



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

**N-04007**

**PROINSERGA / CARNICAS REVILLA**

Con fecha 23 de enero de 2004, ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de PROINSERGA INVERSIONES, S.A. de la totalidad del capital social de INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L., tras haber recibido esta última la aportación de la rama de actividad relativa a la cría de ganado, compra de ganado para sacrificio y producción y comercialización de productos cárnicos frescos del Grupo CAMPOFRÍO.

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

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

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

Según lo anterior, computados los plazos, si el expediente no es trasladado al Tribunal de Defensa de la competencia antes del **23 de febrero de 2004**, inclusive, la operación se considerará tácitamente autorizada.

### I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte del Grupo PROINSERGA del negocio del Grupo CAMPOFRÍO de productos cárnicos frescos en España y Portugal. Este Negocio o rama de actividad lo desarrolla actualmente CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. a través de PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L. y PRIMAYOR ALIMENTACIÓN ANDALUCÍA, S.A., así como de la participación del 50% que ostenta PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.A. en PRIMAYOR GANADERÍA, S.A.

La mencionada adquisición se materializará mediante la compra por PROINSERGA INVERSIONES, S.A. de la totalidad de las participaciones sociales de INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L., filial al 100% de CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. sin actividad, a la que, con anterioridad al 30 de enero de 2004, CAMPOFRÍO habrá transferido el mencionado Negocio



consistente en la cría de ganado porcino no ibérico, así como la producción y comercialización de productos cárnicos frescos de porcino y vacuno.

En particular, de conformidad con el “Contrato de Aportación de Rama de Actividad y Compraventa de Participaciones Sociales” suscrito el 2 de enero de 2004 por PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L.U., CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. y PROINSERGA INVERSIONES, S.A., la operación notificada tendrá como consecuencia directa la adquisición por PROINSERGA INVERSIONES, S.A. del 100% del capital social de PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L.U. y su filial PRIMAYOR ALIMENTACIÓN ANDALUCÍA, S.A.U., incluyendo la totalidad de sus activos industriales, su cartera comercial y los contratos de suministro de ganado que tenía establecidos con terceros.

Otra consecuencia directa, de acuerdo con el mencionado contrato, sería la adquisición del 50% de PRIMAYOR GANADERÍA, S.A., empresa en participación entre PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L. y NANTA, S.A. del Grupo NUTRECO<sup>1</sup>. No obstante, según ha comunicado la notificante al Servicio de Defensa de la Competencia, hasta la fecha las partes no han alcanzado un acuerdo definitivo con NANTA, S.A. en cuanto a los términos de dicha transmisión.

También son objeto de adquisición los derechos, obligaciones y posiciones contractuales de CAMPOFRÍO en relación con CARNES SELECTAS, 2000, S.A., empresa cuyo capital social en la actualidad es detentado al 100% por CAJA DE AHORROS MUNICIPAL DE BURGOS propietaria del matadero de Burgos. En particular, la posición contractual en determinados contratos de arrendamiento de industria y arrendamiento de servicios, gestión y administración suscritos entre CARNES SELECTAS 2000, S.A. y CAMPOFRÍO en relación con el mencionado matadero, así como determinados derechos de opción de compra y venta sobre las acciones de la primera.

La ejecución del contrato de aportación del Negocio PRIMAYOR, según sus términos, queda suspendida, entre otras cuestiones, hasta haber obtenido la correspondiente autorización por parte de las autoridades en materia de defensa de la competencia.

## **II. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **II.1 Contrato de suministro**

De acuerdo con el Exponiendo IV del mencionado Contrato de 2 de enero de 2004, puesto que tras la transmisión de la “Rama de Actividad”, el Grupo CAMPOFRÍO continuará con el negocio relativo a la manufactura, distribución y venta de productos cárnicos curados y cocidos, CAMPOFRÍO manifiesta su firme voluntad de promover, desarrollar y garantizar las condiciones de “trazabilidad”<sup>2</sup> y calidad en los productos frescos de porcino y vacuno de los que el grupo ha de aprovisionarse para el desarrollo de la misma. De ahí que PROINSERGA, como adquirente de dicho negocio, esté interesada en cooperar con CAMPOFRÍO en la consecución del mencionado objetivo y, por tanto, en seguir suministrándole productos frescos tras la consumación de la concentración.

<sup>1</sup> De acuerdo con el contrato de aportación, la relación entre los socios de PRIMAYOR GANADERÍA, S.A., es decir, NANTA, S.A. y CAMPOFRÍO, se regía por un contrato de *joint venture* que el Comprador declaraba conocer.

<sup>2</sup> Término por el que se define la garantía de control de un proceso o localización de un producto en cualquier punto de la cadena de suministro, conociendo los componentes de fabricación y sus vínculos.



Por todo lo anterior, PROINSERGA y CAMPOFRÍO, dentro del “acuerdo estratégico alcanzado”, convienen en la formalización del “Contrato de Suministro”<sup>3</sup> pendiente de suscripción por las partes: INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L., CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. y PROINSERGA INVERSIONES, S.A.

En particular, en virtud del mencionado proyecto de contrato, PROINSERGA, a través de INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L., se obliga a suministrar a CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. productos cárnicos frescos obtenidos a partir de ganado porcino y vacuno.

Por su parte, CAMPOFRÍO se compromete a comprar de PROINSERGA una parte significativa de sus necesidades de carne fresca en España, en ningún caso inferior al [...] %\* de sus necesidades de suministro mensual<sup>4</sup>, de aquellos productos que se detallan en una relación anexa, junto con los precios pactados y que serán objeto de revisión semanal. Las partes, de común acuerdo, podrán ampliar la relación de los productos incluyendo aquellos otros cuyo suministro pudiera resultarles de interés durante la vigencia del contrato.

Este acuerdo tiene un plazo de [*más de tres*] años.

A los efectos anteriores, conviene señalar que dentro de la “Alianza Estratégica que el Grupo Campofrío y Grupo Proinserga pretenden desarrollar”, ambas partes manifiestan su intención de realizar sus mejores esfuerzos de cara a renovar el acuerdo para alcanzar una duración total [*superior a tres*] años<sup>5</sup>.

Con respecto a los precios, [...].

En caso de incumplimiento [...].

Finalmente, las partes acuerdan que los términos, pactos y condiciones contenidos en el contrato vinculan a éstas así como a sus respectivos cesionarios autorizados, quienes estarían obligados a suscribir el mismo.

## II.2 Pactos de no competencia

En el “Contrato de Aportación de Rama de Actividad y Compraventa de Participaciones Sociales” se establecen dos acuerdos de no competencia recíprocos.

Así, en el subapartado “No concurrencia del Vendedor”<sup>6</sup> se establece que, con el fin de preservar para el Adquirente el valor del fondo de comercio asociado al negocio por adquirir, y en atención, especialmente, a los acuerdos del “Contrato de Suministro”, el Grupo CAMPOFRÍO se obliga durante un plazo [*superior a tres años*] a no desarrollar en modo alguno, directa o indirectamente actividad alguna [...] concurrente o competitiva con la que constituye el negocio por adquirir [...].

A su vez, en el subapartado “No concurrencia del Comprador”<sup>7</sup>, con base igualmente en el “Contrato de suministro” [...], PROINSERGA se obliga por el plazo de duración del Contrato de

<sup>3</sup> Previsto en la Estipulación 5.3 del Contrato de 2 de enero de 2004, conforme con los términos y condiciones establecidas en el Anexo VI del mismo.

\* Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

<sup>4</sup> [...].

<sup>5</sup> Estipulación SEXTA del Contrato.

<sup>6</sup> Estipulación NOVENA, “Pactos accesorios posteriores a la Fecha de Cierre”. En particular, apartado 9.3 “Pacto de no competencia”, subapartado 9.3.1 “No concurrencia del Vendedor”.

<sup>7</sup> Dentro del apartado 9.3 “Pacto de no competencia”, subapartado 9.3.2 “No concurrencia del Comprador”.



suministro a abstenerse de desarrollar actividad alguna en [...] concurrente o competitiva con la que constituye la actividad principal de CAMPOFRÍO, [...].

En caso de incumplimiento [...].

### II.3 Valoración

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

La notificante considera que el período de duración superior a [tres] años del pacto de no competencia del vendedor vendría justificado en la obtención por parte del mismo de una mayor protección frente a la posible “fuga” de los antiguos clientes de PRIMAYOR hacia el Grupo CAMPOFRÍO. El esfuerzo (tanto económico como en cuanto a tiempo) que supone para cualquier empresa el realizar una valoración y contraste entre diversos proveedores hasta seleccionar uno fiable y seguro en un sector tan sensible en materia sanitaria y de seguridad alimentaria como es la carne, son elementos vitales para cualquier empresa activa en el mismo.

Por lo que respecta al pacto de no competencia del adquirente, la notificante lo considera de justificada y necesaria inclusión por los motivos que, de forma resumida, se pasan a exponer.

En primer lugar, como consecuencia de la realización de la operación notificada y de la consiguiente celebración del acuerdo de suministro, entre ambas partes se producirá una situación de riesgo significativo en cuanto al posible acceso u obtención por parte de PROINSERGA de información de carácter sensible en cuanto a la actividad de producción y comercialización de productos elaborados de la cual pudiera beneficiarse en detrimento de CAMPOFRÍO, toda vez que ambas compiten en dicho mercado, en el que esta última tiene previsto centrar su actividad.

En segundo lugar, se considera que nada impide que PROINSERGA, a través de ALRESA, actúe en el mercado, sino que se establece un pacto en relación con nuevas actividades o expansiones de las mismas.

Por último, se apuntan de manera analógica una serie de criterios señalados en la Comunicación de la Comisión de 28 de enero de 2004 relativa a las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de concentraciones entre empresas, puesto que en la operación notificada concurren diversas circunstancias que podrían justificar una valoración positiva del pacto señalado.

Por ejemplo, se alega: la cuota inferior al 20% de CAMPOFRÍO en productos cárnicos elaborados, cuota que en el caso de ALRESA (PROINSERGA) se limitaría a un [0-5]%; los márgenes de beneficio tan estrechos, de forma que las posibilidades de que ambas empresas pudieran practicar subidas de precios se consideran fácilmente contestables; el fuerte poder de compra de la distribución moderna, su principal cliente; la ausencia de fidelidad a las marcas, de la que es testigo la importante presencia de marcas blancas; así como la mejora de la posición relativa de otros competidores del sector en estos últimos años, pese a la adquisición por CAMPOFRÍO de competidores como OMSA ALIMENTACIÓN y GRUPO NAVIDUL.

Por último, en cuanto al Contrato de suministro, también por [plazo superior a tres años], se justifica por la notificante en función de las características de los productos a los que afecta, así como a las especiales exigencias en materia de calidad y seguridad alimentaria demandadas, que se consideran prioritarias para los operadores, especialmente dado que CAMPOFRÍO va a dejar



de tener el control directo sobre la fase previa de su futuro núcleo de actuación principal: la elaboración de derivados cárnicos.

CAMPOFRÍO necesita contar con un suministrador fiable, que garantice los niveles de calidad y trazabilidad mantenidos hasta la fecha. Según indica la notificante, CAMPOFRÍO va a tener una doble dificultad para seleccionar este proveedor. Por un lado, el mercado está muy atomizado, lo que supone para un fabricante del volumen de CAMPOFRÍO que no sea tan sencillo encontrar un suministrador de carne fresca con capacidad para producir la cantidad suficiente para cubrir sus necesidades. Por otro, encontrar nuevos proveedores de calidad necesita tiempo así como relevantes recursos humanos y materiales.

Otro aspecto es la alegada necesidad de adaptación del material genético de los animales a las necesidades de la industria en sí, proceso no inferior, en principio, a cinco años.

Por último, se hace referencia a que, aún en el supuesto de que los motivos anteriormente expuestos no pudieran ser considerados como argumentos justificativos de la existencia de un pacto de suministro de tal duración, a dicho contrato le sería de aplicación el Reglamento (CE) nº 2790/1999, por tratarse de un acuerdo vertical entre empresas que ni individual ni de forma conjunta ostentan una cuota superior al 30% en cualquiera de los mercados. También se comenta su posible calificación como un acuerdo de menor importancia (“de minimis”).

A este respecto, la Comunicación de la Comisión sobre restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03) atiende expresamente la circunstancia de la ruptura de los cauces tradicionales de compra y suministro internos existentes como resultado de la integración previa de actividades dentro de la unidad económica del vendedor. De ahí que, en situaciones específicas de desmembramiento de una unidad económica, como por ejemplo el negocio de carne fresca por parte de CAMPOFRÍO, contratos de compra o suministro entre adquirente y vendedora se pueden considerar directamente relacionados y necesarios para la realización de una concentración.

En particular, por lo que respecta a la continuidad del suministro de productos necesarios para el mantenimiento de las actividades del vendedor, se considera admisible que, durante un período transitorio, existan obligaciones de suministro que garanticen las cantidades anteriormente suministradas en la actividad integrada del vendedor y que incluyan, en caso necesario, la posibilidad de adaptarlas a la demanda prevista. Sin embargo, tales pactos han de ser necesariamente transitorios, pudiendo justificarse en general durante tres años.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la citada Comunicación de la Comisión, este Servicio considera que las cláusulas anteriormente señaladas van más allá de lo preciso para la operación de concentración notificada.

En concreto, los pactos de no competencia recíprocos así como las obligaciones de suministro forman parte de un acuerdo global entre las partes que concreta su voluntad de cooperar a lo largo de toda la cadena de producción y transformación de la industria cárnica pero cuyo ámbito y duración no responde en sentido estricto a lo necesario para garantizar la continuidad del negocio ante la ruptura de la integración vertical anteriormente existente.

En efecto, si bien el objeto y ámbito del pacto de no competencia de CAMPOFRÍO no van más allá de lo preciso para la operación de concentración, su duración claramente excede del período que generalmente se juzga necesario para la efectiva cesión de un negocio. Lo mismo sucede con los compromisos de compra y suministro, cuya duración también excede de lo



habitualmente considerado preciso para garantizar la continuidad del negocio transferido ante la ruptura de los canales tradicionales de compra y suministro.

En cuanto al pacto de no competencia de la compradora, no cabe considerarlo como necesario y accesorio de la operación de concentración.

En atención a lo anterior, los distintos pactos y estipulaciones analizados no se consideran como parte integrante de la operación de concentración notificada, estando, en su caso, sujetos a la normativa aplicable a los acuerdos entre empresas.

### **III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

De acuerdo con el notificante, la operación PROINSERGA/CÁRNICAS REVILLA no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CE) nº 1310/97, por lo que la operación carece de dimensión comunitaria.

No obstante, la operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1.b) de la mencionada norma.

### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **IV.1 PROINSERGA INVERSIONES, S.A.**

La adquirente es una sociedad de nacionalidad española con sede en Segovia, integrada en el grupo ganadero de origen segoviano PROINSERGA, encabezado por la sociedad del mismo nombre.

Las principales actividades de dicho grupo integrado vienen constituidas por la mejora genética del ganado reproductor (producción de dosis seminales), la fabricación y comercialización de alimentos para animales, medicamentos, etc., la producción y cría de ganado para su sacrificio en mataderos, al tratamiento de subproductos ganaderos y producción de embutidos, la dirección técnica y sanitaria de explotaciones ganaderas (servicios de asesoría sobre su gestión técnica y económica), la promoción de explotaciones ganaderas, el diseño de proyectos y asesoría en la ejecución de las obras e instalaciones de las explotaciones ganaderas, así como la construcción, instalación y conservación de obras y edificaciones necesarias para el adecuado desarrollo de las actividades del grupo.

El capital social de la Adquirente se encuentra detentado por PROINSERGA, S.A., (71,91%), el BANCO POPULAR ESPAÑOL, (28,089%), y el resto (0,0000936%) por la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN E INTEGRACIÓN COMERCIAL DE PORCINO (INCOPORC). En cualquier caso, PROINSERGA, S.A. e INCOPORC forman un grupo controlado en última instancia por alrededor de 240 socios ganaderos de Segovia, Ávila y Valladolid.



Forman parte del Grupo PROINSERGA las siguientes compañías:

| GRUPO PROINSERGA                             |                       |           |  |
|--|-----------------------|-----------|--|
| Denominación                                 | Sede                  | Particip. | Actividad  |
| PROINSERGA INVERSIONES, S.A.                 | Segovia               | 71,91%    | Sociedad de cartera y explotación ganadera                                   |
| TRANSPOIN, S.A.                              | Segovia               | 100%      | Transporte de mercancías   |
| CERDO SEGOVIANO, S.L.                        | Segovia               | 50%       | Sociedad de cartera y sala de despiece y elaboración de productos cárnicos.  |
| LA SENDERA, S.L.                             | Cabezuela (Segovia)   | 50,99%    | Explotación ganadera   |
| PIG-CHAMP-PRO EUROPA, S.A                    | Segovia               | 70,02%    | Asistencia y distribución de programas informáticos                          |
| CERDO DEL SUR, S.A.                          | Málaga                | 67,99%    | Matanza, despiece y comercialización de carnes.                              |
| ALIMENTOS FRESCOS DE SEGOVIA, S.L. (ALFRESE) | Segovia               | 100%      | Matanza, despiece y comercialización de carnes.                              |
| ALIMENTOS REFRIGERADOS, S.A. (ALRESA)        | Segovia               | 40%       | Transformación industrial de productos cárnicos.                             |
| DESPIECE SEGOVIANO, S.L.                     | Segovia               | 99,96%    | Matanza, despiece y comercialización de carnes.                              |
| A.R.C. PRO FEED, S.A.                        | Madrid                | 50%       | Fabricación y venta de piensos.  |
| WHACK 2000, S.L.                             | Vic (Barcelona)       | 100%      | Sociedad de cartera y realización de actividades de ingeniería e informática |
| DIGESNOR, S.A.                               | Segovia               | 33,33%    | Fabricación de harinas de carne.   |
| CÍA CANARIA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS, S.A. | Sta. Cruz de Tenerife | 47,03%    | Transporte de mercancías   |
| INVERSORA SEGOVIANA, S.A.                    | Segovia               | 56,46%    | Adquisición y tenencia de acciones.  |
| MATADERO INDUSTRIAL DE HUMILLADERO, S.A.     | Humilladero (Málaga)  | 100%      | Matanza, despiece y comercialización de carnes.                              |
| CASTILEÓN 2000, S.A.                         | Palencia              | 100%      | Explotación ganadera   |
| PIENSOS DEL RÍO CARRIÓN, S.A.                | Palencia              | 100%      | Fabricación y venta de piensos.  |

Fuente: Notificación

En cuanto a su facturación total en los tres últimos ejercicios, conforme a los criterios establecidos en el artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, ha sido la siguiente:

| Volumen de ventas Grupo PROINSERGA<br>(Millones de euros) |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
|   | 2001  | 2002  | 2003  |
| Mundial   | [...] | [...] | [...] |
| Unión Europea   | [...] | [...] | [...] |
| España  | [...] | [...] | [...] |

Fuente: Notificación.

#### IV.2 INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L. (NEGOCIO PRIMAYOR DE CAMPOFRÍO)

La adquirida es una sociedad propiedad al 100% de CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A., actualmente inactiva, a la que ésta se ha comprometido a aportar la rama de actividad objeto de transmisión, o Negocio PRIMAYOR, con carácter previo a su adquisición por PROINSERGA.



El Grupo CAMPOFRÍO, controlado en última instancia por la familia Ballvé, es el primer operador del sector cárnico español y segundo del sector alimentación. Su matriz, CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. cotiza en Bolsa.

Como ya se ha indicado, la adquisición del Negocio PRIMAYOR tendrá como consecuencia directa la adquisición por PROINSERGA del:

- 100% del capital social de **PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L.U.** (antes CAMPOCARNE, S.A.), sociedad española con sede en Madrid, propiedad de CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. Su actividad principal consiste en la compra de ganado porcino y vacuno, para su sacrificio y despiece.
- 100% de **PRIMAYOR ALIMENTACIÓN ANDALUCÍA, S.A.U.** (antes CAMPOCARNE ANDALUCÍA, S.A.) filial de la anterior. Empresa con sede social en Jaén, cuya actividad consiste en la cría de animales y la producción y comercialización de los productos y subproductos que se deriven de la ganadería, piensos y quesos.
- 50% de **PRIMAYOR GANADERÍA, S.A.** (antes INGA FOOD, S.A.), empresa con sede en Madrid, presente en la explotación de ganado porcino (cría y venta), cuyo otro socio propietario al 50% es NANTA, S.A.
- Determinados derechos, obligaciones y posiciones contractuales en relación con **CARNES SELECTAS, 2000, S.A.** (Burgos), empresa que tiene por objeto social la explotación de una planta dedicada al sacrificio, despiece y procesamiento de productos cárnicos frescos (matadero), sita en Burgos.

La facturación del Negocio PRIMAYOR objeto de adquisición, conforme a los criterios establecidos en el artículo 3 del Real Decreto 1443/2001 ha sido la siguiente:

| Volumen de ventas del Negocio PRIMAYOR<br>(Millones de euros) |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
|   | 2000  | 2001  | 2002  |
| Mundial   | [...] | [...] | [...] |
| Unión Europea   | [...] | [...] | [...] |
| España  | [...] | [...] | [...] |

Fuente: Notificación.

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1 Mercado de producto

De acuerdo con las diferentes actividades llevadas a cabo por PROINSERGA y el Negocio PRIMAYOR, la operación notificada afecta a distintos mercados dentro del sector agroalimentario en dos áreas: porcino y vacuno.

De forma esquemática, consta en el siguiente cuadro una relación de actividades llevadas a cabo por PROINSERGA y el Negocio PRIMAYOR:

| RELACIÓN DE ACTIVIDADES   |            |                   |
|---|------------|-------------------|
| Actividad   | PROINSERGA | NEGOCIO PRIMAYOR  |
| Fabricación y comercialización de piensos compuestos                              | Porcino    | Porcino y avícola |
| Selección y producción de dosis seminales y verracos para inseminación artificial | Porcino    | No                |
| Cría de ganado  | Porcino    | Porcino           |



| RELACIÓN DE ACTIVIDADES   |            |                         |
|---|------------|-------------------------|
| Actividad   | PROINSERGA | NEGOCIO PRIMAYOR        |
| Compra de ganado vivo para su sacrificio en mataderos   | Porcino    | Vacuno, porcino y ovino |
| Comercialización de carne fresca a procesadores industriales para su posterior elaboración, a salas de despiece, mayoristas, así como para su consumo final a través de distintos canales | Porcino    | Porcino y vacuno        |
| Fabricación y comercialización de productos cárnicos elaborados   | Porcino    | No                      |
| Tratamiento y destrucción de cadáveres de animales  | Sí         | No                      |
| Consultoría veterinaria e informática para ganaderos  | Sí         | No                      |

*Elaboración propia*

De acuerdo con los distintos precedentes nacionales y comunitarios, habida cuenta del solapamiento entre las partes de la operación notificada, se consideran potencialmente afectados los siguientes mercados de producto:

- a) Fabricación y comercialización de piensos compuestos, en particular los destinados al ganado porcino.
- b) Cría de ganado porcino.
- c) Compra de ganado de abasto para sacrificio.
- d) Comercialización de carne fresca:
  - d.1) Venta de carne de porcino a procesadores industriales.
  - d.2) Venta de carne fresca para consumo directo:
    - d.2.1) Comercialización para su consumo a través del canal tradicional.
    - d.2.2) Comercialización a través del canal de distribución moderna.
    - d.2.3) Comercialización a través del canal HORECA.

**a) Fabricación y comercialización de piensos compuestos.**

Los piensos compuestos se definen como aquellos alimentos para la ganadería resultado de la combinación de diversas materias primas, que pueden ser utilizadas como alimentos simples (cereales, productos de sustitución de cereales y forrajes desecados), y de elementos que mejoran las características nutricionales de ellas consiguiendo un producto de mayor rendimiento (harinas de proteaginosas, harinas de origen animal, minerales, vitaminas y otros aditivos y mejorantes).

El producto suele segmentarse según la especie animal a la que va destinado, diferenciándose entre piensos compuestos para porcino, aves, bovino y otros (ovino, caprino, caballo, otros y acuicultura). No obstante, de acuerdo con el sector<sup>8</sup>, parece existir una total sustituibilidad entre estos segmentos desde el punto de vista de la oferta, ya que la única diferencia existente entre los tipos de pienso es la proporción relativa de las materias primas empleadas. Así, en respuesta a pequeñas variaciones de los precios relativos, los proveedores de un determinado tipo de pienso pueden pasar a fabricar otro tipo distinto y comercializarlo a muy corto plazo –incluso de forma inmediata– sin recurrir en coste o riesgo adicional alguno.

Esa capacidad de los proveedores para ofrecer y vender los distintos tipos de piensos inmediatamente y sin incrementos de los costes se demostraría por el hecho de que, en la práctica, la mayoría de las fábricas existentes resultan ser multiproducto.

<sup>8</sup> Expediente N-138 NUTRECO/AGROVIC del SDC (C-63/01 del TDC). Casos nº COMP/M.2271 CARGILL/ARGIBRADS y nº COMP/M.2029 TATE&LYLE/AMYLUM.



Por lo que respecta al caso que nos ocupa, tanto el grupo adquirente como el negocio por adquirir se encuentran presentes en la fabricación y comercialización de piensos; el primero tan sólo en piensos para porcino y el segundo también en avícola.

La existencia o no de mercados diferenciados según especie es cuestión que se deja abierta, si bien, además del estudio del mercado de piensos compuestos en su conjunto, en el presente informe serán objeto de análisis las consecuencias de la operación sobre el mantenimiento de una competencia efectiva en piensos compuestos para porcino, segmento en el que coincidirían PROINSERGA y negocio por adquirir.

#### **b) Cría de ganado porcino de abasto para su sacrificio<sup>9</sup>**

La cría de ganado comprende las actividades de cebado y engorde desde el nacimiento del animal hasta que éste alcanza el peso y condiciones idóneas para su sacrificio y/o venta en vivo a terceros. El sacrificio, como posteriormente se indicará, puede ser llevado a cabo en la misma empresa ganadera que ha llevado a cabo la cría del animal en sus mataderos propios (si se trata de un operador integrado), en mataderos o instalaciones gestionados por terceros o, bien, puede venderse el animal a terceros que se ocuparán de su sacrificio y posterior comercialización.

También en este caso existe coincidencia de actividades entre PROINSERGA y negocio por adquirir, de ahí que se considere potencialmente afectado por la operación de referencia el mercado de la cría de ganado porcino de abasto.

#### **c) Compra de ganado de abasto para sacrificar.**

La producción de carne implica el sacrificio del animal y el faenado posterior del mismo para obtener la canal<sup>10</sup>. En dicho proceso se separa la parte muscular comestible de los animales que constituye la carne de otras sustancias comestibles o incomedibles.

Los establecimientos que proceden a la realización de tales actividades son los mataderos, si bien es relativamente habitual que estas figuras comerciales, calificadas como básicas en el proceso comercializador de la carne, incorporen otros servicios añadidos. De esta forma, con carácter general, los mataderos, además de incorporar servicios de compraventa, financiación e incluso transporte, pueden realizar servicios de industrialización, aportando al producto como mínimo utilidades de forma (despiece de las canales), conservación por refrigeración o congelación, aprovechamiento de subproductos, envasado y embalaje.

Los mataderos pueden clasificarse atendiendo a diversos criterios. Así, de acuerdo con su estructura de propiedad y régimen aplicable, se habla de públicos, privados y mixtos. También pueden diferenciarse entre: Municipales/Comarcales; Generales Frigoríficos e Industriales<sup>11</sup>.

En los Municipales/Comarcales se suele sacrificar por cuenta de un agente privado (ganadero, carnicero, sala de despiece, industria transformadora, etc.) instalado en la localidad de ubicación del matadero. Normalmente en sus instalaciones sólo se realiza el sacrificio y faenado, si bien en algunos casos es posible también el despiece y la refrigeración.

En cuanto a los Generales Frigoríficos, son mataderos privados en los que se sacrifica la carne por cuenta propia y se venden las canales o los despieces (si es que dispone de sala de despiece incorporada) a industrias, mayoristas o minoristas. Los servicios de compra-venta, por

<sup>9</sup> Casos nº IV/M.1313 DANISH CROWN/VESTJYSKE SLAGTERIER y nº COMP/M.2662 DANISH CROWN/STEFF-HOULBERG.

<sup>10</sup> Cuerpo entero del animal sacrificado tal como se presenta tras las operaciones de sangrado, eviscerado y desollado.

<sup>11</sup> "Comercialización de la Carne", Colección Estudios 45 (1990) del Ministerio de Industria Comercio y Turismo.



tanto, son propios de este tipo de instalaciones en cuanto a que compran en firme los animales que sacrifican, si bien, en una pequeña proporción, también se puede sacrificar animales de terceros cobrando el importe del servicio. Otros servicios ofertados serían el de almacenamiento en instalaciones con disponibilidades de frío, envasado, transporte a destino en vehículos propios o contratados a los establecimientos minoristas y servicios de financiación.

En cuanto a los Industriales, son establecimientos anejos a las industrias cárnicas de transformación, en las que se obtiene la carne que es posteriormente transformada en las propias instalaciones. En la práctica, la transformación efectuada afecta en bastantes casos sólo a determinadas partes de las canales obtenidas, vendiendo el resto a otros operadores comerciales; por ello, el comportamiento comercial de estas figuras suele ser muy similar al de los mataderos generales frigoríficos<sup>12</sup>.

Dentro de este tipo de mataderos, según entiende este Servicio, podrían incluirse las instalaciones pertenecientes a grandes empresas de distribución que sacrifican únicamente los animales procedentes de las explotaciones ganaderas con las que han suscrito acuerdos. En general, estas mismas empresas ya se encargan de la distribución de la carne o del envío a las salas de despiece para su posterior transformación industrial en derivados cárnicos.

Por otra parte, la notificante diferencia en función de la actividad comercial que realizan, distinguiendo así los mataderos de servicios (que trabajan por encargo o a maquila realizando sacrificio y refrigeración); comerciales (que sacrifican animales de su propiedad y venden su carne) y mixtos (cuando realizan ambas actividades).

En cualquier caso, es de indicar que el ganado sacrificado por los mataderos puede proceder de muy distintos operadores (ganaderos independientes e integrados, cooperativas de ganaderos, minoristas tradicionales/carniceros, tratantes entradores, industrias cárnicas, etc.).

Por lo que respecta a las salas de despiece, suelen formar parte de mataderos grandes, pero esto no es tan común en los mataderos de menor tamaño, necesitándose, por tanto, con posterioridad la intervención de una sala de este tipo para poder comercializar el producto y venderlo a la industria transformadora, su principal cliente, así como a las carnicerías (canal tradicional), super e hipermercados (canal de distribución moderno) y canal HORECA.

En el presente caso, PRIMAYOR cuenta con ocho mataderos en distintos puntos del territorio nacional, así como una sala de despiece en MERCAMADRID. A su vez, PROINSERGA cuenta con dos mataderos, así como con varias salas de despiece anejas a los mismos.

De conformidad con los precedentes<sup>13</sup>, la compra respectiva de ganado vacuno, porcino, lanar y aves de corral para su sacrificio constituirían cuatro mercados de producto de referencia separados. En cuanto a los mataderos, las cadenas de sacrificio difieren en función de cada especie y no pueden modificarse en un plazo razonable sin incurrir en grandes costes. No puede hablarse, por tanto, de sustituibilidad desde el punto de vista de la oferta entre las distintas especies sacrificadas. No obstante, si bien esto parece ser evidente en el caso de aves de corral o del ganado ovino, quizás no lo sea tanto en el caso de porcino y bovino en el que tales cadenas pudieran ser adaptadas con un coste inferior.

<sup>12</sup> Determinados estudios sectoriales se limitan a diferenciar entre mataderos públicos y privados, terminología en la que aparecen clasificadas tales instalaciones en la reglamentación oficial.

<sup>13</sup> Expedientes N-062 CAMPOFRÍO/OMSA; N-080 CAMPOFRÍO/NAVIDUL, y N-138 NUTRECO/AGROVIC del SDC (C-63/01 del TDC). Casos nº IV/M.1313 DANISH CROWN/VESTJYSKE SLAGTERIER y nº COMP/M.2662 DANISH CROWN/STEFF-HOULBERG.



Aunque los servicios de matadero y despiece constituyen actividades distintas de la propia compra del ganado y, por tanto, serían mercados diferentes, es preciso considerar que existe una casi total integración de los operadores de este ámbito. Los mataderos generalmente operan en exclusiva para el tratamiento del ganado adquirido por su propietario, éste es el caso de las partes de la operación, y, por ello, no parece preciso realizar un análisis separado de estas actividades, considerándose el mercado de la compra de ganado para abasto como un todo que incluiría tanto la compra o comercialización propiamente dicha como los servicios de matadero o despiece.

Tanto PROINSERGA como PRIMAYOR actúan en el mercado de la compra de ganado porcino de abasto, si bien el Negocio PRIMAYOR también se encuentre presente en la adquisición de ganado bovino y ovino, aunque en este último caso de forma residual.

#### **d) Comercialización de carne fresca**

En casos precedentes, dentro del sector de la carne, las autoridades nacionales y comunitarias de competencia han delimitado diversos mercados de producto no sólo en función del tipo de ganado sino también en función del destino del producto en cuestión y de los canales de distribución. Es más, la identificación cultural de los productos “frescos” determina la definición de un mercado separado para los productos alimenticios congelados. El tiempo de consumo determinado por la naturaleza perecedera del producto convierte la apariencia de fresca en un atributo esencial del mismo que exige un ciclo de compras corto; de ahí que el pequeño comercio especializado que ofrece cercanía, disponibilidad y confianza mantenga su presencia en el sector cárnico frente a otras formas de distribución modernas.

Tanto PROINSERGA como el negocio por adquirir se encuentran presentes en el mercado de carne fresca de cerdo, si bien PRIMAYOR también oferta carne fresca de vacuno.

Como se ha indicado, otro aspecto a tener en cuenta a la hora de definir mercados de producto en el sector alimenticio es si el producto o productos de referencia van destinados a la industria de transformación o a su consumo directo, en cuyo caso, tiene un particular impacto el canal mediante el cual se distribuyen.

Así, atendiendo a las distintas categorías de clientes a los que va dirigida la producción de los grupos que se concentran, son relevantes los mercados del suministro de carne fresca destinada a la industria transformadora y destinada a su consumo directo.

En cualquier caso, en atención a la eminente posición de los partícipes en la operación en carne de porcino, se incidirá más en este mercado a la hora de analizar y valorar el impacto sobre una competencia efectiva de la operación notificada.

##### **d.1) Carne fresca destinada a la industria transformadora.**

La carne puede dirigirse directamente al consumo humano o bien puede suministrarse a los procesadores industriales (prioritariamente la de cerdo), para su tratamiento y posterior elaboración de otros productos alimenticios.

Por ejemplo, la existencia de piezas específicas a suministrar preferentemente a la industria (fundamentalmente lomos, paletas y jamones) sería una de las circunstancias que permite diferenciar el mercado de la carne de cerdo dirigida al consumo directo del mercado de la carne destinada a la industria de transformación. El precio de este tipo de piezas constituye el factor de competencia fundamental, aunque la demanda industrial no puede cambiar tan fácilmente de proveedor o canal como la distribución moderna, pues esa posibilidad exigiría que la industria



contase con una infraestructura compleja que aún se complicaría más por el carácter perecedero del producto.

A este respecto, es importante reseñar que la calidad cárnica es un concepto que no tiene una definición única. Según fuentes especializadas, la importancia de los diferentes aspectos cualitativos difiere en función del segmento de la cadena cárnica que los analice. Para la carne fresca, atributos como el color, la cantidad de grasa, la terneza, jugosidad y sabor son vitales para la decisión y fidelización de la compra. Para la carne procesada, la atención se centra en factores como el pH, la capacidad de retención de agua, estabilidad oxidativa y ausencia de sabores anómalos. La importancia de cada uno de ellos también dependerá de si el destino final del producto elaborado es para cocidos o curados<sup>14</sup>.

Tanto PROINSERGA como PRIMAYOR forman parte de la oferta del mercado de la carne de porcino destinada a la industria transformadora. PRIMAYOR también vende carne de vacuno.

#### **d.2) Carne de cerdo fresca destinada a su consumo directo**

Con independencia del ganado en cuestión, dentro del ámbito económico de la distribución comercial minorista de carne fresca cabe distinguir tres mercados de suministro a: establecimientos tradicionales (canal tradicional), establecimientos HORECA (canal HORECA) y distribución comercial moderna (supermercados, cadenas de alimentación y grandes superficies).

El canal tradicional se compone de innumerables pequeños establecimientos de venta de carne al público (carnicerías). En este caso, lo que prima desde el punto de vista de la fuerza competitiva es la proximidad a la zona de influencia del establecimiento. Por lo tanto, los suministradores suelen ser empresas mayoristas y/o salas de despiece activos en la zona de que se trate previo abastecimiento en zonas de dispar procedencia, si bien muchos carniceros, en el caso de pequeñas poblaciones, se dirigen a pequeños mataderos por lo general libres, no integrados. En el mercado minorista el precio se fija semanalmente y para suministros concretos.

Por lo que respecta a la distribución moderna, se trata de un mercado con clientes de gran fuerza negociadora y grandes exigencias en cuanto a presentación. Solicitan una amplia gama de productos, con variaciones estacionales, y con la fecha de servicio cercana a la fecha de consumo por el consumidor final. También presentan elevadas exigencias higiénico-sanitarias y de envasado, derivadas fundamentalmente de la circunstancia de que los productos son identificados por los consumidores con el supermercado y no con el productor.

Los acuerdos con estos clientes son centralizados. El precio del porcino, por la propia homogeneidad del cerdo, se determina semanalmente por referencia a la cotización del cerdo vivo en MERCOLLEIDA<sup>15</sup>, mientras que en el precio de vacuno no existe índices de referencia, dado que las piezas de ganado pueden diferir mucho entre sí. Igualmente se puede señalar que el porcino tiene mucha mayor distribución en este canal que la carne de vacuno, que preferentemente se vende en carnicerías.

Aunque la distribución moderna compra a mataderos libres, se aprovisiona mayoritariamente de grupos integrados con cobertura nacional (como los que se concentran). Normalmente, la distribución moderna no compra a mayoristas.

<sup>14</sup> "Calidad de carne en porcino: Efecto de la nutrición". J.Coma y J. Piquer. XV Curso de Especialización AVANCES EN NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN ANIMAL.

<sup>15</sup> La LLONJA AGROPECUARIA MERCOLLEIDA, S.A. es el Principal Mercado de Ganado Porcino en España-



Por último, en cuanto al canal HORECA, éste se compone por un elevadísimo número de establecimientos de hostelería (hoteles, restaurantes, cafeterías) e instituciones. Se trata, por tanto, de un mercado en el que el número de clientes es muy elevado, con una demanda centrada fundamentalmente en carne procedente de las partes nobles del animal. Lo que se valora fundamentalmente por los establecimientos HORECA es la versatilidad y flexibilidad a la hora de suministrar el producto, ya que el consumo de este tipo de clientes en general no es regular sino que varía diariamente en función de sus necesidades, de forma que el servicio resulta incluso más importante que el precio.

Salvo en relación con grandes cadenas hoteleras o grandes empresas con comedores, que pueden negociar acuerdos globales, los precios se establecen en acuerdos de suministro individuales en los que se establece un precio fijo que se renegocia y ajusta mensualmente en función de las necesidades del cliente. Por la propia estructura de la demanda y del tipo de producto que requieren lo habitual, salvo en el caso de grandes clientes, es que su suministro proceda de pequeños mataderos o de mayoristas que cubren determinadas áreas geográficas.

En el caso que nos ocupa, PROINSERGA comercializa carne fresca de cerdo para su consumo directo, aunque de forma muy limitada. El Negocio PRIMAYOR, a su vez, comercializa carne de porcino y vacuno, mercados en el que las grandes superficies son casi sus únicos clientes.

## V. 2 Mercado geográfico

Las partes estiman que la dimensión geográfica de la totalidad de los mercados anteriormente descritos debe considerarse nacional, incluso planteándose la posibilidad de que pudieran llegar a ser definidos como de ámbito superior.

Comenzando por el **mercado de piensos compuestos**, debido a la alta repercusión del coste de transporte en el precio final del producto, ya el Tribunal de Defensa de la Competencia llegó a plantearse en su momento su posible carácter local o regional. No obstante, factores como la existencia de suministros a clientes alejados de las fábricas de producción y la pérdida de éstos ante subidas de precios, cambiándose así de suministrador, no le permitieron concluir delimitando de forma más estrecha el ámbito de tal mercado<sup>16</sup>.

Por lo que respecta al **mercado de la cría de ganado porcino**, en una primera instancia pudiera considerarse como de ámbito nacional o incluso inferior. No obstante, habida cuenta de la ausencia de coincidencia territorial entre las instalaciones de cría de porcino de PROINSERGA y de sus asociados, de un lado, y la ubicación de los ganaderos con los que PRIMAYOR cuenta con contratos de integración, de otro, su definición exacta es cuestión que se deja abierta en el presente caso.

En cuanto a los **mercados de la compra de ganado de abasto**, se considera fundamental determinar el “radio de abastecimiento”, es decir, la distancia a la que los mataderos obtienen el ganado. Investigaciones llevadas a cabo por la Comisión muestran que los mataderos vienen a comprar el 90% del ganado en un radio de 120 kilómetros, existiendo pautas de abastecimiento local reflejo de acuerdos de suministro tradicionales.

En cualquier caso, como indica la notificante, la estructura productiva en España ofrece una concentración significativa tanto de las granjas dedicadas a la cría de vacuno y/o porcino como de los mataderos y salas de despiece en determinadas zonas geográficas (Cataluña,

<sup>16</sup> Expediente C61/01 NUTRECO/AGROVIC.



Aragón, Castilla-León y Andalucía, en cuanto al ganado porcino, y Galicia, Cantabria y Asturias, en cuanto al ganado vacuno) de forma que se producen frecuentes movimientos dentro del territorio nacional de unas zonas a otras.

Los precios, también se dice, son homogéneos en la totalidad del territorio nacional al estar fuertemente influenciados en el caso del porcino por las variaciones de la cotización del precio de cerdo vivo de la Lonja de Lérida, o, en el caso del precio de los lechones, por la cotización de la Lonja de Zamora. En cuanto al mercado de carne de vacuno, el mercado de Binéfar (Huesca) actúa como referente en el mismo.

En el caso que nos ocupa, habida cuenta de la ubicación de sus mataderos, las partes que se concentran coinciden en el mercado de compra de carne de abasto de porcino en las CC.AA. de Castilla-León (Burgos –PRIMAYOR y Segovia-PROINSERGA) y Andalucía (Jaén-PRIMAYOR y Málaga-PROINSERGA). Sobre el ámbito de dichas CC.AA. será cuantificada la cuota resultante de la concentración, si bien, en atención a sus cuotas no especialmente elevadas, la definición de mercados geográficos más estrechos que el nacional es cuestión que se deja abierta en el presente caso.

Por último, en cuanto a los **distintos mercados de carnes frescas**, cabría hacer una diferencia en función del canal de distribución. Así, el mercado de la carne fresca destinada a la industria presenta unas características que lo configuran como un mercado de carácter nacional, al igual que el mercado de la comercialización a través de la distribución moderna. No obstante, en el caso de la distribución tradicional y HORECA, los mercados son de ámbito más reducido. En este último caso, no obstante, puesto que la presencia en los mismos de las partes que se concentran es muy limitada, se valorará la operación a nivel nacional.

## VI. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

El presente apartado tiene por objeto analizar los distintos mercados anteriormente definidos, si bien, puesto que todos ellos están relacionados verticalmente, resulta conveniente iniciar dicho análisis con una breve mención a las principales características de la industria cárnica española, incluyendo su actual grado de integración.

La producción e industrialización de la carne constituye hoy en día un sector de primera magnitud dentro de la industria alimentaria, como demuestra el hecho de que en el 2002 las ventas netas de producto de las industrias cárnicas españolas alcanzaran los 13.222,33 millones de euros, el 21% del total de la industria, muy por encima de las industrias lácteas, con un 10,53%, la siguiente en el ranking<sup>17</sup>.

A su vez, el consumo de materias primas de la industria cárnica supuso cerca del 26% del consumo de toda la industria alimentaria, seguido, aunque también a distancia, por la industria de la producción de alimentación animal (12,48%) íntimamente relacionada con la cárnica.

Una idea de la evolución industrial puede obtenerse comparando los nueve mataderos frigoríficos y las 615 fábricas de embutidos que había en 1954 con los 1.460 mataderos y más de 4.690 industrias en funcionamiento a finales de 2002 en las que trabajan 72.479 personas.

<sup>17</sup> Fuente: Dirección General de Alimentación (MAPYA) a partir de datos suministrados por el INE.



Sin embargo detrás de estas cifras generales se esconde una realidad sectorial caracterizada por la existencia de un gran número de pequeñas y medianas empresas, y un número reducido de operadores con entidad suficiente para atender al mercado a gran escala.

En cuanto al grado de integración, la evolución de la producción ganadera durante los últimos años ha dado lugar a una importante transformación estructural, especialmente en el sector porcino, aunque también en la producción de vacuno.

Así, se está produciendo una concentración de la oferta de ganado para sacrificio mediante la constitución de cooperativas, agrupaciones, o empresas ganaderas que, cada vez con mayor entidad, condicionan a la industria y al comercio.

Especialmente, por lo que se refiere a porcino, la evolución ha provocado que en la actualidad, salvo dos o tres empresas de producción intensiva de cerdo de capa blanca, apenas existen ganaderías independientes. Las de pequeño tamaño han desaparecido y las de tipo medio se han agrupado en cooperativas o sociedades agrícolas de transformación, integrándose con sociedades de fabricación de piensos compuestos o con mataderos e industrias cárnicas. Todo ello sin olvidar algunas iniciativas llevadas a cabo por las propias industrias de transformación que han creado sus filiales de producción ganadera.

De acuerdo con fuentes oficiales, entre aproximadamente doce cooperativas y empresas industriales, y dos o tres grandes empresarios ganaderos de porcino, controlan más del 80% de la producción porcina anual.

Por lo que respecta al sector industrial, atendiendo a la actividad que desarrollan, se pueden clasificar en cuatro los distintos tipos de operadores: mataderos (cuantificados en 926 establecimientos), almacenes frigoríficos (2.333 establecimientos), salas de despiece (2.140) e industrias de elaboración (las 4.690 ya mencionadas)<sup>18</sup>.

## **VI.1 Mercado de piensos compuestos**

### **a) Características y evolución**

Es un mercado de gran incidencia en la producción ganadera. Los costes en alimentación suponen el 70% en la producción de porcino.

En el año 2002, el volumen de producción en España de piensos compuestos se situó en más de 19 millones de toneladas, con un valor aproximado de 4.000 M. de euros. Del total, aproximadamente, ocho millones de toneladas fueron nutrimentos para porcino, con un valor superior a los 1.900 millones de euros (M. euros).

Consta en el siguiente cuadro la evolución en los tres últimos ejercicios del mercado español de piensos compuestos para ganado porcino según datos facilitados por la notificante en

---

<sup>18</sup> El censo total de establecimientos autorizados para comercio comunitario es superior, toda vez que muchos de estos establecimientos desarrollan varias de las actividades indicadas. Además existen 940 mataderos con excepción permanente (pequeña capacidad).



volumen (toneladas) y valor (M. de euros):

| EVOLUCIÓN TAMAÑO DEL MERCADO ESPAÑOL DE FABRICACIÓN DE PIENSOS COMPUESTOS PARA GANADO PORCINO |           |          |
|---|-----------|----------|
| Ejercicio   | Tms.      | M. euros |
| 2001  | 7.732.860 | 1.633,13 |
| 2002  | 8.050.075 | 1.785,13 |
| 2003  | 8.356.340 | 1.949,36 |

Fuente: Notificación.

## b) Estructura de la oferta

La oferta de este mercado está constituida por los fabricantes de piensos compuestos. Según datos DBK, el número de empresas activas en dicha oferta estaría en entorno a 170, si bien otras fuentes sugieren que dicha cifra pudiera ser significativamente superior en atención al elevado grado de autoconsumo.

Según datos correspondientes al ejercicio 1999, del total de empresas productoras de piensos compuestos en España, tan sólo 19 tendrían una cuota de mercado superior al 1%, representando el 53% del mercado en su conjunto<sup>19</sup>.

Por lo que respecta a la situación de las partes en el mercado, una de las principales actividades de PROINSERGA es la fabricación de piensos compuestos para porcino. Dispone así de dos fábricas en Fuentepelayo (Segovia), con una capacidad de producción de [...] Tms/año. También, recientemente, el grupo ha adquirido PIENSOS DEL RÍO CARRIÓN, S.A. con una planta en Guardo (Palencia) que está previsto que se ponga en funcionamiento a finales de 2004, principios del 2005. Dicha fábrica tendría una capacidad teórica de aproximadamente [...] Tms al año.

Aproximadamente un [...] % de la producción de PROINSERGA se destina al consumo interno del grupo.

Por su parte, el Negocio PRIMAYOR cuenta con actividades de fabricación de piensos compuestos para ganado porcino y avícola, actividades que son llevadas a cabo por PRIMAYOR ANDALUCÍA, S.A. en su plantas de Motril y Jaén.

La totalidad de la producción de pienso para porcino producido por PRIMAYOR, que en el ejercicio 2003 ascendió a [...] Tms por un importe de [...] M. de euros, se destinó [...]. En avícola, a su vez, en dicho ejercicio la producción fue de [...] Tms, por un valor de [...] M. de euros, producción que fue destinada [...].

En el segmento correspondiente a ganado porcino, según estimaciones de la notificante, el primer operador sería el grupo catalán VALLS COMPANYY con una cuota a nivel nacional de aproximadamente un 7%.

## c) Estructura de la demanda, distribución y precios de los productos

La demanda de este mercado viene constituida por los ganaderos/cebadores de ganado, los cuales constituyen a su vez la oferta en el caso del mercado de la cría de ganado. A este

<sup>19</sup> Expediente C-61/01 del TDC.



respecto, la figura tradicional del distribuidor de piensos compuestos al que antes acudían los anteriores apenas actúa ya en el mercado nacional dada la creciente integración del sector.

Las fábricas se encuentran repartidas por todo el territorio nacional, si bien, dado el alto coste del transporte en relación con el valor del producto, la distribución se realiza mayoritariamente a nivel local. Apenas si existe comercio exterior en el sector, quedando prácticamente relegado a Cataluña con Francia y a Galicia con Portugal.

En cuanto a los precios de los piensos, éstos están ligados a los precios de los cereales, puesto que entre el [...] % del coste de producción corresponde a esta materia prima.

#### d) Competencia potencial – Barreras a la entrada

Como se ha indicado, el número de operadores presentes en el mercado es muy elevado. De entre los más relevantes se pueden mencionar a COOP. ORENSANAS (COREN), CARGILL ESPAÑA, S.A., CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A; GRUPO VALL COMPANYS, o NANTA, S.A.

La entrada en el mercado aparentemente no ofrece barreras significativas, si bien en la actualidad, habida cuenta del interés por parte de los grupos ganaderos más significativos en profundizar en su verticalización se está dando un doble fenómeno: la alianza entre operadores para entrar en piensos y la alianza entre ganaderos a gran escala y proveedores.

## VI.2 Mercado de la cría de ganado porcino

### a) Características y evolución

De acuerdo con datos del MAPYA<sup>20</sup>, la actividad ganadera aporta en torno a un 40% de la producción final agraria en España. En el pasado, se trataba de una actividad muy ligada a las condiciones climáticas y a la evolución de la demanda. En la actualidad, sin embargo, se observa un cambio en la tendencia debido a una mayor atención al aprovechamiento de los recursos pastables así como a los problemas sanitarios y medioambientales que en ocasiones plantea la explotación ganadera intensiva.

Consta en el siguiente cuadro el censo de ganadero de España por especies en el ejercicio 2000, con especial detalle en el caso del ganado porcino.

| CENSO GANADERO DE ESPAÑA 2000      |               |
|------------------------------------|---------------|
| Efectivos                          | Miles cabezas |
| Bovinos                            | 6.216         |
| Ovinos                             | 24.927        |
| Caprinos                           | 2.876         |
| Porcinos                           | 22.149        |
| Hembras reproductoras cubiertas*   | 2.249         |
| Hembras reproductoras no cubiertas | 192           |
| Aves                               | 42.000        |

\* Hembras reproductoras de más de 50 kilos de peso vivo.

Fuente: MAPYA.

<sup>20</sup> “Hechos y Cifras del Sector Agroalimentario y del Medio Rural Español”. “Censos y producciones ganaderas” (6ª edición. 2002. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación). [www.mapya.es](http://www.mapya.es)



## b) Estructura de la oferta.

La oferta está constituida por los operadores presentes en la cría o ceba de ganado, principalmente de abasto o destinado a su sacrificio.

De acuerdo con datos facilitados por la notificante, un 77% de las cerca de 69.000 explotaciones ganaderas en España son de carácter familiar (menos de 10 animales) orientadas al autoconsumo. Sin embargo, el 92% del censo ganadero está concentrado en explotaciones de tamaño medio-grande.

En todo caso, dentro del territorio nacional se detectan variaciones interregionales, con predominio de la pequeña explotación en la cornisa cantábrica, Baleares y Comunidad Valenciana y una mayor dimensión en Cataluña, Aragón, Castilla-León, Castilla-La Mancha, Navarra y Murcia.

Dentro del porcino, el tipo de explotaciones que más se adaptan a la demanda actual del mercado son las de ciclo cerrado. Es decir, aquéllas donde se obtienen los lechones que se engordan en otras naves de la misma explotación. Este tipo de explotaciones favorecen los cruces industriales, la trazabilidad del ganado, así como la seguridad sanitaria, previniendo la propagación de epizootias. La implantación de este tipo de explotaciones viene también propiciada porque las explotaciones porcinas se están alejando cada vez más de los núcleos urbanos.

Como se ha indicado, la trazabilidad implica el control integral de todo el proceso real, desde la granja hasta la mesa, lo cual incide no sólo en la seguridad alimentaria, sino también el control y gestión de los mercados. El sector porcino, al igual que el vacuno, cuenta con un sistema de identificación y registro del ganado<sup>21</sup>.

PROINSERGA, a través de las empresas de su grupo LA SENDERA y CASTILEÓN 2000, cría ganado porcino en tres granjas ubicadas en Guardo (Palencia) y una en Cabezuela (Segovia). Las cuatro crían al año [...] cerdos, los cuales son objeto de adquisición [...]. Por su parte, los socios ganaderos de INCOPORC crían porcino en Segovia en instalaciones de pequeño-mediano tamaño que posteriormente comercializa INCOPORC. En el 2003, INCOPORC habría producido aproximadamente [...] cerdos.

PRIMAYOR, a su vez, se encuentra presente en el mercado de la cría de ganado porcino mediante la celebración de contratos de integración con ganaderos ubicados en Aragón, Extremadura y Valencia ([...] cerdos año). También cuenta con granjas propias ubicadas [...] en Andalucía, con [...] madres y una producción anual de [...] cerdos.

La siguiente tabla muestra, de acuerdo con estimaciones de la notificante, la estructura del mercado español de cría de ganado porcino calculado en volumen (cabezas de ganado) y valor

---

<sup>21</sup> Los movimientos de porcinos entre explotaciones quedan registrados en el SIMOPORC (Sistema Nacional de Identificación y Registro de Movimientos de los Porcinos), aprobado mediante la Orden APA/3164/2002. Tal sistema contiene información básica sobre las explotaciones (localización, capacidad productiva, clasificación y restricciones al movimiento), su titular, capacidad máxima autorizada, censo disponible, datos de vacunaciones y controles sanitarios, etc.

durante los tres últimos ejercicios económicos:

| ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE CRÍA DE GANADO PORCINO<br>EN VOLUMEN (miles de Tms.) Y VALOR (M. de euros) |           |               |                 |               |                 |               |                 |
|--|-----------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Empresa  | Domicilio | 2001          |                 | 2002          |                 | 2003          |                 |
|  |           | Cuota Vol.    | Cuota Val.      | Cuota Vol.    | Cuota Val.      | Cuota Vol.    | Cuota Val.      |
| VALL COMPANYY  | Lérida    | [5-10]%       | [5-10]%         | [5-10]%       | [5-10]%         | [5-10]%       | [5-10]%         |
| PROINSERGA   | Segovia   | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| PRIMAYOR   | Madrid    | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| P. SEGRE   | Tarragona | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| P.A. GUISSONA  | Lérida    | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| P. BAUCELLS  | Barcelona | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| LERIDANA   | Lérida    | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| COPAGA   | Lérida    | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| UTECO  | Zaragoza  | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          | [0-5]%        | [0-5]%          |
| Otros  |           | [80-85]%      | [80-85]%        | [80-85]%      | [80-85]%        | [80-85]%      | [80-85]%        |
| <b>TOTALES*</b>  |           | <b>36.100</b> | <b>4.811,04</b> | <b>37.102</b> | <b>3.874,12</b> | <b>37.221</b> | <b>3.614,91</b> |

Fuente: Notificación. \* Se hace constar el tamaño del mercado en las magnitudes señaladas.

### VI.3 Mercados de la compra de ganado de abasto

#### a) Características y evolución

Como se ha indicado, si bien existe solapamiento entre adquirente y Negocio PRIMAYOR en compra de ganado porcino de abasto, también es objeto de adquisición por PROINSERGA la actividad de compra de bovino de dicho negocio, por lo que se analizará la compra de ganado de abasto porcino y vacuno.

El sector de la carne de porcino está regulado por una Organización Común de Mercado que, a diferencia de otras, cuenta con una gran flexibilidad, toda vez que no incluye precios garantizados ni primas directas. El precio de mercado es únicamente el resultado del juego de la oferta y la demanda. Así pues, esta organización liberal asigna una gran responsabilidad a los productores, que deciden por sí mismos el volumen de la producción y, así, el equilibrio del mercado. Dicha OCM comprende: un régimen de almacenamiento privado, un régimen de medidas excepcionales de apoyo del mercado en relación con las epizootias, medidas sociales, un régimen de intercambios comerciales con terceros países, y un régimen de almacenamiento privado<sup>22</sup>.

Según datos del MAPYA, sobre un total de 5.210.847 toneladas de carne sacrificadas en el ejercicio 2002, cerca de un 60% (aproximadamente tres millones de Tms.) se correspondería con el peso de ganado porcino, mientras que un 12,7% se correspondería con el bovino.

<sup>22</sup> www.mapya.es



Se aporta en el siguiente cuadro la composición del mercado nacional desglosada por Comunidades Autónomas en el año 2003:

| ESTRUCTURA DEL MERCADO NACIONAL DESGLOSADA POR CC.AA. |                       |            |          |
|---|-----------------------|------------|----------|
| CC.AA.  | Participación s/Total | Nº cabezas | M. euros |
| Cataluña  | 21,5%                 | 12.539.475 | 1.217,84 |
| Castilla-León   | 12,2%                 | 4.707.126  | 457,16   |
| Andalucía   | 8,3%                  | 3.202.389  | 311,02   |
| Murcia  | 6,7%                  | 2.585.061  | 251,06   |
| Castilla-La Mancha                                    | 6,7%                  | 2.585.061  | 251,06   |
| Aragón  | 6%                    | 2.314.980  | 224,83   |
| Valencia  | 4,7%                  | 1.826.091  | 176,18   |
| Otras   | 22,9%                 | 8.897.337  | 858,11   |
| TOTAL NACIONAL  | 100,0%                | 38.583.000 | 3.747,19 |

Fuente: Notificación

También existe la Organización Común de Mercado en el sector de la **carne de vacuno**<sup>23</sup>, de la que se destaca un régimen de intercambios comerciales con terceros países así como la concesión de primas a los ganaderos ya sean obtenidas gratuitamente como consecuencia de los repartos procedentes de las reservas nacionales, como adquiriendo los derechos a otro ganadero mediante una transferencia o una cesión temporal de derechos.

En el caso español, a diferencia de lo que ocurre en otros países comunitarios, el ganadero propietario de las vacas madre no suele realizar el cebo de los terneros producidos en su explotación. Normalmente, la venta de los terneros se realiza a los tratantes de ganado que actúan como intermediarios entre los ganaderos y los cebaderos. Dicha venta puede realizarse en la propia explotación o bien en las lonjas y ferias de ganado. En los cebaderos es donde se procede al engorde de los animales hasta su sacrificio. Los grandes cebaderos integrados, o bien cuentan con sus propios mataderos o suscriben acuerdos con terceros. En el caso de cebaderos pequeños o no integrados, se suele recurrir a los entradores que son las personas que se hacen cargo de llevar los animales al matadero.

Según datos del año 1999, última información disponible, en las Comunidades de Cataluña (20,3%), Madrid (14,3%), Castilla y León (13,6%) y Galicia (12,7%) se concentra el 61% de los sacrificios de vacuno en toneladas.

#### b) Estructura de la oferta.

La oferta del mercado viene constituida por todos aquellos operadores que ponen ganado vivo a disposición de los compradores de ganado de abasto, por lo que cabe remitirse al apartado anterior.

#### c) Estructura de la demanda

Consta en el siguiente cuadro, según datos facilitados por la notificante, la estructura del mercado español de **compra de ganado porcino de abasto** calculado en volumen (cabezas de

<sup>23</sup> Reglamento (CE) nº 1254/1999 del Consejo, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 806/2003.



ganado) y valor para los tres últimos ejercicios económicos:

| ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE COMPRA DE GANADO PORCINO PARA SACRIFICIO EN VOLUMEN (miles de Tms.) Y VALOR (M. de euros) |                |                |                |                |                |                |                |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Empresa   | Domicilio      | 2001           |                | 2002           |                | 2003           |                |
|   |                | Cuota Vol.     | Cuota Val.     | Cuota Vol.     | Cuota Val.     | Cuota Vol.     | Cuota Val.     |
| <b>PRIMAYOR</b>   | <b>Madrid</b>  | <b>[5-10]%</b> | <b>[5-10]%</b> | <b>[5-10]%</b> | <b>[5-10]%</b> | <b>[5-10]%</b> | <b>[5-10]%</b> |
| <b>PROINSERGA</b>   | <b>Segovia</b> | <b>[0-5]%</b>  | <b>[0-5]%</b>  | <b>[0-5]%</b>  | <b>[0-5]%</b>  | <b>[0-5]%</b>  | <b>[0-5]%</b>  |
| EL POZO   | Murcia         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| LE PORC GOURMET   | Barcelona      | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| INCARLOPSA  | Cuenca         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| EXFOSA  | Gerona         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| GUISSONA  | Lérida         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| PATEL   | Barcelona      | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| FRIGOLOURO  | La Coruña      | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| F. COSTA BRAVA  | Gerona         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         | [0-5]%         |
| Otros   |                | [70-75]%       | [70-75]%       | [70-75]%       | [70-75]%       | [70-75]%       | [70-75]%       |
| <b>TOTALES*</b>   |                | <b>36.364</b>  | <b>4.846,2</b> | <b>37.643</b>  | <b>3.930,6</b> | <b>38.583</b>  | <b>3.747,2</b> |

Fuente: Notificación. \* Consta el tamaño del mercado en miles de Tms y M. de euros, respectivamente

Al igual que en el caso de la oferta (cría), se observa en los últimos años un incremento en el número de cabezas que, sin embargo, se ha acompañado de una importante bajada de los precios.

PRIMAYOR, en cualquier caso, es el primer operador español con ocho mataderos y una sala de despiece en MERCAMADRID, cuyo volumen de cabezas sacrificadas se facilita en el siguiente cuadro. En cuanto a su capacidad productiva, los mataderos PRIMAYOR, al igual de los de otras empresas del sector funcionan al [...] %.

| MATADEROS NEGOCIO PRIMAYOR |                  |                         |
|----------------------------|------------------|-------------------------|
| Ubicación                  | Tipo de Ganado   | Nº cabezas sacrificadas |
| Lérida (Mollerusa)         | Porcino          | [...]                   |
|                            | Vacuno           | [...]                   |
| Calamocha (Teruel)         | Porcino          | [...]                   |
|                            | Vacuno           | [...]                   |
|                            | Ovino (residual) | [...]                   |
| Zaragoza                   | Porcino          | [...]                   |
| Tavernes (Murcia)          | Porcino          | [...]                   |
| Albacete                   | Porcino          | [...]                   |
|                            | Vacuno           | [...]                   |
|                            | Ovino            | [...]                   |
| Jaén                       | Porcino          | [...]                   |
| Burgos                     | Porcino          | [...]                   |

Por su parte, PROINSERGA cuenta con dos mataderos:

| MATADEROS PROINSERGA |                |           |                         |
|----------------------|----------------|-----------|-------------------------|
| Ubicación            | Tipo de Ganado | Capacidad | Nº cabezas sacrificadas |
| Segovia              | Porcino        | [...]     | [...]                   |
| Málaga               | Porcino        | [...]     | [...]                   |

Fuente: Notificación

Como puede observarse, existe coincidencia en cuanto área geográfica de influencia entre las distintas instalaciones de adquirente y negocio por adquirir en las CC.AA. de Andalucía y Castilla-León.

La notificante ha facilitado las siguientes estimaciones en relación con las cuotas de las partícipes, en valor y volumen, por CC.AA.:

| PRESENCIA DE PROINSERGA Y PRIMAYOR EN EL MERCADO ESPAÑOL DE LA COMPRA DE GANADO PORCINO DE ABASTO POR CC.AA. |                     |            |                |                  |               |
|--|---------------------|------------|----------------|------------------|---------------|
| CC.AA.   | TOTAL<br>Nº cabezas | PROINSERGA |                | Negocio PRIMAYOR |               |
|  |                     | Nº cabezas | Cuota          | Nº cabezas       | Cuota         |
| Cataluña   | 12.539.475          | [...]      | [0-5]%         | 0                | 0,0%          |
| <b>Castilla-León</b>   | 4.707.126           | [...]      | <b>[5-10]%</b> | [...]            | <b>[0-5]%</b> |
| <b>Andalucía</b>   | 3.202.389           | [...]      | <b>[5-10]%</b> | [...]            | <b>5-10]%</b> |
| Murcia   | 2.585.061           | [...]      | [10-15]%       | 0                | 0,0%          |
| Castilla-La Mancha   | 2.585.061           | [...]      | [5-10]%        | 0                | 0,0%          |
| Aragón   | 2.314.980           | [...]      | [20-25]%       | 0                | 0,0%          |
| Valencia   | 1.826.091           | [...]      | [15-20]%       | 0                | 0,0%          |
| Otras  | 8.897.337           | 0          | 0,0%           | 0                | 0,0%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>38.583.000</b>   | [...]      | <b>5-10%</b>   | [...]            | <b>[0-5]%</b> |

Fuente: Notificación.

En cuanto a la compra de vacuno de abasto, sólo el negocio por adquirir se encuentra presente en dicho mercado. De acuerdo con los datos facilitados por la notificante, en el ejercicio 2003 se sacrificaron aproximadamente [...] ejemplares en las instalaciones de PRIMAYOR. Los diez mataderos más grandes presentan una cuota conjunta de producción del 30% del total, mientras que los 30 primeros superan el 50% de toda la producción cárnica española<sup>24</sup>.

Casi un 22% de los mataderos se encuentran radicados en Cataluña, Castilla y León (16%), Galicia (12,5%) y Madrid (9%).

#### d) Distribución y precios de los productos

El mercado que proporciona los índices de referencia de precios en porcino es la Lonja de MERCOLLEIDA. De acuerdo con la información facilitada por la notificante, el precio medio de mercado de cerdo vivo en dicha lonja no ha sufrido variaciones importantes en los últimos tres años, tras haber experimentado en 2001 un pico histórico (con 1,294 euros/kg, frente a los 0,954 euros/kg de 2003). De acuerdo con la misma fuente, el mercado es cíclico (dos años), por lo que se prevé para el 2004 un ligero incremento. No obstante, como ya se ha señalado, de la información aportada se desprende una caída del precio en los últimos años.

<sup>24</sup> Fuente: "Alimentación en España. 2003", página 210. MERCASA.



PRIMAYOR destina [...] (ganado sacrificado en sus instalaciones) al autoconsumo, si bien precisa comprar más ganado a terceros ya que su producción [...]. Con carácter excepcional, presta servicio de mataderos a terceros ajenos al grupo.

En cuanto a PROINSERGA, destina el ganado que crían sus socios y que venden a INCOPORC [...]. Por otra parte, el ganado que crían en las granjas de las sociedades del grupo (LA SENDERA y CASTILEÓN) [...].

## **VI.4 Mercados de la comercialización de carne fresca.**

### **a) Características y evolución**

Según estimaciones del MAPYA, las carnes en general alcanzaron en 2002 un valor de 9.888 M. de euros, equivalentes al 76% aproximadamente del valor de la producción animal y al 28% de la producción total de la Rama Agraria, cifras inferiores a las del ejercicio anterior debido al descenso de precios de las carnes<sup>25</sup>.

La evolución en nuestro país de la producción de carne está condicionada por la evolución del consumo y la demanda cárnica en su conjunto, producción que ha descendido en carne de vacuno, mientras que en porcino el incremento es continuado.

La expansión del porcino ha sido calificada como espectacular duplicándose la producción en estos doce últimos años, con cifras históricas en cuanto a los intercambios comerciales.

Se trata de mercados cuya oferta es la demanda del mercado de la compra de ganado de abasto anteriormente analizado y en los que, por lo que respecta al circuito general de comercialización de la carne, operan numerosos agentes económicos. Así, sin ánimo de ser exhaustivo, operan: ganaderos (independientes, integrados y cooperativas); mercados de origen; ferias; mataderos y salas de despiece (integrados o libres); tratantes, entradores, etc.; distribuidores mayoristas (independientes o asociados); mercados de carnes en la red de MERCAS; grandes cadenas de distribución con instalaciones propias; carniceros tradicionales; industrias cárnicas, etc.<sup>26</sup>.

Las autoridades tanto nacionales como comunitarias de defensa de la competencia han diferenciado mercados, no sólo en atención al tipo de carne (vacuno, porcino, aves, etc.), sino también en cuanto a su demanda y canal de distribución del producto en sí, llegando a la conclusión de que, tal y como se ha definido anteriormente, existe un mercado del suministro de carne fresca destinada a la industria transformadora diferenciado del mercado de carne fresca destinada a su consumo directo.

A su vez, dentro de este último, se diferencian: el mercado del suministro de carne fresca a carnicerías (canal tradicional); el mercado del suministro a supermercados, cadenas de alimentación y grandes superficies (canal distribución comercial moderna); y mercado de suministro a establecimientos HORECA e instituciones (canal HORECA).

La notificante ha facilitado el siguiente cuadro en el que se refleja la distribución de la venta de carne fresca de porcino.

<sup>25</sup> "Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo. 2003", MERCASA.

<sup>26</sup> "Comercialización de la Carne". Colección Estudios 45 (1990). Ministerio de Industria Comercio y Turismo.



| TAMAÑO MERCADO ESPAÑOL VENTA DE CARNE FRESCA DE PORCINO |                        |                |                |                     |                |                |
|---|------------------------|----------------|----------------|---------------------|----------------|----------------|
| Mercados  | Volumen (miles de Tms) |                |                | Valor (M. de euros) |                |                |
|   | 2001                   | 2002           | 2003           | 2001                | 2002           | 2003           |
| Industria transformadora                                | 2.460                  | 2.551          | 2.572          | 4.044               | 3.125          | 2.934          |
| <b>Consumo directo</b>                                  | 534,5                  | 555,8          | 572,5          | 801,7               | 806,0          | 812,9          |
| Canal tradicional                                       | 308,7                  | 312,7          | 313,5          | 460,0               | 453,3          | 445,1          |
| Canal distribución moderna                              | 102,9                  | 109,8          | 115,9          | 154,3               | 159,3          | 164,6          |
| Canal HORECA  | 112,9                  | 133,4          | 143,1          | 184,4               | 193,4          | 203,2          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>2.994,5</b>         | <b>3.106,8</b> | <b>3.144,5</b> | <b>4.845,7</b>      | <b>3.930,9</b> | <b>3.746,9</b> |

## b) Estructura de la oferta.

En estos mercados la oferta está constituida por aquellos operadores que ponen canales o piezas a disposición de la industria transformadora u otros agentes como mayoristas, distribuidores, etc.

La notificante ha facilitado la siguiente información referente a la presencia de PROINSERGA y Negocio PRIMAYOR en cada uno de los mercados de carne fresca de porcino identificados.

| PRESENCIA DE PRIMAYOR EN VENTA DE CARNE FRESCA DE PORCINO |                        |          |          |                     |          |          |
|---|------------------------|----------|----------|---------------------|----------|----------|
|   | Volumen (miles de Tms) |          |          | Valor (M. de euros) |          |          |
|   | 2001                   | 2002     | 2003     | 2001                | 2002     | 2003     |
| Industria transformadora                                  | [0-5]%                 | [5-10]%  | [5-10]%  | [0-5]%              | [5-10]%  | [5-10]%  |
| Venta para consumo directo                                | [5-10]%                | [5-10]%  | [5-10]%  | [10-15]%            | [10-15]% | [10-15]% |
| Canal tradicional   | [5-10]%                | [5-10]%  | [5-10]%  | [10-15]%            | [10-15]% | [10-15]% |
| Canal distribución moderna                                | [10-15]%               | [10-15]% | [10-15]% | [15-20]%            | [15-20]% | [20-25]% |
| Canal HORECA  | [0-5]%                 | [0-5]%   | [0-5]%   | [0-5]%              | [0-5]%   | [0-5]%   |

| PRESENCIA DE PROINSERGA EN VENTA DE CARNE FRESCA DE PORCINO |                        |        |        |                     |        |        |
|---|------------------------|--------|--------|---------------------|--------|--------|
|   | Volumen (miles de Tms) |        |        | Valor (M. de euros) |        |        |
|   | 2001                   | 2002   | 2003   | 2001                | 2002   | 2003   |
| Industria transformadora                                    | [0-5]%                 | [0-5]% | [0-5]% | [0-5]%              | [0-5]% | [0-5]% |
| Venta para consumo directo                                  | [0-5]%                 | [0-5]% | [0-5]% | [0-5]%              | [0-5]% | [0-5]% |
| Canal tradicional   | [0-5]%                 | [0-5]% | [0-5]% | [0-5]%              | [0-5]% | [0-5]% |
| Canal distribución moderna                                  | [0-5]%                 | [0-5]% | [0-5]% | [0-5]%              | [0-5]% | [0-5]% |
| Canal HORECA  | [0-5]%                 | [0-5]% | [0-5]% | [0-5]%              | [0-5]% | [0-5]% |

En cuanto a la presencia de otros operadores en dichos mercados es complicado disponer de datos cuanto menos en consumo directo. En cualquier caso, según Alimarket, las diez principales empresas y grupos productores de carne de porcino en toneladas en el ejercicio 2002, serían:



| PRINCIPALES EMPRESAS Y GRUPOS PRODUCTORES DE CARNE DE PORCINO DATOS 2002 |            |           |
|--|------------|-----------|
| Empresa/grupo  | Actividad* | Toneladas |
| PRIMAYOR ALIMENTACIÓN, S.L.  | MSD        | 207.358   |
| EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.   | MSD        | 131.000   |
| GRUPO BATALLE-JUIA   | SD         | 98.541    |
| GRUPO FRIGOTER-FRIDASA   | MSD        | 87.726    |
| GRUPO VALL COMPANYYS-FRIMANCHA   | MSD        | 84.496    |
| JORGE, S.A. (GRUPO FDO. SAMPER)  | SD         | 84.403    |
| FABRICA, MATADERO Y DESPIECE, S.A.                                       | MSD        | 65.764    |
| CÁRNICAS TONI-JOSEF, S.A.  | SD         | 65.000    |
| IND. CARN. LORIENTE PIQUERAS, S.A.                                       | MSD        | 60.000    |
| COOP. AGROPEC. GUISSONA  | MSD        | 56.539    |

\* MSD: empresa con matadero y sala de despiece; SD: sala de despiece con participación directa o vinculación empresarial con uno o varios mataderos.

Fuente: Alimarket: "Carne de Porcino: CAMPOFRÍO asume su liderazgo". (01/04/2003).

### c) Estructura de la demanda, distribución y precios de los productos

La producción española de elaborados a base de porcino tiene una especial relevancia en el sector cárnico ya que en su mayor parte la carne se comercializa tras ser sometida a algún tipo de transformación, ya sea como productos curados, cocidos o los denominados productos a base de carne. De ahí la relevancia de la demanda industrial.

De acuerdo con los datos facilitados por la notificante, un 78% en valor (82% en volumen) de la producción de carne fresca va destinada a la industria, mientras que el 18% restante, en valor, se destina a su consumo directo. En particular: canal tradicional (12%), distribución moderna (4%) y canal HORECA (5%).

Formaría parte de la demanda industrial un amplio colectivo de empresas transformadoras, tanto grupos integrados como pequeñas o medianas empresas de carácter regional o local aunque muy competitivas.

De acuerdo con varias fuentes a las que este Servicio ha tenido acceso, los principales grupos cárnicos españoles por ventas globales serían: CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A., la vendedora en el caso que nos ocupa, CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.; EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.; CASA TARRADELLAS, S.A.; COOPERATIVA GANADERA VALLE DE LOS PEDROCHES; e INDUSTRIAS CÁRNICAS LORIENTE PIQUERAS, S.A.

ALRESA es la única sociedad de PROINSERGA presente en el mercado de la fabricación y comercialización de productos cárnicos elaborados, es decir, aguas abajo del mercado de la carne fresca tanto de vacuno, como, principalmente, de porcino. Su marca más conocida es "El Acueducto", productos fundamentalmente derivados del cerdo curados (chorizos, salchichón, etc.) y cocidos (salchichas, jamón cocido, bacon, etc.) y embutidos de pavo. Igualmente fabrica productos refrigerados, platos preparados y conservas.

Partiendo de la base de que su producción total en el año 2003 ha sido de 8.729 toneladas de productos cárnicos elaborados ([...] % curados; [...] % cocidos), sobre un total estimado de [...] toneladas anuales, la cuota de ALRESA sería del [0-5] % ([0-5] % curados; [0-5] % cocidos) del mercado nacional de elaborados cárnicos.

Por lo que respecta al consumo directo, en España se consumen al año entre 60 y 70 kilos de carnes y productos cárnicos por persona. De esa cantidad, alrededor del 80% se corresponde con el consumo que se realiza en los hogares y el resto con el efectuado en establecimientos HORECA e instituciones (colegios, prisiones, etc.)

Los consumos más elevados de carnes y productos cárnicos se registran en Castilla y León, seguida de cerca por Navarra y La Rioja. En el extremo opuesto se encuentran las CC.AA. de Andalucía, Murcia y Canarias. Los consumos más altos de carne de cerdo fresca se registran en Castilla y León, Galicia y Extremadura. Los más bajos en Madrid, Murcia y Canarias.

Atendiendo a los diferentes tipos de carnes, aproximadamente un 27% de los consumos corresponde a carne de pollo, un 24% a carnes transformadas, un 22% a carne de cerdo fresca, un 12% a carne de vacuno, un 5% a carne de ovino y caprino, un 3% a carne de conejo, un 2% a despojos cárnicos, otro 4% a otras carnes frescas y un 2% a carnes congeladas<sup>27</sup>.

El consumo familiar acude principalmente al canal tradicional, si bien en carne de porcino fresco es mayor la presencia del canal de distribución moderno. Por su parte, la restauración y hostelería se proveen principalmente de distribuidores y mayoristas.

#### **d) Barreras a la entrada**

Existe un exceso de capacidad tanto a nivel de los productores individuales como industrial, lo que provoca una cierta vocación exportadora. Los movimientos transfronterizos entre países de la Unión Europea no son extraños al sector toda vez que no existen limitaciones de tipo arancelario, ni tampoco derivadas de exigencias o controles legales o administrativos especiales ya que el régimen que regula este sector es homogéneo a nivel de la Unión.

Es más, existen, según indica la notificante, una serie de acuerdos comerciales con terceros países a fin de permitir el acceso al mercado comunitario de productos procedentes de los mismos en condiciones más favorables. Igualmente, existen contingentes de importación de animales vivos procedentes de los PECO principalmente, así como acuerdos para la importación de carne congelada de alta calidad procedentes de América del Sur, Estados Unidos, Canadá, Australia, etc.

La creación de una red de distribución, según indica la notificante, no supone una barrera de entrada significativa ya que la mayor parte de las empresas que no cuentan con una estructura vertical integrada contratan con terceros la distribución de sus productos sin que ello suponga un coste difícil de asumir, puesto que incluso los propios mataderos acostumbran a facilitar servicios de almacenamiento y carga a los productores.

## **VI.5 ASPECTOS VERTICALES**

Como ya se ha indicado, el sector industrial cárnico en los últimos años ha registrado, especialmente en porcino, una importante transformación estructural hacia grupos integrados verticalmente. Esta tendencia, según indica la notificante, es considerada como una recomendación estratégica del MAPA en su Libro Blanco al objeto de poder lograr una mayor competitividad de la industria cárnica española en mercados exteriores.

Dicha integración no sólo supone un mayor ahorro en costes y generación de sinergias sino que, como indica la notificante, favorece la trazabilidad de los productos cárnicos desde el

<sup>27 27</sup> "Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo. 2003", MERCASA.



nacimiento del animal hasta el consumo del producto cárnico elaborado, o no, por parte del consumidor final.

Este proceso integrador en ocasiones ha sido impulsado por los fabricantes de piensos, aunque también se han registrado experiencias favorecidas por el cooperativismo de los productores, o por las propias industrias transformadoras con el fin de obtener el suministro continuado de carnes de calidad.

Con independencia de este fenómeno integrador, no es ajeno al sector la conclusión de acuerdos de cooperación horizontal y/o vertical entre las empresas o la participación en común en proyectos bajo la forma de empresas.

Podrían señalarse muchos supuestos relativos a grupos o empresas cárnicas organizadas verticalmente, pues cada vez más explotaciones ganaderas, además de controlar el abastecimiento de piensos, apuestan por sacrificar y despiezar sus cerdos, y más cárnicas, ya sea de productos frescos o elaborados, apuestan por controlar su abastecimiento de materia prima<sup>28</sup>.

Por ejemplo, por lo que a PROINSERGA se refiere, baste con acceder a la estructura de propiedad de empresas del grupo como: EL CERDO SEGOVIANO, S.L.; CERDO DEL SUR; LA SENDERA, S.L.; PIG CHAMP PRO EUROPA, S.A.; COMPAÑÍA CANARIA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS, S.A.

En cuanto al negocio por adquirir, PRIMAYOR GANADERÍA, S.A. en la actualidad es una *joint venture* participada al 50% por CAMPOFRÍO y el grupo de origen holandés NUTRECO, a través de su filial NANTA, S.A.

Por su parte, cabe mencionar los acuerdos de verticalización suscritos por PRIMAYOR con [...].

[...].

[...].

Por último, también PRIMAYOR tiene suscritos acuerdos de integración, en virtud de los cuales alquila granjas y proporciona pienso, ganado y genética a los ganaderos que se ocupan de engordar los cerdos que posteriormente sacrifica en virtud del acuerdo con el ganadero.

Dichos contratos y acuerdos de integración suscritos por PRIMAYOR forman parte de lo adquirido por PROINSERGA.

Por lo que respecta al 50% en PRIMAYOR GANADERÍA, S.A., las circunstancias, como se ha indicado, son distintas toda vez que no se ha alcanzado aún un acuerdo con NANTA, S.A.

Finalmente, cabe mencionar que las partes tienen previsto firmar un “Contrato de suministro” de productos cárnicos para el territorio de [...] en virtud del cual INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, S.L. recibirá [...] para CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. en los suministros de carne de vacuno y porcino no ibérico. Los términos de dicho contrato constan en el apartado II.1 del presente informe. Asimismo, PRIMAYOR concederá a INDUSTRIAS CÁRNICAS REVILLA, una licencia sobre la marca “Primayor”.

<sup>28</sup> Alimarket: “Carne de Porcino: Campofrío asume su liderazgo”. (01/04/2003).



## VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

El principal efecto de la adquisición del negocio de productos cárnicos frescos de CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A. por el Grupo PROINSERGA es el refuerzo de este último como segundo operador en el sector ganadero nacional, especialmente en las primeras fases de la producción de porcino.

En particular, PROINSERGA pasará a ser el primer operador en los mercados de compra de ganado de abasto y de venta de productos cárnicos frescos, singularmente en porcino. No obstante, la adición de cuota derivada de la concentración no es sustantiva.

Así, en compra de ganado porcino de abasto (incluyendo los mercados de matadero y despique), tras la operación PROINSERGA pasará a detentar una cuota aproximada del [5-10]% a nivel nacional, seguida de EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A., la cual detenta cerca de un [0-5]%.

Considerando mercados geográficos más limitados, la participación de PROINSERGA ya era relevante en la Comunidad de Aragón con una cuota del [20-25]%. Tras la operación verá reforzada su posición en las Comunidades Autónomas de Castilla y León (con una cuota resultante del [10-15]% en volumen), y de Andalucía ([15-20]%).

No obstante, tales cuotas resultantes no son especialmente altas y se trata de áreas geográficas en las que se encuentran numerosos competidores, en general integrados verticalmente con la propia actividad de cría de ganado.

En relación con la venta de carne fresca de porcino, como se ha indicado, PROINSERGA se sitúa como primer operador, tanto en suministro a procesadores industriales, con una cuota cercana al [5-10]%, como en la venta para consumo final, con una cuota del [10-15]%. La participación más relevante se alcanza en el mercado de la venta al canal de la distribución moderna, en el que pasará a detentar un [20-25]% de cuota del mercado nacional. En cuanto al consumo directo a través del canal tradicional, la posición alcanzada será cercana al [15-20]%

A este respecto, es importante tener en cuenta que las cuotas de PROINSERGA en la totalidad de estos mercados eran inferiores al [0-5]%

Aunque la operación supone una adición de cuota en otros mercados tales como elaboración de piensos y cría de ganado porcino, la posición resultante es muy limitada y se trata de mercados caracterizados por la presencia de un elevado número de operadores (de hecho, el líder en la cría de ganado porcino sería VALL COMPANY con una cuota del 7,5% según datos de la notificante).

Se trata de mercados en los que actúan numerosos operadores con un poder competitivo comparable al de PROINSERGA y en los que la demanda tiene relativo poder de negociación, especialmente en el caso de la distribución moderna.

Desde una perspectiva general, PROINSERGA ya era un grupo ganadero integrado, si bien, como consecuencia de la operación, adquiere una mayor capacidad productiva con los mataderos de CAMPOFRÍO, presentes en un mayor número de áreas geográficas. Ello, a su vez, refuerza la posibilidad de incrementar las ventas de productos cárnicos frescos desde la base de un área geográfica de influencia más amplia y completa en el territorio nacional. Esta circunstancia es muy interesante para un operador que quiera acceder a una mejor posición negociadora ante la distribución moderna que compra a nivel nacional.



Finalmente, cabe señalar que, en todo caso, la configuración de la división de cárnicos frescos objeto de enajenación dentro del Grupo CAMPOFRÍO es reciente, pues obedece a la incorporación en el 2000 de los activos adquiridos de OMSA ALIMENTACIÓN<sup>29</sup>. De ahí que la operación notificada pueda valorarse como una disminución en el grado de integración vertical del primer operador de la industria cárnica en España por volumen de ventas, CAMPOFRÍO, que se centrará a partir de ahora en el ámbito de los derivados cárnicos.

En atención a las consideraciones anteriores, no cabe esperar que la operación resulte en un deterioro de la competencia efectiva en los mercados analizados.

## VIII. PROPUESTA

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

---

<sup>29</sup> Operación de concentración autorizada el 3/5/2000 en primera fase (Exp.: N-062 CAMPOFRÍO/ OMSA).