

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C48/99**

NOTIFICANTE:

INTERMALTA/MALTAMANCHA

OBJETO:

**ADQUISICIÓN DEL 100% DE MALTAMANCHA POR PARTE DE
INTERMALTA**

INDICE

1. ANTECEDENTES.....	3
1.1. Notificación de la operación de concentración.	3
1.2. Remisión del expediente	3
1.3. Actuaciones del Tribunal.....	3
1.4. Alegaciones de los notificantes	4
1.5. Confidencialidad	6
1.6. Alegaciones de terceros	7
2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN.....	8
3. PARTES INTERVINIENTES	8
3.1. Sociedad adquirente: INTERMALTA, S.A.	8
3.2. Sociedad adquirida: MALTAMANCHA, S.A.....	9
4. DEFINICIÓN DEL MERCADO	10
4.1. El producto.....	10
4.2. La materia prima	12
4.3. Proveedores.....	15
4.4. La industria de la transformación.....	16
4.5. Precios	18
4.5.1. Precios de la materia prima	18
4.5.2. Precio del producto final	19
4.6. Delimitación del mercado relevante.....	20
4.6.1. El mercado relevante de producto.....	21
4.6.2. El mercado geográfico	22
4.7. Evolución reciente del sector	23
4.8. Estructura resultante del sector	24
5. BARRERAS DE ENTRADA Y CONTESTABILIDAD DEL MERCADO	26
5.1. Posibilidades de elección de proveedores y clientes	26
5.2. Poder económico y financiero de las empresas	27
5.3. Evolución de la oferta y la demanda	27
5.4. Competencia exterior	28
5.5. Otras posibles barreras de entrada.....	29
6. EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN.....	29
7. EFECTOS COMPENSATORIOS DE LA OPERACIÓN.....	30
8. CONCLUSIONES.....	31
DICTAMEN	33

1. ANTECEDENTES

1.1. Notificación de la operación de concentración.

El día 25 de noviembre de 1999 tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (el Servicio) una notificación de operación de concentración económica regulada por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (en lo sucesivo, LDC) y por Real Decreto 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia, que la modifica.

La operación de concentración fue notificada por INTERMALTA, S.A, que adquirió el 100% de las acciones de MALTAMANCHA S.A. Esta notificación dio lugar al expediente N-034 INTERMALTA/MALTAMANCHA según la ordenación del Servicio.

1.2. Remisión del expediente

El 23 de diciembre de 1999 el Director General de Política Económica y Defensa de la Competencia, por orden del Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda, dio traslado al Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante, el Tribunal) del expediente N-034. Este traslado se realiza sobre la base del art. 15 bis 1 de la LDC en el que se establece que: “El Ministro de Economía y Hacienda, 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 en el plazo de tres meses”.

Por lo tanto, el Tribunal deberá emitir su informe antes del día 23 de marzo de 2000. El expediente ha sido referenciado por el Tribunal como C 48/99 INTERMALTA/MALTAMANCHA.

1.3. Actuaciones del Tribunal

Tras la recepción del expediente, el Presidente del Tribunal, de acuerdo con el art. 12 del Real Decreto 1080/1992, procedió al nombramiento de una Comisión encomendándole la elaboración de la ponencia que posteriormente serviría de base al informe del Tribunal. La Comisión se formó con el Presidente del Tribunal, Sr. D. Amadeo Petitbò i Juan, y los Vocales del Tribunal Sres. D. Antonio Castañeda Boniche y D. Javier Huerta Trolèz, estando asistida por la Subdirectora General de

Informes sobre Concentraciones, Adquisiciones y Ayudas Públicas del Tribunal, D^a Pilar Sánchez Núñez, en calidad de Secretaria de la Comisión.

La Comisión, tras analizar la información contenida en el expediente, redactó, sobre la base del art. 12.2.c del Real Decreto 1080/1992, una Nota Sucinta que, tras ser puesta en conocimiento del notificante y manifestada por éste su conformidad con el contenido de la misma, en materia de confidencialidad, fue remitida a los posibles interesados.

La Nota Sucinta fue remitida a diversas cooperativas agrarias productoras de cebadas, en calidad de proveedores, a los clientes de ambas sociedades, a otros demandantes de malta, a la Asociación de Técnicos de Cerveza y Malta y a la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas. También se remitió a los competidores.

En el proceso de investigación de la presente operación, la Comisión se ha reunido con los notificantes para que éstos expusieran la operación y aclarasen determinadas cuestiones.

1.4. Alegaciones de los notificantes

El motivo de la operación responde a varias cuestiones como son: el abandono de MALTAMANCHA de la actividad de fabricación de malta, la proyección exterior de la que dispone esta empresa, la crítica situación patrimonial de la misma y la tendencia que parece existir en el mercado consistente en cerrar las malterías cerveceras de pequeña dimensión. También se ha valorado muy positivamente la situación geográfica de la fábrica adquirida, ya que ésta permite el suministro en condiciones muy competitivas a las cerveceras del sur de la península.

Los notificantes alegan las siguientes cuestiones:

1. Lo que la normativa de control de concentraciones empresariales pretende evitar principalmente es la creación o reforzamiento de una posición de dominio en el mercado. Es obvio que INTERMALTA (lo mismo que cualquier otro productor español de malta cervecera) ni tenía ni adquiere como consecuencia de la adquisición de MALTAMANCHA tal posición de dominio (la posibilidad de desplegar una conducta empresarial no condicionada por las relaciones con los competidores, los clientes o los proveedores). De hecho, tal cosa es incompatible con la estructura de este mercado, caracterizado por:
 - a. Su estrechez, en el sentido de que la demanda del producto es inferior a la capacidad instalada, lo que hace flexionar los precios a la baja.

- b. La escasa relevancia comercial o empresarial de la malta cervecera, tanto respecto de sus proveedores (cuyo comportamiento no puede condicionarse por los productores de malta cervecera, pues éstos sólo representan un cinco por ciento de sus clientes, y si no les venden a éstos pueden dar salida a esa fracción de su producción para otros usos sin quebranto alguno), como respecto de sus clientes (tanto porque se trata en su mayor parte de grandes compañías cerveceras cuya posición contractual es incomparablemente más fuerte, como porque la participación porcentual de esta materia prima en el precio final del producto al que se incorpora es muy pequeña, no superior al cuatro por ciento).

Por tanto, no creándose una posición de dominio (ni reforzándose, pues no existía), no concurre el principal motivo que puede motivar la oposición administrativa a la operación. De hecho, entendemos que es la única razón que puede justificar la prohibición de la operación (no así la subordinación de la misma a condiciones).

2. En cuanto a si la operación puede obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado (lo que creemos que no permitiría prohibirla pero sí someterla a condiciones), lo que debe en el caso concreto considerarse es simplemente que esta operación no supone cambio alguno respecto de la situación preexistente: la competencia antes existente es sustancialmente la que sigue existiendo después de la operación porque la influencia competitiva de MALTAMANCHA era inapreciable. De hecho, solo tenía un cliente significativo en España, y si podía suministrar a éste en condiciones competitivas (aunque solo a un precio ligerísimamente inferior al equivalente de INTERMALTA) era no mediante la eficiencia empresarial sino porque vendía “a pérdidas”. La competencia efectiva se ve garantizada (en la medida en que es posible competir en un mercado en el que los oferentes se encuentran tan extremadamente constreñidos en sus márgenes de actuación) por la presencia en España de dos competidores que son empresas de dimensión razonable y que están respaldadas por su pertenencia a grupos internacionales importantes, que también compiten fuera de España. De hecho, tal competencia la pone de manifiesto el que tales empresas tienen clientes comunes, y éstos pueden elegir libremente entre una y otra.
3. La adquisición de MALTAMANCHA no obedece a una maniobra de mi representada para eliminar a un competidor sino a una iniciativa de la matriz alemana de aquella, que decidió retirarse del mercado de la cebada (sic). En todo caso, y esto es lo importante, sus cuentas anuales, con pérdidas constantes, y su estructura de costes, más elevados que los estándares de rentabilidad en este negocio, evidencian que MALTAMANCHA era inviable por sí sola, con lo que estaba abocada al cierre.

4. Aún sin MALTAMANCHA, el mercado español está saturado. La adquisición se orienta a oportunidades de negocio en la exportación, como ya se ha explicado. Esta operación, por otra parte, produce el muy positivo efecto consistente en salvar una empresa española y sus puestos de trabajo, y situarla en condiciones de viabilidad y potencial exportador.
5. La participación de sociedades cerveceras en el accionariado de INTERMALTA no condiciona en absoluto el comportamiento competitivo de ésta. Tal participación no entraña ni remotamente el control de las decisiones, el cual lo tiene garantizado la matriz MALTEUROP, un grupo independiente de los intereses de unas u otras industrias cerveceras. No solo en virtud de la lógica de las mayorías sino de acuerdos expresos de aceptación de dicho control.
6. Las objeciones del único opositor a la operación no están justificadas. En todo caso, mi mandante formula formalmente el compromiso de garantizar a CERVEZAS ALHAMBRA, S.A. el suministro de malta, desde MALTAMANCHA (lo que no sucedería si esta compañía hubiera cerrado), en condiciones equiparables a las de sus mejores clientes.

COMPROMISOS ADICIONALES

No obstante, considerar que de todo lo expuesto hasta el momento y de la información que consta en el expediente, no debe existir duda alguna sobre la inocuidad de la operación notificada a la luz de las normas de defensa de la competencia, ofrecemos a CERVEZAS ALHAMBRA, S.A. el compromiso, si ello fuera preciso, de darles el mismo trato comercial que concedamos a nuestros mejores clientes y, si ello se considerara necesario, mantener informado al Servicio de Defensa de la Competencia sobre el cumplimiento del compromiso ofrecido.

1.5. Confidencialidad

El Pleno del Tribunal ha decidido conceder el carácter de confidencialidad solicitado por los notificantes a los siguientes datos:

- a) Valor de compraventa de la operación.
- b) Forma de financiación de la operación.
- c) Precios, distribución y proveedores.

- d) Compromiso compraventa de acciones.
- e) Clientes y proveedores en el mercado de la fabricación y venta de malta, y
- f) "Relación de compra-venta entre el GRUPO DANONE e INTERMALTA".
- g) Documento nº 1: Especificación de los clientes de MALTAMANCHA 1994-1998.
- h) Precios de MALTAMANCHA y de INTERMALTA 1995-1999 a clientes de similar capacidad de compra.
- i) Pérdidas de MALTAMANCHA en 1999.
- j) Documento nº 2: Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de MALTAMANCHA en 1999 (pendiente de aprobación por la Junta General de Accionistas).
- k) Ratios standard de la industria.
- l) Presentación de MALTEUROP al Grupo ANHEUSER BUSCH sobre las condiciones de cultivo de ALBACETE.

1.6. Alegaciones de terceros

Se han presentado alegaciones por parte de empresas productoras de cerveza, clientes de MALTAMANCHA S.A., manifestando su preocupación por la operación de concentración.

Esta preocupación se centra en torno a dos argumentos: Por una parte la operación dará lugar a un "oligopolio muy pronunciado" que supondrá una reducción inaceptable de las posibilidades de elección de los proveedores y distribuidores, en lo que se refiere a las cerveceras independientes". "Esta situación de oligopolio se refuerza aún más si tenemos en cuenta las dificultades y encarecimientos inherentes a la importación de malta, debido, fundamentalmente, al coste añadido que supone el transporte de esta mercancía".

El segundo aspecto que destacan las citadas alegaciones se centra en el hecho de que INTERMALTA esté participada en su accionariado por grupos cerveceros como "MAHOU, S.A." y "SAN MIGUEL S.A." Esta circunstancia supone un grave riesgo para la viabilidad de las citadas cerveceras, por cuanto la concentración económica descrita podría dar lugar a unas prácticas restrictivas de la competencia, no sólo por el eventual objetivo de las dos grandes compañías malteras de aumentar sus

beneficios mediante subidas del precio de la malta, sino incluso por la eventual toma de decisiones en “INTERMALTA” que pudieran ser perjudiciales para las cerveceras competidoras de “MAHOU S.A.” y de “SAN MIGUEL S.A.”.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la toma de control mediante la adquisición del 100% de las acciones de MALTAMANCHA, S.A. por INTERMALTA, S.A.

Se trata pues, de una operación de concentración económica en los términos descritos en el art. 14.2.b. de la LDC.

3. PARTES INTERVINIENTES

3.1. Sociedad adquiriente: INTERMALTA, S.A.

Sociedad española constituida en 1977, con sede en San Adrián (Navarra), cuyo objeto social principal es la fabricación y venta de malta para la industria cervecera. Los mercados a los que destina su producción son el mercado nacional, el comunitario y terceros países. Pertenece al Grupo MALTEUROP.

La matriz del Grupo MALTEUROP es la empresa francesa MALTEUROP SCA que posee el {...%} de la empresa holandesa MALTEUROP INTERNATIONAL BV que controla las empresas del grupo que operan en Alemania, MALTEUROP DEUTSCHLAND Embh; en Argentina, MALTEUROP ARGENTINA S.A., en China, BAUDING MALTEUROP BADA MALTING COMPANY LTD y, en España, INTERMALTA S.A.

En particular, el capital social de INTERMALTA está repartido de la siguiente forma: “MALTEUROP INTERNATIONAL BV” (...%); el Grupo DANONE (...%), a través, de MAHOU, S.A.” y “SAN MIGUEL, S.A.” ambas titulares de un (...%), “GARLAND, SDAD. COOP.” (...%) y “AGROPECUARIA DE NAVARRA, SDAD COOP.” (...%). Estas dos últimas sociedades cooperativas agrarias, son suministradores de INTERMALTA.

Asimismo, INTERMALTA es cabecera de las siguientes empresas: “MALTASUR, S.A.” (Jaén), “MALTIBERICA, S.A.” (Portugal) y “I.E.S.A. INTERMALTA ENERGÍA, S.A.” (San Adrián-Navarra). La actividad de las dos primeras es la producción y comercialización de malta, mientras que la de I.E.S.A. INTERMALTA, en la

implantación y explotación de equipos e instalaciones para el fomento de tecnologías energéticas.

Por lo que respecta al volumen global de ventas de INTERMALTA y MALTASUR, éste ha ascendido a las siguientes cifras en los últimos tres años.

CUADRO Nº 1.

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO INTERMALTA. (En Ptas)

CAMPAÑAS	1996-1997	1997-1998	1998-1999
ESPAÑA	(...)	(...)	(...)
UNIÓN EUROPEA	(...)	(...)	(...)
TERCEROS PAÍSES	(...)	(...)	(...)
TOTAL MUNDIAL	4.787.929.668	4.767.455.621	5.034.610.860

Fuente: Datos facilitados por el notificante

3.2. Sociedad adquirida: “MALTAMANCHA, S.A.”

Sociedad de nacionalidad española, constituida en 1989, con domicilio social en Carretera de Motilleja (Albacete). Su objeto social lo constituye la producción, transformación, almacenaje y distribución de malta y otros cereales fundamentales destinados a la industria cervecera.

La composición de su capital social, hasta su reciente adquisición, era la siguiente: 88,99%, “MALZFABRICK ANTON MOHR GmbH &CO. KG”; 0,001%, “MOHR BEBRIESBS-U.VERWALTUNGS GMBH” (0,001%) y, un 10%, D^a Suceso Martínez Valiente.

Por lo que respecta al volumen global de ventas de MALTAMANCHA, en los tres últimos ejercicios ofrece la siguiente distribución.

CUADRO Nº 2.**VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO MALTAMANCHA. (En Ptas)**

CAMPAÑAS	1996-1997	1997-1998	1998-1999
ESPAÑA	(...)	(...)	(...)
UNIÓN EUROPEA	(...)	(...)	(...)
TERCEROS PAÍSES	(...)	(...)	(...)
TOTAL MUNDIAL	1.561.009.749	2.227.887.055	1.443.278.920

Fuente: Datos facilitados por el notificante

4. DEFINICIÓN DEL MERCADO

4.1. El producto

Las empresas objeto de la concentración económica desarrollan la actividad de producción y venta de malta con destino a la industria cervecera.

Para obtener el producto denominado malta primero se realiza una selección mecánica de limpieza y clasificación de la cebada, a la que luego se somete a un proceso controlado de germinación forzada. Posteriormente, se le aplica un secado.

La cerveza es una bebida alcohólica elaborada principalmente con malta, lúpulo, agua y levaduras. Según el código alimentario español, en la elaboración de la cerveza se puede utilizar malta y otros cereales no malteados (no sometidos al proceso de germinación y secado). Estos productos suelen utilizarse en forma de sémolas (de maíz), almidón (maíz o trigo), glucosa (maíz o trigo). No obstante, esto no es lo usual. Así, la malta, el lúpulo y el agua, serán las materias primas consideradas constituyentes e insustituibles en la fabricación de la cerveza. La calidad de una cerveza no es una cuestión de exceso o defecto de sus componentes sino un equilibrio de ellos para darle las propiedades buscadas a este producto.

El contenido de la malta dentro de la cerveza está regulado en el R.D. 53/1995, de 20 de Enero, no pudiendo superar los aditivos a la malta, como malta de cereales o granos crudos que contengan féculas, el 50% en masa de la materia prima empleada. Es decir, el contenido mínimo de malta será del 50%.

A grandes rasgos, el malteado (transformación del grano de cebada en malta) supone el primer paso del proceso cervecero. Técnicamente, su objetivo es activar las enzimas amilóticas capaces de sacarificar el almidón. Así, se recibe y limpia la

cebada. Ésta debe venir del campo con un máximo de 12,5% de humedad. Se la almacena en silos y de ahí se envía a los denominados monitores, donde se separan los residuos sólidos (piedras, paja) de los granos. Asimismo, por tamaños, se separan los granos, que pasarán a una fase de remojo en donde se solubilizarán sus elementos. De esta forma se eliminan los taninos y posibles hongos.

Posteriormente, los granos así tratados se pasarán a un proceso de germinación. La función de la germinación es la actuación de enzimas y disgregación de las sustancias del grano. La disgregación no debe ser máxima porque en caso contrario, no habrá consistencia. El germen dará las diastasas para la conversión del almidón en sacarosa.

Técnicamente, el proceso de germinación se reduce a la regulación de la aireación, temperatura y humedad, dándose por terminado cuando las plúmulas (brote) del grano tienen una longitud de dos tercios respecto al grano. En ese momento, al grano se le denomina malta. El resultado de la germinación, asimismo, necesita ser secado mediante aire caliente a fin de completar el proceso. La malta tiene que desprenderse de sus gérmenes y del exceso de humedad, toda vez que de ésta forma aumenta el rendimiento en el extracto por su contenido en almidón y disminuyen los riesgos de enturbamiento por exceso de compuestos nitrogenados.

Con el secado se frena la germinación, se da la humedad necesaria a la malta y el color, el cual se debe a la formación de melanoidinas. Existen maltas pálidas y maltas oscuras. Para las maltas oscuras el secado es más lento, favoreciendo la caramelización (obtención del color oscuro). Entre maltas pálidas y oscuras, se encuentran la malta caramelo, la tostada y el llamado café de malta.

Otro elemento constitutivo esencial de la cerveza, como ya se ha comentado, es el lúpulo, una gramínea que tiene como función dar el sabor amargo característico de la cerveza, influyendo, igualmente, en otras características del producto como la estabilización y calidad de la espuma o aroma. Por último, en cuanto al agua, constituye el 70% de la cerveza. Su calidad influye directamente en la extracción de sustancias de la malta y el lúpulo.

Como consecuencia del malteado se obtienen tres subproductos, todos ellos destinados a la fabricación de piensos para la alimentación animal:

- Cebadilla (cebada pequeña, menos de un diámetro determinado),
- Restos de limpieza (pajilla, restos de cáscara del cereal),
- Raicilla (raíz que se obtiene en la germinación de la cebada).

La raicilla y los restos de limpieza de la cebada se comercializan como “pellets” (aproximadamente el 3% del total de la malta fabricada en kilos). La cebadilla se comercializa como cebada de segunda clase (aproximadamente el 20% del total de la malta fabricada en kilos).

4.2. La materia prima

Los requisitos de calidad¹ que se establecen para la malta cervecera son bastantes estrictos y están directamente relacionados con la eficiencia del proceso productivo para obtener productos de calidad en la industria de la fabricación de malta y cerveza. La mayoría de las características exigidas están bajo el control del productor de cebada, ya que van a depender mucho del buen uso de las técnicas de cultivo. Otras van a depender de las condiciones climatológicas que se den durante la estación de la cosecha.

Una cebada de alta calidad para ser destinada a la fabricación de malta ha de cumplir los requisitos siguientes:

Que sea de una de las muchas variedades aceptadas para la cerveza,

Que se presente un crecimiento fuerte y un porcentaje alto de germinación, para lo cual se requieren las siguientes características:

- Estar totalmente madura.
- Estar libre de enfermedades que puedan impedir una adecuada germinación que afecte a la reacción enzimática del grano. Ausencia de manchas en la cubierta del grano que puedan afectar a la calidad de la cerveza.
- Estar libres de daños causados por las heladas, ya que incluso las heladas leves pueden llegar a pelar y romper el grano.
- No tener manchas que puedan haber sido provocadas por el moho y por otros microorganismos que puedan afectar el proceso de la malta. Se admiten manchas de rocío en la cáscara siempre y cuando no hayan penetrado hasta el grano.
- Tener menos de un 5% de granos rotos y/o pelados, ya que éstos pueden tener una escasa germinación o un crecimiento anormal. Los

¹ “A Practical Guide For Malting Barley Productions” @Saskatchewan Inheat Pool 1999.
<http://www.swp.com/grainmarketing/malt.bly/mguidel.htm>

granos pelados son más susceptibles de desarrollar moho y asimilar el agua más rápidamente, causando una germinación desigual.

- No presentar daños causados por el exceso de calor.
- Tener un grado de humedad inferior al 13,5%.
- No estar secada artificialmente.

Es también deseable que los granos tengan un tamaño lo más homogéneo posible para que la germinación sea uniforme.

El contenido en proteínas debe ser bajo o moderado ya que un alto contenido proteico produce una malta con bajo contenido de extracto, lo que conduce a producir un menor grado de alcohol y dificulta la fabricación de la cerveza. En este caso, el período de caducidad de la cerveza se reduce ya que la proteína puede precipitar y formar una capa de escarcha.

Un bajo porcentaje de proteína indica también que las paredes de la cubierta del grano son más finas, lo que se traduce en una mayor cantidad de extracto de malta y, por lo tanto, aumenta la producción de cerveza. Sin embargo, si la proteína es demasiado baja puede que no se produzcan las especificaciones enzimáticas requeridas. El rango normalmente aceptado se sitúa entre el 10,5% y el 13,0%, aunque estas cifras pueden variar de un año a otro dependiendo de la oferta. Los compradores japoneses prefieren cantidades de proteína moderadas (del 10,5% al 11%).

En EE.UU. los cerveceros suelen usar sólo el 50% de malta y el resto lo completan con fécula de maíz o de arroz, que las enzimas de la malta reducen a azúcares simples durante el proceso de fabricación de la cerveza.

Para este tipo de reducción se requieren mayores niveles enzimáticos, por lo que se precisa de niveles de proteína más alto, por encima del 14,0%.

En general, aunque existen variedades de cebada más adecuadas para la fabricación de malta, éstas mismas pueden destinarse para piensos para ganado, ya que el déficit proteínico de estas variedades puede ser suministrado por otras vías.

Algunas empresas cerveceras han desarrollado mediante I+D variedades específicas y en algunos casos mantienen contratos con agricultores para el cultivo de cebada en regadío.

En España, la producción de cebada es muy variable, ya que se cultiva principalmente en secano y, por lo tanto, está muy ligada a las condiciones climatológicas. En años de fuerte sequía los niveles de producción han alcanzado cifras muy bajas, alrededor de los 5 millones de toneladas y, en años de buena

climatología se han llegado a los 12 millones de toneladas. Dentro de Europa, España ocupa, en media, el segundo lugar en cuanto a la producción de cebada, tal y como se desprende del cuadro nº 3.

CUADRO Nº 3				
SERIE DE PRODUCCIONES DE CEBADA (000 Tm.)				
PAÍS	1994	1995	1996	1997
ALEMANIA	10.903	11.891	12.074	13.399
ESPAÑA	7.416	5.047	10.697	8.594
IRLANDA	7.649	7.686	9.519	10.126
REINO UNIDO	5.950	6.830	7.784	7.820
DINAMARCA	3.446	3.898	3.953	4.017
AUSTRIA	1.184	1.065	1.083	1.258
FRANCIA	910	1.084	1.225	1.087
ITALIA	1.467	1.387	1.313	1.091

Fuente: "La situación de la Agricultura en la UE". Informe 1998. DGIV.CE

La producción de cebada se encuentra regulada por la OCM de cereales, dentro de la Política Agraria Común, y por lo tanto el precio está sujeto a intervención. Los precios de la cebada en distintos países productores de la CE se exponen en el Cuadro nº 4.

CUADRO Nº 4				
PRECIOS DE LA CEBADA (ECU/100 Kg.)				
PAÍS	1994	1995	1996	1997
ALEMANIA	12,5	11,8	12,1	12,4
ESPAÑA	13,8	15,0	13,3	13,3
IRLANDA	11,0	12,9	11,4	10,1
REINO UNIDO	13,6	13,0	12,7	12,0
DINAMARCA	13,9	14,9	14,1	13,9
AUSTRIA	20,0	10,8	12,5	10,5
FRANCIA	12,4	12,6	12,3	11,1
ITALIA	16,2	15,0	16,4	15,3

Fuente: Elaboración propia con datos Eurostat y CE, Dirección General de Agricultura

Como se desprende de los Cuadros nº 3 y 4, el precio de la cebada depende de la oferta de la misma, de tal manera que en años de sequía, como el año 1995, el precio aumenta considerablemente, mientras que se mantiene estable ante cosechas

que se sitúan en la media. Hay que destacar que el precio en España resulta siempre superior al de los países que le preceden y le siguen en volumen de cosecha, esto es, Alemania e Irlanda. Se considera que el radio de transporte de la cebada para malta, desde el punto de vista de viabilidad económica, está en los 150 Km.

La cebada se produce mayoritariamente en las provincias de Cuenca, Burgos, Huesca, Palencia, Soria, Lérida, Albacete, Segovia y Navarra.

4.3. Proveedores

El volumen de cebada que se consume en España para la fabricación de malta se sitúa en las 600.000 Tm y se estima que unas 800.000 Tm de cebada podrían ser aptas para fabricar malta. La adquisición de materia prima por parte de las malterías de España se puede llevar a cabo por distintos medios, que, en general, se pueden agrupar en los siguientes:

- Compra directa al agricultor de forma independiente

Las relaciones comerciales entre los fabricantes de malta y los agricultores se pueden establecer en torno a dos modalidades. En la primera, se produce la transacción por concurrencia del oferente y el demandante sin contrato previo. En este caso, la negociación se produce en los meses de Julio, Agosto y Septiembre. Suele venderse, por lo tanto, durante la cosecha, especialmente en las provincias de Burgos y Albacete. También en Soria se vende una parte directamente por los agricultores. Lo habitual en estos casos es vender la cebada a las malterías más próximas.

La segunda relación nace en el momento previo a la selección de la variedad por parte del agricultor, aconsejando al agricultor la variedad más valorada por la maltería. En ocasiones, se fijan primas económicas para incentivar el cultivo de determinadas variedades demandadas por los cerveceros.

MALTAMANCHA inició en 1998 actividades de I+D en un programa de colaboración con la mayor compañía cervecera del mundo, BUDWEISER, con el objeto de convertirse en su único proveedor a nivel europeo. La demanda consiste en malta procedente de unas variedades de cebada muy concretas, lo que implica acuerdos e incentivos con los agricultores, en general, de su zona de influencia.

- Compra mediante cooperativas.

Esta forma ha crecido mucho durante los últimos años, especialmente en el norte. En el caso concreto de la C.A. de Navarra, alrededor del 90% de la producción se comercializa por esta vía.

Algunas cooperativas están presentes en el capital de InterMalta, S.A. y con ellas se establece un programa anual de compra en función de las calidades obtenidas y a los precios del mercado.

- Compra a almacenistas.

Los almacenistas compran la cebada a los agricultores, sin predeterminedar si el destino será el de malta o el de pienso. En este caso es el almacenista el que se encarga de seleccionar, limpiar y calibrar la cebada que se destinará a malta.

4.4. La industria de la transformación

En España existe una capacidad instalada de transformación de cebada en malta que se sitúa en torno a las 422.000 Tm. distribuida entre un total de once fábricas y una producción de más de 400.000 Tm.

En la fabricación de malta dentro del mercado español coexisten dos clases de productores: los fabricantes de malta y los fabricantes de cerveza que se fabrican su propia malta, a los que respectivamente se les denomina “Malteros Comerciales”, que producen malta para comercializarla y “Malteros Cerveceros”, que fabrican malta para autoconsumo.

La capacidad de producción instalada según la clasificación anterior se expone en el cuadro nº 5.

CUADRO Nº 5**ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN DE MALTA EN ESPAÑA**

EMPRESA	FÁBRICA	CAPACIDAD (Tm.)	PRODUCTO (*)
MALTEROS COMERCIALES		248.000	226.198
INTERMALTA	Navarra	102.000	96.198
MALTASUR (INTERMALTA)	Jaén	7.000	6.000
MALTAMANCHA	Albacete	45.000	41.700
CARGILL	Madrid	94.000	82.300
MALTEROS CERVECEROS		174.000	204.000
MORAVIA S.A. (DAMM)	Lérida	50.000	50.000
SAN MARTÍN, S.A. (MAHOU)	Orense	18.000	18.000
MAHOU, S.A.	Madrid	30.000	30.000
SAN MIGUEL, S.A.	Lérida	20.000	20.000
CRUZCAMPO	Sevilla	46.000	46.000
ESTRELLA LEVANTE (DAMM)	Murcia	8.000	8.000
LA ZARAGOZANA, S.A.	Zaragoza	2.000	2.000

Fuente: Notificantes. (*) Estimaciones. Elaboración propia.

Del cuadro anterior se deduce que, salvo EL AGUILA, S.A., todos los cerveceros con una cuota de mercado de cerveza significativa a nivel nacional, tienen producción propia, aunque prácticamente ninguna llega al autosuministro total. En el cuadro nº 6 se presentan las estimaciones realizadas sobre las necesidades de malta de los distintos grupos cerveceros.

CUADRO Nº 6**NECESIDADES DE MALTA Y ESTRUCTURAS DE SUMINISTRO EN Tm.**

	Consumo	Autoproducción	Compra a Malterías
CRUZCAMPO/EL AGUILA	137.000	50.000	87.000
SAN MIGUEL/MAHOU	121.000	68.000	53.000
DAMM	56.000	56.000	--
C.C. CANARIAS	14.000	--	7.000(*)
LA ZARAGOZANA	6.000	2.000	4.000
RESTO	16.000	--	16.000
TOTAL	350.000	176.000	167.000

Fuente: Notificantes

(*) Las otras 7.000 son de importación

Los datos aportados en los cuadros nº 5 y nº 6 son estimaciones presentadas por los notificantes. El Tribunal ha tenido acceso a otras estimaciones realizadas por otros operadores del sector, resultando pequeñas diferencias en cuanto a la capacidad instalada del 3% y del 6,5% en cuanto al total producido de malta. En cualquier caso, existiría un excedente de capacidad instalada situado entre el 6% y el 10%.

Este excedente podría verse anulado en los próximos años si, finalmente, se cumpliesen los pronósticos de los distintos operadores sobre el cierre de alguna instalación de los “Malteros Cerveceros” (la de Burgos del Grupo San Miguel ya ha sido cerrada) o las pequeñas de los “Malteros Comerciales”, como la de Jaén del Grupo de Inter Malta.

4.5. Precios

4.5.1. Precios de la materia prima

La cebada se encuentra regulada por la Política Agraria Común dentro de la OCM de Cereales, lo que implica la existencia de precios de intervención y de restituciones a la exportación. El precio de intervención, precio al que el organismo de intervención está obligado a comprar el grano que se le ofrezca, impide que el precio que perciban los agricultores se sitúe por debajo de una determinada cantidad. Como se desprende del cuadro nº 7, el precio de la cebada se ha mantenido muy estable, en torno a las 22 pts./Kg., incluso con diferencias considerables de cosechas (en 1992 la cosecha de cebada, por problemas de sequía, supuso el 50% de la cosecha de 1988 y, sin embargo, el precio no representó esa situación de escasez de oferta, ya que la regulación también actúa en ese sentido, puesto que en épocas de escasez los organismos de intervención ponen sus almacenamientos en el mercado). En 1995, el precio de la cebada aumentó considerablemente sobre los niveles anteriores por varias razones: se obtuvieron dos cosechas seguidas muy escasas por problemas de sequía, especialmente, la segunda que, además, se enfrentó a la ausencia de stocks de intervención, ya que éstos se habían puesto en el mercado en la campaña anterior (además en España no hay grandes cantidades en intervención porque no es un país muy excedentario en cereales); se produjeron las devaluaciones de la peseta, lo que hizo que al tener que recurrir a importaciones aumentase considerablemente el precio y, por último, en el año 1995 se produjo además un crecimiento fuerte de la demanda por parte de los países asiáticos, lo que, junto con una pronunciada sequía del sur de Europa y de EE.UU., situaron el precio internacional en sus niveles más altos. Tras la crisis de los países asiáticos, la demanda volvió a sus niveles anteriores, lo que junto a otros factores contribuyó a reducir los precios internacionales.

CUADRO Nº 7**PRODUCCIÓN Y PRECIOS**

AÑO	Producción (Tm.) (1)	Precio Cebada (pts./Tm.) (1)	Precio Malta (pts./Tm.) (2)	Precio Malta/Precio Cebada	Coste Malta en el Precio Cerveza (2)
1988	12.092	22.680	45.185	1,99	5,13%
1989	9.428	22.700	46.955	2,07	3,91%
1990	9.382	22.470	46.746	2,08	2,94%
1991	9.270	22.710	47.540	2,09	4,94%
1992	6.105	22.330	46.807	2,09	3,74%
1993	9.700	22.060	46.573	2,11	4,58%
1994	7.415	22.040	39.004	1,77	3,25%
1995	5.046	24.780	S		
1996	10.697	21.780	45.135	2,07	3,69%
1997	8.549	22.190	43.215	1,95	3,60%
1998	10.901	19.860	42.115	2,12	3,80%

Fuente: (1) Anuario de Estadística Agroalimentaria 1999. MAPA

(2) Encuesta Industrial. INE

(S) Secreto estadístico

4.5.2. Precio del producto final

El precio de la malta se sitúa como media en las 42.115 pts./Tm. del año 1998, aunque, según se ha podido concluir del expediente, se aplican diferencias de hasta el 12% según el volumen contratado por el cliente.

El coste total de la materia prima agrícola se sitúa aproximadamente en un 50% del valor de la producción, y en un 70-80% al incluir el resto de consumibles (principalmente energía eléctrica).

Si se parte del valor que la Encuesta Industrial estima para el mercado de la cerveza y de la malta se puede ver (cuadro nº 7) como el peso económico de la malta en el producto final de la cerveza ha ido disminuyendo desde el 5,13% que suponía en 1988 hasta el 3,8% del año 1998. Este escaso peso (menos del 4%) ha sido también argumentado por los notificantes.

Por lo que respecta a los costes de transporte del producto elaborado, la malta, éstos oscilan entre las 2 pts./Kg., que costaría llevarla desde Albacete a Valencia, y las 4,5

pts./Kg. que costaría trasladarla hasta La Coruña. En el caso de malta de importación, el coste del transporte desde Francia alcanzaría las 7 pts./Kg.

En general, el radio de acción natural para una fábrica de malta se sitúa en torno a los 400 Km.

4.6. Delimitación del mercado relevante

La Comisión Europea, en su Comunicación del mes de diciembre de 1997, propone un mecanismo que sistematiza la tarea de la delimitación del mercado relevante, si bien reconoce que, en la mayoría de los casos, una decisión tendrá que basarse en varios criterios y en diferentes elementos de apreciación, siguiendo un enfoque abierto de la información disponible. La delimitación del mercado comienza por determinar a grandes rasgos los posibles mercados de referencia. En general, suelen definirse varios mercados de referencia alternativos.

De acuerdo con la citada Comunicación, el mercado de producto comprende la totalidad de los bienes y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles entre sí, criterio coincidente con el expresado por otras autoridades de competencia.² Es decir, el mercado relevante lo delimita la sustituibilidad desde el lado de la demanda y, aunque entre los elementos de apreciación de dicho mercado utilizados por la Comisión se encuentra el análisis de las características de los productos y sus destinos, la Comisión señala que éstas no bastan para concluir que dos productos sean sustitutivos desde el punto de vista de la demanda.

Este mismo criterio es también el que el Tribunal ha considerado no sólo en los expedientes de concentración económica, sino también en diversas resoluciones.³

² " 1992 Horizontal Merger Guidelines" (revisada en abril de 1997). Federal Trade Commission

³ Exptes A6/91, 291/90, R 189/96.

4.6.1. El mercado relevante de producto

La malta para cerveza es un producto que no presenta ninguna sustituibilidad, ni en la materia prima para su elaboración, ni en el uso final para el que ha sido elaborada.

En efecto, para la elaboración de malta para cerveza se precisa de un cereal concreto: la cebada. Ésta además ha de tener unas determinadas características tanto bioquímicas como físicas. La fabricación de cerveza requiere en su composición la presencia de la malta, estando incluso regulada la cantidad mínima de este producto que se requiere para que el producto final pueda ser denominado cerveza. Por lo tanto, en la elaboración de cerveza la malta es absolutamente insustituible por ningún otro producto.

Atendiendo a la actividad de las empresas que se concentran, resulta que éstas se dedican a la fabricación y comercialización de malta para cerveza, aunque coexisten con otra categoría de fábricas de malta: las malterías cerveceras.

La malta tiene otras dos aplicaciones en el segmento de las bebidas: en la fabricación de whisky y en la elaboración de café. Estos dos tipos de malta requieren un tratamiento en la germinación y en el secado y tostado que difiere del aplicado para la elaboración de malta para cerveza, por lo que la malta fabricada para un fin no puede ser fácilmente reconducida para otro uso diferente al propio para el que fue elaborada. Tampoco existe, por lo tanto, sustituibilidad desde el lado de la oferta. Las mismas malterías pueden fabricar maltas para distintos usos, pero con un método diferente.

Tras analizar el mercado en el que se mueve el producto fabricado por las empresas objeto de la presente concentración, el Tribunal ha considerado excluido del mismo a las empresas cerveceras, dado que el objeto de las malterías integradas en los grupos cerveceros no es el de la comercialización de malta, sino sólo el de fabricación de malta para su propio consumo. Es cierta la existencia de comercialización de alguna cantidad de malta fabricada por los grupos cerveceros, si bien es absolutamente marginal y fruto de algún antiguo compromiso. La mayoría de los principales grupos cerveceros que operan en el mercado español ha de adquirir malta a los denominados “malteros comerciales”, toda vez que su demanda no puede ser cubierta con la producción de malta de sus fábricas.

Por todo lo anteriormente expuesto se ha considerado como único mercado relevante de producto en la presente operación de concentración el mercado de la fabricación de malta de cerveza para su comercialización a terceros.

4.6.2. El mercado geográfico

La malta para cerveza es un producto que no presenta problemas técnicos para su transporte a grandes distancias, no se trata de un producto perecedero, por lo que no hay que tomar precauciones especiales para su transporte.

Sin embargo, al igual que las principales áreas de consumo de cerveza se han desarrollado en torno a los distintos centros de producción, también es habitual que las malterías cerveceras tengan como clientes principales a los fabricantes de cerveza situados en su entorno geográfico más próximo, pudiéndose hablar de un radio de 400 Km. En Navarra se encuentra la maltería de mayor capacidad de producción en España, perteneciente a INTERMALTA, y en la misma provincia se encuentran dos fábricas de cerveza, una del Grupo CRUZCAMPO y otra de SAN MIGUEL. En Sevilla se encuentra la fábrica de malta del Grupo CRUZCAMPO, con una capacidad suficiente para cubrir las necesidades del Grupo en Sevilla y en Jaén. El Grupo DAMM tiene su principal fábrica de malta en Lérida y sus centros de fabricación de cerveza en Barcelona. También MAHOU tiene una de sus malterías en Madrid, junto a sus fábricas de cerveza de Madrid y Guadalajara. Sin embargo, los costes de transporte tampoco suponen una barrera comercial para que la malta se traslade a distancias mayores; de hecho la fábrica de cerveza de Estrella Galicia (HIJOS DE RIVERA S.A.) deberá suministrarse de la fábrica de Navarra de INTERMALTA o de la fábrica de Madrid de CARGILL, ya que la maltería más próxima, la de San Martín, pertenece a uno de sus competidores, MAHOU, y no se trata pues de una posibilidad real de suministro. Asimismo, las otras dos fábricas de cerveza que SAN MIGUEL tiene en Málaga y Burgos están considerablemente alejadas de la maltería que mantiene en Lérida.

Los datos sobre importaciones y exportaciones revelan el escaso comercio exterior que se realiza en España de este producto. Sin embargo, la Unión Europea es un exportador neto de malta para cerveza (se exporta con restituciones a la exportación), ya que países como Francia y Alemania son muy excedentarios en este producto. En España tan sólo la empresa COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS importa malta para cerveza, y ello porque su situación geográfica hace que los costes de transporte resulten los mismos para la malta fabricada en España que en otros países de la UE, ya que los precios de la malta son los mismos en España que en Europa. Por este motivo, no existe importación de malta para suministrar a las fábricas de cerveza situadas en la península, ya que a igualdad de coste en la materia prima, los costes de transporte encarecen el producto importado.

Por las razones expuestas, si bien el mercado geográfico afectado por la operación es el peninsular (España y Portugal), podría aceptarse una delimitación del mercado de producción y comercialización de malta más amplia en la que se podría incluir, como mínimo, las malterías situadas en el sur de Francia y en Italia.

4.7. Evolución reciente del sector

La fabricación de malta para cerveza se desarrolla en España en la segunda mitad del presente siglo, a diferencia de otros países, como Francia, Inglaterra o Alemania, cuya tradición maltera se remonta varios siglos. Esto explica que en países como Francia y Alemania no exista ninguna cervecera que se dedique a la fabricación de malta. O, lo que es lo mismo, que todas las malterías sean independientes. Dada esta ausencia de cultura de fabricación de malta en España, este mercado se ha desarrollado de la mano de los fabricantes de cerveza, motivo por el cual todavía existe una importante participación de los grandes grupos cerveceros.

En estos momentos existen cuatro empresas de las que se han denominado "Malterías Comerciales", las malterías independientes: INTERMALTA S.A., MALTASUR S.A. (100% INTERMALTA), CARGILL Y MALTAMANCHA S.A.

INTERMALTA comienza su actividad en España en el año 1977, constituyéndose como la primera maltería no integrada en ninguna empresa cervecera. Tiene una capacidad de producción de 103.000 Tm./año en la fábrica situada en San Adrián (Navarra). En la fábrica de Jaén (propiedad de MALTASUR) se dispone de una capacidad de 7.000 Tm./año, y en la de Setúbal (Portugal), propiedad de MALTIBERICA (49% INTERMALTA) la capacidad instalada, desde 1992, es de 36.000 Tm./año. El grupo MALTEUROP posee una capacidad total de fabricación de malta de 850.000 Tm., repartidas entre China, 50.000 Tm.; Argentina, 25.000 Tm.; Portugal, 35.000 Tm.; Francia, 434.000 Tm., Holanda, 170.000 Tm. y España, 110.000 Tm.

CARGILL ESPAÑA S.A. accede al mercado de la fabricación y comercialización de malta en España adquiriendo, en 1989, la fábrica de malta que EL AGUILA S.A. vende tras la adquisición de ésta por parte de HEINEKEN. Disponía de dos fábricas, una con capacidad de producción de 35.000 Tm./año en Villaverde (Madrid) y otra de 25.000 Tm./año en Albacete. Actualmente, la de Albacete ha sido cerrada y la de Villaverde se ha ampliado hasta las 93.000 Tm. La capacidad de producción del grupo al que pertenece la filial española es de 425.000 Tm./año, repartidas entre sus fábricas de España, Estrasburgo (72.000 Tm., Francia), Salzgitter (85.000 Tm., Alemania), Herent (100.000 Tm., Bélgica) y Swalmen (62.000 Tm., Holanda). En EE.UU. cuentan con 837.000 Tm./año, en cuatro fábricas. En Argentina la fábrica tiene una capacidad de 90.000 Tm./año y en China tienen 60.000 Tm./año.

MALTAMANCHA S.A. se escrituró como empresa en 1989, instalándose en 1992/93 su única fábrica en Albacete, con una capacidad de 45.000 Tm./año. Este proyecto obtuvo una financiación pública, por parte del Gobierno de Castilla-La Mancha, de casi un 30% de su inversión. El objetivo inicial de esta empresa era el de fabricación

de malta con destino a la exportación, principalmente Alemania, donde su principal accionista disponía ya de tres fábricas. Los datos aportados en el expediente muestran que durante los primeros años de explotación de ésta empresa prácticamente el 100 % de su producción era exportado, mientras que en los últimos años se encuentra comercializando malta en el mercado español, en una magnitud aproximada de un 40% de su producción. Este cambio obedece a que a partir de 1995-96 el consumo de cerveza en Alemania, destino de la malta de MALTAMANCHA, decrece significativamente, generándose un excedente de malta que hace que al sumarle al precio de la malta española el coste de transporte hasta Alemania el precio final no resulte competitivo. A partir de ese momento, la empresa decide entrar en el mercado español y el destino de esta malta se centró fundamentalmente en las pequeñas cerveceras, aunque también ha servido en alguna ocasión a los grandes grupos cerveceros.

La situación financiera de MALTAMANCHA fue empeorando hasta el punto de situarse en 1999 al borde de la suspensión de pagos. Este hecho, junto con la decisión de abandonar todo negocio de malta (en Italia deciden vender su parte al otro socio) hace que la empresa se ponga a la venta.

4.8. Estructura resultante del sector

En estos momentos la capacidad de producción de malta en España se estima, según diversas fuentes consultadas, en torno a las 422.000 Tm./año, entre las once fábricas existentes. Esta capacidad podría verse reducida si los grupos cerveceros comienzan a dejar la fabricación de malta mediante el cierre de las malterías, como ha ocurrido con la fábrica que MAHOU tenía en Burgos. Se habla también de una posible retirada de la actividad de fabricación por parte de CRUZCAMPO, tal y como sucedió con EL AGUILA tras su adquisición por HEINEKEN.

El posible abandono de los cerveceros del negocio de la fabricación de malta parece ser una tendencia creciente, que respondería a la filosofía de otros países en el sentido de que los cerveceros se especialicen sólo en cerveza y los malteros sólo en malta.

Del total de capacidad instalada, corresponde al mercado afectado por esta operación una capacidad de 248.000 Tm./año. Sobre este mercado las cuotas de capacidad, producción y mercado interior se muestran en el cuadro nº 8.

CUADRO nº 8.**CUOTAS DE MERCADO EN CAPACIDAD, PRODUCCIÓN Y COMERCIO INTERIOR. 1998**

EMPRESA	CAPACIDAD INSTALADA	%	PRODUCCIÓN	%	COMERCIO INTERIOR	%
INTERMALTA	102.000	41,1	96.198	42,6	71.898	47,0
MALTASUR	7.000	2,8	6.000	2,6	6.000	3,9
MALTAMANCHA	45.000	18,2	41.700	18,4	9.000	5,9
CARGILL ESPAÑA	94.000	37,9	82.300	36,4	66.000	43,2
TOTAL	248.000		226.198		152.898	

Fuente: Elaboración propia con datos del notificante.

El grupo resultante de la operación de concentración pasaría a tener el 63.1% de la capacidad instalada y de la producción total que se realiza en las malterías comerciales, habiéndose incrementado su cuota en algo más del 18%, que es lo que corresponde a la empresa adquirida. En el caso del comercio interior, dado que la empresa adquirida destina una importante parte de su producción a la exportación, el incremento de cuota que experimenta el grupo resultante es menor, de un 50.9 % a un 56.8 %. Por estas razones se obtienen unas modificaciones del Índice de Herfindahl-Hirschman notablemente distintas según la variable empleada en la cuantificación del índice de concentración, tal y como se muestra en el cuadro nº 9.

CUADRO Nº 9.**INDICADORES DE CONCENTRACIÓN**

	INDICE HERFINDHAL-HIRSCHMAN			Nº EQUIVALENTE DE EMPRESAS		
	Capacidad Instalada	Producción Nacional	Comercio Interior	Capacidad Instalada	Producción Nacional	Comercio Interior
IHHc	3697.65	3104.96	4493.62	2,7	2,7	2,2
IHHp	5292.66	5370.79	5093.41	1,9	1,9	2,0
_IHN	1595.02	1666.83	599.78			

Fuente: Elaboración TDC

5. BARRERAS DE ENTRADA Y CONTESTABILIDAD DEL MERCADO

5.1. Posibilidades de elección de proveedores y clientes

Como se señaló en el epígrafe que describe la fase de aprovisionamiento de materia prima a las malterías, existen tres tipos de relaciones. En cualquiera de ellas prima el suministro de cebada de la zona de la maltería sobre cualquier otra cebada más distante. La operación de concentración entre INTERMALTA y MALTAMANCHA no supone solapamiento alguno de sus malterías en ninguna de las zonas donde ya están implantadas. Por lo tanto, no se produce concentración de la demanda de cebada para cerveza. Ninguno de los potenciales suministradores de cebada a la empresa resultante de la operación verán reducidas sus posibilidades de elección. El hecho de que la empresa resultante aumente su capacidad de demanda en el mercado de aprovisionamiento no le confiere ninguna posición de dominio. En primer lugar, porque en este mercado ha de competir tanto con las malterías comerciales como con las malterías cerveceras, siendo su cuota, por lo tanto, mucho menor que la resultante en el mercado de la producción de malta para comercialización.

Además, la malta para cerveza puede ser empleada como malta para pienso, por lo que no existe posición monopsónica de ninguna maltería en la zona donde esté ubicada.

En cuanto a los clientes de malta para cerveza, cabe distinguir la existencia de dos categorías bien diferenciadas: los grandes grupos cerveceros, caracterizados por una presencia nacional de sus productos, por un alto nivel de autosuministro de materia prima (excepto en el caso de CRUZCAMPO) y por la presencia de importantes multinacionales en su composición accionarial y las pequeñas empresas cerveceras, cuyas características se centran en tener una implantación local o regional, carecer de autosuministro (sólo LA ZARAGOZANA tiene una pequeña maltería) y no tener, en general, respaldo de grupos multinacionales en su capital.

Dada la cartera de clientes que presentan las dos empresas que se concentran, junto con las características de éstos antes señaladas, las posibilidades reales de elección para los clientes no se reducen, salvo para alguna de las pequeñas empresas de implantación local.

5.2. Poder económico y financiero de las empresas

El grupo resultante de la operación mantiene su composición accionarial. (...) A nivel europeo la capacidad de producción de malta del grupo MALTEUROP es de (...) Tm./año, un (...)% del mercado de malta en la Unión Europea. Con estas cifras, el grupo es el primer productor de Europa y el primer exportador mundial de malta.

Existen también otros grupos importantes, a nivel europeo, como CARGILL, con una capacidad de 425.00 Tm./año; FRIEDRICH WEISSHEIMER MALZFABRIK, con 515.000 Tm., repartidas entre sus seis fábricas de Alemania, la fábrica de Polonia y la fábrica de Hungría o la empresa británica PAULS MALT, con 440.000 Tm. repartidas en siete fábricas entre Escocia e Inglaterra, y que es el mayor fabricante de malta del Reino Unido.

Se trata, por lo tanto, de un sector donde la empresa resultante tiene, tanto a nivel nacional como a nivel europeo, empresas competidoras de su misma talla en cuanto a nivel económico y financiero.

Por lo que respecta a sus clientes, salvo en el caso de las pequeñas empresas locales de fabricación de cerveza, éstos resultan ser también grupos multinacionales de igual o mayor poder económico y financiero que el que ostenta el grupo resultante.

En resumen, tanto por el lado de los clientes, como por el lado de los proveedores, no puede decirse que el poder económico y financiero del grupo en el que se integra la empresa resultante de la operación de concentración le confiera un cierto poder de mercado.

5.3. Evolución de la oferta y la demanda

La evolución de la demanda de malta para cerveza está ligada en exclusiva a la evolución del consumo de cerveza. Éste ha experimentado un estancamiento a lo largo de la década pasada, incluso con cierto retroceso en algunos países.

El consumo aparente de cerveza en España se mantiene prácticamente estabilizado y se situó en 1998 en los 2.644 M.I. Durante 1998 la producción cervecera mantuvo su tendencia ligeramente alcista, habiendo registrado un aumento del 0,9 % hasta totalizar los 2.499 M.I.⁴. Según las estimaciones que se manejan en el sector, el grado de utilización de las fábricas de cerveza instaladas en España supera poco más del 80%, existiendo, por lo tanto, un exceso de capacidad de producción. Este exceso de

⁴ Informe anual'99. Alimarket. Bebidas

capacidad de producción podría ponerse en funcionamiento si el consumo de cerveza para exportar finalmente experimentase un crecimiento considerable, como consecuencia de incrementos en el consumo de países como China. Dada la estabilidad del consumo de cerveza en España y en Europa, y la ausencia de expectativas de estimular su consumo en regiones próximas, como el norte de África, sólo si la hipótesis anterior se cumpliera podría producirse un aumento considerable de la demanda de malta para cerveza en España. Si se mantiene la tendencia en el mercado de los últimos años, no cabe esperar incrementos de demanda para la malta fabricada en España.

No obstante, de cumplirse las expectativas para MALTAMANCHA, con respecto a convertirse en un exportador relevante, en Europa, se produciría un incremento que podría hacer desaparecer el exceso de capacidad que en estos momentos hay en el mercado español, aproximadamente, un 5%.

Puede considerarse, por lo tanto, que el mercado de la producción de malta cervecera para su comercialización es un mercado estrecho y estancado, por lo que no es previsible la entrada de nuevas empresas, a no ser que, en efecto, se produzca el abandono de la fabricación de malta para autoconsumo de los grupos cerveceros y ello dé lugar a que estas instalaciones sean adquiridas por alguna de las empresas malteras no activas en el mercado español.

5.4. Competencia exterior

No existen restricciones técnicas sobre las características que ha de cumplir la malta para cerveza que impidan su exportación o importación, aunque, al estar su materia prima sometida a la OCM de cereales de la Política Agrícola Común, sí existen restricciones económicas. Las importaciones de terceros países no pertenecientes a la UE están sometidas a los denominados Montantes Compensatorios a la Importación y paralelamente se aplican las correspondientes restituciones a la exportación.

Sin embargo, estas diferencias entre los precios internacionales de los cereales y los de la UE están siendo cada vez menores y en la Agenda 2000 se prevé que la horquilla entre estos precios se reduzca progresivamente hasta llegar, en el año 2003-2004, a igualarse.

En estos momentos existen importaciones de malta para cerveza de la UE con destino a la C.A. de Canarias, ya que, al estar los precios de la malta en España en línea con los europeos, el coste de fletar un barco para transportar malta a Canarias hace que el coste de la malta en las Islas sea el mismo, independientemente del origen de la malta. En cuanto a la malta exportada, ésta asciende a 64.000 Tm.,

correspondiendo una cantidad importante a la empresa adquirida. La capacidad de exportación es de 80.000 Tm.

5.5. Otras posibles barreras de entrada

No existen barreras de entrada ni legales ni tecnológicas. La tecnología de fabricación no está sometida a ningún derecho de patente. En cuanto a los costes de instalación como barrera de entrada, los datos disponibles indican que éstos no suponen barrera alguna. La dimensión considerada standard en Europa se sitúa entre las 90.000 Tm. y las 100.000 Tm., estimándose en aproximadamente 60.000 pts./Tm. el coste de instalación.

6. EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración económica entre INTERMALTA y MALTAMANCHA supone la reducción de tres a dos operadores en el mercado. Ello supone que, al menos en teoría, se produzcan los siguientes hechos:

- Desaparece un competidor del mercado.
- Se forma un duopolio en el mercado de la fabricación de malta cervecera para comercialización, lo que facilita las posibilidades de colusión entre los operadores que permanecen en el mercado.

Sin embargo, a estas dos consideraciones caben las siguientes observaciones. La realidad en el mercado español es que la entrada de MALTAMANCHA en el mercado no supuso una seria competencia para las ya existentes, ya que su mercado fundamental fue el de la exportación y, por lo tanto, tampoco su adquisición por parte de INTERMALTA supone la eliminación de un competidor de igual nivel que los existentes.

Las teóricas posibilidades de colusión entre los dos operadores que se mantienen en el mercado desaparecen en la realidad por las siguientes razones: (1) los demandantes conocen perfectamente el coste de producción del producto, puesto que ellos mismos operan en ese mercado con el fin de autoabastecerse en una parte de sus necesidades, lo que dificulta cualquier acuerdo colusorio, (2) la importante dimensión de los grupos cerveceros les confiere una fuerte capacidad negociadora que impediría llevar a la práctica el hipotético acuerdo colusorio y (3) el hecho de que Europa sea excedentaria en malta (se exportan más de 400.000 Tm.) cervecera es suficiente amenaza competitiva como para disuadir a los duopolistas de practicar cualquier acción restrictiva de la competencia.

No obstante lo anterior, hay que considerar también los dos hechos siguientes, ya que pueden traducirse en situación de restricción de competencia para determinados operadores. En primer lugar, existen algunas empresas fabricantes de cerveza en España cuya pequeña dimensión no les otorga poder alguno de negociación que contrarreste la posición de dominio que las dos operadoras que permanecen en el mercado ostentarían frente a ellas y, por lo tanto, sí podría existir algún acuerdo colusorio o incluso un posible abuso de dicha posición de dominio. En segundo lugar, aunque no es consecuencia de la operación de concentración, se pone de manifiesto la integración vertical que se produce en INTERMALTA por el hecho de tener dos representantes de la industria cervecera en el consejo de administración. (...). Los intereses de los grupos cerveceros no tienen por qué coincidir con los intereses de las malterías comerciales, y el hecho de los primeros tengan la citada representación en el consejo de administración les otorga la posibilidad de influir en la dirección más provechosa para ellos, pudiendo ir en contra de los pequeños fabricantes de cerveza. Ante eventuales restricciones en la producción de malta es de suponer que los grupos cerveceros propietarios de INTERMALTA tendrán derecho preferente de suministro frente a los terceros, lo que evidentemente supone una discriminación para los mismos.

7. EFECTOS COMPENSATORIOS DE LA OPERACIÓN

El efecto compensatorio que aporta esta operación se centra en que con ella se evita un muy probable cierre de la actividad de la fábrica de malta de MALTAMANCHA. Los ratios de productividad de ésta fábrica son notablemente inferiores a los ratios mínimos estándares de ésta industria. Con la operación lo más probable es que se produzcan mejoras en los costes generales de administración, dirección y ventas, tal y como alegan los notificantes, alcanzándose resultados de gestión similares a los que actualmente obtiene el grupo adquirente, toda vez que el equipo de gestión será el mismo.

Son de esperar también mejoras en la comercialización, especialmente en relación al mercado exterior. En este sentido, la operación de concentración va a suponer que la fábrica de Albacete pueda contar con el respaldo del primer grupo de malta de Europa, lo que significa acceso a los resultados de I+D, que sin duda le facilitarán la consecución de algunos proyectos en curso muy importantes para MALTAMANCHA.

8. CONCLUSIONES

El presente informe analiza las consecuencias que la operación de concentración entre INTERMALTA y MALTAMANCHA va a tener en las condiciones de competencia del mercado de la malta cervecera. Con esta operación INTERMALTA tendrá el control total de MALTAMANCHA, al convertirse en su único accionista. El Tribunal, tras analizar esta operación, ha llegado a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: El mercado relevante afectado por la citada operación de concentración es el de la fabricación de malta cervecera para su comercialización a terceros en el ámbito de España peninsular y Portugal.

SEGUNDA: Como consecuencia de tal delimitación, las cuotas de mercado resultantes de la operación cumplen los umbrales establecidos por el art.14.1.a) de la Ley 16/1998, de 17 de Julio, de Defensa de la Competencia, modificada por Real Decreto-Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia. Por lo tanto, la presente operación de concentración resulta ser de notificación obligatoria.

TERCERA: El resultado de la operación configura una estructura de duopolio en el mercado relevante.

CUARTA: Europa es excedentaria en cebada y en malta para cerveza, y los precios de la malta en España se encuentran en línea con los europeos. Ante un incremento permanente de los precios de la malta en España, es posible importar de los países excedentarios, como Francia y Alemania, sin incurrir en incrementos de costes que dificultaran la viabilidad de las empresas fabricantes de cerveza.

QUINTA: No obstante, la creación de un duopolio, analizada la situación del mercado en el contexto europeo y teniendo en cuenta la capacidad negociadora de los principales clientes, no es previsible un abuso de posición de dominio de las empresas resultantes, ni tampoco parece factible un acuerdo colusorio entre ellas.

SEXTA: Sin embargo, en la industria de fabricación de cerveza en España existen algunas empresas cuya pequeña dimensión podría situarlas en una posición de dependencia exclusiva de los dos operadores que permanecen en el mercado. Por este motivo, deberían establecerse mecanismos de control, como condición a la autorización de la operación por parte del Consejo de Ministros, que garanticen un trato no discriminatorio a los pequeños fabricantes de cerveza.

SÉPTIMA: La necesidad de imponer este tipo de controles en el trato entre las pequeñas cerveceras y la empresa resultante de la operación de concentración se ve reforzada al analizar la composición accionarial de la empresa resultante. En su consejo de administración, el segundo mayor grupo cervecero de España -el formado por MAHOU y SAN MIGUEL- dispone de una representación de un tercio. Lo que supone una situación claramente ventajosa de este grupo con respecto a sus competidores, especialmente, los de menor tamaño.

OCTAVA: En el estudio de la operación se ha constatado la débil situación de la empresa adquirida, que se encuentra cercana a la suspensión de pagos. La alternativa a su adquisición por parte de la adquirente podría ser, muy probablemente, el cierre. Por lo tanto, la presente operación puede contribuir a mantener abierta la fábrica de Albacete, con las considerables repercusiones económicas que ello implica para la agricultura de la zona, así como para el empleo y el resto de la economía dependiente de la fábrica.

Por cuanto antecede, el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la Ley de Defensa de la Competencia, ha acordado remitir al Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo de Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda para su elevación al Gobierno el siguiente

DICTAMEN

El Pleno del Tribunal, teniendo en cuenta los efectos que sobre la competencia en el mercado de referencia podría causar la operación de concentración económica objeto del presente informe, y tras valorar los posibles elementos compensatorios de las restricciones que se aprecian, considera que resulta adecuado declarar procedente la operación notificada, sometiéndola a la siguiente condición:

Que por parte de INTERMALTA S.A. se garantice a las pequeñas empresas cerveceras que venían suministrándose de malta de MALTAMANCHA S.A. la continuidad de dichos suministros en las mismas cantidades en que venían haciéndolo y en condiciones equiparables a las que concedan a sus mejores clientes.

Madrid, 22 de marzo de 2.000