exigirá unanimidad de los socios⁴, entre los que figuran los relativos a “cualquier variación del Plan de Negocio” acordado por las notificantes.

El párrafo 26 de la Comunicación de la Comisión sobre el Concepto de Concentración señala: “El programa de actividad normalmente proporciona información sobre los objetivos de la empresa y las medidas que deben adoptarse para alcanzarlos. Un derecho de veto sobre este programa, aunque sea el único que se posea, puede bastar para conferir el control en común. En cambio, cuando el programa de actividad contenga solamente declaraciones generales sobre los objetivos comerciales de la empresa en participación, la existencia de un derecho de veto constituirá únicamente un elemento a tener en cuenta cuando se efectúe una valoración global para determinar si existe control en común, pero no bastará por sí solo para conferir dicho control.”

¹ En la actualidad, IBEROSTAR gestiona los cuatro hoteles propiedad de INHOVA aún cuando no participa en el capital de dicha empresa. En particular IBEROSTAR gestiona desde abril de 2001 el único hotel de la adquirida en España.

² La Comisión Ejecutiva aplicará los mismos criterios establecidos para el Consejo de Administración en la adopción de acuerdos.

³ Entre los asuntos que se exige dicha mayoría reforzada se encuentra la aprobación del presupuesto anual, la formulación de las cuentas anuales, el abandono de las actividades preexistentes, la creación adquisición o venta de filiales o activos inmobiliarios, otras operaciones de inversión, operaciones de endeudamiento, designación y cese del Gerente y demás personal directivo, etc.

⁴ En concreto, los siguientes acuerdos del Consejo de Administración: la puesta en marcha de nuevas actividades distintas de las comprendidas en el objeto social, cualquier variación del Plan de Negocio y la celebración de contratos cuando se trate de operaciones que se celebren fuera del curso ordinario de los negocios o en condiciones inusuales de mercado, se celebren con sociedades vinculadas a la compañía, a los socios o a los consejeros, o suponga la concesión de exclusivas. En cuanto a los acuerdos de la Junta General de Accionistas, entre otras: la creación o modificación de clases o series especiales de acciones que confieran cualquier privilegio frente a las acciones ordinarias, la sustitución o modificación del negocio que constituye la actividad principal de INHOVA, las ampliaciones de capital sin derecho de suscripción preferente o la transformación o fusión de la sociedad.



En el presente caso, el Plan de Negocio de INHOVA recoge una previsión detallada de las principales inversiones de INHOVA en hoteles, su actividad primordial, identificando los mismos en los próximos años y calcula los principales flujos financieros derivados de las mismas.

En consecuencia, cualquiera de los socios puede vetar decisiones capitales para la estrategia competitiva de INHOVA, básicamente la incorporación de nuevos proyectos hoteleros o el abandono de los existentes, por lo que cabe concluir la existencia de control conjunto. Esta circunstancia resulta esencial al constituir la promoción y tenencia de activos inmobiliarios dedicados a la hostelería la actividad principal de la compañía.

Los diversos Acuerdos suscritos por las Partes el 16 de mayo de 2006 contienen como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización de las autoridades de competencia.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989, DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004), por lo que carece de dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 b) de la misma.

III EMPRESAS PARTICIPES

III.1. IBEROSTAR HOTELES Y APARTAMENTOS, S.L. (IBEROSTAR)

IBEROSTAR es una sociedad domiciliada en España que pertenece al grupo turístico de igual denominación, y cuyo capital social se encuentra en manos de BALEAR DE INVERSIONES FINANACIERAS, S.L., sociedad participada en última instancia por varios miembros de la familia FLUXÁ.

El grupo IBEROSTAR está principalmente presente en la promoción y explotación de negocios de hostelería y turismo, siendo sus principales negocios o ramas de actividad: los hoteles (IBEROSTAR), las agencias de viaje minoristas (VIAJES IBERIA), las agencias mayoristas (IBEROJET y sus filiales VIVA TOURS y TURAVIA), los vuelos chárter (IBERWORLD) y las agencias de servicios receptivos (IBEROSERVICE)⁵.

IBEROSTAR ya gestiona el único hotel propiedad de la adquirida en España.

El volumen de ventas del grupo IBEROSTAR en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

⁵ Según el notificante, IBEROSTAR se encuentra actualmente en proceso de venta de todas las sociedades emisoras incluidas en su grupo, es decir, las agencias de viaje mayoristas o tour operadores (IBEROJET, VIVA TOURS y TURAVIA), las agencias minoristas (VIAJES IBERIA) y la compañía aérea IBERWORLD.



VOLUMEN DE VENTAS DE IBEROSTAR (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	2.197	2.469	2.788
Unión Europea	2.030	2.416	2.668
España	1.872	2.190	2.376

Fuente: Notificación

III.2 SA NOSTRA, CAIXA DE BALEARS (SA NOSTRA)

SA NOSTRA es una institución benéfico-social con personalidad jurídica propia, que constituye la sociedad dominante de un grupo de entidades financieras. Dispone de una red de 227 oficinas, según datos a 31 de diciembre de 2005, desarrollando principalmente su actividad en las Comunidades Autónomas de Baleares, Madrid, Canarias y Valencia.

El volumen de ventas del grupo SA NOSTRA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE SA NOSTRA (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	1.296	1.098	1.385
Unión Europea	1.296	1.098	1.385
España	1.296	1.098	1.385

Fuente: Notificación

III.3. CORPORACIÓN CAIXA GALICIA, SAU (CORPORACIÓN CAIXA GALICIA)

CORPORACIÓN CAIXA GALICIA es una filial al 100% de CAJA DE AHORROS DE GALICIA ("CAIXA GALICIA") a través de la que dicha entidad financiera canaliza sus participaciones empresariales en diversas sociedades.

El volumen de ventas de CAIXA GALICIA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE CAIXA GALICIA (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	1.020	1.002	1.343
Unión Europea	1.020	1.002	1.343
España	1.011	993	1.329

Fuente: Notificación



III.4. ESTRATEGIA INVERSIONES EMPRESARIALES SOCIEDAD DE CAPITAL RIESGO, S.A., (EIE CAJA MADRID)

ESTRATEGIA INVERSIONES EMPRESARIALES SOCIEDAD DE CAPITAL RIESGO es una sociedad de capital riesgo perteneciente al grupo CAJA MADRID, cuya actividad se centra en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas no financieras, cuyos valores no coticen en Bolsa.

El volumen de ventas de CAJA MADRID en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE CAJA MADRID (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	3.513	3.562	4.193
Unión Europea	3.503	3.543	4.158
España	3487	3.529	4.140

Fuente: Notificación

III.5. INVERSORA DE HOTELES VACACIONALES, S.A. (“INHOVA”)

INHOVA es una sociedad domiciliada en España creada en 2000 y cuyo capital social se encuentra actualmente en manos de tres entidades financieras IBERCAJA CAIXA BALEARS, CAIXA GALICIA y el tour operador alemán THOMAS COOK AG.

La actividad de INHOVA se centra en la promoción y tenencia de activos inmobiliarios dedicados a la hostelería y, dentro de ella, a la oferta turística vacacional, actividad que desarrolla a través de dos sociedades de las que es socio único: CALA BARCA, S.L., propietaria de un hotel en el termino municipal de Santanyí (Mallorca), y ENDICOTT CROACIA, S.L., propietaria de forma indirecta de tres hoteles localizados en Cavtat (Croacia).

La gestión de los cuatro hoteles citados es realizada por el grupo IBEROSTAR en virtud de dos contratos de gestión hotelera suscritos entre dicho grupo y CALA BARCA, S.L en abril de 2001 y ENDICOTT CROACIA, S.L en marzo de 2002.

El volumen de negocio de INHOVA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE INHOVA (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	20,3	20,8	21,2
Unión Europea	20,3	20,8	21,2
España	11,9	11,1	10,7

Fuente: Notificación



IV. MERCADO RELEVANTE

IV.1. Mercado de producto

INHOVA e IBEROSTAR operan en el ámbito del establecimiento, desarrollo y operación de hoteles. No obstante, INHOVA se centra en la promoción y tenencia de activos inmobiliarios dedicados a la hostelería cuya operación es cedida a terceros, mientras que el objetivo principal de IBEROSTAR es la gestión de hoteles en los que participa o no. En todo caso, dada la naturaleza de la operación, este Servicio no estima necesario delimitar mercados diferenciados por cada una de estas actividades.

La notificante estima como relevante el mercado de la gestión hotelera, en particular, el de la gestión de hoteles vacacionales, si bien señala que otros productos como los apartamentos turísticos, apartahoteles, *resorts* en régimen de *sharing*, y los propios hoteles de ciudad, en la medida en que la ciudad pudiera considerarse un destino vacacional, son sustitutivos próximos de los anteriores.

La notificante diferencia entre los hoteles vacacionales y de ciudad, por razones de demanda, al estimar que el cliente del hotel de ciudad viaja por razones de trabajo y en el del hotel vacacional por ocio. En todo caso, en la medida en que la ciudad constituya un destino turístico, el hotel de ciudad ofrecerá sus servicios a turistas. Así, por ejemplo, es posible que un hotel en Madrid o Barcelona mantenga una clientela de negocios durante la semana laboral y una clientela vacacional durante los fines de semana.

Por el lado de la oferta, la notificante señala que ambos tipos de hoteles presentan algunas diferencias de gestión. Los vacacionales suelen ofrecer actividades de animación y de entretenimiento de los que carecen los hoteles de ciudad. Adicionalmente, es usual que los hoteles vacacionales sean contratados por tour operadores para la conformación de sus paquetes turísticos en viajes organizados, circunstancia menos frecuente en los hoteles de ciudad.

En los precedentes comunitarios ⁶, si bien se considera la posibilidad de diferenciar mercados en función de las categorías, no se procede a cerrar la definición del mercado.

Este mismo enfoque se empleó en el precedente nacional N-100 SOL MELIÁ/TRYP en el que se consideró la posibilidad de incluir en un mismo mercado de producto a todos los establecimientos hoteleros, excluyendo sólo los extremadamente caros y los más baratos. En el mismo precedente también se planteó la posibilidad de diferenciar mercados constituidos por categorías contiguas (en el presente caso, por ejemplo, cabría considerar los de 3 y 4 estrellas).

Adicionalmente, se señalaba la posibilidad de separar los hoteles en función de su tamaño pues los más pequeños (se daba como referencia indicativa la de establecimientos de menos de 40 habitaciones planteada por la Comisión) no pueden satisfacer la demanda de grandes grupos de clientes y suelen carecer de algunos servicios.

No obstante, dada la naturaleza de la operación, este Servicio no estima necesario cerrar la definición del mercado procediendo a su análisis en distintos escenarios: oferta hotelera en su conjunto, oferta de 3 y 4 estrellas y oferta de 3 y 4 estrellas en ámbitos de oferta predominantemente vacacional.

⁶ COMP/M.2997-ACCOR/EBERTZ/DORINT

IV.2 Mercado geográfico

La existencia de grandes grupos que gestionan establecimientos hoteleros con presencia en toda España podría llevar a considerar la existencia de un mercado nacional. Adicionalmente, el hecho de que en los hoteles vacacionales los principales demandantes sean tour operadores que reservan cupos para configurar paquetes turísticos podría llevar a considerar también una definición amplia del mercado geográfico.

No obstante, como señalan los precedentes citados, también cabría considerar una dimensión inferior a la nacional. Desde el punto de vista de la demanda, los clientes suelen considerar como sustitutivos los establecimientos ubicados en una misma localidad. De ahí que este Servicio valore la posible existencia de mercados locales o, en caso de hoteles vacacionales como el adquirido, zonas costeras.

En este sentido, este Servicio ha optado por considerar dos emplazamientos turísticos (Cala D'Or y Cala Ferrara) situados a unos 14 kilómetros y menos de 20 minutos en coche⁷ de Santanyi, localidad en cuyo término municipal se encuentra el hotel adquirido por entender que por su proximidad pertenecen a la misma zona costera. En todo caso, si se considerase una zona costera más amplia por entender que otros emplazamientos son sustitutivos por el lado de la demanda, las conclusiones no variarían sustancialmente.

En definitiva, en el presente caso, este Servicio no estima necesario cerrar una definición geográfica del mercado procediendo al análisis de la operación notificada en el ámbito nacional, autonómico/provincial y en la zona costera inmediatamente próxima al único hotel que posee en España la adquirida.

V ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1. Estructura de la oferta

La oferta hotelera española está relativamente fragmentada. Entre las cadenas hoteleras cabe destacar operadores como SOL MELIÁ, NH, RIU, IBEROSTAR, HUSA, FIESTA, BARCELÓ, H10 HOTELS o HESPERIA.

PRINCIPALES CADENAS HOTELERAS DE ESPAÑA			
	Nº HOTELES	Nº HABITACIONES	Nº PLAZAS
SOL MELIÁ	159	34.263	66.033
NH	107	11.776	22.190
RIU	42	11.344	22.000
IBEROSTAR⁸	26	8.323	17.884
HUSA	120	9.502	17.862
FIESTA	25	7.039	13.915
GROUP H10 HOTELS	25	6.565	12.387
HESPERIA	37	5.503	10.537

FUENTE: Guía Oficial de Hoteles España 2006, TURESPAÑA

⁷ Según la Guía Campsa

⁸ Comprende el hotel de INHOVA que explota IBEROSTAR



De acuerdo con la Guía Oficial de Hoteles España 2006⁹ editada por TURESPAÑA, IBEROSTAR dispone de 26¹⁰ establecimientos hoteleros, con 8.323 habitaciones y 17.884 plazas, todos ellos de tres y cuatro estrellas.

La Encuesta de Ocupación Hotelera del INE de agosto de 2005 estima la existencia de 7.524 establecimientos hoteleros, de los que el 53% son de tres y cuatro estrellas, y 1.264.000 plazas hoteleras, de las que el 78,6% son de tres y cuatro estrellas. De esta forma se observa que la cuota de IBEROSTAR en el mercado nacional queda muy por debajo del 10%, independientemente de la variable escogida.

En particular IBEROSTAR dispone en Baleares, según la misma fuente, de 16¹¹ hoteles, todos ellos en Mallorca, 4.751 habitaciones y 10.904 plazas.

De acuerdo con la referida Encuesta de Ocupación Hotelera en agosto de 2005 había en Baleares cerca de 1.270 establecimientos abiertos con 316.000 camas. En particular, en Mallorca hay más de 340¹² establecimientos de 3 y 4 estrellas. Por tanto, también en el ámbito balear la notificante está lejos de alcanzar el 10% de los establecimientos o plazas existentes.

Por último, la estructura de la oferta hotelera de la zona de la costa mallorquina en que se emplaza el hotel de INHOVA que opera IBEROSTAR comprende los siguientes establecimientos:

Oferta hotelera en la zona costera cercana a Santanyi				
	Hotel	Estrellas	Habitaciones	Camas
Cala D'Or				
	Riu Cala Esmeralda	4	151	286
	Sa Marina/es sivinar	4	129	378
	Tucán	4	155	295
	Meliá Cala D'or	4	49	94
	Cala Dór Gardens	3	296	562
	Cala Gran	3	77	150
	El chico	3	45	90
	Costa del Sur	3	102	193
	Marina corfu	3	214	414
	Marina Skorpis	3	163	315
	Palia Hotel Dolce Farniente	3	302	560
	Rocador	3	106	184
	Rocador Playa	3	105	200
	Rocamarina	3	207	394
	Ses puntetes	3	23	43
	Alba	3	226	452
	Ariel 3	3	57	153
	Martha's Cala D'or	3	279	631
	Puerto del Sol	3	74	148
	Las Roc Rocas	3	167	376
Cala Mondragó				

⁹ Referida a datos de 2005

¹⁰ 37 en la actualidad según la notificación.

¹¹ La notificación señala la existencia de 15 hoteles en Mallorca

¹² Según el Directorio de Hoteles de TodoHotel.com, fuente empleada por la notificante.



Oferta hotelera en la zona costera cercana a Santanyi				
	Hotel	Estrellas	Habitaciones	Camas
	Iberostar Club Cala Barca	3	779	1738
Cala Ferrera				
	Barceló Ponent Playa	3	430	818
	Cala Ferrera	3	160	300
TOTAL			4296	8774

Fuente: Turespaña

En suma, el hotel de INHOVA sobre el que IBEROSTAR pasa a tener control conjunto representa menos del 20% de la oferta de habitaciones y camas en las zonas de playa próximas al municipio de Santanyi.

V.2. Estructura de la demanda

La demanda de servicios hoteleros procede tanto de empresas y particulares como de tour operadores. Los primeros predominan en las zonas urbanas, donde la demanda está menos concentrada. Por el contrario, en las zonas turísticas costeras los clientes son en gran medida tour operadores de gran tamaño que disfrutan de un elevado poder de demanda que contrarresta el posible poder de oferta de las cadenas de hoteles. Esto permite que frecuentemente se contraten habitaciones a precios inferiores a los de catálogo.

Esta misma conclusión es respaldada por la notificante al señalar que habitualmente los hoteles vacacionales son contratados por tour operadores para la conformación de sus paquetes turísticos en viajes organizados.

V.3. Distribución y precios

Los canales de distribución en el mercado de instalaciones, desarrollo y operación de hoteles son muy diversos. Habitualmente, son los tour operadores los encargados de canalizar la demanda de los clientes particulares mediante la organización de paquetes turísticos en viajes organizados. No obstante, también existe la posibilidad de realizar ventas directas de estancias hoteleras en cualquier agencia de viajes minorista así como a través de la comercialización por Internet.

La notificante señala que dada la existencia de una oferta muy diversificada y una demanda de plazas canalizada a través de multitud de tour operadores y agencias de viajes en los países emisores de turistas hacia España, además de la progresiva comercialización por Internet, el mecanismo de determinación de los precios es muy similar para todos los establecimientos hoteleros. En efecto, los precios pactados con los tour operadores y las agencias minoristas y los precios ofrecidos por Internet dependerán de las expectativas existentes al inicio de la temporada turística, además de la calidad ofrecida (categoría de estrellas) o la ubicación del hotel (si está en primera línea de playa o en una ubicación menos privilegiada).

V.4. Barreras a la entrada

Las principales barreras de entrada en el mercado de instalaciones, desarrollo y operación de hoteles son de tipo regulatorio, como consecuencia de las licencias de turísticas que debe otorgar el Gobierno autonómico en función de los estándares de calidad y la licencia de obra y de apertura que debe conceder el correspondiente Ayuntamiento en función de la normativa sectorial en materia de construcción y de instalaciones.



En el caso particular de Baleares, la Ley General Turística de las Islas Baleares¹³ establece un riguroso sistema de calidad de la oferta, armonizado, a su vez, con el control de la cantidad de la misma.

En cuanto a las barreras de tipo económico, destaca la importancia de las inversiones iniciales necesarias para la apertura de un nuevo establecimiento y el tiempo necesario para la puesta en marcha del establecimiento. Sin embargo, la notificante considera que es factible para cualquier operador hotelero acometer proyectos empresariales de desarrollo de la actividad hotelera con la participación y apoyo de entidades bancarias y financieras, como ocurre en el caso de INHOVA.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control conjunto sobre INVERSORA DE HOTELES VACACIONALES, S.A. (INHOVA) por parte de IBEROSTAR HOTELES Y APARTAMENTOS, S.L (IBEROSTAR), CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE LAS BALEARES (SA NOSTRA), CORPORACIÓN CAIXA GALICIA SAU (CORPORACIÓN CAIXA GALICIA) y ESTRATEGIA INVERSIONES EMPRESARIALES SOCIEDAD DE CAPITAL RIESGO, S.A (EIE CAJA MADRID).

Mediante la operación notificada se produce la entrada de IBEROSTAR y CAJA MADRID en el capital social de INHOVA y la salida del mismo de IBERCAJA y THOMAS COOK AG. Por su parte, tanto SA NOSTRA como CAIXA GALICIA, actuales accionistas de INHOVA, junto con los dos citados socios salientes, permanecerán en el capital de INHOVA. De esta forma, INHOVA contará con tres socios financieros y uno tecnológico para financiar su estrategia de establecimiento de hoteles en distintos países.

La facturación de INHOVA en España no alcanza los 11 millones de euros. INHOVA posee cuatro hoteles que gestiona IBEROSTAR de los que sólo uno está ubicado en España.

De esta forma, como consecuencia de la operación notificada IBEROSTAR pasa de estar vinculado contractualmente con INHOVA a estarlo estructuralmente, sin que aumente el número de establecimientos, habitaciones y camas que ya gestiona en España.

En todo caso, la presencia de IBEROSTAR, tras la operación notificada en la oferta hotelera nacional y balear, incluso considerando sólo hoteles de tres y cuatro estrellas, no supera en ningún caso el 10%. En el ámbito más estrecho de los considerados, la operación permite a IBEROSTAR adquirir control conjunto sobre un establecimiento que representa cerca del 20% de la oferta hotelera de tres y cuatro estrellas en la zona costera cercana a Santanyi (Mallorca).

En todo caso, la demanda de plazas en hoteles vacacionales está constituida en buena parte por tour operadores que cuentan con un poder de negociación significativo.

Por último, el desarrollo de nueva oferta hotelera en Baleares está sujeto a un riguroso sistema de calidad y cantidad de la oferta, que condiciona la instalación de nuevos establecimientos.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no es previsible que la operación notificada resulte en una obstaculización de la competencia efectiva en los mercados considerados.

¹³ Ley 9/2002, de 24 de marzo, General Turística de las Illes Balears.



VII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.