

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C 42/99**

NOTIFICANTE:

MIDESA S.A. y LOGISTA S.L.

OBJETO:

OBJETO: FUSIÓN POR ABSORCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE DISTRIBUCIÓN INTEGRAL LOGISTA S.L. (LOGISTA) POR PARTE DE MARCO IBÉRICA DISTRIBUCIÓN DE EDICIONES S.A. (MIDESA)

INDICE

1. ANTECEDENTES.....	3
1.1. Notificación voluntaria	3
1.2. Recepción del expediente y actuaciones en el Tribunal.....	3
1.3. Alegaciones de los notificantes	5
2. EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN	7
2.1. Sociedad adquirente: MARCO IBÉRICA, DISTRIBUCIÓN DE EDICIONES, S.A. (MIDESA).....	7
2.2. Sociedad absorbida: COMPAÑÍA DE DISTRIBUCIÓN INTEGRAL LOGISTA S.L.....	11
2.3. Otras empresas afectadas por la operación : GRUPO TABACALERA.	13
3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN	18
3.1. Descripción de la operación	18
3.2. Aplicación de la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia.....	19
3.3. Normativa comunitaria sobre el concepto de empresa afectada por una operación de concentración económica.	20
4. EL SECTOR DE LA LOGÍSTICA.....	21
4.1. Definiciones y marco legal.....	21
4.2. El sector de la logística en España	23
5. EL MERCADO DE REFERENCIA.....	25
5.1. El mercado de producto de referencia.....	25
5.2. El mercado geográfico de referencia.....	27
6. ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS	29
6.1. Labores de tabaco	29
6.2. Publicaciones periódicas.....	32
6.3. Libros.....	35
7. EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA DERIVADOS DE LA OPERACIÓN 	36
8. IMPUGNABILIDAD O CONTESTABILIDAD DEL MERCADO	39
9. ELEMENTOS QUE PODRÍAN CONTRARRESTAR LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA OPERACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA	42
10. CONCLUSIONES.....	42
DICTAMEN	44

1. ANTECEDENTES

1.1. Notificación voluntaria

Con fecha 14 de julio de 1.999, tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante el Servicio) la notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la fusión por absorción de la Compañía de Distribución Integral Logista, S.L. (LOGISTA) por parte de Marco Ibérica Distribución de Ediciones, S.A. (MIDESA). Mediante esta operación la sociedad absorbente (MIDESA) adquiere por sucesión universal el patrimonio de la absorbida (LOGISTA), que se extinguirá. MIDESA cambiará su denominación y pasará a denominarse LOGISTA, S.A.

Dicha notificación fue realizada voluntariamente por ambas empresas, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), modificada por el artículo 10, Capítulo VIII, del Real Decreto-Ley 6/1999 de 16 de abril, sobre Medidas Urgentes de Liberalización e incremento de la Competencia que entró en vigor el 19 de abril de 1.999.

1.2. Recepción del expediente y actuaciones en el Tribunal

El día 11 de agosto de 1.999 tuvo entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante el Tribunal) el expediente referenciado por el Servicio como N-008 MIDESA/LOGISTA, remitido por 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, basándose en el artículo 15.4 de la LDC, en el que se regula esta actuación cuando se considere que la operación notificada voluntariamente puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado. El plazo de que dispone el Tribunal para emitir el oportuno dictamen es de tres meses por lo que finaliza el día 12 de noviembre de 1.999.

Según lo establecido en el artículo 12.1.a del Real Decreto 1080/1992, el Presidente del Tribunal procedió a nombrar la Comisión pertinente para elaborar la ponencia que ha de servir de base al informe del Tribunal. Dicha Comisión ha incluido al propio Presidente del Tribunal, Sr. D. Amadeo Petitbò i Juan, y los Vocales Sres. D. José Hernández Delgado y Doña María Jesús Muriel Alonso, estando asistida por la Asesora del Presidente del Tribunal, Doña Clara Guzmán Zapater, en calidad de Secretaria de la Comisión. El expediente fue referenciado como C42/99 LOGISTA/MIDESA.

Tras el análisis de la información contenida en el expediente, la Comisión elaboró una Nota Sucinta sobre los extremos fundamentales de la operación, la cual, tras ser puesta en conocimiento de los notificantes y manifestada por éstos su conformidad con el contenido, fue remitida a una muestra representativa de empresas y organismos que la Comisión consideró podrían resultar afectados, para que si éstas lo estimasen oportuno pudieran exponer de forma motivada su criterio acerca de los efectos de la operación sobre la competencia efectiva en el mercado.

De entre las empresas y asociaciones notificadas, las siguientes presentaron alegaciones:

- McLANE ESPAÑA, S.A. presentó alegaciones al expediente, oponiéndose a la operación en cuestión, al estimar que, de autorizarse la misma, se daría la paradoja de autorizar que la entidad fusionada refuerce su posición dominante en varios submercados de la distribución mayorista -en los que compite, entre otros, con McLANE ESPAÑA-, permitiéndole, sin embargo, mantener cerrado el submercado (o mercado vecino) de la distribución mayorista de labores de tabaco, en el que es monopolista.

- La Asociación de Vendedores Profesionales de Prensa de Madrid, expuso en sus alegaciones la preocupación que dicha operación causa entre sus asociados al estimar que ésta podría comportar eventuales prácticas restrictivas o anómalas en relación con la libre competencia en la medida en que coincidan la determinación de puntos de venta de tabacos, competencia de TABACALERA (estancos); y la ampliación de productos de venta en situados en dichos puntos (como revistas, coleccionables, etc.) -lo cual no es posible, inicialmente restringir-, cuya distribución precisamente corresponde a la empresa MIDESA, lo que puede derivar en tratos de favor o preferente a sus propios socios en detrimento de otros vendedores.

- COMERCIAL ATHENEUM, S.A., distribuidora de fondos editoriales de ámbito nacional, estima que la operación notificada genera una situación de dominio efectivo y real del mercado de la distribución de revistas, fascículos y otras publicaciones, al estar LOGISTA imponiendo sus condiciones a los distribuidores locales que se ven en la obligación de alcanzar acuerdos con ésta o desaparecer del mercado. Al trabajar COMERCIAL ATHENEUM también con distribuidores locales, se encuentra con dificultades para colocar sus fondos editoriales pues éstas empresas locales en muchas provincias forman ya parte de LOGISTA. La presencia de TABACALERA como accionista principal de la nueva LOGISTA S.A. no hace sino empeorar más aún la situación.

- La Confederación Nacional de Agentes de la Difusión de la Prensa y de la Edición (CONADIPE) expone que fruto de la operación notificada al tener dentro del propio grupo empresarial una red de ventas distinta a la de los vendedores de prensa, se produzca un abuso de su posición de dominio en el mercado de fascículos y

coleccionables, consistente en la imposición de condiciones de servicio y fianzas como ya ha ocurrido anteriormente. Manifiestan asimismo que la posición de dominio de MIDESA anterior a la operación de concentración ya le permitía actuaciones contrarias a la libre competencia que se acentuarán a partir de ahora. No han aportado documentación alguna que apoye o demuestre estos argumentos.

1.3. Alegaciones de los notificantes

En su escrito de notificación, LOGISTA define el mercado relevante afectado por la operación de concentración como el mercado mayorista de logística. Define asimismo el mercado geográfico relevante como el nacional.

En las alegaciones que presentaron con posterioridad ante el Tribunal , consideró, sin embargo, que pueden distinguirse tres mercados de referencia afectados por la operación tanto desde el punto de vista geográfico como de los servicios prestados:

- S mercado español de distribución al por mayor de labores de tabaco;
- S mercado español de distribución al por mayor de publicaciones periódicas; y
- S mercado español de distribución al por mayor de libros.

Tras exponer en el mencionado escrito de alegaciones el marco jurídico, la jurisprudencia del Tribunal y describir los servicios que prestan las empresas notificantes en cada uno de los mercados definidos como de referencia a efectos de la operación de concentración, los notificantes concluyen como sigue:

- S mercado español de distribución al por mayor de labores de tabaco: la cuota del 95% alcanzada en España por LOGISTA en este mercado concreto no se ve de modo alguno reforzada por la operación.
- S mercado español de distribución al por mayor de publicaciones periódicas: MIDESA ostenta una cuota de mercado en España del 18%, la cual no resulta significativa en un mercado cada vez más competitivo, ni resulta en modo alguno reforzada como consecuencia de esta operación de concentración. Los notificantes no consideran apropiado segregar de este mercado el mercado de distribución de coleccionables, dado que la cuota de mercado ostentada por MIDESA con anterioridad a la operación tampoco se verá reforzada.
- S mercado español de distribución al por mayor de libros. La cuota de mercado alcanzada por MIDESA en España en dicho mercado es insignificante, pues apenas alcanza un 5% (en su escrito de Notificación Voluntaria la estimaban

en un 11%). Esta cuota tampoco se verá reforzada como consecuencia de la operación de concentración.

Rechazan los notificantes la definición de mercados y submercados de referencia realizada por McLANE en su escrito de alegaciones, en función del destino final de la distribución mayorista.

Los notificantes son de la opinión que esta operación no tendrá efecto alguno sobre las condiciones de competencia hasta ahora existentes en España en las actividades en las que ambas empresas están presentes, dado que no operan en los mismos mercados, trabajan con canales de distribución distintos, e incluso distribuyen productos diferentes. Alegan que no existen barreras de entrada significativas, aparte de las que el mercado logístico, en general (elevada masa crítica, flexibilidad operativa y cobertura geográfica) impone al ejercicio inicial de la actividad logística la necesidad de efectuar inversiones de cierta importancia.

Consideran LOGISTA y MIDESA en su escrito de notificación que, fruto de esta fusión, se generarán ahorros en costes en los tres eslabones principales de la cadena de valor de la actividad que realizan, que son las siguientes:

- S Transporte de largo recorrido: mediante el cierre de rutas (evitar la vuelta de camiones vacíos), incrementando la ocupación media y con una reducción de tarifas al homogeneizar costes.
- S Infraestructuras: mediante la unificación de los almacenes, la gestión y control de los mismos y la eliminación de duplicidades o capacidades ociosas.
- S Reparto local: a través de la reducción en la dotación de material y personal, optimizando las rutas de reparto de las publicaciones y compartiendo costes en la distribución de tabaco.

Asimismo manifiestan que existen grandes posibilidades de realizar ventas cruzadas entre los distintos canales y numerosos puntos de distribución que la nueva compañía pasa a controlar.

Concluyen los notificantes en su escrito de alegaciones, que dado que las dos empresas fusionadas operaban con anterioridad a la concentración en mercados de referencia diferentes, no existirá, por tanto, solapamiento alguno que tras la operación conlleve un reforzamiento o la creación de una posición dominante en cualquiera de estos mercados. Indican que dado que existe una prohibición legal expresa que impide suministrar directamente labores de tabaco al segundo canal, la entidad resultante no podrá ampliar sus canales de distribución a éstos como consecuencia de la fusión. Afirman no conocer precedente alguno en el derecho español de control de concentraciones en el que el Gobierno haya impuesto

condiciones en un expediente de este tipo en el que las empresas partícipes operasen en mercados de referencia diferenciados y en el que no se incrementase la cuota de mercado ostentada por las partícipes como consecuencia de la operación.

2. EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN

2.1. Sociedad adquirente: MARCO IBÉRICA, DISTRIBUCIÓN DE EDICIONES, S.A. (MIDESA)

MARCO IBERICA, DISTRIBUCION DE EDICIONES, S.A. (MIDESA) es una sociedad anónima cotizada en bolsa, con domicilio social en Alcobendas, Madrid. Su capital social asciende a 1.463.254.200 pesetas.

El Grupo MIDESA realiza en España actividades relativas a la distribución al por mayor de publicaciones periódicas y libros, estos últimos desde su fusión con CONTIDYS , mientras que en Portugal extiende también sus actividades de distribución mayorista al tabaco y los pequeños establecimientos de alimentación.

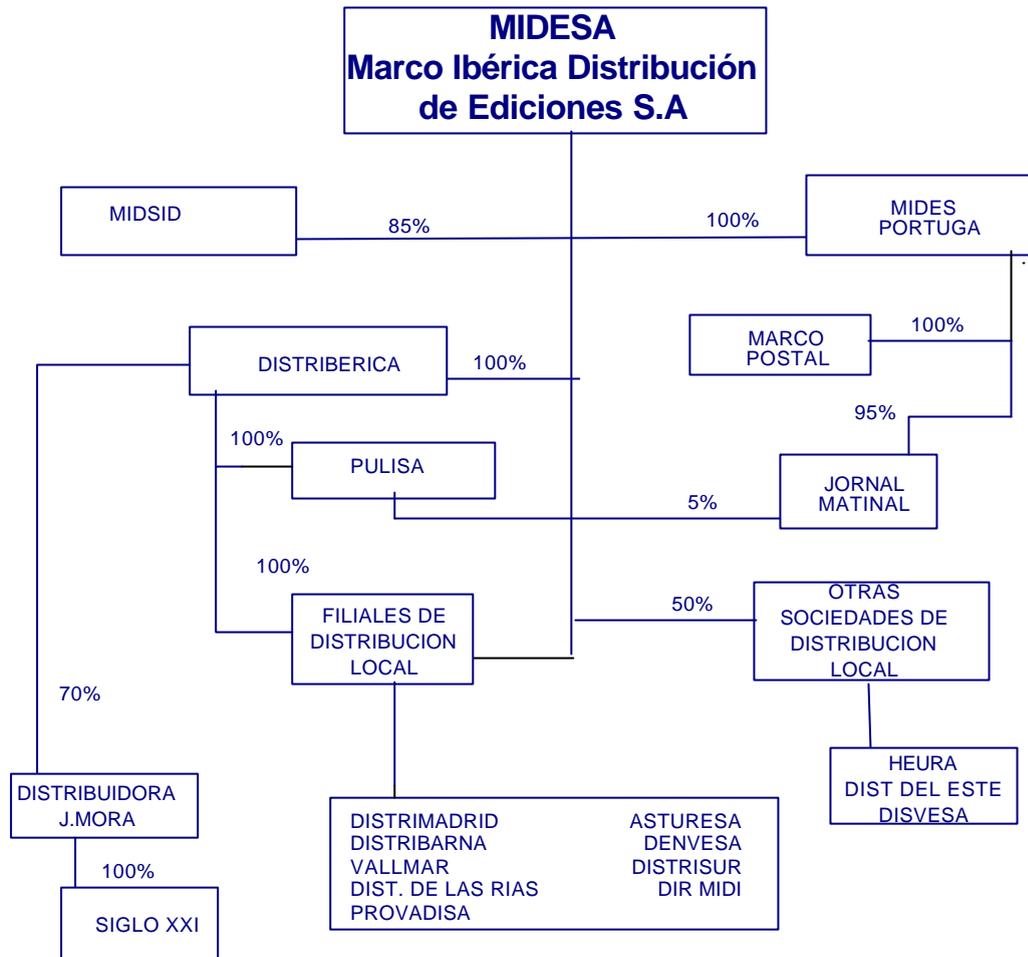
La composición del accionariado de MIDESA, con anterioridad a su fusión con LOGISTA era la siguiente:

ESPASA CALPE, S.A.....	25,28%
GRUPO PLANETA DE AGOSTINI, S.L.....	19,90%
TABACALERA, S.A.....	18,23%
OTROS MENORES DEL 10%.....	36,59%

ESPASA CALPE, S.A. es filial al 99,59% de EDITORIAL PLANETA, S.A., a su vez filial al 100% de PLANETA AGOSTINI CORPORACIÓN, S.R.L.

GRUPO PLANETA DE AGOSTINI S.L. pertenece en un 50% a DE AGOSTINI INTERNACIONAL. No existe vinculación entre PLANETA CORPORACIÓN Y DE AGOSTINI INTERNACIONAL.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL GRUPO



Su red comercial cubre la totalidad del territorio nacional, de forma que MIDESA llega a la práctica totalidad de puntos de venta de publicaciones periódicas que, según el último censo, asciende a 29.125 puntos en todo el país, de los cuales unos 12.000 son quioscos. Dada la amplia gama de productos editoriales a distribuir, los puntos de venta son de naturaleza muy diversa: quioscos, papelerías, librerías, estancos, grandes almacenes y establecimientos diversos, representando los quioscos el 75% de las ventas.

El volumen de ventas brutas a precios de venta al público sin IVA de MIDESA en los últimos ejercicios ha sido el siguiente:

Cuadro nº 1
MIDESA. Ventas Brutas (Sin IVA). 1996-1998. Millones de pesetas.

1996	1997	1998
63.287	66.691	105.513

Fuente: Memoria 1998 MIDESA

Estas cifras incluyen el volumen de negocio realizado en Portugal. En 1998 las ventas de MIDESA en Portugal fueron de 48.407 millones de pesetas.

Para 1999 MIDESA estima que sus ventas se distribuirán por actividades de la siguiente manera:

Cuadro nº 2

MIDESA. Previsión de facturación por actividad. Año 1999. Porcentajes. %

Tabacos Portugal	31
Revistas	26
Coleccionables	23
Libros	12
Publicaciones Portugal	10
Prensa	5

Fuente: Memoria 1998 MIDESA S.A.

A) Distribución de Publicaciones Periódicas (Distribución a Quioscos)

En lo que respecta a las publicaciones periódicas, MIDESA es el grupo líder en España, distribuyendo el 4% del total de la prensa, el 12% de las revistas y el 87% de los coleccionables a nivel nacional.

MIDESA realiza las actividades de distribución de publicaciones periódicas a través de nueve compañías filiales (100% MIDESA), una sociedad participada en un 70% y tres en un 50%, que actúan como distribuidores locales en contacto directo con la red de vendedores. Estas compañías distribuyen el 74% de todos los fondos editoriales que reparte MIDESA. En febrero de 1999 se creó DISTRIBURGO, S.A. (59% MIDESA) y está prevista la creación de dos sociedades más de distribución local. El resto de los fondos MIDESA lo distribuyen 40 distribuidores externos.

Las ventas brutas procedentes de los servicios de distribución de publicaciones periódicas ascendieron, en 1998 a 49.844 millones de pesetas de las cuales, el 63% corresponde a distribución de coleccionables, el 26% a distribución de revistas y el 11% restante a distribución de prensa.

La actividad de distribución de publicaciones periódicas por actividades, ha seguido la siguiente evolución de ventas brutas en el último trienio:

Cuadro nº 3**MIDESA. Facturación por distribución de publicaciones periódicas. 1996-1998. Millones de pesetas.**

	1996	1997	1998
Coleccionables	31.643	30.847	31.603
Revistas	10.391	12.009	13.213
Prensa	7.138	7.957	5.028

Fuente: Memoria 1998 MIDESA S.A.

B) Libros (Distribución a Librerías y Grandes Superficies)

Previamente a la fusión que se notifica MIDESA se fusionó con CONTIDYS mediante acuerdo aprobado por las respectivas Juntas Generales el 15 de abril de 1999. CONTIDYS es la sociedad resultante de la integración de las actividades de distribución de libros a librerías de Comercial PLANETA y ESPASA CALPE, sociedades controladas al 100% por el GRUPO PLANETA. Distribuye los fondos editoriales de Editorial Planeta, Seix Barral, Editorial Ariel, Editorial Martínez Roca, Libros de Bolsillo, Temas de Hoy, Ediciones Destino y Ediciones Deusto. Esta operación le otorga a MIDESA la distribución en exclusiva de estos fondos en todo el territorio nacional por un periodo mínimo de 10 años, prorrogables por tres años más. Las ventas anuales de estos fondos suponen para MIDESA aproximadamente 16.000 millones de pesetas, y generan unos beneficios netos de 535 millones de pesetas.

En los últimos tres años las ventas de libros a librerías de COMERCIAL PLANETA y ESPASA CALPE han tenido un crecimiento medio anual del 7%, y se estima que existe un amplio mercado potencial, dado que las pequeñas editoriales distribuyen pequeños distribuidores locales y entre el resto de grandes editores el porcentaje de externalización de estos servicios es muy bajo.

C) Tabaco y Pequeña Alimentación en Portugal

La distribución mayorista de tabaco del Grupo MIDESA en Portugal en 1998, alcanza unas ventas brutas de 38.407 millones de pesetas.

En 1998 MIDESA expandió su actividad con la adjudicación en subasta pública de la sociedad portuguesa TABACALERA INGLESA S.A. y la formación del holding MIDSID participado al 85% por MIDESA y que controla el 100% del capital de

TABANORTE, TABACARIA INGLESA y TABASUL. Según el resumen de actividades de 1998 de la propia MIDESA con esta operación (...) adquiere una posición dominante en el mercado portugués de distribución de tabaco y supone una apuesta firme por la diversificación como operador logístico . En la actualidad MIDESA ostenta en Portugal una cuota de mercado de aproximadamente el 25% en distribución mayorista de tabaco. Conviene recordar, sin embargo, las diferencias entre España y Portugal en este mercado, al estar el segundo completamente liberalizado en su fase minorista, no existiendo restricción alguna a la venta de tabaco en cualquier establecimiento comercial, del tipo que sea. Ello ha dado lugar a la proliferación de distribuidores de tabaco, algunos de carácter local y regional, que surten a una determinada zona, ciudad o grupo de tiendas.

2.2. Sociedad absorbida: COMPAÑÍA DE DISTRIBUCIÓN INTEGRAL LOGISTA S.L.

COMPAÑÍA DE DISTRIBUCION INTEGRAL LOGISTA S.L. es una sociedad domiciliada en Madrid, constituida mediante escritura otorgada ante notario el día 2 de septiembre de 1998 con un capital social de 34.500.000 pesetas, siendo su único socio TABACALERA S.A.

En esa misma fecha, TABACALERA S.A. aprobó la segregación y aportación de la rama de actividad de importación y distribución mayorista de labores de tabaco a LOGISTA sometida a la condición suspensiva de que LOGISTA obtuviera la licencia de importación y distribución mayorista de labores de tabaco, prevista en el art. 3 de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado del Tabaco y Normativa Tributaria, que se concedió a LOGISTA por Resolución del Comisionado para el Mercado de Tabacos, de 25 de Enero de 1999. LOGISTA comenzó a operar el 1 de febrero de 1999, fecha a partir de la cual TABACALERA S.A. ya no realiza directamente la actividad de importación y distribución mayorista de labores de tabaco, ni ninguna actividad de logística relacionada con las actividades aportadas a LOGISTA S.L.

LOGISTA, S.L. tiene como actividad principal la distribución mayorista de: tabaco, timbre y otros documentos, y otros productos en otros canales.

A) Distribución Mayorista de Tabacos (distribución exclusivamente a estancos)

LOGISTA está encargada de la distribución y servicios de logística para todas las marcas de cigarrillos y cigarrillos producidas por TABACALERA. Además, se ha hecho cargo de los trece contratos de distribución de otras marcas participadas o no por TABACALERA, cuya logística se organizaba a través de la División correspondiente de TABACALERA antes de la creación de LOGISTA. De hecho, los nuevos contratos firmados con posterioridad a ésta, ya lo han sido en su propio nombre, no apareciendo el de TABACALERA. Realiza además actividades de

servicio logístico para otras empresas del grupo, como UNIÓN TABAQUERA DE SERVICIOS (UTS), suministradora de artículos no tabaqueros a los estancos de toda España, cobrándoles por sus servicios.

La distribución de tabaco constituye la actividad tradicional de LOGISTA, representando en la actualidad en torno al 80% de su facturación neta (es decir, antes de compras en comisión y aprovisionamiento), actividad que, según la cuenta de resultados pro-forma, hubiese alcanzado la cifra de 258.810 millones de pesetas durante 1998.

Durante 1998, se distribuyeron 1.030 referencias de tabaco.

En el mismo periodo, las unidades físicas distribuidas correspondientes a esas 1.030 referencias superaron los 5.200 millones, según la siguiente distribución:

- 4.344 millones de cajetillas
- 855 millones de cigarros
- 18 millones de bolsas de picadura y liar

B) Distribución Mayorista de Signos de Franqueo, Timbre y otros Documentos a Estancos

Este área de negocio alcanzó los 57.060 millones de pesetas en el año 1998, representando el 17% de la facturación neta y el 38% del número de referencias totales distribuidas por LOGISTA, de acuerdo con la siguiente distribución:

Cuadro nº 4	
Tipos de producto	Nº de referencias
Timbres y signos de franqueo	560
Otros documentos	1.261
TOTAL	1.821

Fuente: Notificación

C) Otros Productos en otros Canales

A lo largo de los últimos años, LOGISTA ha ido aumentando progresivamente el peso de otras actividades ajenas a las tradicionales (tabaco y signos de franqueo, y otros documentos). Si bien todavía tienen un peso reducido en términos relativos, con una facturación neta pro-forma durante 1998 de 12.033 millones de pesetas (en torno al 4% del total). En esta rama de actividad, presta servicios como operador logístico en la distribución a las tiendas de las gasolineras del GRUPO REPSOL, las tiendas

SEVEN ELEVEN de la ciudad, distribución de servicio de paquetería a domicilio de los totems VÍA PLUS situados en estancos, gasolineras, bancos y supermercados.

LOGISTA, desarrolla también los servicios de operador logístico integral para otros clientes y presta servicios de transporte de mercancías y gestión de explotaciones de productos relacionados con el tabaco.

En cuanto al volumen de ventas de LOGISTA , dado que esta empresa inició su actividad el 1 de febrero de 1999, la compañía, como tal, no dispone de cuentas de resultados históricas. Por otra parte, los Informes Anuales de TABACALERA S.A. se refieren al conjunto de actividades desarrolladas por esta sociedad y no reflejan, separadamente, el volumen de ventas de las actividades logísticas. No obstante, las partes presentan la cuenta de resultados de 1998 pro-forma de LOGISTA. La facturación neta de LOGISTA en 1998 fue de 325.903 millones de pesetas. Esta cantidad incluye la Imposición Especial sobre las Labores del Tabaco y la comisión fijada legalmente que reciben los estanqueros por estas actividades. [.....]

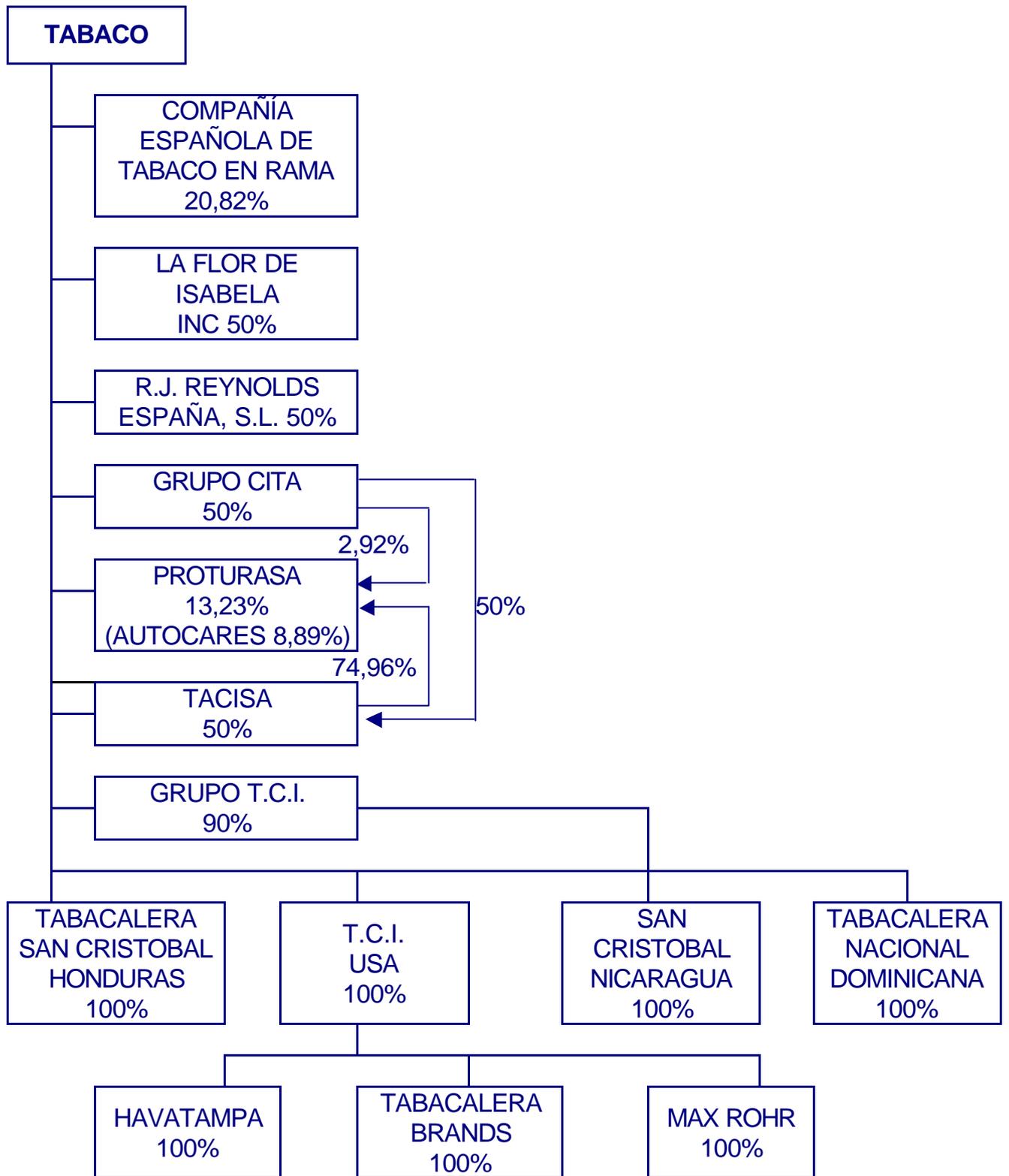
En cualquier caso, conforme al art. 2 del Real Decreto 1080/92, a efectos de los umbrales establecidos para la notificación de operaciones de concentración, sólo procedería descontar la Imposición Especial sobre las labores del Tabaco por ser imposición indirecta.

LOGISTA S.L. cuenta con una amplia red de instalaciones, 7 almacenes regionales (fiscales y aduaneros) y 50 almacenes provinciales, para la distribución de sus productos. Los almacenes están conectados por una flota de 220 camiones subcontratados y a través de 230 vehículos de reparto, distribuye tabaco, timbre y otros productos a más de 19.000 puntos de venta, entre los que se encuentran los 15.166 estancos establecidos en España, 2.100 establecimientos, 2.000 gasolineras, reparto domiciliario, televenta y comercio electrónico.

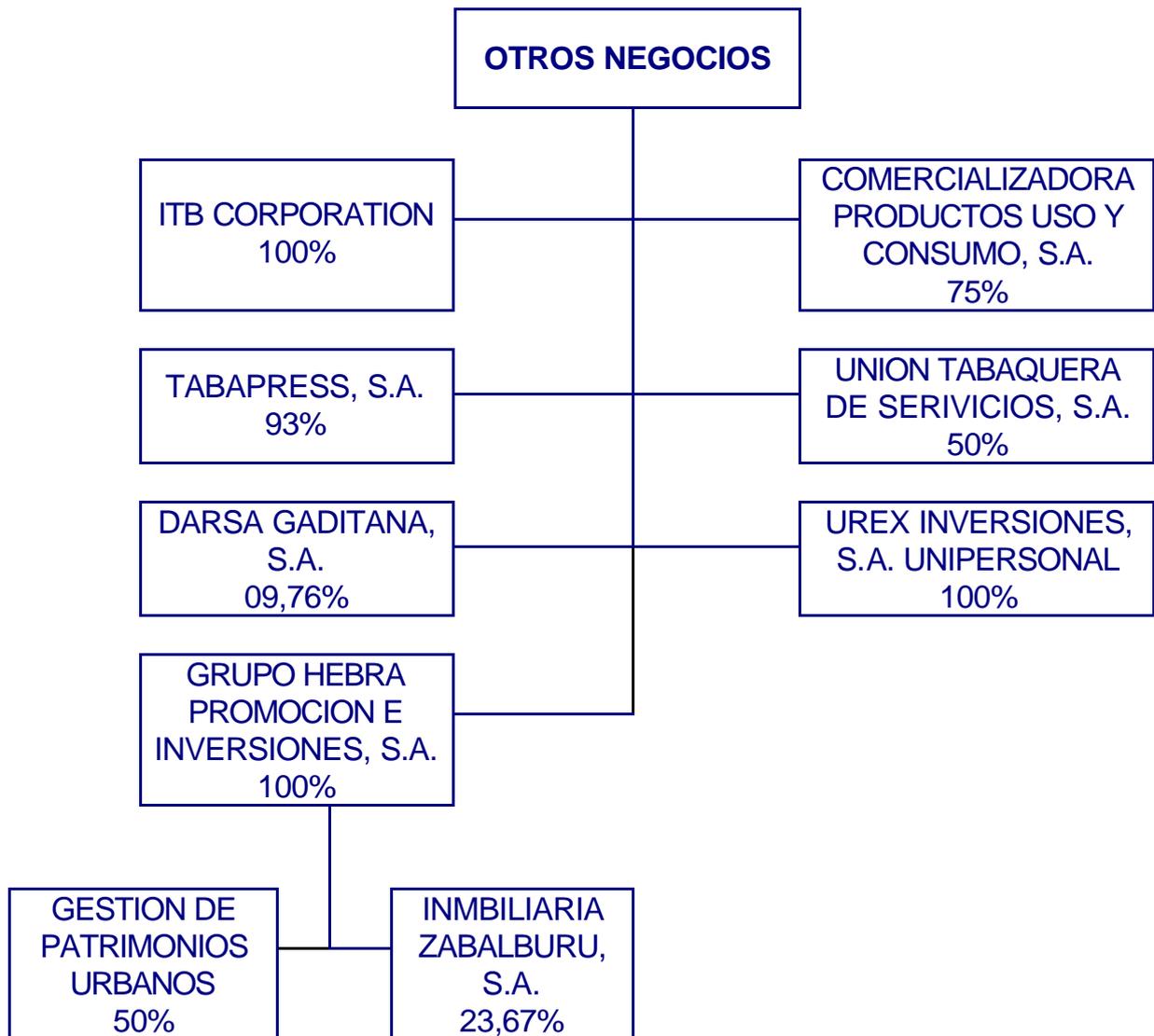
2.3. Otras empresas afectadas por la operación : GRUPO TABACALERA

TABACALERA S.A., empresa cuya actividad principal es la fabricación, importación, exportación y distribución al por mayor de labores de tabaco. Las áreas de actividad principal de la compañía se centran en la producción de cigarrillos y cigarros y en la distribución de todo tipo de labores de tabaco.

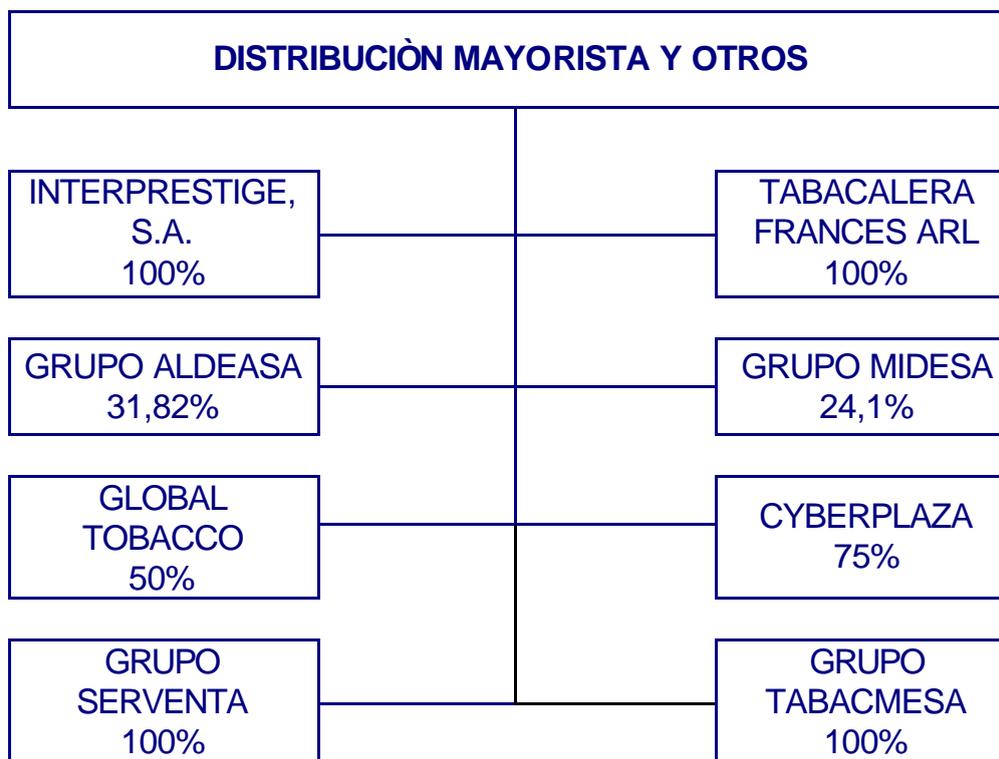
TABACALERA S.A. es la empresa matriz de un grupo empresarial cuya organización es el siguiente:



ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL GRUPO TABACALERA



ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL GRUPO TABACALERA



En el Cuadro siguiente se muestra el volumen de ventas bruto de TABACALERA S.A. por todos los conceptos, incluida la actividad de distribución, así como el del Grupo TABACALERA en su conjunto, durante los dos últimos años. Por tanto, incluye la actividad de distribución que ahora lleva a cabo LOGISTA.

Cuadro nº 5

Ventas Brutas de TABACALERA S.A. y Grupo TABACALERA. Millones de pesetas

	1998	1997
TABACALERA S.A.	1.156.740	978.300
Grupo TABACALERA	1.197.682	1.001.119

Fuente: Memoria 1998 TABACALERA S.A.

Para el cálculo de volumen de negocios a efectos de determinar la dimensión comunitaria o nacional de la operación deben deducirse los impuestos sobre el valor añadido y los impuestos especiales que gravan las labores de tabaco y que alcanzan conjuntamente una cifra de 845.979 millones de pesetas (1998) y 686.039 millones

de pesetas (1997), con lo que el volumen de negocios sin estos conceptos ascendería a 351.703 millones de pesetas (1998) y 315.080 millones de pesetas (1997).

Como ya se ha explicado con ocasión de la descripción de la actividad de LOGISTA, el Consejo de Administración de TABACALERA S.A. aprobó con fecha 2.7.1998 la segregación completa de la rama de distribución de la compañía, para constituir LOGISTA, S.L., la cual ha entrado en funcionamiento con fecha 1.2.1999. El cuadro siguiente muestra los volúmenes de facturación de TABACALERA S.A. en concepto de distribución de labores de tabaco propias e importadas, actividad ésta que a partir de esa fecha lleva a cabo la nueva empresa:

Cuadro nº 6 Distribución de cigarrillos, cigarros y picaduras. GRUPO TABACALERA. 1997-1998. Porcentaje				
	1998	Cuota %	1997	Cuota %
Cigarrillos Negros*	1227,8	28,3	1217,1	31,1
Grupo Tabacalera	1226		1215,4	
UE Importados	1,8		1,7	
Cigarrillos Rubios*	3114,3	71,7	2691,8	68,9
Grupo Tabacalera	2425,2		2145,4	
UE Importados	689,1		546,4	
Total Cigarrillos*	4342,1	100	3908,9	100
Grupo Tabacalera	3651,2		3360,7	
UE Importados	690,9		548,2	
Cigarros**	855,3		832	
Grupo Tabacalera	455,7		484,2	
Otras empresas canarias	264,4		235,8	
UE Importados	135,2		112	
Picaduras para Liar***	15,6		14,4	
Grupo Tabacalera	4,2		4,6	
UE Importados	11,4		9,8	
Picaduras para Pipa***	2,3		2,2	
Grupo Tabacalera	0,4		0,5	
UE Importados	1,8		1,7	

Fuente: Memoria 1998 TABACALERA S.A.

* Cifras en millones de cajetillas

**Cifras en millones de unidades

***Cifras en millones de paquetes

Según la Memoria de 1.998 de TABACALERA S.A., la facturación correspondiente a la actividad de distribución transferida a LOGISTA alcanza los 480.000 millones de pesetas.

La cuota de mercado en distribución de cigarrillos en España llevada a cabo por TABACALERA hasta el día 1- 2-1999 era del 100%, actividad que a partir de entonces lleva a cabo LOGISTA.

Cuadro nº 7

**Ventas y cuota de mercado de cigarrillos de TABACALERA S.A. 1997-1998.
Millones de cajetillas**

	Ventas 1998	Cuota 1998	Ventas 1997	Cuota 1997
TABACALERA	2.062,7	47,5%	2.002,2	51,2%
TOTAL MERCADO	4.342,1	100%	3.908,9	100%

Fuente: Memoria 1998 TABACALERA S.A.

Las ventas de cigarrillos de TABACALERA en el mercado español se elevaron un 3% en volumen y el 12% en valor entre 1997 y 1998. Los volúmenes de ventas y cuotas de mercado del resto de los fabricantes de cigarrillos en España se encuentran detallados en el Cuadro nº 12 , junto con el epígrafe correspondiente a la estructura del mercado español de labores de tabaco. En el Cuadro nº 11 que le sigue se encuentra el mismo desglose para las ventas de cigarros.

3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

3.1. Descripción de la operación

La operación notificada consiste en el proyecto de fusión por absorción de LOGISTA, S.L. por MIDESA, en virtud del cual, la sociedad absorbente, MIDESA, adquiere por sucesión universal el patrimonio de la sociedad absorbida, LOGISTA, S.L., que se extinguirá, aumentando MIDESA el capital social en la cuantía de 3.445.494.000 pesetas, con emisión de nuevas acciones para su canje y entrega al socio de la sociedad absorbida. MIDESA cambiará su denominación y pasará a denominarse LOGISTA, S.A.

La composición del Consejo de Administración de la nueva empresa LOGISTA después de la fusión será la siguiente:

- D. Cesareo Alierta Izuel (Presidente de TABACALERA S.A.)
- D. Juan Rizo Escosa (Consejero de ALDEASA)
- D. Fernando Labad Sasiaín (Consejero Director General de TABACALERA S.A. y Consejero de ALDEASA).
- D. José Manuel Lara Bosch (Consejero Delegado de PLANETA CORPORACIÓN S.R.L)
- Carlos Gómez Anuarbe (Consejero de TABACALERA S.A)
- D. José Manuel Bermejo Casado (Consejero de ALDEASA)
- D. José Riva Francos (Consejero de ALDEASA)

Los cargos que figuran al lado de cada Consejero muestran la empresa de la que provienen cada uno de ellos.

Es significativa la amplia presencia de representantes de ALDEASA en el Consejo de Administración de la nueva LOGISTA (4), lo que debería implicar la intención de la primera en tomar un papel activo en la gestión de la nueva compañía. TABACALERA S.A. es el accionista principal de ALDEASA (31,8%), empresa que tiene entre sus actividades principales la explotación de almacenes aduaneros, la gestión de las tiendas libres de impuesto de los aeropuertos españoles, actividades de almacenaje y distribución y actividades logísticas generalistas. ALDEASA cuenta con su propia organización logística, y no ha recurrido a los servicios de LOGISTA hasta el momento.

3.2. Aplicación de la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia

El Real Decreto Ley 6/1999, de 16 de abril, sobre Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia, que modifica la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, asume la definición de concentración económica actualmente vigente en la legislación comunitaria al establecer que "se consideraran concentraciones económicas aquellas operaciones que supongan una modificación estable de la estructura de control de las empresas mediante:

- S La fusión de dos o más empresas anteriormente independientes.
- S La toma de control de la totalidad o de parte de una empresa mediante cualquier medio o negocio jurídico.
- S La creación de una empresa en común y, en general, la adquisición del control conjunto sobre una empresa, cuando ésta desempeñe con carácter permanente las funciones de una entidad económica independiente y no tenga

por objeto o efecto fundamental coordinar el comportamiento competitivo de empresas que continúen siendo independientes."

La operación notificada se ajusta sin duda a los supuestos establecidos en la LDC para su notificación voluntaria, pues supone la fusión por absorción de una sociedad controlada por TABACALERA por otra donde, si bien TABACALERA participaba, no ostentaba el control. TABACALERA pasa a controlar la nueva sociedad, de la que posee más del 75% del capital. A la vista de ello, se ha producido una modificación de la estructura de control de las empresas partícipes y, con ello, una concentración en el sentido del apartado 2 del art. 14 de la Ley 16/1989. Se superan asimismo los umbrales establecidos en el artículo 14.1 de la misma. No se alcanzan, sin embargo, los umbrales previstos en el Art. 1 del Reglamento (CEE) 4064/89, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, por lo que la operación carecería de dimensión comunitaria.

3.3. Normativa comunitaria sobre el concepto de "empresa afectada" por una operación de concentración económica.

Visto el contenido de la Notificación Voluntaria presentada ante el Servicio de Defensa de la Competencia acerca del expediente de concentración económica objeto del presente informe, parece necesario fundamentar las razones que han llevado a este "Tribunal" a considerar no sólo aquellos datos e informaciones referidas a las dos empresas fusionadas LOGISTA y MIDESA, tal como figuraban en el escrito de Notificación Voluntaria), sino además a TABACALERA S.A. y a todas las empresas controladas o participadas por este grupo empresarial.

Las empresas notificantes insisten además en este punto de vista incluso en su escrito posterior de alegaciones ante el "Tribunal", por lo que es conveniente señalar la Comunicación de la Comisión sobre el concepto de empresas afectadas (DO núm. C66/14, de 2 de marzo de 1.998) tiene por objeto aclarar la interpretación que hace la Comisión de este concepto contemplado en los artículos 1 y 5 del Reglamento (CEE) nº 4064/89 sobre Control de Concentraciones. El artículo 5 del citado Reglamento explica que cuando las empresas afectadas por una operación de concentración pertenezcan a un grupo, habrá de incluirse en el cálculo del volumen de negocios relevante en el análisis de la operación, el volumen de negocios de todo el grupo, dado que el objeto es determinar el volumen de los recursos económicos que se combinan mediante la operación. Esto significa que el volumen de negocios de la empresa directamente afectada por la operación debería incluir el de sus filiales, el de sus sociedades matrices, el de las demás filiales de sus sociedades matrices y el de cualquier otra empresa controlada conjuntamente por dos o más de las sociedades que integran el grupo (Comunicación de la Comisión relativa al cálculo del volumen de negocios, DO núm. C66/25, de 2 de marzo de 1.998).

4. EL SECTOR DE LA LOGÍSTICA

4.1. Definiciones y marco legal

La Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT) diferencia entre transportista, agencia de transporte, almacenista-distribuidor, y transitarios.

1) Transportista: "Persona física o jurídica que efectivamente realiza el transporte". Según su naturaleza pueden ser públicos y privados. Según su ámbito geográfico pueden ser interiores e internacionales.

2) Agencias de transporte: "Empresas individuales o colectivas dedicadas a intervenir en la contratación del transporte público de mercancías por carretera (u otros modos), como organizaciones auxiliares interpuestas (contratando en nombre propio) entre usuarios y transportistas". Existen dos subtipos dentro de estas: las Agencias de transporte de carga completa y las Agencias de transporte de carga fraccionada.

3) Transitario: Personas físicas o jurídicas que desarrollan una función de organizadores de transportes que se efectúan en régimen de tránsito aduanero, realizando con los mismos las siguientes actividades:

a) Contratación en nombre propio con el transportista, como cargadores, de un transporte que a su vez hayan contratado, asimismo en nombre propio, con el cargador efectivo, ocupando frente a éste la posición de transportistas.

b) Recepción y puesta a disposición del transportista designado por el cargador, de las mercancías a ellos remitidas como consignatarios.

4) Almacenistas-distribuidores: La figura del Operador Logístico no está contemplada explícitamente en la LOTT sino que se incluiría dentro de los denominados almacenistas-distribuidores, definidos como aquellas "personas físicas o jurídicas que reciben en depósito en sus almacenes o locales mercancías o bienes ajenos, realizan en relación con los mismos las funciones de almacenaje, ruptura de cargas u otros complementarios que resulten necesarios, y lleven a cabo o gestionen la distribución de los mismos, de acuerdo con las instrucciones de los depositantes".

En la actividad realizada por los operadores logísticos se incluyen, de forma general, las siguientes tareas:

- Recogida de mercancías, operación que normalmente realiza el operador logístico, el cual conoce de antemano el momento preciso en que debe realizarla, quedando estipulado mediante contrato. No obstante, existen casos en los que las mercancías son depositadas en el almacén del operador por los propios clientes.
- Recepción de las mercancías, con la realización del registro de entrada correspondiente, ordenándose generalmente por tipo de cliente.
- S Recepción de las órdenes de salida de las mercancías hacia determinados destinos, operación que suele realizarse mediante conexión informática.
- S Preparación de los pedidos a partir de las órdenes de los clientes, actividad denominada "picking".
- S Carga de las mercancías en el camión o vehículo de reparto para su entrega en los diferentes destinos de acuerdo con la hoja de ruta. Esta actividad puede ser subcontratada o bien realizada por el propio operador logístico si dispone de flota de vehículos, debiendo contar en este último caso con la correspondiente autorización administrativa para el transporte de mercancías.

De este modo, entre las actividades que realizan los operadores logísticos destacan por su mayor relevancia las de gestión de stocks, con el objetivo de reducir al mínimo los mismos de acuerdo con la política de servicio fijada por el cliente; gestión de pedidos, manutención o manejo físico del producto, gestión de rutas y distribución física.

La definición precisa de operador logístico sugerida por las empresas notificantes es la siguiente "Organizaciones que ejecutan un conjunto amplio de operaciones físicas con las mercancías antes y/o después de su proceso de transformación junto con procesos complementarios de tratamiento y transmisión de la información relativa a dichas operaciones físicas"

En relación con el marco legal, la actividad sectorial queda regulada a través de la LOTT, cuyo Reglamento fue aprobado por el Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre, que regula, entre otros aspectos, la actividad desarrollada por los almacenistas-distribuidores.

Posteriormente el Reglamento de Ordenación de los Transportes Terrestres ha sido parcialmente modificado por diversas disposiciones, destacando el Real Decreto 1136/1997, de 11 de julio por el que se modifican los requisitos exigidos para la obtención de las autorizaciones habilitantes para la realización de cada una de las actividades a las que hace referencia el Reglamento, entre las que se encuentra la de

los operadores logísticos. Dicho Reglamento fue posteriormente desarrollado de nuevo por O.M. de 24 de agosto de 1999 en lo referente a autorizaciones de transporte de mercancías por carretera.

4.2. El sector de la logística en España

En el caso español, el sector de la distribución logística tiene ciertas diferencias con respecto al resto de los países europeos. España constituye en la actualidad una gran oportunidad de negocio para las empresas de este sector. En primer lugar, por su situación geográfica, que la convierte en una encrucijada de caminos, entre Oeste y Este, y entre Norte y Sur. En segundo lugar, porque goza de una infraestructura de telecomunicaciones similar a la de cualquier país de la Unión Europea pero carece, salvo excepciones regionales, de la infraestructura industrial autóctona capaz de explotarla. Las multinacionales del sector logístico, de origen inglés, alemán y francés, especialmente, se encuentran en la actualidad llevando a cabo toda una serie de operaciones de compras y alianzas con empresas españolas con objeto de tomar posiciones en este mercado. Muy pocos han optado por ampliar sus redes a través de su propio crecimiento orgánico. Otro aliciente para este proceso de internacionalización está en que los grandes fabricantes y distribuidores planifican sus ventas y suministros en macroáreas regionales que abarcan varios países a la vez (Sur de Europa, Oriente Medio, ...). La desaparición de fronteras en el comercio intracomunitario ha convertido además a Europa en una gran región, lo que sin duda tienen en cuenta los grandes operadores logísticos a la hora de planificar sus alianzas con otros operadores de países vecinos, intentando lograr una red que abarque todo el territorio europeo. Este proceso desembocará en un menor número de proveedores de mayor tamaño.

España se encuentra a gran distancia en relación con el resto de los países comunitarios en cuanto a externalización de los servicios de logística por parte del sector industrial. De los 670.000 millones de pesetas que las empresas establecidas en España destinaron a su logística en el año 1.997, sólo el 18% se dirigió a subcontratar estos servicios (la media europea alcanza el 34%) frente al 82% restante que se decantó por la autodistribución de sus productos. Dentro del conjunto de las actividades logísticas, el transporte y la distribución son las más externalizadas, mientras que la manipulación y el almacenamiento son las que menos.

Sin embargo, los últimos estudios difundidos con ocasión del I Salón Internacional de Logística (Barcelona, junio 1.999), apuntan a que el crecimiento de la externalización de los servicios de logística podría alcanzar el 20% anual a corto plazo.

Tras un proceso de reorganización de este sector en los últimos años, el cual se encontraba excesivamente atomizado, los últimos datos indican que el número de operadores logísticos era de unos cien en 1.997 (90 en 1.996), llegando a 120 en

1.998. Las áreas geográficas preferidas para su establecimiento son Madrid y Cataluña, debido a su tejido industrial. En 1.997 las empresas que más solicitaron servicios logísticos externos pertenecían a los sectores del automóvil, textil, calzado y telecomunicaciones. En cuanto a su posición dentro de la cadena de suministro, los mejores clientes para las operadoras logísticas fueron los fabricantes, demandantes del 40% de estos servicios. Estos mismos fabricantes les utilizaron asimismo para satisfacer la provisión de sus propios procesos industriales.

La tendencia creciente hacia la especialización de los operadores logísticos es otra de las características de los últimos años en este sector, con objeto de adaptarse a las nuevas exigencias de los fabricantes en cuanto a personalización de los servicios ofrecidos (logística dedicada y soluciones a medida), y en cuanto al producto y a la infraestructura (logística a temperatura controlada, ...).

Los cuadros que figuran a continuación reflejan la posición en el mercado español de las principales empresas de servicios de logística, utilizando diferentes parámetros:

Cuadro nº 8

Primeros operadores logísticos en España por volumen de negocio 1.997

Nombre	Sede
Grupo Carreras	Zaragoza
Danzas	Madrid
Grupo Gerposa	Santander
Cat España	Madrid
Aldetrans	Coslada (Madrid)
Alm. Int. Valencia	Beniparrel (Valencia)
Serralta	Mataró (Barcelona)
SDF Ibérica	Torrejón de Ardoz (Madrid)
G. Log. Aldeasa (32% TABACALERA)	Madrid
Exel Logistics	Soto de la Moraleja (Madrid)

Fuente: I Salón de la Logística (Barcelona, junio 1999)

Cuadro nº 9**Primeros operadores logísticos en España por volumen de mercancía transportada 1997**

Nombre	Sede
Grupo Carreras	Zaragoza
Danzas	Madrid
Grupo Gerposa	Santander
Cat España	Madrid
Aldetrans	Coslada (Madrid)

Fuente: I Salón de la Logística (Barcelona, junio 1999)

Cuadro nº 10**Primeros operadores logísticos en España por metros cuadrados de almacén (1997)**

Nombre	Sede
Grupo Logístico Tabacalera (ahora LOGISTA)	Madrid
Danzas	Madrid
Exel Logistics	Soto de la Moraleja (Madrid)
Aser Op. Logístico	Getafe (Madrid)
G. Log. Aldeasa (32% TABACALERA)	Madrid

Fuente: I Salón de la Logística (Barcelona, junio 1999)

5. EL MERCADO DE REFERENCIA

5.1. El mercado de producto de referencia

Como ya se ha indicado en el apartado relativo a las actividades de las dos empresas concentradas, ambas operan dentro del sector de la distribución mayorista y servicios de logística. Dentro de esta actividad, se centran fundamentalmente en tres grupos de productos, los cuales representan en ambos casos más del 90% de su facturación :

- 1) Tabacos
- 2) Libros
- 3) Publicaciones periódicas

Existe otra actividad, la de distribución de signos de franqueo, timbre y otros documentos, atribuida por la Ley 13/1998 (Disposición Adicional Sexta) en régimen de monopolio a TABACALERA, S.A. durante los próximos cuatro años, cuya distribución logística lleva a cabo LOGISTA. Por este servicio, LOGISTA registra como ingreso en su cuenta de resultados el 1,5% sobre el precio de venta de los productos distribuidos. Transcurrido el mencionado plazo, saldrá a concurso público y será la misma u otra empresa la que lleve a cabo dicha actividad en un futuro.

Por último, LOGISTA ofrece servicios logísticos para una gama variada de productos con destino a las llamadas tiendas de conveniencia, labor que también lleva a cabo MIDESA únicamente en Portugal. Este tipo de servicios significan un porcentaje irrelevante tanto de su facturación como en términos de cuota de mercado.

Con arreglo a lo dispuesto en el Reglamento 4064/89 de concentraciones, el mercado de productos, considerado desde el punto de vista de la competencia, debe abarcar aquellos bienes y servicios que los consumidores consideran sustituibles por razones de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos. Es decir, la determinación del mercado relevante debe tener en cuenta, prioritariamente, la estructura de preferencias de los consumidores. La posible sustituibilidad de la oferta es un concepto importante para determinar la impugnabilidad del mercado pero no para definir la gama de productos incluidos en el mercado relevante.

En un principio, las empresas concentradas consideraron en su escrito de Notificación Voluntaria ante el Servicio de Defensa de la Competencia, que el mercado afectado por esta operación era de mercado mayorista de logística. Posteriormente, en el escrito de alegaciones presentado ante el "Tribunal" modificaron este punto, pasando a considerar que los mercados relevantes a efectos de esta operación de concentración serían los siguientes :

- distribución mayorista de labores de tabaco
- distribución mayorista de publicaciones periódicas
- distribución mayorista de libros.

Todos estos mercados han sido analizados por el propio "Tribunal" y definidos como mercados de referencia en distintas resoluciones. En efecto, el mercado de distribución mayorista de labores de tabaco fué considerado como un mercado de referencia por el "Tribunal" en su Resolución MC 21/97, TABACALERA, en la que se afirma: "...atendiendo a la delimitación de la Ley 38/85 deben analizarse tanto el mercado de la fabricación como el de la distribución de labores de tabaco" . Hay que tener en cuenta que la distribución mayorista de tabaco cuenta con una regulación legal específica, establecida en la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria, y el Real Decreto 1199/99, que más adelante se analiza, y que establece tales barreras que permiten considerarlo un mercado independiente. De hecho, de acuerdo con el procedimiento habitual en la

delimitación del mercado de referencia de producto en las operaciones de concentración económica, consistente en analizar cual sería el efecto si se llevara a cabo un incremento significativo y persistente en el precio de estos servicios. En este caso, de producirse éste, la demanda de los mismos difícilmente podrá desplazarse hacia otros operadores logísticos como consecuencia de la existencia de fuertes barreras de entrada de tipo legal, derivadas de la regulación sectorial citada anteriormente.

En el caso del segundo mercado de referencia considerado por los notificantes, el de distribución al por mayor de publicaciones periódicas, el "Tribunal" no ha reconocido de forma explícita en resolución alguna la existencia del mismo como tal, sino que ha expresado sus dudas (Resolución 170/1996, GENERAL ESPAÑOLA DE LIBRERÍA) acerca de la posibilidad de segregarlo de la distribución de otras publicaciones. Sin embargo, es cierto que en la distribución al por mayor tanto de coleccionables como de revistas y prensa diaria se utilizan los mismos medios logísticos de almacenaje y transporte, ya que ninguno de ellos requiere de tratamiento específico. El modelo de distribución es asimismo el mismo: las empresas operadoras reciben o retiran las publicaciones periódicas de sus clientes (editores) en concepto de depósito, devolviendo al editor los ejemplares no vendidos. Por último, los canales de distribución de estas publicaciones (quioscos, papelerías, librerías...) son los mismos para todos ellos. En cualquier caso, es posible distinguir este mercado de otros servicios de distribución mayorista y logística, pues dadas las especificidades de este tipo de distribución, siguiendo la misma mecánica utilizada en el análisis del mercado anterior, y suponiendo que los operadores dedicados a la distribución mayorista de publicaciones periódicas llevasen a cabo un aumento significativo y persistente en los precios de sus servicios, la demanda difícilmente podría desplazarse hacia otra u otras empresas operadoras en el sector de la distribución mayorista y logística.

Finalmente, el mercado de la distribución mayorista de libros ya ha sido definido por el Tribunal como un mercado de referencia separado en su Resolución R 78/1994, FNAC, en la que el "Tribunal" afirma que "...el mercado considerado en el expediente es el de distribución de libros" . Se trata de un mercado separado, aunque próximo a los anteriores.

5.2. El mercado geográfico de referencia

El método adoptado por la Comisión (CEE) para definir el mercado geográfico de referencia en el análisis de una operación de concentración económica, según consta en su Comunicación sobre la definición del mercado relevante, es el de realizar una primera aproximación al mismo basándose en indicaciones generales relativas a la distribución de las cuotas de mercado entre las partes y de sus competidores, y en el análisis preliminar de la fijación y las diferencias de precios a

escala nacional y comunitaria. Asimismo, deberán estudiarse las razones que determinan una determinada configuración de precios y de cuotas de mercado. Ello, unido al análisis de las características de la demanda, determinará si empresas que operan en distintas zonas geográficas constituyen una fuente real de suministro alternativo para los consumidores.

El mercado español de distribución de labores de tabaco presenta todas las características de un mercado definido puesto que muestra diferencias marcadas con respecto a otros países europeos, incluso de su entorno más cercano, como el portugués. Todas las empresas extranjeras fabricantes de tabaco venden en España a través de LOGISTA, mientras que en Portugal o bien realizan su propia distribución, o bien se ponen en manos de diversos distribuidores regionales, locales o algunos de ámbito nacional como MIDESA. La estructura de oferta está altamente concentrada en España, contrastando con la alta fragmentación que existe en Portugal debido, fundamentalmente, a la falta de monopolio en el tramo minorista de la distribución de labores de tabaco. Así, la cuota que ostenta LOGISTA en el mercado de distribución mayorista de labores de tabaco (uno de los mercados definidos como de referencia en esta concentración económica) es casi del 100%, no existiendo en la actualidad competidor alguno dada la legislación en vigor.

Los márgenes que corresponden a cada escalón en la cadena de valor de las labores de tabaco están en España establecidos reglamentariamente, sin que los operadores del mercado tengan capacidad para cambiarlos de forma unilateral. No así en Portugal, donde tanto la fijación de precios como la de los márgenes en los distintos escalones está liberalizada.

En el caso del mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas, la naturaleza propia de este servicio en cuanto al componente de periodicidad que lleva implícito, que en algunos casos (prensa) llega a ser diaria, y en otros (revistas y fascículos coleccionables) semanal, hace necesaria una red de infraestructura (almacenes y transporte, propios o subcontratados) dentro del territorio de cada país. Más aún, teniendo en cuenta que estas publicaciones se editan en la lengua correspondiente a cada uno de ellos (generalmente) y que las editoriales suelen ser de implantación nacional por motivos de cercanía y rapidez en la distribución de sus productos. Algo parecido podría deducirse del mercado de la distribución mayorista de libros. De hecho, la competencia más importante de este tipo de empresas distribuidoras de publicaciones y libros viene de las propias empresas editoras, las cuales, especialmente en el ramo de las publicaciones periódicas, llevan a cabo en España su propia distribución al canal minorista.

Todos estos factores hacen que en la operación de concentración económica objeto del presente informe, tanto las partes notificantes como los alegantes, así como este Tribunal, estén de acuerdo en considerar como mercado geográfico de referencia el nacional.

6. ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS

6.1. Labores de tabaco

Tanto la fabricación como la importación y la distribución de tabaco en España han sido actividades tradicionalmente sujetas a un régimen de monopolio, cuya gestión el Estado adjudicó a la Compañía Arrendataria de Tabacos, sociedad que más adelante se convirtió en la actual TABACALERA S.A. La adhesión de España a la CEE en 1.986 obligó a realizar un cambio en esta situación, dado que los artículos 37 y 90 del Tratado de la Comunidad Económica Europea prohíben expresamente los monopolios comerciales. Fruto de ello fue la Ley 35/1985 y el Real Decreto 2738/1986 que la desarrolla, mediante los cuales se llevó a cabo el primer paso para la liberalización de la importación y la distribución mayorista de las labores de tabaco de procedencia comunitaria, sectores en los que TABACALERA S.A. ostentaba el monopolio.

El mercado de Tabaco en España ha sido recientemente ordenado por la Ley 13/1998, de 4 de mayo. Con esta Ley se suprime legalmente el monopolio estatal, en el territorio peninsular, Baleares, Ceuta y Melilla, de fabricación, de importación y de comercialización al por mayor de labores de tabaco, sustituyendo, para las fases indicadas, la intervención directa del Estado, por una nueva actividad meramente reguladora y de vigilancia que salvaguarde la aplicación de los criterios de neutralidad y las condiciones de libre competencia efectiva.

La citada Ley mantiene, sin embargo, el monopolio estatal para la fase de comercio al por menor de tabaco en España, con excepción de las Islas Canarias. La titularidad del Estado en el comercio al por menor permite la continuidad de la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre, mediante la subsistencia y otorgamiento, en su caso, de una concesión estatal, de la que únicamente pueden ser titulares las personas físicas. La comisión del vendedor se fija en un 8,5% sobre el precio de venta al público para cigarrillos y en un 9% para cigarros.

Los precios de venta al público los fijan, libremente, los fabricantes o, tratándose de productos importados, el importador, y deben ser comunicados a la Agencia Estatal de Administraciones Tributarias a los efectos prevenidos por la Norma Reguladora de Impuestos Especiales, así como el Organismo Autónomo Comisionado para el Mercado de Tabacos, en el plazo máximo de un mes, a efectos de su publicación en el B.O.E. para su publicidad y conocimiento general.

La fuerte carga impositiva que soportan las labores de tabaco y el hecho de que los impuestos especiales se devengan, por regla general, en el momento en que salen de

fábrica, obliga a los distribuidores de labores al por mayor, a solicitar de la Administración Tributaria la titularidad de Depósitos Fiscales, en los que las labores entran en régimen de suspensión fiscal hasta su venta a los expendedores.

Los distribuidores mayoristas de labores de tabaco, se encargan, por tanto de recaudar los impuestos asociados al tabaco (IVA e Impuesto Especial de Labores de Tabaco, que grava la fabricación e importación) e ingresarlos en la Administración Tributaria.

Los ingresos de los distribuidores mayoristas de tabaco proceden de la tarifa que el distribuidor aplica a los fabricantes de tabaco por la distribución de sus productos a los 15.166 estancos. La tarifa de distribución aplicable se establece en función del precio de venta al público de cada tipo de producto y el volumen de unidades distribuidas. Las condiciones de la distribución las pueden convenir los fabricantes de tabaco con los mayoristas de distribución, previamente autorizados por el Comisionado.

De conformidad con la referida Ley 13/1998, los mayoristas distribuidores de tabaco no pueden ser titulares de una expendeduría de tabaco y timbre ni de una autorización de punto de venta con recargo, y sólo podrán suministrar tabaco elaborado a los expendedores de tabaco y timbre, que no podrán remunerarlo más que con la retribución establecida en la ley (8,5% para cigarrillos y 9% para cigarros). A su vez, los estancos obligatoriamente habrán de adquirir las labores de tabaco para su venta al consumidor a alguno de los mayoristas autorizados.

Los operadores autorizados por el Comisionado para el Mercado del Tabaco, de conformidad con el artículo 3 de la Ley 13/1998 de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabaco, para la importación y distribución mayorista de tabaco son en la actualidad cinco: LOGISTA S.L.; MCLANE ESPAÑA (Resolución de 31.7.95); DITRALSA (Resolución de 17.7.96); TAMCO (Resolución 20.3.98), y COMET (Resolución de 4.9.97).

McLANE y COMET distribuyen en la actualidad pequeñas cantidades de cigarros y puros y no distribuyen cigarrillos. En el caso de la primera, la de mayor actividad de las cinco autorizadas después de LOGISTA, su cuota no alcanza el 0,01% del total de cigarros y puros distribuidos en España. Los otros dos operadores autorizados (TAMCO y DITRALSA) no han empezado a operar.

LOGISTA se ha subrogado en todos los contratos de distribución que mantenía TABACALERA S.A. con los fabricantes extranjeros, y ha firmado asimismo contrato de distribución en exclusiva para todas las marcas de fabricación propia de TABACALERA S.A. Como resultado de ello, ostenta una cuota de mercado en la distribución de cigarrillos en España del 100% y del 99% aproximadamente en cigarros puros.

En cuanto a la distribución de cigarrillos TABACALERA S.A. ostenta una cuota de mercado del 100% hasta el 1.2.1999, fecha en la cual LOGISTA se ha subrogado en toda la actividad de distribución de estas labores, pasando a ostentar la misma cuota (ver Cuadro nº 6). A continuación se exponen los principales datos acerca de cuotas de mercado y facturación tanto en venta como en distribución de cigarrillos y cigarros:

Cuadro nº 11

**VENTAS Y CUOTAS DE CIGARROS DE LAS MARCAS LIDERES. 1998.
MILLONES DE UNIDADES. PORCENTAJE**

Marcas	Compañías	Ventas	Cuotas %
Farias Superiores	Tabacalera	187,6	21,9
Calypso Reig 15 Minor	Cía. Canariense	70,8	8,3
Calipso Reig 15	Cía. Canariense	56,6	6,6
Entrefinos Cortados	Tabacalera	52,3	6,1
Dalia Reig 7 Cortados	Cía.Canariense	34,2	4
Entrefinos Java	Tabacalera	30	3,5
Calypso Reig Mini	CIA.Canariense	22	2,6
Farias Chicos	Tabacalera	19,7	2,3
Victoria Núm.10	CITA	15,2	1,8
Calypso Reig Mini Filter	Cía.Canariense	14,1	1,6
Helios Mini Club	CITA	13,7	1,6
H.W.Café Crème	Henri Wintermans	13,5	1,6
Farias Num.1	Tabacalera	12,2	1,4
VegaFina Mini	Tabacalera	11,2	1,3
Farias Purito	Tabacalera	11,1	1,3
Farias Club	Tabacalera	10,9	1,3

Fuente: Memoria 1998 TABACALERA S.A.

En cuanto a la distribución mayorista de cigarrillos y puros, únicamente McLANE ESPAÑA S.A. lleva a cabo esta actividad al margen de LOGISTA, suministrando pequeñas cantidades a un total de 7.000 estancos de los casi 16.000 existentes. La cuota de mercado que alcanza en esa actividad no llega al 0,01% del total de los cigarrillos y puros distribuidos en España.

Cuadro nº 12

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrillos. 1987-1998. Millones de cajetillas. Porcentaje

	1998		1997	
	Ventas	Cuota %	Ventas	Cuota %
Tabacalera	2062,7	47,5	2002,21	51,2
Philip Morris	1244,8	28,7	957,9	24,5
RJR	386,3	8,9	361,6	9,2
CITA+Licencia Tabacalera	244,3	5,6	241,2	6,2
BAT	229,4	5,3	203	5,2
OTROS	174,6	4	143	3,7
TOTAL MERCADO	4342,1	100	3908,9	100

Fuente: Memoria 1998 TABACALERA S.A.

6.2. Publicaciones periódicas

En general, en lo que respecta a la comercialización de publicaciones, existen dos tipos de empresas distribuidoras: de ámbito nacional y de ámbito regional o local. Las primeras reciben del editor el producto y lo entregan al distribuidor local para que éste, a su vez, lo distribuya a los puntos de venta. Así, en cada zona geográfica opera un número limitado de distribuidoras que suministran en exclusiva un determinado producto a los puntos de venta al consumidor. Los puntos de venta se dirigen para su abastecimiento únicamente a las distribuidoras que operan en su zona para cada producto.

Es la empresa editorial quien provee de material a las distribuidoras, fija el precio de venta al público, que incluye un margen global que se distribuye como comisión entre el distribuidor nacional, el local y el punto de venta y que varía en función de los productos editoriales y de los acuerdos que suscriben las partes.

Las distribuidoras reciben el material para la venta en concepto de depósito, de tal forma que los vendedores pueden devolver los ejemplares no vendidos dentro de unos plazos establecidos por las editoriales.

Son las empresas editoriales las que efectúan sus previsiones de venta en función de las características funcionales de cada tipo de publicación y establecen un promedio de ejemplares por tirada.

Debido a la naturaleza rápidamente perecedera del producto, y al derecho de devolución de los ejemplares no vendidos, las editoriales tienen que efectuar una planificación global de las tiradas que se ajuste lo máximo posible a las previsiones de venta. Dichas previsiones se realizan en colaboración con las empresas distribuidoras que, a su vez, basan sus estimaciones en los "históricos" de las ventas efectuadas en las distintas áreas de distribución en las que operan. Las empresas distribuidoras, teniendo en cuenta los objetivos fijados por las editoras, establecen sus cuotas de distribución a cada punto de venta del área geográfica en la que operan, suministrando publicaciones y cantidades según su criterio que, en general, intenta conjugar los objetivos editoriales con la demanda de los puntos de venta. De este modo, dependiendo de los distintos tipos de publicación, de la situación geográfica del punto, de factores estacionales y de otros, el suministro de la distribuidora al punto de venta, ya sea de una publicación concreta o del conjunto de publicaciones suministradas, puede ser deficitario o excedente, pero, en todo caso, el vendedor se compromete a recibir y abonar todo lo que la distribuidora le sirve en depósito.

Las empresas distribuidoras, sobre todo las de ámbito nacional, suministran a las editoras, además de los servicios de distribución física del producto, servicios adicionales como son el asesoramiento sobre la fijación de tiradas, la determinación del número de ejemplares a enviar a cada punto de venta, la recogida, clasificación y seguimiento de devoluciones, el asesoramiento en promociones y contenidos editoriales, la disponibilidad de números atrasados en productos coleccionables, el despacho en venta directa, servicios de inspección, etc.

La gran variedad de los productos editoriales a distribuir y la necesidad de máxima accesibilidad del público a los productos hace que los puntos de venta sean de naturaleza muy diversa: quioscos, papelerías, librerías, estancos, grandes almacenes, red de tiendas de gasolineras y establecimientos varios.

Los medios de transporte y reparto generalmente se subcontratan con transportistas autónomos en el caso de las distribuidoras de ámbito nacional, disponiendo en el caso de las distribuidoras locales de sus propias organizaciones de transporte con independencia de que puedan subcontratar parte de los vehículos de reparto con transportistas autónomos.

Dada las características funcionales de cada tipo de publicación, el mercado de distribución de publicaciones periódicas de pago (excluida la difusión gratuita) podría dividirse, a su vez en tres submercados de productos diferentes:

- *Fascículos coleccionables.*

Por fascículos coleccionables se entienden aquellas publicaciones que responden a un proyecto editorial limitado en el tiempo a una cantidad determinada de números que tienen carácter coleccionable. En los últimos años su proliferación ha sido enorme y suelen ir acompañados de otros productos editoriales con distinto soporte (video, CD, libros, etc.). Debido a sus características funcionales este tipo de productos plantea un tipo de relaciones comerciales y de distribución muy distinto del que se da con la prensa y las revistas. En este caso, prácticamente todas las empresas editoras tienen confiada su distribución a empresas distribuidoras de ámbito nacional.

Seis empresas editoras realizan prácticamente el 100% de la edición de fascículos/coleccionables: EDITORIAL PLANETA DE AGOSTINI, S.A.; SALVAT EDITORES, S.A. RBA EDITORES; EDICIONES ORBIS, S.A. y TOWERS COMMUNICATIONS S.R.L.

MIDESA tiene un gran peso en la distribución de coleccionables a quioscos y puntos de venta minorista ya que, con la excepción de SALVAT EDITORES, S.A, prácticamente el resto de los editores tiene contratada la distribución exclusiva con MIDESA. La cuota de mercado de MIDESA en la distribución mayorista de coleccionables es del 85%. Su competidor más inmediato es SGEL que realiza la distribución del resto de editores, principalmente Salvat Editores S.A.

- *Revistas*

Bajo este epígrafe se engloban todas las publicaciones de periodicidad semanal, quincenal, mensual o bimensual, con continuidad editorial indefinida en el tiempo, siendo su contenido de información general, técnica o profesional.

En el segmento de distribución de revistas, MIDESA, tiene como principales rivales a las distribuidoras de ámbito nacional, Sociedad General Española de Librerías, S.A. (SGEL), Consejeros Editoriales para la Difusión, S.A. (COEDIS) y COMERCIAL ATHENEUM, S.A. y sus empresas filiales. La cuota de mercado del Grupo MIDESA es del 45% de las ventas de revistas.

- *Prensa diaria*

Dentro del concepto de prensa diaria se incluyen los periódicos de difusión nacional, regional o autonómica y local y la prensa extranjera que se distribuye en nuestro

país. En distribución de prensa, los editores, habitualmente integrados en grandes grupos de comunicación, prácticamente no utilizan los distribuidores nacionales, entre otras razones por la práctica de la multi-impresión (impresión de los diarios en más de un punto de la geografía nacional) y por realizar ellos mismos la difusión en el primer nivel, autodistribuyéndose en las ciudades más importantes, directamente o a través de sus propias empresas distribuidoras locales. Estas suponen alrededor del 50% de la distribución de prensa diaria. MIDESA representa alrededor de un 4% del total nacional.

6.3. Libros

Dentro de la distribución mayorista de libros las cifras de ventas agrupadas por canales de comercialización son las siguientes:

Cuadro nº 13

Ventas según materia y canales de comercialización. 1996. Millones de pesetas. Porcentajes

	TOTAL	Librerías/GS	Quioscos	Inst. Públicas	Crédito	Particular(*)	Resto
Literatura	49270	43,3	7,3	0,9	11,5	35,6	1,5
Infantil/Juvenil/Comic	44560	47,1	20,8	1,8	14	6,6	9,7
Texto no Universit.	54360	80,3	0	2,9	0	2	14,7
Texto Universitario	8660	89,1	0	4,4	0,2	3,6	2,7
Científico/Técnico	32790	41,4	11,9	5,6	9,2	15,8	16,1
Divulgación .Gral	68340	20,5	23,6	2,6	34,5	12,7	6,2
Dicc.1sólo tomo/ D.Enciclopédico	56030	17,9	7,1	0,3	57,5	14	3,2
OTROS	4670	60,6	5,1	2,6	0,6	14,1	16,9

(*) *En Particulares se engloba correos, club, Internet e Infovía.*

Fuente: Comercio Interior del Libro en España. 1996.

MIDESA ha entrado en la distribución de libros a librerías y grandes superficies a raíz de la adquisición de CONTYDIS. Su objetivo es realizar la distribución a nivel nacional para pequeños editores y, respecto de los editores de mayor tamaño, subcontratar exclusivamente la logística, beneficiándose los editores de las economías de escala que supone el tamaño de MIDESA. Su cuota de mercado es del 11% y, dada la activa competencia existente, los efectos en el mismo de la concentración son irrelevantes.

7. EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA DERIVADOS DE LA OPERACIÓN

Desde una perspectiva dinámica, los efectos que sobre la competencia podrían derivarse de la operación de concentración objeto del presente informe se centran fundamentalmente en el mercado de la distribución mayorista de labores de tabaco. Y ello a pesar de que, dado que en la actualidad LOGISTA ostenta una cuota del 99,9% del mismo, es evidente que fruto de esta fusión su cuota de mercado en este servicio no es susceptible de aumentar.

El Tribunal de Justicia Europeo, en la conocida Sentencia UNITED BRANDS, de 14 de febrero de 1978, dice textualmente que: *"La posición de dominio.... afecta a una posición de potencia económica detentada por una empresa a la que le da el poder de obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado en cuestión, al proporcionarle la posibilidad de comportamientos independientes en una medida apreciable respecto de sus competidores, de sus clientes y, finalmente, de los consumidores"* . De acuerdo con esta afirmación, de hecho, la posición de dominio de LOGISTA como distribuidor mayorista de tabaco en España se traduce prácticamente en una situación de monopolio al no tener que hacer frente a competidores que puedan obstaculizar sus decisiones. Además, dadas las elevadas barreras de entrada existentes en este mercado (que después se analizarán), es difícil que surjan competidores. Por ello, no existe opción para los clientes, es decir, los fabricantes de tabaco (la mayoría, con la excepción de TABACALERA extranjeros) que venden en España, los cuales no tienen otra posibilidad razonable que la de poner sus productos en manos del único distribuidor que han conocido durante muchos años y que dispone de experiencia, redes establecidas, conocimientos técnicos y capacidad financiera suficientes para lograr su confianza y dar el servicio de distribución y logística para sus productos. Se trata de barreras de entrada que exigen costes muy elevados a los competidores potenciales. Dichos costes dificultan las posibilidades de competir con el único operador ya establecido, garantizando, de esta forma, que éste pueda continuar beneficiándose de su posición privilegiada en el mercado en detrimento de la competencia.

La fusión de dos grandes empresas, por un lado MIDESA, con un amplio conocimiento técnico en materia de distribución y logística de diversos productos y, particularmente de labores de tabaco por su experiencia en Portugal; y, por otro LOGISTA, en su condición de rama segregada de la mayor y única empresa dedicada a la fabricación, importación y comercialización de estos productos en España, no puede sino aumentar la actual posición, no sólo de dominio, sino de quasi-monopolio ostentada por TABACALERA S.A. en el mercado español de la distribución mayorista de tabacos.

La operación de concentración con MIDESA supone la eliminación de un competidor potencial, dado que aumentará más aún la solidez y la capacidad financieras de LOGISTA, favorecida por la diversificación de negocio que llevaría a cabo la compañía por lo que le otorgará mayor poder de mercado.

En cuanto a la rama de actividad aportada por MIDESA a la nueva LOGISTA centrada, como se ha explicado, en la distribución de publicaciones periódicas y libros, es importante insistir que éstos son mercados diferentes aunque fuertemente relacionados con el de la distribución mayorista de labores de tabacos. Y ello por las siguientes razones:

- S Los medios físicos de reparto son los mismos: el transporte terrestre con camiones. Bien es cierto que las peculiaridades de productos como el tabaco hacen que las sinergias que a primera vista deberían producirse no sean tan importantes y de fácil acceso como parece. La causa es la legislación actual. En efecto, la obligación legal de que los productos diferentes del tabaco transportados en un mismo camión no superen el 25% de la capacidad reduce las posibilidades de aprovechamiento de espacio de los mismos; además, las normas sanitarias y de higiene aplicables al tabaco imponen ciertas exigencias a los camiones que lo transportan. Sin embargo, la posibilidad de cierto aprovechamiento de rutas seguirá existiendo. La obligación legal de dar suministro a los estancos en todo el territorio nacional aumenta la posibilidad de aprovechamiento de sinergias de transporte.
- S Los almacenes pueden ser los mismos para revistas, fascículos, libros y tabaco. Lo único que establece la ley es la exigencia de los llamados "almacenes fiscales", como medio de control del devengo de los impuestos especiales que gravan el tabaco. Es de suponer que LOGISTA, que en la actualidad ocupa el primer puesto en el ranking de empresas de logística por propiedad de metros cuadrados de almacén, aprovechará su superficie para reducir el impacto de los costes de almacenamiento sobre el coste de los productos.
- S Los recursos humanos, oficinas, medios informáticos y demás infraestructura de las dos compañías fusionadas se unirán para dar servicio a todas las ramas de actividad de la nueva empresa. Una vez se produzca la necesaria reestructuración a todos los niveles, los ahorros de costes se producirán razonablemente.
- S Incluso considerando los canales fundamentales en los que operan como empresas de servicios de distribución ambas compañías (estancos y quioscos de prensa), podría darse la posibilidad de que un cambio razonable en la legislación que modificase la actual situación de

monopolio en el escalón minorista de la venta de tabacos (estancos), permitiese a los puntos de venta con recargo (quioscos y hostelería) suministrarse directamente de un distribuidor, sin necesidad de acudir al estanco más cercano. Esto ya ocurre en muchos países europeos, como bien sabe MIDESA por su experiencia portuguesa. Si esto llegase a darse, LOGISTA contaría con una tupida red a nivel nacional que abarcaría tanto el primer canal (estancos) como los puntos de venta con recargo, a través de la distribución de publicaciones periódicas que llevará a cabo tras la fusión con MIDESA. El efecto producido podría asemejarse en cierta medida al llamado "efecto cartera", el que se da cuando un agente económico puede ofertar un conjunto de productos relacionados en los que posee una considerable cuota de mercado, de forma que el poder derivado de esa cartera de marcas, o productos excede al que le otorgaría la suma de los componentes de la cartera. En esta operación, además, se da el caso de que la nueva LOGISTA tendría la posibilidad de distribuir a los estancos no sólo cigarrillos y puros, sino publicaciones y libros. Las propias empresas concentradas describen en su escrito de notificación voluntaria ante el Servicio de Defensa de la Competencia que "...existen grandes posibilidades de realizar ventas cruzadas entre los distintos canales y numerosos puntos de distribución que la nueva compañía pasa a controlar".

La estrecha vinculación comercial existente entre TABACALERA S.A. y la red de estancos, constituye en sí misma una verdadera barrera de entrada que se analizará como tal en este informe. Sus efectos sobre la competencia se reflejan directamente en la fuerte resistencia de los estancieros a cambiar de empresa distribuidora, al identificar a LOGISTA con TABACALERA, empresa que siempre ha sido la encargada en España de suministrarles los productos que venden. Esto es sin duda conocido por los fabricantes clientes de LOGISTA, que podrían temer ver perjudicadas sus ventas si los estancos recibieran sus productos a través de otro distribuidor que no fuese el de TABACALERA. Si a ello se añade el hecho de que TABACALERA es asimismo fabricante de varias de las marcas líderes de ventas en los estancos, la seguridad que ésta ofrece a través una empresa de distribución y logística propia es difícilmente comparable a la que puede ofrecerles un nuevo operador entrante.

La existencia dentro del grupo TABACALERA de otras empresas como U.T.S. (Unión Tabaquera de Servicios) o SERVENTA (máquinas automáticas expendedoras de tabaco instaladas en el canal de la hostelería), revela la estrategia seguida por este grupo en cuanto a estar presente en todos los canales y segmentos relacionados con la distribución al comercio minorista de labores de tabaco. La primera de ellas (U.T.S), participada en un 50% por la Unión Comercial de Estancieros (propiedad de los propietarios de estancos españoles), opera, aunque en pequeña medida, en el canal de distribución de otros productos no tabaqueros en los estancos. Esta

compañía, fundada en 1.993 y con una facturación inferior a los 700 millones de pesetas (1998), también ha confiado su distribución y logística a LOGISTA. Es asimismo muy activa en la labor de difundir la idea entre los estancieros de la urgente necesidad de modernización y ampliación de sus instalaciones, y diversificación de los productos que en ellos ofrece. Sin embargo, existe multitud de distribuidores mayoristas, regionales y locales, compitiendo por ese segmento de mercado con UTS, a la vez que las grandes empresas (Chupa-chups, Bic..) llevan a cabo su propia distribución a los estancos, lo que ha reducido la expectativa de TABACALERA de hacerse también con una cuota importante de mercado en los productos no tabaqueros vendidos en estancos. SERVENTA es líder en colocación de máquinas expendedoras de tabaco en bares y restaurantes, aunque existen otras empresas operando en este sector.

Por otra parte, no debe, además, olvidarse el hecho de que TABACALERA es en la actualidad, y tras la política de compras de participaciones en empresas fabricantes de cigarros en Sudamérica, el mayor fabricante de cigarros puros del mundo. Su fusión con su homóloga francesa, SEITA, la dará mayor dominio si cabe en este mercado, además de añadir nuevos clientes a la cartera de LOGISTA.

8. IMPUGNABILIDAD O CONTESTABILIDAD DEL MERCADO

En los informes de concentración es importante el investigar el grado de *contestabilidad* que presenta el mercado relevante, particularmente cuando la estructura de dicho mercado refleja la existencia de un grado de concentración de la oferta del que quepa sospechar la existencia de cierto poder de monopolio.

La *contestabilidad* es una cualidad del mercado que hace referencia a la facilidad de entrada y salida en el mismo. Así, se dice de un mercado que es perfectamente *contestable*, cuando reúne en grado sumo las condiciones siguientes: 1) No existen *barreras de entrada* ni *barreras de salida*. 2) Todas las empresas tienen acceso a la misma tecnología de producción, tanto las empresas implantadas como las potenciales entrantes. 3) La información sobre los precios es completa y está disponible para todos los consumidores y todas las empresas. 4) Se puede entrar en el mercado y salir del mismo antes de que la empresas que operen en él puedan ajustar sus precios. La *contestabilidad* de un mercado será mayor o menor, según sean más o menos próximas a las citadas condiciones ideales, las condiciones reales respectivas que se den en el mismo.

En la operación de concentración económica objeto de este informe se puede considerar que el mercado de referencia más afectado, el de distribución mayorista de labores de tabaco, resultaría difícilmente impugnado en las condiciones actuales. Y ello, de acuerdo con el análisis descrito, por las siguientes razones:

1) Existen barreras de entrada significativas, si no infranqueables, fundamentalmente de tipo legal.

La LOMT, desarrollada por el RD 1199/1999, suprime *de iure* los monopolios que dejó subsistentes la legislación anterior en materia de labores de tabacos (Ley 38/85 fundamentalmente), con excepción de la venta minorista. Sin embargo, acentúa las restricciones para la importación/comercialización mayorista de las mismas, elevándolas a normas legales, por lo que en el futuro no podrán eliminarse por Decreto y habrá de promoverse la correspondiente modificación de la Ley. Con ello se ha producido un fortalecimiento del monopolio *de facto* que tiene TABACALERA en el mercado español. En concreto, los siguientes preceptos legislativos actúan como barreras reales que impiden que nuevos operadores puedan competir con LOGISTA en la distribución mayorista de labores de tabaco al primer canal (estancos):

- Exigencia de contar con medios de transporte exclusivo, en régimen de exclusiva dirección, propios o ajenos, para la puntual distribución de las labores hasta las expendedorías. No está permitido compatibilizar el transporte del tabaco con el de otras mercancías si éstas suponen más del 25% del cargamento. En particular, este último precepto que no tiene lógica o explicación racional alguna, dificulta de hecho la entrada a aquellas empresas que cuentan con una red de almacenes y vehículos que utilizan para la distribución de diversas mercancías, los únicos que, apoyándose en su infraestructura y su negocio en marcha, podrían aventurarse a entrar en un nuevo mercado.
- Prohibición a los distribuidores mayoristas de conceder ningún tipo de bonificaciones o incentivos a los estancos. La LOMT ya prevé que el margen directo o indirecto de los expendedores debe ser fijo. Además se suprime la posibilidad de incentivarles de algún modo, suprimiendo la posible competencia efectiva entre distribuidores mayoristas basada en la diferenciación de ofertas, que sería el medio de conseguir que el estanco cambie de proveedor. La posibilidad de promocionarse en los puntos de venta (estancos) se encuentra asimismo muy limitada por la normativa vigente, bajo amenaza de fuertes sanciones, tanto para los distribuidores mayoristas como para los expendedores.
- Obligación de suministro a los estancos cualquiera que sea el punto del territorio nacional en el que estén ubicados, excluyéndose de este modo la posibilidad de competencia por parte de distribuidores regionales o locales, con lo que se favorece a la única empresa instalada que cuenta con infraestructura y capacidad financiera suficientes para dar cobertura puntual a los más de 15.000 estancos dispersos por toda la geografía nacional, al reducirse el número de posibles entrantes.

- El mantenimiento del régimen de monopolio existente en la distribución minorista de tabacos y timbre (estancos), que supone la imposibilidad de suministro directo de los distribuidores mayoristas potenciales al denominado segundo canal o puntos de venta con recargo (quioscos, hostelería, grandes superficies...), cierra la posibilidad de introducción de nuevos distribuidores por un canal sin explotar, donde podría establecerse una competencia efectiva desde el principio.

2) Es cierto que existen otras empresas en España dedicadas a la distribución mayorista y a los servicios de logística que podrían entrar a competir con LOGISTA en la distribución de labores de tabaco, adquiriendo el necesario conocimiento técnico y reconvirtiendo sus medios físicos e informáticos a esta nueva tarea, muy específica y diferente. Sin embargo, no existen de facto "empresas ya implantadas". Tan sólo cuatro empresas cuentan con licencia temporal del Comisionado. De ellas, únicamente McLane posee los conocimientos técnicos y la experiencia específica para llevar a cabo esta función. Entre los potenciales entrantes se encontraba MIDESA cuyas posibilidades de competir en este mercado se verían anuladas por esta operación.

3) La información sobre precios es efectivamente completa y disponible para los consumidores y las empresas. Y ello no por razones de transparencia del mercado sino porque la existencia de un único operador en el mismo hace que el coste ocasionado por la búsqueda de esta información se reduzcan al mínimo para los fabricantes de labores de tabaco. Sin embargo, no parece que en este caso sea el precio un factor fundamental a la hora de decidirse los fabricantes de labores de tabaco por un distribuidor en concreto. Existen otros factores, en especial la posición de dominio de LOGISTA en este mercado, y, sobre todo, su vinculación con TABACALERA para la que siempre actuará como distribuidor de sus propias marcas, que hacen que el precio de sus servicios no resulte determinante para otros fabricantes. Ofertas inferiores de otros distribuidores pueden seguramente no ser tomadas en consideración por una natural aversión al riesgo por parte de los fabricantes: ninguno de ellos quiere ser el primero en iniciar la distribución con una empresa distribuidora de nueva implantación y sin experiencia, por buenos que sean los precios y condiciones que ofrezcan.

4) No se puede dar el efecto rápido de entrada/salida del mercado puesto que, de momento y con la actual legislación, las exigencias para entrar son tan fuertes que el coste de entrada sería muy alto.

En definitiva, la existencia de fuertes barreras de entrada legales en este mercado le convierten en difícilmente impugnables.

9. ELEMENTOS QUE PODRÍAN CONTRARRESTAR LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA OPERACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA

La operación de concentración analizada refuerza aún más la ya importante posición de dominio de LOGISTA en un mercado difícilmente contestable.

El "Tribunal" considera que esta operación no aporta mejoras significativas al funcionamiento o la distribución mayorista de labores de tabaco, publicaciones periódicas, libros u otros productos, ni a su logística, ni contribuye al progreso técnico y económico, ni a la competitividad nacional o a los intereses de competidores y consumidores. En este sentido, las posibles ganancias de eficacia en el sistema de distribución de la empresa (LOGISTA) vía ahorro de costes y aprovechamiento de sinergias, no constituyen aportación suficiente para compensar los efectos restrictivos sobre la competencia que se derivarían de esta operación.

10. CONCLUSIONES

Primera El sector económico en el que se inscribe la nueva compañía resultante de la operación de concentración es el de la distribución mayorista y los servicios de logística. Los mercados afectados por la operación de concentración económica objeto del presente Informe son tres: distribución mayorista de labores de tabaco; distribución mayorista de publicaciones periódicas; y distribución mayorista de libros. En los tres casos, el mercado geográfico afectado por esta operación es el mercado nacional.

Segunda De las distintas actividades económicas que componen el sector analizado, LOGISTA está presente en la distribución mayorista de labores de tabaco, ostentando una cuota de mercado en España del 99,9% ; y MIDESA opera como distribuidor mayorista de publicaciones periódicas y libros, principalmente a través de los quioscos , alcanzando una cuota de mercado aproximada del 18%. La empresa resultante de la fusión, LOGISTA, S.A. está controlada por TABACALERA, que dispone de un 75% del capital social.

Tercera La LOMT, desarrollada por el RD 1199/99, acentúa las restricciones para la importación y comercialización mayorista de las labores de tabaco. Ello ha producido un fortalecimiento del monopolio de facto que tiene TABACALERA en el mercado español. En concreto, los siguientes preceptos legislativos actúan como barreras que impiden que nuevos operadores compitan con TABACALERA en la distribución mayorista de labores de tabaco al canal minorista:

-Exigencia de contar con medios de transporte exclusivo para la distribución de labores de tabaco.

-Imposibilidad de compatibilizar el transporte de labores de tabaco con el de otras mercancías, si éstas suponen más del 25% del cargamento.

-Prohibición a los distribuidores de conceder bonificaciones o incentivos a los estancos, así como promocionar sus marcas en los mismos.

-Obligación de suministro a los estancos de cualquier punto de la geografía nacional.

-Imposibilidad de suministro directo a los puntos de venta con recargo, en particular a quioscos y hostelería.

A todo ello se añade otra barrera: la derivada de la identificación que el canal minorista hace entre LOGISTA y TABACALERA, con la que tienen una vinculación histórica y exclusiva que produce una fuerte resistencia hacia el cambio de suministrador.

Cuarta. La actual legislación española en materia de tabacos (Ley 13/1998 y R.D. 1199/99), aún siendo muy reciente su entrada en vigor, no ha hecho sino empeorar y dificultar más aún las insuficiencias en materia de competencia. Independientemente del dictamen emitido por este Tribunal en relación con la operación de concentración económica objeto del presente Informe, resulta del todo imprescindible llamar la atención sobre las carencias y defectos de dicha reglamentación en relación con la competencia, y urgir al Gobierno su reforma en el sentido en que ya se ha pronunciado este Tribunal en diversas ocasiones con el fin de contribuir a facilitar la competencia. Hasta que esto sea una realidad no se habrá iniciado el verdadero proceso de liberalización en este mercado ni habrá competencia entre los operadores en el mismo, con el consiguiente perjuicio para los potenciales competidores, los clientes y el consumidor final.

Quinta. En el mercado de la distribución mayorista de labores de tabaco, el Grupo TABACALERA no aumenta su cuota de mercado, pues ya disponía del 99,99% (100% en cigarrillos), pero sí refuerza su posición de dominio mediante un aumento de sus medios operativos y de conocimientos técnicos (incluida la experiencia de MIDESA como

distribuidor mayorista de tabaco en Portugal), así como sinergias en costes en los diversos eslabones de la cadena de valor de la actividad.

Sexta. A pesar de que podría deducirse que los mercados en los que operan las dos compañías fusionadas no se solapan, y que, por tanto, los efectos sobre la competencia en el mercado no serían apreciables, este punto de vista no es exacto. Con la integración de MIDESA en la nueva LOGISTA desaparece un competidor potencial en la distribución mayorista y la logística de labores de tabaco en España. Por otra parte, la actual legislación ya permite la venta en estancos de prensa y libros, con lo que la nueva LOGISTA puede, desde el primer momento, aprovechar la estructura y relaciones de distribución heredadas de TABACALERA con la red de estancos para distribuir los mismos productos que suministrará a los quioscos tras la fusión con MIDESA.

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

DICTAMEN

El Pleno del Tribunal, teniendo en cuenta los efectos sobre la competencia que podría causar la operación de concentración económica objeto del presente informe, los cuales se deben en gran medida a la legislación actualmente existente en materia de distribución de labores de tabaco, y tras valorar los posibles elementos compensatorios de las restricciones que se aprecian, considera que resulta adecuado declarar improcedente la operación notificada.