

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C 63/01**

NOTIFICANTE:

NUTRECO ESPAÑA, S.A.

OBJETO:

ADQUISICIÓN POR PARTE DE NUTRECO ESPAÑA, S.A. DEL CONTROL Y LA TITULARIDAD DEL 100% DE AGROVIC ALIMENTACIÓN, S.A.

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES.....	4
1.1. Notificación de la operación de concentración.....	4
1.2. Remisión del expediente.....	4
1.3. Actuaciones del Tribunal.....	5
1.4. Confidencialidad	6
1.5. Alegaciones de terceros	6
2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN.....	7
2.1. Descripción de la operación.....	7
2.2. Aplicación del derecho de la Competencia.....	7
3. PARTES INTERVINIENTES.....	8
3.1. Sociedad Adquiriente: NUTRECO ESPAÑA S.A.	8
3.2. Sociedad Adquirida: AGROVIC ALIMENTACIÓN, S.A.....	10
4. DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	12
4.1. Antecedentes.....	12
4.2. El sector de las granjas avícolas.....	13
4.2.1. Estructura de la oferta.....	15
4.2.2. Consumo	17
4.2.3. Distribución.....	18
4.2.4. Comercio exterior	19
4.2.5. Precios.....	19
4.3. El sector de los piensos compuestos.....	22
4.3.1. Estructura de la oferta.....	23
4.3.2. Consumo	24
4.3.3. Distribución.....	25
4.3.4. Comercio exterior	26
4.3.5. Precios.....	26
4.4. El sector de correctores de piensos.....	27
4.4.1. Estructura de la oferta.....	27
4.5. Delimitación del mercado relevante.....	28
4.5.1. Mercado de producto.....	29
4.5.2. Mercados geográficos.....	31
4.6. Evolución reciente del sector.....	32
4.7. Estructura resultante del sector.....	33
5. EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EFECTIVA EN EL MERCADO.....	36
5.1. Posibilidades de elección de proveedores y clientes	36
5.2. Poder económico y financiero de las empresas.....	37
5.3. Evolución de la oferta y la demanda.....	37
5.4. Barreras de entrada	37

6. EFECTOS COMPENSATORIOS DE LAS RESTRICCIONES A LA COMPETENCIA	38
7. RESUMEN Y CONCLUSIONES	39
DICTAMEN	41

1. ANTECEDENTES

1.1. Notificación de la operación de concentración.

Con fecha 22 de enero 2001 tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante el Servicio) la notificación de la operación de concentración económica consistente en la toma de control por parte de la empresa NUTRECO ESPAÑA, S.A. (NUTRECO) de la sociedad AGROVIC ALIMENTACIÓN, S.A. (AGROVIC).

La notificación realizada por NUTRECO se lleva a cabo según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), modificada por el Real Decreto-Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia, que otorga el carácter de notificación obligatoria a todas aquellas operaciones de concentración que reúnen los requisitos reglados en dicha norma. Así pues, la legislación aplicable a la presente operación es la LDC, el Real Decreto Ley 7/1996, de 7 de junio, sobre Medidas Urgentes de Carácter Fiscal y de Fomento y Liberalización de la Actividad Económica, el Real Decreto Ley 6/1999 y el Real Decreto 1080/1992, de 11 de septiembre, sobre el procedimiento a seguir por los órganos de defensa de la competencia en concentraciones económicas y la forma y contenido de su notificación voluntaria.

1.2. Remisión del expediente

El día 16 de febrero de 2001 el Secretario General de Política Económica y Defensa de la Competencia, por orden del Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía, remitió el expediente referenciado como N-138 sobre la operación de concentración objeto del presente informe, a los efectos de lo previsto en el artículo 15.bis de la LDC.

Dicho expediente tuvo entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante el Tribunal) el mismo día 16 de febrero de 2001, siendo referenciado como expediente C63/01 NUTRECO/AGROVIC.

Según el artículo 16 de la citada LDC, modificada por el Real Decreto Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, el Tribunal deberá emitir su dictamen sobre la operación antes de dos meses, por lo que éste deberá ser aprobado en el Pleno del Tribunal antes del 16 de abril de 2000.

1.3. Actuaciones del Tribunal

Tras la recepción del expediente, el Presidente del Tribunal, de acuerdo con el art. 12 del Real Decreto 1080/1992, procedió al nombramiento de una Comisión con el encargo de elaborar la ponencia que posteriormente serviría de base al informe del Tribunal. La Comisión se formó con la Vocal del Tribunal Sra. D^a. María Jesús Muriel, estando asistida por la Subdirectora General de Informes sobre Concentraciones, Adquisiciones y Ayudas Públicas del Tribunal, D^o Pilar Sánchez Núñez, en calidad de Secretaria de la Comisión.

La Comisión tras analizar la información contenida en el expediente, redactó, sobre la base del art. 12.2.c del Real Decreto 1080/1992, una Nota Sucinta que, tras ser puesta en conocimiento del notificante y manifestada por éste su conformidad con el contenido de la misma, fue remitida a los posibles interesados. Se consideró que los afectados por esta operación podrían ser los competidores de las empresas notificantes, los proveedores y los clientes de las mismas.

Con el fin de informar al mayor número posible de ganaderos la Nota Sucinta se envió a las organizaciones agrarias Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Unión de Pequeños Agricultores (UPA), Confederación Nacional de Agricultores y Ganaderos Jóvenes (ASAJA), Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAЕ), a las Asociaciones de Productores de Premezclas y Correctores, a la Confederación Española de Piensos Compuestos, a la Asociación Nacional de Productores de Pollos y a la Organización Interprofesional de la Agricultura de Carne de Pollo del Reino de España. Con respecto a las empresas competidoras de la notificante, la Nota Sucinta se remitió a más de 20 empresas. También se envió a las principales empresas clientes de NUTRECO y de AGROVIC, así como a diversos proveedores de las mismas.

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

1.4. Confidencialidad

La empresa notificante ha solicitado la confidencialidad sobre ventas anuales en unidades físicas de sus diferentes productos, así como las listas de clientes y proveedores y los acuerdos de compraventa. El Tribunal, en su reunión plenaria del día 20 de marzo decidió resolver favorablemente la mencionada petición, procediendo a segregar del expediente los datos confidenciales y formando con ellos pieza separada.

1.5. Alegaciones de terceros

Se han recibido un total de cinco respuestas a la Nota Sucinta enviada por el Tribunal, tres de ellas de empresas presentes en alguno de los mercados afectados y que no han planteado objeciones a la operación de concentración, la respuesta de la asociación PROPOLLO manifestando su conformidad y la de sus asociados con el proyecto de concentración y por último una serie de alegaciones por parte de DOUX IBERICA, S.A. y de AVÍCOLA DE GALICIA, S.A. junto con su solicitud de ser declaradas partes interesadas.

Sobre la solicitud de parte interesada el Tribunal resolvió favorablemente en su reunión plenaria de 20 de marzo, teniendo por tanto DOUX IBERICA, S.A. y AVÍCOLA DE GALICIA la condición de interesados en el expediente C63/01 NUTRECO/AGROVIC.

De las alegaciones presentadas conjuntamente por las dos empresas interesadas, dos son especialmente relevantes desde el punto de vista de la competencia. La primera de ellas arroja ciertas dudas sobre la verosimilitud de las cuotas de mercado aportadas por los notificantes en el curso del expediente. La segunda se refiere al mecanismo de fijación de precios por el pollo vivo que está establecido en la Lonja Agropecuaria del Ebro (o de Zaragoza), mecanismo mediante el cual, tras la operación de concentración de NUTRECO y AGROVIC, el grupo resultante “tendrá una capacidad de decisión casi definitiva en la fijación semanal del precio del pollo blanco vivo”.

Esta situación de capacidad para fijar el precio mencionado, junto con el hecho de que la empresa resultante de la operación de concentración tendrá el “cuasi monopolio en el mercado de venta de pollos a las grandes superficies”, hará que, según manifiestan estos interesados, el grupo resultante de la operación mantenga precios del pollo bajos, “incluso inferior al que el mercado pudiese determinar, lo que a corto o medio plazo podría originar la desaparición de algunos o todos sus competidores.

Una última cuestión que ponen de manifiesto los interesados en sus alegaciones es el efecto que la concentración va a tener sobre las organizaciones interprofesionales, en concreto sobre PROPOLLO y sobre ANPP, ya que en estas entidades se produciría una mayoría absoluta de la entidad resultante, de forma que dejaran de cumplir las funciones que habitualmente venían realizando.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

2.1. Descripción de la operación

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de NUTRECO del 100% del capital social de AGROVIC.

La operación se llevará a cabo en los términos y condiciones del Acuerdo de Intenciones firmado el 20 de diciembre de 2000 por las empresas afectadas, mediante la adquisición por parte de NUTRECO, o de cualquiera de las sociedades de su Grupo que ésta designe, de la totalidad de las acciones representativas del 100% del capital social de AGROVIC, en cuanto que sociedad dominante de su grupo de empresas. Sea cual sea la instrumentalización que se aplique, ésta llevará en todo caso a una situación según la cual el control y la titularidad del 100% del GRUPO AGROVIC pertenecerá a NUTRECO.

2.2. Aplicación del derecho de la Competencia

La primera cuestión a plantearse es la de si la presente operación cumple los requisitos para ser analizada por las autoridades nacionales de competencia o, por el contrario, le es de aplicación el Reglamento (CEE) n1 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entres empresas, modificado por el Reglamento CEE n1 1310/97. Dado el volumen de facturación de las empresas participantes y su ámbito geográfico no se cumplen los requisitos previstos en el apartado 2 y 3 del artículo 1 del citado Reglamento, y, por tanto, puesto que la cifra de ventas global en España del conjunto de la empresas participes en la operación supera los 240,4 millones de euros (40.000 millones de pesetas) establecidas en el artículo 14.b) de la LCD, la operación es objeto de notificación obligatoria ante las autoridades de competencia nacionales.

3. PARTES INTERVINIENTES

3.1. Sociedad Adquiriente: NUTRECO ESPAÑA S.A.

NUTRECO es una sociedad unipersonal que se encuentra domiciliada en Tres Cantos, Ronda de Poniente, 9, Madrid, y cuyo único accionista es NUTRECO FRANCE, S.A., sociedad anónima francesa, integrada en el Grupo Holandés NUTRECO HOLDING N.V.

El objeto social de NUTRECO es la participación en sociedades y entidades jurídicas, así como la administración de empresas y compañías, cuyos objetos sociales estén relacionados con la fabricación y comercialización de productos destinados a la explotación ganadera y/o la alimentación humana; en la comercialización nacional o internacional de productos destinados a la ganadería, en la prestación de servicios de asesoría y defensa jurídica, fiscal y laboral y de servicios financieros, informáticos, de auditoría y de normalización contable, y en la explotación de bienes muebles e inmuebles.

Las empresas que participan en este grupo que encabeza NUTRECO (GRUPO NUTRECO) operan en el sector agroalimentario, llevando a cabo actividades como la fabricación y comercialización de pienso compuesto para alimentación animal, la fabricación y comercialización de correctores para piensos compuestos, las explotaciones ganaderas avícolas, de porcino e incubación y los mataderos de aves.

Estas empresas son:

- EURIBRID ESPAÑA S.A., domiciliada en Muras (Lugo), dedicada a la explotación porcina y en la que el 93,37% del capital es de NUTRECO.
- FARMO-O.SAN P.V., S.A. domiciliada en Tres Cantos, (Madrid), dedicada a la fabricación de productos zoonosanitarios y con una participación indirecta de NUTRECO del 100%.
- GRUPO SADA P.A.S.A. domiciliada en Tres Cantos, (Madrid), dedicada a los mataderos de aves y con una participación indirecta de NUTRECO del 100%.
- NANTA, S.A. domiciliada en Tres Cantos, (Madrid), dedicada a la coordinación de actividades empresariales y fabricación de piensos compuestos y explotación porcina, y con una participación 100% directa.
- PIENSOS NANFOR, S.A. domiciliada en La Esclavitud (La Coruña), dedicada a la fabricación de piensos compuestos y con una participación del 50% indirecta en NUTRECO.
- PIENSOS NANPRO, S.A. domiciliada en Segovia, pendiente de inicio de actividad hasta abril de 2001 y con una participación del 50% indirecta en NUTRECO.

- SASA P.A. CANARIAS S.A., domiciliada en Santa Cruz de Tenerife, dedicada a matadero de aves y fabricación de piensos compuestos y, con una participación del 100% indirecta en NUTRECO.
- SADA P.A. CATALUÑA S.A., domiciliada en Lérida, dedicada a matadero de aves y explotación avícola, y con una participación 100% indirecta en NUTRECO.
- SADA P.A. CENTRO S.L. domiciliada en Valladolid, dedicada a matadero de aves y explotación avícola, y con una participación 100% indirecta en NUTRECO.
- SADA, P.A. ESTE S.A. domiciliada en Rafelbunyol (Valencia), dedicada a matadero de aves y explotación avícola y , con una participación 100% indirecta en NUTRECO.
- SADA, P.A. SUR S.A. domiciliada en La Rinconada (Sevilla), dedicada a matadero de aves y explotación avícola y, con una participación 100% indirecta en NUTRECO
- TROUW ESPAÑA, S.A. domiciliada en Cojobar (Burgos), dedicada a la fabricación de piensos compuestos y, con una participación 100% directa en NUTRECO.
- TROUW NUTRITION ESPAÑA S.A., domiciliada en Tres Cantos (Madrid), dedicado a la fabricación de correctores y con una participación 100% directa en NUTRECO.

Siguiendo los criterios expresados en el artículo 2.2 (a) del Real Decreto 1.080/1992. a los efectos previstos por el 14 b) de la LDC, el volumen global de ventas en España, ámbito geográfico al que limita su actividad, de las compañías integrantes del Grupo NUTRECO en los tres últimos ejercicios contables, ofrece las siguientes magnitudes:

CUADRO Nº 1

VOLUMEN DE VENTAS DE NUTRECO HOLDING N.V. 1997-1998-1999. MILLONES DE PESETAS

	1997	1998	1999	1997	1998	1999
	Millones de euros			Millones de pesetas		
NUTRECO HOLDING NV (Nivel mundial)	2.192,7	2.465,4	2.600,7	364.832	410.208	432.720
NUTRECO UNIÓN EUROPA	1.787,9	2.005,7	2.125,0	297.481	333.720	353.570
NUTRECO ESPAÑA	420,7	425,9	430,3	69.997	70.862	71.604

Fuente: Notificantes. Cuentas Anuales Nutreco Holding. N.V. y Sistema de información interno Hyperion.

Las marcas comerciales del grupo son "ALDEA", "MONTEMAR", "DUNCAN", "LA DESPENSA" y "NANTA".

3.2. Sociedad Adquirida: AGROVIC ALIMENTACIÓN, S.A.

AGROVIC es una sociedad unipersonal, cuyo único accionista en la actualidad es la sociedad de nacionalidad suiza MONTMELLEY, S.A., empresa que no tiene participación alguna ni controla ninguna otra empresa.

El objeto social de AGROVIC consiste en la realización y estudio de trabajos de organización, planificación, asesoramiento y control de empresas; la importación, exportación, producción y comercialización de productos avícolas, agropecuarios, veterinarios, de alimentación y correctores para piensos; y la tenencia y disfrute de participaciones sociales, valores mobiliarios y demás títulos valores.

Las actividades principales de la Sociedad en la actualidad consisten en la fabricación y comercialización de correctores para piensos, así como la comercialización de cereales, desarrollando las actividades de fabricación y comercialización de piensos, así como la de cría, procesamiento y comercialización de animales para alimentación a través de las sociedades de su grupo.

De AGROVIC dependen una serie de empresas, que a continuación de detallan:

- AGROVIC SUR S.A., con domicilio social en Alcalá de Guadaíra (Sevilla), su actividad es la fabricación y comercialización de piensos y derivados, cría y sacrificio de aves y comercialización de productos alimenticios. La participación es del 100%.
- MASA-PROAVIC, con domicilio social en Vilanova i la Geltrú (Barcelona), su actividad es la fabricación y comercialización de maquinaria agrícola. La participación es del 100%.
- AGROVIC MATERIAS PRIMAS S.A., con domicilio social en Barcelona, inactiva durante 1999, y con participación indirecta del 100%.
- AGROVIC NORESTE S.A., domiciliada en Sant Fructuoso de Bages (Barcelona). Su actividad es la fabricación y comercialización de piensos y derivados, cría y sacrificio de aves y comercialización de productos alimenticios. La participación es del 100%.
- BERAL S.A., en Vilanova i la Geltrú (Barcelona), sin actividad y con participación del 100%.
- AGROVIC NOROESTE S.A., domiciliada en Porriño (Pontevedra). Su actividad es la fabricación y comercialización de piensos y derivados, cría y sacrificio de aves y comercialización de productos alimenticios. Su participación es del 100%.
- AGROVIC LEVANTE, domiciliada en Sueca (Valencia). Su actividad es la fabricación y comercialización de piensos y derivados, cría y sacrificio de aves y comercialización de productos alimenticios. Su participación es del 93,93% indirecta.

- ARAGONESA DE PIENSOS SA., domiciliada en Utebo (Zaragoza), dedicada a la fabricación de piensos y derivados, la cría y explotación de ganadería avícola y porcina y el sacrificio de aves. Su participación es del 23,97%.

El volumen global de ventas del Grupo AGROVIC en España, ámbito en el que comercializan mayoritariamente sus productos, ofrece la siguiente distribución en los tres últimos ejercicios económicos:

CUADRO Nº 2

VOLUMEN DE VENTAS AGROVIC ALIMENTACIÓN. 1997-1998-1999.

	1998	1999	2000	1998	1999	2000
	Millones de euros			Millones de pesetas		
MUNDIAL	--	--	--	--	--	--
UNIÓN EUROPEA	286,5	242,7	238,3	47.666	40.385	39.648
ESPAÑA	279,5	240,3	233,3	46.504	39.976	38.825

Fuente: Notificantes. Cuentas Anuales Nutreco Holding. N.V. y Sistema de información interno Hyperion.

AGROVIC distribuye sus productos bajo las marcas "FRIPOLLO", "PIMPOLLO" y "TECNA".

4. DEFINICIÓN DEL MERCADO

4.1. Antecedentes

La Comisión Europea, en el caso N° IV/M.885 Merck/Rhône-Povlenc-Merial¹ consideró que podría dejarse abierta la cuestión de si el mercado de granjas de pollos era un único mercado, o si por el contrario había que diferenciar entre la cría de gallinas o patos para carne o gallinas ponedoras de huevos.

Los notificantes mantenían que se trataba de tres mercados de producto diferenciados. Por lo que respecta al mercado geográfico los notificantes sugerían que el tamaño era mayor que el nacional por diversas razones, como los bajos costes de transportes, las posibilidades de que los pollitos de un día sobrevivan hasta tres días, los precios en Europa son equiparables y la carga regulatoria no es significativamente distinta. Los competidores manifiestan ante la Comisión, a excepción de uno, que el mercado relevante a considerar debía ser al menos el de la UE, si no mayor. La Comisión ha concluido por tanto que el mercado geográfico es al menos la Comunidad.

En la decisión del caso n° IV/M.1313 Danish Crown/Vestijyske Slagterier, la Comisión delimitó diversos mercados relevantes de productos no sólo en función del tipo de ganado (cordero, ovejas, vacas o cerdos) sino también en función del destino del producto en cuestión y de los canales de distribución. Así se consideró que existían como mercados diferenciados el de la compra de animales en vivo para mataderos y el de la carne fresca que, a su vez hay que diferenciar si se destina a consumo humano o a procesos industriales. Con respecto a la carne destinada al consumo humano se diferenció entre distribución minorista o “catering” (el canal *horeca*). Se dejaba abierta la posibilidad de delimitar como mercados separados la venta al consumidor mediante supermercados o mediante carnicerías.

¹ Las actividades de estas empresas se centraban en la industrial de salud animal, en las aves genéticas y en los productos agroquímicos. Decisión de 02.07.97.

4.2. El sector de las granjas avícolas.

Dentro de la denominada Avicultura hay que comenzar por diferenciar la avicultura “de puesta” de la avicultura “de carne”. En la primera el objeto es la producción de huevos de ave para consumo humano directo, esto es, huevos sin fecundar. En la segunda se trata de producir aves para comercializar su carne, pudiendo distinguir diferentes fases. El proceso de producción comienza por las denominadas “bisabuelas”, que son las aves seleccionadas genéticamente para obtener líneas puras o estirpes ponedoras. Esta actividad está prácticamente monopolizada por un reducido número de empresas, situadas fundamentalmente en Gran Bretaña y EEUU. Estas empresas desarrollan en los demás países la infraestructura necesaria para criar a las denominadas “abuelas o GPS”, que previamente han sido importadas de sus centros productores. El interés comercial está en obtener óptimas selecciones genéticas para conseguir de ellas buenas aves reproductoras o “madres”, siendo el objeto de estas últimas ser las ponedoras de huevos, que tras el proceso de incubación originan los denominados “pollitos de un día”. Estos últimos, tras el proceso de cebado se convierten en los denominados pollo para carne (“broiler”). Las madres, también denominadas “Reproductoras Pesadas”, es lo que adquieren las empresas productoras de carne de pollo, ya que ni las abuelas ni las bisabuelas son objeto de compra-venta, salvo algún caso marginal en las abuelas. Desde el momento que un productor de pollo para carne comienza su actividad hasta que obtiene el primer producto final para ser ofertado en el mercado pasan unas 36 semanas, ya que las madres que se adquieren como pollitos de un día necesitan 25 semanas para alcanzar la edad adulta de reproducción, luego se precisan 28 días para la incubación (4 semanas) y otras 7 semanas para el engorde. A partir de ese momento, puesto que la puesta de huevos es diaria, la producción es continua.

La producción de pollos para carne es pues “un proceso cuasi-industrial”, que apenas necesita base territorial, que no está expuesto al azar climatológico en la medida en que lo están otras producciones agrícolas y que es intensivo en capital y poco intensivo en mano de obra.

El proceso de cebado de pollo para carne no siempre lo realiza el productor, es frecuente recurrir a la figura de “criadores de pollo”, cuya única función es cebar los pollos para carne y después que el pollo para carne alcanza su peso deseado, entregarlos de nuevo al productor, quien se encargará de la fase de sacrificio y comercialización.

Una vez obtenido el pollo para carne, pasa a los mataderos, los cuales pueden clasificarse en mataderos libres, semilibres, integrados o integradores. Los primeros acuden al mercado libre para su suministro de materia prima, aunque puesto que son pocos los que persisten en España en esta modalidad se enfrentan al riesgo de no encontrar proveedores y por tanto no poder satisfacer su mercado de destino. Suelen

tener cierta relación con los criadores de pollo. Los semilibres reducen su riesgo empresarial contratando una parte del suministro con criadores de pollo. En esta categoría existe un elevado número en España. Los mataderos integrados son aquellos que mantienen un contrato con un productor de pollos, siendo este el que se encarga tanto de suministrarle la materia prima como de comercializar el pollo para carne ya sacrificado. Por último los mataderos integradores son aquellos que pertenecen a una estructura empresarial integrada verticalmente, esto es, que actúa en toda la cadena productiva, tanto a nivel de producción como de comercialización.

Sobre la base de esta cadena de producción se pueden delimitar las existencias de los siguientes mercados: (i) mercado de producción y venta de aves de selección genética, (ii) mercados de producción y venta de aves “madres” o reproductoras (que a su vez cuando acaban su ciclo reproductor se venden para carne diferenciada de la carne de pollo para carne) (iii) mercado de producción y venta de huevos de incubación, (iv) el mercado de la producción y venta de “pollito de un día”, (v) el mercado de la venta de pollos vivos (los pollos para carne) a los mataderos libres (esto es, a mataderos no integrados en granjas avícolas) y (vi) el mercado de la venta de pollos sacrificados, tanto de los mataderos libres como de los mataderos integrados. En este último mercado se ha de distinguir también según el canal de distribución.

El cambio experimentado por parte de la distribución comercial en España, con el desarrollo de los formatos de grandes supermercados e hipermercados ha hecho que deba distinguirse el mercado de la comercialización de pollo para carne, para ser ofertado en las tiendas especializadas o tradicionales, del mercado de la comercialización de pollo para carne para ser ofertado en las cadenas de supermercados e hipermercados.

Por último cabe hablar también del mercado de distribución de pollo con destino al canal HORECA (Hostelería, Restaurantes y Cafetería) y a los procesos industriales.

En todos y cada uno de éstos mercados operan empresas que sólo están activas en uno de ellos, aunque la tendencia de los últimos años ha sido la de integrar todas o algunas de ellas en empresas o grupos de empresas. Es también frecuente en este sector la figura de granjas que se dedican sólo al engorde de pollitos que se les ceden sólo para esta actividad, y que luego sus dueños recuperan para el sacrificio y la comercialización. Esta integración se está produciendo también con la fabricación de piensos compuestos y de correctores para piensos.

En el cuadro nº 3 se exponen las cifras relevantes de este sector, así como su posición relativa respecto al resto de granjas de producción de carne.

CUADRO Nº 3.
PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA CÁRNICA (1999)

PORCINO	57,8%
AVES	21,0%
BOVINO	13,6%
OVINO	4,4%
CONEJOS	2,7%
CAPRINO	0,4%
EQUINO	0,1%

Sobre un total de 4.450.244 Tn.

Fuente: MAPYA

4.2.1. Estructura de la oferta

No existen en España empresas que operen en la fase de selección genética de aves para su destino como reproductoras en la producción industrial de pollos y de huevos, esto es, de las denominadas “bisabuelas”. Las “abuelas” no son tampoco objeto de compra venta en el mercado español, estas se importan fundamentalmente de Gran Bretaña por parte de las mismas empresas que producen “bisabuelas”. Las “abuelas” importadas se destinan a la cría de las “madres”, que es lo que mayoritariamente se oferta en el mercado. SADA no obstante posee una partida de “abuelas” cuya producción “las madres” se destina en su totalidad al autoconsumo. Finalizado su ciclo reproductor se venden a los mataderos libres o a los integrados para su venta no como carne de pollo para carne, sino como una categoría diferenciada que generalmente se destina al consumo industrial.

De los huevos producidos por las madres una parte se vende directamente para ser incubados y otra parte se incuba en propias granjas y se vende como pollito de un día. El peso de las empresas que se concentran en este mercado no superará, según el notificante, el 3%, por lo que no se ha considerado objeto de análisis.

La producción avícola en la UE-15 alcanzó en 1999 los 8,8 millones de toneladas, de las cuales, el 11,8% se producen en España, 1,0 millones de Tn, ocupando el 4º lugar detrás de Francia (2,25 millones de Tn) Reino Unido (1,5 millones de Tn), e Italia (1,14 millones de Tn). Portugal produce 0,27 millones de Tn, según datos de FAO.

Esta producción, cuyo valor se estima en 169.200 millones de pesetas, en la actualidad se lleva a cabo por un reducido número de empresas de tamaño grande y un elevadísimo número de empresas de pequeño tamaño. El cuadro nº 4 muestra la producción de las empresas con mayor tamaño.

CUADRO Nº 4**FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE CARNE DE AVE**

EMPRESAS	Millones de Pesetas	Cuota de Mercado (%)
GRUPO SADA	38.101	22,5
COREN	13.550	8,0
GRUPO DOUX	9.680	5,7
PAVO Y DERIVADOS	8.420	5,0
AGROVIC SUR	7.946	4,7
GRUPO UVESA	7.700	4,6
AGROPECUARIA GUISSONA	5.443	3,2
HERMANOS ALAMEDA	4.520	2,7
AVICU	4.200	2,5
PRODUCTOS FLORIDA	2.546	1,5
COOP. BURGOS	1.368	0,8
AGUSTÍN ROIG	38	--
RESTO	65.689	38,8
TOTAL	169.200	100,0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de DBK, S.A.

Los datos del cuadro anterior se refieren a carne de ave total.

Estos datos deberían ser contemplados considerando que del total de carne de ave, la carne de pollo para carne representa en los años 1998, 1999 y 2000 el 83,6%, 87,3 y 86,3 del total, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPYA).

Del cuadro anterior cabe destacar que el 50% del mercado lo ocupan las seis primeras empresas (cinco tras la operación de concentración) y que prácticamente el 40% del mercado está participado por empresas cuya cuota de mercado no llega al 1%. En total se contabilizan alrededor de 750 empresas productoras homologadas en toda España, aunque las Comunidades Autónomas de Valencia y de Castilla-La Mancha concentran el 34% del total, Cataluña el 14%, Castilla-León el 13%, Aragón el 7%, País Vasco el 7% y el resto menos del 5%.

La mayor parte de las grandes empresas operan tanto en el mercado de aves vivas como en el de aves en canal, aunque hay excepciones. Así, la cooperativa AN, Granja Crosvi, y Granja Porta sólo operan en el de aves de canal.

De todos los grupos, sólo el Grupo Sada alcanza cobertura nacional, con un elevado número de explotaciones propias y alquiladas. Por regiones, es de destacar la presencia de COREN en Galicia y, DAGU en la zona centro. El Grupo DOUX, tercer

grupo en importancia en el mercado español tiene presencia en Galicia, Andalucía, Cataluña y Madrid.

4.2.2. Consumo

El consumo de carne de pollo en España ha experimentado un rápido crecimiento en las últimas décadas. Actualmente se estima un consumo per càpita de 28,0 Kg/año en España, muy similar al del Reino Unido (28,4 Kg/año) y por delante de Francia (23,5 Kg/año), Dinamarca (20,0 Kg/año), Italia (18,5 Kg/año) o Alemania (14,1 Kg/año)². El crecimiento en España ha supuesto doblar el consumo de 1980, que se establecía en 14,8 Kg/hab. y año³.

El consumo total de carne de pollo, según el Panel de Consumo elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPYA) se ha situado en el año 2000 en 670,1 millones de Tn, lo que supone un crecimiento con respecto al año 1999 del 4,4%. Su estructura se expone en el cuadro nº 5.

**CUADRO Nº 5.
CONSUMO DE POLLO POR LUGARES**

LUGAR	1999				2000			
	(000Tn)	%	Mn Ptas	%	(000Tn)	%	Mn Ptas	%
HOGAR	536,2	83,64	193.563	85,49	557,2	83,15	235.025	86,16
HORECA	75,2	11,73	24.273	10,72	86,0	12,83	29.125	10,68
INSTITUCIONES	29,7	4,63	8.592	3,79	26,9	4,02	8.614	3,16
TOTAL	641,1	100,0	226.428	100,0	670,1	100,0	272.764	100,0

² Fuente: MAPYA, según datos de la Dirección General de Agricultura D-3 para 1999.

³ Estudio del Mercado Avícola de carne del SDC.

4.2.3. Distribución

Atendiendo a los canales de distribución en el cuadro nº 6 se detallan las cantidades de producto distribuidas por cada uno de los distintos canales, atendiendo a su vez al destino final del consumo.

CUADRO Nº 6												
	1999			2000			1999	2000	1999	2000	2000/1999	
	Hogares	horeca	Insti-tución	Hogares	horeca	Insti-tución	total	total	%	%		
Tradicional	200,9	12,5	--	210,3	13,1	--	213,4	222,8	33,3	33,6	4,4	
Economato/copo	1,7	1,9	--	3,9	0,2	--	3,6	5,8	0,6	0,9	61,1	
Hiper	51,3	2,0	--	69,4	2,2	--	53,3	71,4	8,3	10,7	34,0	
Super/Auto	234	6,2	--	226,2	5,2	--	240,2	232,4	37,4	34,7	-3,2	
Domicilio	0,3	--	--	0,8	--	--	0,3	0,8	0,0	0,1	166,7	
Cash&Carry	--	2,3	--	--	2,4	--	2,3	2,3	0,4	0,3	0	
Mercados ambulantes	15,9	--	--	16,6	--	--	15,9	16,6	2,5	2,5	4,4	
Mayorista	--	15,2	--	--	23,6	--	15,2	15,2	2,4	2,3	0	
Fabricante	--	0,5	--	--	1,2	--	0,5	0,5	0,1	0,1	0	
Distribuidor	--	34,7	--	--	37,4	--	34,7	34,7	5,4	5,2	0	
Autoconsumo	15,2	--	--	10,9	--	--	15,2	10,9	2,4	1,6	-28,3	
Otros	16,9	0,5	--	19,0	0,8	--	17,4	19,5	2,7	2,9	12,1	
TOTAL	536,2	75,8	29,7	557,1	86,1	26,9	641,7	662,6	100	100	4,4	

Fuente: Elaboración propia sobre los datos del Panel de Consumo del MAPYA.

La distribución tradicional ha mantenido el mismo nivel de cuota de mercado, al igual que la distribución moderna (entendida como formato supermercado e hipermercado) aunque esta última ha tenido un trasvase de un formato a otro.

Agrupando y resumiendo el cuadro anterior tenemos que la distribución tradicional, entendida como las tiendas especializadas, tanto en la calle como en mercados municipales, acaparan el 35,8%, mientras que la distribución moderna se sitúa en el 45,4%. Del 18,2% restante cabe destacar el 7,8% que ocupan los denominados mayoristas y distribuidores.

4.2.4. Comercio exterior

Los datos de comercio exterior disponibles indican una importación sobre el total de producción nacional del orden del 10-11%, procediendo mayoritariamente de la UE-15, al igual que ocurre con las exportaciones.

CUADRO Nº 7

COMERCIO EXTERIOR (TN). Carne de Ave

	1997	1998	1999
Importaciones Totales	28.932	111.000	110.000
Importaciones UE	--	87.000	86.000
Exportaciones Totales	7.751	48.000	46.000
Exportaciones UE	--	41.000	38.000
Import/Producc. Nacional		10,5%	11,0%
Export/Producc. Nacional		4,5%	3,8%
Tasa Cobertura (Exp/Imp)		43,6%	41,8%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del MAPYA

4.2.5. Precios

En este capítulo hay que distinguir entre los precios del pollo vivo con destino al matadero, del precio de la carne de pollo de venta al público.

El primero de ellos, denominado también precio en origen, precio testigo, precio de pollo en vivo o precio de entrada en matadero, se forma fundamentalmente en la Lonja Agropecuaria del Ebro. Esta institución constituye un “mercado testigo de la Unión Europea en lo que se refiere a las mesas de porcino, ovino, bovino y cereales”, según los propios notificantes.

El órgano máximo de decisión en la Lonja es la Comisión Gestora que se encuentra compuesta por un presidente, un vicepresidente, un secretario general, un representante de Mercazaragoza, un representante del Departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón y dos representantes de los sectores que están integrados en la Lonja, esto es, un representante del sector de la producción y otro de la comercialización e industrialización.

En la Lonja existe la denominada “Junta del Pollo de la Lonja”, que cuenta en la actualidad con 50 operadores del sector, por lo que no todos los operadores están presentes. De los principales operadores cabe destacar la ausencia del GRUPO DOUX (5,7% de cuota de mercado según el cuadro nº 4) y la ausencia de AGROPECUARIA GUISONA (3,2% según la citada fuente). Entre los miembros se

encuentran tanto los productores de pollo como los procesadores (mataderos), por lo tanto las empresas integradas se encuentran representando a ambos grupos.

Los operadores que lo deseen deben solicitar su inscripción en la Lonja y aportar una declaración jurada sobre la cantidad total de unidades que producen o que demandan para el sacrificio.

El precio que se forma en la Lonja se determina semanalmente los viernes, mediante un sistema de votaciones. El número de votos emitidos en la Lonja se encuentra repartido a partes iguales (al 50% entre productores y procesadores). La ponderación del voto correspondiente a cada partícipe se determina en función del número de unidades de pollo que se producen y el número de unidades de pollo que se procesan, basándose en la información que cada uno de los partícipes de forma unilateral certifica a la propia Lonja.

Las votaciones en las cuales se determinan los precios se desarrollan conforme a las siguientes reglas:

1. Una vez el Presidente ha hecho una breve descripción de la situación que presenta el mercado a esa fecha, se somete a votación de los miembros de la mesa la tendencia que se ha de aplicar, esto es, repetir, subir o bajar el precio establecido para la semana precedente. Según lo que vote al menos el 80% del total de los votos emitidos se determina la tendencia.

Si la tendencia votada por más del 80% fuera repetir, se mantiene el precio de la semana precedente, finalizando este momento la votación. Si la tendencia que ha obtenido más del 80% fuera subir o bajar, se pasa a una segunda votación.

Si el resultado de la votación fuera inferior al 80% de los votos, se realizará la segunda votación, dentro de una horquilla de ± 10 pesetas.

2. En la segunda votación se ha de votar por un precio que, como mínimo, suponga una subida o una disminución de 5 o más pesetas. Si el 80% de los votos ponderados del sector de productores y del sector de comercializadores se encuentran dentro de alguna de las bandas prefijadas, el precio definitivo será la media aritmética de los precios resultados de ambos sectores.

Si no se alcanzara el 80%, se realizará una tercera votación.

3. En la tercera votación, y dentro de los límites máximos y mínimos, que fijará el Presidente en función de la media de incrementos o decrecimientos de los precios de la misma semana en los 5 años inmediatamente precedentes,

se efectuarán las votaciones por parte de cada sector. Una vez emitidas las votaciones, se obtendrá la media aritmética entre ambos sectores. Si el 51% de los votos emitidos por los dos grupos están comprendidos entre el valor medio más 5 pesetas y el valor medio menos 5 pesetas, dicho valor medio será el precio semanal de la Lonja.

En el caso de que no se alcanzara el 51%, será el propio Presidente de la Lonja el que determinará el precio semanal con arreglo a su criterio.

De los precedentes históricos del funcionamiento de la Lonja Agropecuaria del Ebro se puede señalar que en la inmensa mayoría de las ocasiones, el precio ha quedado determinado mediante acuerdos adoptados por más del 80%, sin necesidad de la última votación e intervención del Presidente.

Los notificantes, a solicitud del Tribunal, señalan que según sus estimaciones el porcentaje total de voto de SADA es del 22%, mientras que el de AGROVIC es del 24%.

Sobre éste sistema de fijación de precios cabe apreciar las siguientes cuestiones. En primer lugar se determina un precio mediante el acuerdo del 80% de los participantes en ese foro, no es un precio que resulte de la casación de la oferta y la demanda, no se ofrecen precios y cantidades, se acuerda mantener, subir o bajar el precio, y posteriormente la cuantía del cambio. En caso de que no existe acuerdo, será uno de los miembros de la mesa, el Presidente, el que decidirá sobre la base de unas variables que nada tienen que ver con la situación real del mercado en ese momento. Este mecanismo es, cuando menos, poco ortodoxo con respecto a la formación de precios en un mercado en competencia, tal y como debería desprenderse de una estructura de mercado como la estudiada. Por ello, el Tribunal estima oportuno que el Servicio de Defensa de la Competencia investigue si ésta práctica resulta contraria a la Ley de Defensa de la Competencia, si por el contrario disfruta de amparo legal, o si debe ser sometida a autorización singular por los órganos de defensa de la competencia.

Con respecto a la posición de la empresa resultante de la operación en el marco de esta sistema de fijación de precios, hay que destacar que tras la operación pasaría a tener un peso del 46% en la formación del precio del pollo en vivo. Sin embargo, la realidad es que el grupo SADA no participa en el mercado del pollo vivo y el grupo AGROVIC participa parcialmente. Por otro lado también hay que señalar que en el mercado de la distribución de pollo a través del canal tradicional, para el que sirve de referencia este precio de la Lonja Agropecuaria del Ebro, la empresa resultante tendría una participación del 25 %

Sobre el nivel de precios de “Entrada al matadero”, el precio del kilo en canal se situaba, según el MAPYA, en 234,29 pts/kg (a 21.03.01), muy por encima de las 200

pts/Kg en la misma fecha del año anterior y de las 150 pts/Kg del año 1999⁴. Para el año 1999 el precio testigo señalado se movió entre las 175 pts/kg de la semana 37 y las 115 pts/kg de la semana 30 (con la excepcional caída de la semana 26, que se situó en menos de 60 pts(kg)).

Para el año 2000 la horquilla de precios mínimos y máximos se situó entre las 130 pts/kg de la primera semana del año y las 240 pts/kg de la semana 53. Del gráfico elaborado por el Ministerio se concluye la tendencia alcista del año 2000 frente a la de mantenimiento durante el año 1999.

Por lo que respecta a los precios de venta al público de la carne de pollo. Consultando la serie histórica desde 1993 del INE para carne de ave, se constata un descenso de casi el 14% para el año 1994, tras el cual se han producido incrementos del 7% y 10,5% en los años siguientes, descensos continuados para 1996,1997 y 1998 y un espectacular incremento del 23,5% para el año 2000. En lo que va de año los precios de la carne de ave siguen subiendo, un 3,6% en enero (24,2% en un año) y un 6,5% en el mes de febrero (31,0% en un año). Esta sucesión de subida y bajada vendrían a corroborar la declarada “bianualidad” de los ciclos de la carne de ave, sucediendo subidas de precios que incentivan la producción, y que luego estos mismos incrementos de producción conllevan un exceso de oferta que tiende de nuevo a la baja con la producción. La subida del año 2000 se podría explicar, al menos parcialmente, como consecuencia del incremento de demanda que proviene del abandono del consumo de carne de ternera provocado por la “encefalopatía esponjiforme” del ganado bovino.

4.3. El sector de los piensos compuestos

La fabricación de piensos compuestos consiste en la producción de alimentos compuestos para la ganadería con fines de producción para alimentación humana, básicamente. Los piensos compuestos se elaboran mediante la combinación de diversas materias primas como son los cereales, los productos sustitutivos de éstos y los forrajes desecados. A estas materias primas se les añade además otros elementos como las harinas de proteaginosas, harinas de origen animal, minerales, vitaminas y otros aditivos, con el objeto de mejorar las características nutricionales de los piensos.

Atendiendo al destinatario final la composición de los piensos varía. Así, se diferencian piensos para ganado porcino, piensos para ganado aviar, piensos para ganado bovino y otros piensos cuyo destino es para ganado ovino, caprino, caballar, para cunicultura y acuicultura.

4 Gráfico “Precios Testigo Nacionales Pollo”. www.mapya.es/info/pags/testigo/graficos

En los últimos años se han producido algunos hechos relacionados con el origen y la composición de estos piensos cuyo efecto sobre la salud pública ha provocado ciertos cambios regulatorios en este sector. Estos hechos han sido fundamentalmente la transmisión a los humanos de la encefalopatía espongiforme que se ha venido detectando en el ganado bovino (el denominado “mal de las vacas locas”) y las dioxinas detectadas en determinado ganado aviar (en concreto en pollos del Bélgica). En los últimos años la Comisión ha emitido diversas Decisiones (97/534/CE, de 8 de agosto y 1999/534/CE, de julio) declarando que determinadas partes de ciertos animales constituyen “material de riesgo (MSR)” y se ha prohibido su uso para la fabricación de piensos compuestos.

En 1999 la Comisión Europea elaboró el Libro Blanco sobre Seguridad Alimentaria. Además dentro de las reformas planteadas en el seno de la Política Agrícola Común (PAC) cabe destacar la reducción de los precios de intervención de los cereales (a cambio de aumentar las ayudas directas) en un 15% en dos etapas hasta 2.002, con el consiguiente efecto en el precio de los piensos compuestos.

4.3.1. Estructura de la oferta.

Algunos estudios sobre este sector estiman en 180 el número de empresas activas en la producción de piensos compuestos, aunque esta cifra podría ser 3-4 veces más según otras opiniones, ya que el porcentaje que se dedican al autoconsumo o que están integrados es muy elevado.

CUADRO Nº 8. PRODUCCIÓN DE PIENSOS COMPUESTOS. 1999. Millones de pesetas.

		%	
PORCINO	7.500	47,5	285.200
AVES	4.100	25,9	165.800
BOVINO	3.300	20,9	118.500
OTROS	900	5,7	32.600
TOTAL	15.800		602.100

Fuente: DBK, SA

El valor de la producción en este sector se estima en poco más de 600.000 millones de pesetas. Existe una gran atomización de la producción, tal y como revela el cuadro nº8.

CUADRO Nº 9.**CUOTAS DE MERCADO EN VALOR DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE PIENSOS COMPUESTOS**

EMPRESAS	1997	1998	1999
NANTA	8,0	8,0	9,2
AGROVIC	4,0	3,9	3,8
COPAGA	2,1	2,3	2,2
ARAGONESA DE PIENSOS	0,9	0,9	0,9
AGROPECUARIA GUISSONA	5,7	5,9	5,9
VALL COMPANYS	3,8	4,0	4,2
AGRIBRANDS	4,0	3,9	4,0
COREN	3,1	3,6	3,9
SAPROGAL	3,8	3,8	3,8
CARGILL	2,5	2,5	2,5
PROINSEGA	2,2	2,2	2,2
PIENSOS DEL SEGRE	1,7	1,8	1,8
COVAP	1,3	1,6	1,7
GRUPO UVESA	1,7	1,6	1,6
DOUX PIENSOS	1,7	1,6	1,5
PIENSOS BAUCCELLS	1,4	ND	1,4
PASCUAL DE ARANDA	1,3	1,3	1,3
AVICU	1,3	1,1	1,1

Fuente: Notificante

Del cuadro anterior se deduce que sólo diecinueve empresas tienen una cuota de mercado superior al 1%, representando el 53% del mercado en su conjunto.

4.3.2. Consumo

Puesto que el destino final de los piensos compuestos es fundamentalmente para ganadería con fines de producción para alimentación humana, su consumo está plenamente correlacionado con el consumo de carne. En efecto, el consumo de piensos compuestos sufrió un estancamiento en 1997 como consecuencia del descenso de consumo de carne de cerdo por problemas de peste porcina. Lo mismo sucedió con el pienso avícola en 1999 derivado del problema de las dioxinas de carne de pollo en Bélgica. Consecuencia de ello el año 1999 experimentó un crecimiento del consumo de piensos para carne bovina, tendencia que con toda seguridad habrá experimentado un signo contrario durante el año 2000 por el rebrote en toda Europa Continental del denominado “mal de las vacas locas”.

España es el tercer país productor de piensos compuestos de la UE. Las cifras estimadas por la Federación Europea de Fabricantes de Alimentos Compuestos

(FEFAC) son de 16,5 millones de Tn, frente a los 18,8 millones de Tn de Alemania y los 23,25 millones de Tn de Francia. Por segmentos de actividad España, consume en el segmento de porcino la mayor parte (al mismo nivel que Alemania), seguido del segmento avícola y por último el bovino.

4.3.3. Distribución

La figura tradicional del distribuidor de piensos compuestos parece haber sufrido un considerable retroceso, empujado por la creciente integración de este sector. Es el productor el que realiza mayoritariamente sus ventas.

Las fábricas de piensos compuestos se encuentran repartidas por todo el territorio nacional, dados los altos costes de transporte que supone su traslado, en relación con el valor del producto. Así, pues, la distribución se realiza mayoritariamente a nivel local.

NANTA tiene centros de producción en Extremadura, León, Madrid, Murcia, Valencia, Cataluña, Valladolid, Zaragoza, Andalucía y Galicia. Por su parte AGROVIC se encuentra presente en Murcia, Cataluña, Valladolid, Andalucía y Galicia.

Según los datos aportados por el notificante, a petición del Tribunal, la cuota estimada para NANTA sobre el mercado libre en el que participa, sería, a nivel nacional, del 9,7%. Si se considera no sólo el mercado libre de piensos sino todo el consumo de piensos de España, NANTA estima un volumen de 18,5 millones de Tn, sobre el que tendría una cuota del 8%.

AGROVIC no está presente en todo el mercado nacional, sino en una serie de regiones que representan un consumo de 13,6 millones de Tn, sobre el que AGROVIC tendría el 4,4%. Si se considera sólo el mercado libre de dichas regiones la participación de AGROVIC se estima, por ellos, en el 2,3%.

De todas las zonas destaca la cuota de mercado de NANTA en la región comprendida por Valencia, Castellón, Alicante y Albacete, con un 25,4% del mercado libre, seguida del 17,2% en Murcia. En la suma de estas dos regiones AGROVIC aportaría un 0,6% del mercado libre.

4.3.4. Comercio exterior

El comercio exterior en el sector de piensos compuestos es de muy escasa dimensión, apenas el 3% del mercado. Este comercio queda prácticamente relegado a Cataluña con Francia y a Galicia con Portugal. Los costes de transporte pasan de 1 pts/kg en la zona de proximidad a 5 pts/kg para la larga distancia. Teniendo en cuenta que el precio medio de pienso compuesto oscila entre las 25 pts/kg y las 35 pts/kg, el coste de transporte puede llegar a suponer casi el 20% del precio final.

4.3.5. Precios

Los precios de los piensos compuestos están ligados a los precios de los cereales, dado que el 60%-70% del coste de producción corresponde a esta materia prima.

A continuación se detalla la evolución del precio en la última década.

CUADRO Nº 10. INDICE MENSUAL DE PRECIOS PAGADOS POR LOS AGRICULTORES.

Año base: 1990. Año 2000 Mes: Diciembre

PIENSOS SIMPLES	110,41
PIENSOS COMPUESTOS	97,48
PIENSOS COMPUESTOS PARA BOVINO	99,90
PIENSOS COMPUESTOS PARA OVINO Y CAPRINO	99,97
PIENSOS COMPUESTOS PARA PORCINO	94,98
PIENSOS COMPUESTOS PARA CONEJOS	99,79
PIENSOS COMPUESTOS PARA AVES	98,05

Fuente: "www.mapya.es"

Como se deriva del cuadro anterior el nivel de precios para los piensos compuestos está estancado desde el año base, 1990, habiéndose incluso reducido en el caso de los piensos para ave y porcino.

4.4. El sector de correctores de piensos

Los correctores de piensos son el aporte de vitaminas y minerales que completan y equilibran la alimentación del ganado. Se trata de productos elaborados según las necesidades de cada tipo de animales (especie, destino, edad, etc.). Por esta razón son productos sin sustitutivos, aunque la tipología de los mismos puede ser fabricada por cualquiera de los operadores presentes, dado que las materias primas son las mismas, variando la composición según la demanda.

De la información contenida en la notificación no puede considerarse que los correctores de piensos sean equiparables a cualquier otro productor fitosanitario, que podría obtenerse de cualquier empresa farmacéutica ya que junto con el producto se ofertan una serie de servicios fundamentales para los ganaderos. Estos servicios son fundamentalmente de asesoramiento y seguimiento de la evolución, que contribuyen a ajustar la formulación del corrector. Lo usual es que la empresa suministradora del corrector colabore y preste asistencia tanto de tipo veterinario como de asesoramiento en la compraventa de componentes de los piensos compuestos como la soja o el cereal. Para una correcta prestación de todos estos servicios se precisa que la empresa suministradora de correctores esté próxima a las fábricas de piensos. Este hecho explica la ausencia de comercio exterior de estos productos, así como su tendencia a la integración con las propias empresas fabricantes de piensos.

4.4.1. Estructura de la oferta

Según la información aportada al expediente existen en España alrededor de 40 empresas dedicadas a la fabricación de correctores. Dada que la composición de los correctores no tiene por qué ser homogénea entre las distintas empresas productoras, medir la producción de esta actividad con una unidad de medida física del propio producto no resultaría adecuada a la hora de establecer indicadores relativos, esto es, cuotas de mercado. En la notificación se señala como variable relevante la cantidad de pienso compuesto que se elabora a partir de los correctores proporcionados por cada empresa. Según la tecnología de fabricación de piensos se pueden emplear correctores con distinta concentración, de forma que cantidades distintas de correctores pueden originar idénticas cantidades finales de piensos compuestos preparados para el consumo. La equivalencia media empleada en el sector es del 5 Kg corrector/Tn de pienso compuesto. Por encima de esta media se sitúa AGROVIC (5,5 Kg/Tn) al igual que BASF y ROCHE VITAMINAS. Sin embargo, NUTRECO, que opera en España a través de su filial TROUW, está por debajo de la misma (4,5 Kg/Tn)

CUADRO Nº 11.**CUOTAS DE MERCADO EN EL SECTOR DE LOS CORRECTORES**

	Volumen (M Tn)	Cuota (%)	Volumen (M Tn)	Cuota (%)	Volumen (M Tn)	Cuota (%)
TROUW	3.4	18,4	2,8	15,5	2,3	13,14
ROCHE VITAMINAS	3,0	2,0	3,5	19,4	3,3	18,8
NUTRAL	1,0	6,5	1,5	8,3	1,7	9,7
SETNA	1.0	5,4	0.9	5	0.8	4,5
AGROVIC	1.3	7,02	1.4	7,7	1.4	8
COTECNICA	0.6	3,24	0.6	3,3	0.6	3,4
BASF	1.4	7,56	1.0	5,5	0.7	4
IBERICA DE NUTRICIÓN	0.6	3,24	0.5	2,7	0.5	2,8
BAYER	0.4	2,16	0.4	2,2	0.4	2,2
OTROS	4.9	26,48	5.4	30	5.8	33,14
TOTAL	18.5	100	18.0	100	17.5	100

Fuente: Notificante

4.5. Delimitación del mercado relevante

La Comisión Europea, en su Comunicación del mes de diciembre de 1997, propone un procedimiento para definir el mercado relevante, reconociendo que, en la mayoría de los casos, la decisión tendrá que basarse en varios criterios y en diferentes elementos de apreciación: "Se seguirá un enfoque abierto, no siguiéndose un orden jerárquico rígido en la utilización de las distintas fuentes de información o de los diferentes tipos de elementos de apreciación...". El proceso de definición del mercado comienza por determinar a grandes rasgos los posibles mercados de referencia y, en general, suelen definirse varios mercados de referencia alternativos.

Para la Comisión, el mercado de producto comprende la totalidad de los bienes y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles entre sí, criterio coincidente con el expresado por las autoridades de competencia norteamericanas en " 1992 Horizontal Merger Guidelines" (revisada en abril de 1997). Esto es, el mercado relevante lo marca la sustituibilidad desde el lado de la demanda y, aunque entre los elementos de apreciación utilizados por la Comisión en la tarea de definición del mercado relevante de producto está el análisis de las características de los productos y sus utilidades, señala que éstas no bastan para concluir que dos productos son sustitutos desde el punto de vista de la demanda. El Tribunal comparte este criterio, habiendo ya destacado en diversas resoluciones que la sustituibilidad ha de verificarse fundamentalmente desde el punto de vista de la demanda (Exptes. A6/91, 291/90 y R189/96).

4.5.1. Mercado de producto

Las dos empresas objeto de la operación de concentración notificada se encuentran presentes en el sector de los correctores de pienso, en el sector de la fabricación de piensos compuestos y en el sector de las granjas avícolas para producción de carne de pollo.

Atendiendo a los criterios de sustituibilidad, dado el uso que tienen los correctores de piensos no se ha encontrado producto sustitutivo alguno. La alternativa del ganadero sería no suministrarle corrector alguno con el pienso ante una elevación sustancial y permanente de los precios. Dependiendo de la época del año y de la disponibilidad de pastos frescos, el ganadero podría optar por sustituir el pienso compuesto por el mencionado pasto fresco. En el caso de los piensos compuestos cualitativamente se puede considerar que el pasto fresco, el forraje desecado por los rumiantes (heno y paja principalmente) y los piensos simples son sustitutos. Sin embargo, la realidad de la disponibilidad temporal en unos y el precio en otros, condiciona fuertemente en la práctica esta sustituibilidad en la producción ganadera intensiva.

En cuanto a la actividad de producción de pollos para carne en la que las dos empresas están presentes caben las siguientes consideraciones a la hora de estudiar su sustituibilidad.

Desde el punto de vista de la demanda como producto culinario las preferencias manifestadas por el consumidor le otorgan a los distintos productos cárnicos la condición de productos complementarios, al objeto de seguir una dieta equilibrada.

La existencia de determinados sucesos de tipo sanitario que se han producido recientemente ha hecho que se produzca una cierta sustituibilidad entre las carnes afectadas, sustituibilidad ajena a los precios relativos. No obstante, esta sustituibilidad, no parece que pueda considerarse estable, dada la vuelta a las pautas de consumo iniciales una vez eliminada la causa que motiva la sustitución.

Una vez determinado que la carne de pollo es la base para establecer el mercado de referencia cabe preguntarse si existe una delimitación más estrecha del mercado. Dada la coexistencia de empresas integradas con mataderos y empresas que no presentan esta integración nos encontramos que existe un primer mercado en el que concurren los oferentes y demandantes de pollo vivo, lo que se denomina en el sector el mercado libre de pollo vivo. Ahora bien, el producto que sale de los mataderos es el mismo, independientemente de que el matadero sea integrado o independiente, formándose por lo tanto un mercado en el que el producto ofertado y demandado es el del pollo para carne ya sacrificado. Sin embargo no todo el producto que se oferta al consumidor final ha sido objeto de negociación en el mismo mercado. Así, la distribución denominada moderna (hipermercados, supermercados, grandes cadenas

de establecimientos, ...) suelen negociar contratos de suministro directamente con las empresas productoras de pollo para carne, generalmente con las empresas integradas y, habitualmente de larga duración, un año, con una acotación de los precios en una banda. El tipo de producto demandado suele ser por lo general un pollo “eviscerado” o limpio y sin cabeza ni patas, lo que se denomina pollo “europeo”.

Por el contrario las tiendas especializadas o también denominadas tiendas tradicionales minoristas se suministran mediante mayoristas intermediarios o acudiendo a los mataderos libres. Su capacidad de negociación en el precio es prácticamente nula, ya que el precio en estas tiendas tradicionales históricamente viene derivado del precio del pollo vivo que se ha acordado en las lonjas. No existen lonjas del pollo sacrificado. El producto adquirido por este tipo de comercio suele ser algo distinto al demandado por la distribución moderna, ya que se trata de un pollo entero, sin limpiar, que habitualmente se denomina “pollo español”. Esta distinción en la denominación responde, como su nombre indica, a una diferencia histórica en las preferencias del consumidor español frente al europeo, diferencia que está desapareciendo.

Existen además otros dos canales más perfectamente diferenciados de los anteriores: el denominado canal *horeca* y el de suministro a los procesadores industriales. El canal *horeca*, además de la demanda a granel, realiza una demanda de pollo despiezado (jamoncitos de pollo y alitas de pollo) que precisa de un calibrado previo. Asimismo, existe también por estos establecimientos una demanda de pollo congelado, que no se produce por parte de la demanda realizada para su consumo en los hogares.

En cuanto a la demanda de pollo por parte de los procesadores industriales, ésta presenta características diferenciadas del resto de los segmentos analizados como son: demanda específica de pechugas y carne deshuesada de contramuslo, sustituibilidad de otros productos como la carne de pavo y demanda tanto en fresco como congelado, según los precios, dada la importancia de esta variable en el proceso industrial.

Analizadas las características anteriores, y teniendo en cuenta la actividad de las empresas notificantes de la operación de concentración el Tribunal considera adecuado delimitar como mercados de productos afectados por la operación.

4.5.2. Mercados geográficos

Comenzando por analizar los mercados de piensos compuestos y de correctores para piensos los notificantes han considerado el carácter nacional de estos. Dada la alta repercusión del coste del transporte en el precio final del producto, en el caso de los piensos compuestos, el Tribunal ha estudiado el posible carácter local o regional de esta producción. Sin embargo, la constatación de la existencia de suministros a clientes alejados de las fábricas de producción y la pérdida de estos ante subidas de precios, cambiándose así de suministrador, no ha permitido concluir una delimitación más estrecha que la de mercado nacional.

En el caso de los correctores de piensos, la aparentemente alta interrelación entre el suministro del producto y la prestación conjunta de otros servicios de asesoramiento de forma continuada a sus clientes, indican la muy probable delimitación del mercado como el mercado nacional.

El mercado de carne de pollo para procesamiento industrial presenta unas características que le configuran como un mercado de carácter internacional, en especial por la posibilidad de adquirir la carne congelada y la posibilidad de sustituir la carne de pollo por la carne de pavo para obtener análogos productos elaborados.

Para el mercado de carne de pollo comercializada por la distribución moderna se considera que su ámbito geográfico puede ser mayor que el puramente nacional, y ello fundamentalmente por el hecho de demandar un producto similar al ofertado en otros mercados europeos y por el hecho de que los grandes distribuidores tienen implantación en toda Europa y por tanto acceso directo a otros suministradores.

La distribución de carne de pollo a través del canal *horeca*, dada la posibilidad de recurrir a la carne congelada, puede estimarse en un ámbito mayor que el nacional.

En cuanto al mercado de suministro de carne de pollo a las pollerías tradicionales, si bien existen datos que otorgan credibilidad a la delimitación de un mercado mayor que el nacional, tales como la existencia de importación de carne fresca desde Francia, con destino básicamente al mercado catalán, también existen otros elementos que llevarían a una delimitación nacional del mismo, como es el hecho de demandar unas características del producto ligeramente diferentes. Por último, en cuanto al mercado libre de pollo vivo, si bien parece existir cierta importación de pollos vivos desde Francia, esto no resulta tan habitual ni de tal intensidad como para contrarrestar otros elementos que delimitan el mercado nacional del mismo, tal es que los mataderos libres suelen ser cuantitativamente de escasa capacidad de sacrificio y por tanto sus posibilidades de suministro se limitan en general a las granjas de su propia zona.

4.6. Evolución reciente del sector

Ni el sector de las granjas avícolas, ni el de piensos compuestos se han caracterizado por haber protagonizado una fuerte tendencia a la concentración, aunque no cabe decir lo mismo en cuanto a los procesos de integración vertical. Así, el negocio de la ganadería presenta ya un alto grado de integración en alguno de sus operadores. Los principales se encuentran presentes desde la incubación y engorde de las especies, la fabricación de piensos, tanto para el autoconsumo como para el mercado libre, el envasado y comercialización, hasta incluso la producción de elaborados cárnicos. En el año 1999 también se produjeron ciertas operaciones de adquisición y compra, como la protagonizada por NUTRECO y COPAGA. La expansión de NUTRECO se está produciendo también en otros países y sectores. Así, recientemente ha adquirido la empresa escocesa HIDRO SEAFOOD GSP, filial de NORSK HYDRO ASA, destinada a la producción de salmones en piscifactorías.

No obstante estos procesos de integración vertical y de ciertas fusiones la estructura de estos sectores en España presentan todavía un elevado grado de atomización. Los acontecimientos acaecidos en los últimos años en cuanto a los problemas de salud pública, tales como la peste porcina, las dioxinas detectadas en la carne de pollo, la encefalopatía espongiiforme del ganado bovino y la reciente fiebre aftosa, junto con un estancamiento en el consumo de carne derivado de las preferencias de los consumidores, provocaron un descenso del consumo y de los precios que originó un exceso de oferta y una caída de los precios, deteriorándose significativamente los márgenes de rentabilidad. Este poco atractivo panorama, explica en parte, porqué este sector no ha resultado atractivo en los últimos años para atraer adquisiciones y fusiones como ha ocurrido en otros.

Asimismo, se detecta una estructura todavía familiar, dificultando su salida del mercado mediante la venta de la actividad o simplemente el cierre.

Esta tendencia, no obstante, parece estar cambiando, y es previsible una cierta concentración en el sector en un futuro próximo, tal y como parece existir en otros países de la UE.

Cabe destacar también una creciente preocupación en el sector por desarrollar productos de una calidad e identificarlos con una marca, con el objeto de devolver la confianza a los consumidores. Es por tanto previsible una diferenciación de los productos por calidad y marca y, por tanto, por precio, que conlleve un incremento de los estrechos márgenes del sector.

4.7. Estructura resultante del sector

Dada la delimitación del mercado de producto realizada no se dispone de datos para poder calcular para cada uno de estos mercados los indicadores de concentración utilizados habitualmente, salvo para el caso del mercado de piensos compuestos y el mercado de correctores para piensos. En el caso de las granjas avícolas el cálculo del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) el más empleado como herramienta común para analizar el efecto de las concentraciones económicas sobre el grado de concentración y el poder de mercado, puede calcularse para un mercado más amplio, como el de la producción de carne de ave, y que puede ser considerado como una aproximación a los mercados descritos, junto con las cuotas resultantes de la operación en cada mercado, que sí están disponibles.

Este índice cuantifica el grado de concentración de un mercado, siendo el resultado de sumar los cuadrados de las cuotas de mercado de cada empresa. Se trata de un índice fácil de calcular por la sencillez de los datos que se precisan: las cuotas de mercado. Puesto que las cuotas porcentuales de mercado se miden en un intervalo de 0 a 100, el IHH varía desde el valor 10.000 en el caso de un monopolio hasta un valor que tiende a cero a medida que aumenta el número de empresas. La inversa de este índice multiplicado por 10.000 se interpreta como la variable "número equivalente de empresas de igual tamaño" que habría en el mercado. Así un IHH=10.000 se corresponde con un mercado en el que existe una única empresa, un IHH=5.000 se corresponde con un mercado en el que existen dos empresas y un IHH=2.500 con un mercado de cuatro empresas. Este límite, los 2.500 puntos de IHH, es el considerado por el Departamento de Justicia de EE.UU como aquel por debajo del cual el mercado podría considerarse presumiblemente competitivo.

Para analizar el efecto de una fusión se aconseja calcular el valor IHH previo a la operación y el posterior, ya que el incremento es lo que realmente da una mejor idea del cambio en las condiciones del mercado.

En el caso del mercado libre de pollos para matadero no es posible calcular estos indicadores por falta de datos, ya que no se conoce el tamaño de este mercado ni los operadores en él presentes. No obstante se sabe que SADA la filial de NUTRECO no está presente en este mercado, ya que todos los pollos que cría y engorda se sacrifican en sus mataderos. Por su parte AGROVIC sí tiene presencia en este mercado, con una oferta que supone el 30% de su producción anual de pollos vivos, y que sobre el total de pollos sacrificados anualmente representa el 12% del mismo.

Las cuotas de mercado aportadas por los notificantes son del 28,46% para la empresa resultante de la concentración en el mercado de la distribución moderna y del 23,26 en el mercado de la distribución tradicional. Las estimaciones del Tribunal se reflejan en el cuadro nº 13.

CUADRO nº 12.**INDICES DE CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVE.**

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
Anterior	698	14,3	30,5	41,2	56,4
Posterior	909	11,3	35,2	45,9	59,0
Variación	IHH	202			

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de los datos del cuadro nº 4.

Los indicadores del cuadro nº 12 han sido calculados sobre la base de los datos DBK, ya que son los únicos que tienen estimaciones sobre el resto de competidores. Sin embargo se deberían tener en cuenta las cuotas de mercado resultantes de la operación de concentración, tomando como base los datos del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación sobre el número de pollos para carne (broilers) sacrificados durante el curso 2000 (556.990.000 unidades) y su peso en canal (863.336 toneladas), ya que las presentadas por los notificantes citando como fuente a la Asociación Nacional de Productores de Pollo resultan notablemente diferentes (630.000.000 unidades de pollo sacrificado). Sobre la base de esta cifra los notificantes estimaban una producción anual de 960.000 toneladas (la misma que DBK), por lo que las cifras aportadas en el expediente son menores que las atribuidas por el Tribunal..

CUADRO Nº 13.**CUOTAS DE MERCADO RESULTANTES DE LA OPERACIÓN SEGÚN EL TDC**

Venta de pollos a la distribución moderna	30,9%
Venta de pollos al canal tradicional	25,3%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del MAPYA

En el caso de la producción y venta de piensos compuestos pueden calcularse estos mismos indicadores a nivel nacional, basándose en el cuadro nº 8 y que se muestra en el cuadro nº 14.

CUADRO nº 14.**INDICES DE CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCCIÓN Y VENTA DE PIENSOS COMPUESTOS**

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
anterior	230	43,5	17,3	25,5	37
posterior	300	33,3	21,1	29,3	41,7
IHH	70				

Fuente: Elaboración propia, según datos del notificante del cuadro nº 8.

En el cuadro nº 15 se han calculado los indicadores de concentración para los correctores de piensos, basándonos en los datos del cuadro nº 9

CUADRO nº 15.**INDICES DE CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO DE LOS CORRECTORES DE PIENSOS.**

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
anterior	942	10,6	31,9	50,0	64,3
posterior	1200	8,3	40,0	54,1	66,5
IHH	258				

Fuente: Elaboración propia, según datos del notificante.

5. EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EFECTIVA EN EL MERCADO

5.1. Posibilidades de elección de proveedores y clientes

Los proveedores afectados por esta operación cabe clasificarlos en tres grupos: los proveedores de material para cría y reproducción, los proveedores de cereales y harinas de origen animal y vegetal y los proveedores de materias primas para correctores, fundamentalmente.

El suministro de material para cría y reproducción se caracteriza por la presencia de un reducido número de empresas multinacionales que operan con patentes genéticas en la producción y selección de animales para reproducción, por lo que la operación no va a suponer cambio alguno en las condiciones de un mercado fundamentalmente oligopolista. En cuanto a los oferentes de cereales y harinas para piensos no es previsible tampoco alteración alguna de las condiciones del mercado dado el carácter de mercado internacional de las materias primas para su elaboración. Por último, los suministradores de materiales para la elaboración de correctores de piensos son la industria farmacéutica, industria en la que dado su carácter también oligopolista y la fortaleza de estas empresas, no cabe esperar deterioro alguno.

En cuanto a los clientes, demandantes de pollo sacrificado, es de destacar la ausencia de manifestación alguna por parte de los mismos ante el procedimiento de análisis y solicitud de información seguido por el Tribunal, lo que unido a las cuotas de mercado de las que se tiene conocimiento no induce a pensar en un deterioro de las condiciones de competencia, por la vía de la oferta.

Sin embargo, en cuanto al mercado libre de los pollos vivos, cabe manifestar que se elimina un oferente en este mercado con una presencia no despreciable, lo que junto al carácter marcadamente nacional de este mercado, hace que se considere la posible restricción de oferta en el mismo. En efecto, dado que la política del GRUPO SADA (NUTRECO) es la de sacrificar todos sus animales en sus propios mataderos, no es en absoluto irreal contemplar la posibilidad de que tras la fusión la empresa resultante decida no participar en el mercado libre. Tampoco en este caso el Tribunal ha recibido información o denuncia alguna sobre la existencia de algún matadero libre que pueda verse en un futuro sin suministro.

5.2. Poder económico y financiero de las empresas

El grupo resultante de la operación es un grupo multinacional con un elevado poder económico y financiero, independientemente de la absorción de AGROVIC. Su inmediato competidor, el grupo francés DOUX, es, al menos en los mercados aquí afectados, comparable a NUTRECO, estando considerado como el líder a nivel europeo y en Francia.

5.3. Evolución de la oferta y la demanda.

El consumo de carne de pollo experimentó un espectacular crecimiento en la década de los sesenta y setenta. En la actualidad ese crecimiento de consumo se ha moderado notablemente. El consumo de estos productos está a un nivel intermedio/alto en relación con el consumo de la UE, por lo que no es de esperar un crecimiento espectacular de la demanda por este lado. Tampoco la demanda se va a ver incrementada por el aumento esperado de la población. En consecuencia, el crecimiento de la industria deberá producirse por la innovación en productos de mayor valor añadido. En este proceso se encuentran las principales industrias ganaderas de España, entre las que se encuentra la empresa notificante.

5.4. Barreras de entrada

No existen barreras de entrada legales en la CE ni tampoco de tipo económico para la instalación de granjas de cría y engorde, ni para la fabricación de piensos compuestos.

Sin embargo, como ya se ha mencionado a lo largo de informe, los acontecimientos pasados en la producción de carne para consumo humano han provocado una demanda social de mayores controles de calidad y sanitarios que sin duda requerían inversiones cuantiosas, como son las destinadas a incluir los trazadores en los productos manipulados y fabricados por los actuales operadores. Estos requerimientos de inversiones forzarán la salida o la marginalidad de aquellos operadores que no dispongan del acceso a las fuentes de financiación y capacidad tecnológicas requeridas.

6. EFECTOS COMPENSATORIOS DE LAS RESTRICCIONES A LA COMPETENCIA

Los notificantes han argumentado varias cuestiones por las que la operación supondrá una mejora para el consumidor final. En primer lugar destacan el “beneficio inmediato en términos sanitarios y de control de calidad alimenticio”. En concreto se refieren profusamente a los denominados “trazadores”. La trazabilidad consiste en la suplantación de procedimientos de identificación y control que permitan determinar de forma exacta el origen de cualquier partida de carne de pollo, tanto en cuanto al origen genético de la partida de huevos, la granja en la que se han incubado, la granja en la que se ha engordado, el matadero en el que se ha sacrificado e, incluso, llegado el caso, la planta que se ha encargado del envasado. El objetivo es doble, por un lado aumentar la calidad alimentaria del producto y por otro aumentar la seguridad alimentaria, de forma que ante un posible fallo en el producto final sea posible identificar rápidamente en qué fase del proceso productivo se ha producido y poder así poner los medios para subsanar el producto y el posible contagio.

Pues bien, según manifiesta NUTRECO, en el momento actual y con la tecnología con la que cuenta AGROVIC dicha trazabilidad resulta imposible, y para poder implantar los procedimientos de control de calidad que proporcionarían dicha trazabilidad, serían precisas cuantiosas inversiones que AGROVIC por razones de su delicada situación financiera, no puede asumir. Dichas inversiones redundarán en una mejora de la eficiencia de las empresas del Grupo AGROVIC sin que, por ello, desaparezca la estructura actual de ésta, lo que en definitiva permite que al mantenerse las dos estructuras se mantenga la tensión entre ambas.

Se enumeran también otros beneficios derivados de la operación como mejora de los tratamientos de frío en los mataderos, la sustitución de material obsoleto en los mismos, mejora en el tratamiento y depuración de los residuos, etc, con lo que la concentración incrementará la eficiencia de las empresas del grupo.

Otras cuestión a destacar es la muy probable desaparición de AGROVIC del mercado si no se lleva a cabo la operación. La situación financiera de AGROVIC es, según declaran los notificantes y la propia AGROVIC, prácticamente de suspensión de pagos. Por ello, manifiestan que de no llevarse a cabo la operación el cierre de AGROVIC se produciría con toda seguridad y ello provocaría una restricción de la oferta de pollos sacrificados del orden del 11% de la producción total. Ante esta reducción en la oferta se produciría un inmediato y significativo aumento de los precios. Además la desaparición de AGROVIC del mercado provocaría la pérdida de puestos de trabajo tanto directo como indirecto.

Por su parte, las empresas declaradas interesadas en el expediente, han manifestado un criterio totalmente contrario sobre los efectos de la posible desaparición de

AGROVIC, ya que...”En primer lugar, los pollos no “desaparecen” de un día para otro, porque son una parte más de un ciclo o proceso. Las madres reproductoras seguirían vivas y poniendo huevos para la empresa que fuese su dueña y lo único que ocurriría es que esa cuota de mercado que actualmente ostenta AGROVIC se la repartirían entre sus competidores, los cuales a día de hoy no producen o sacrifican más pollos porque no existe demanda para ello, es decir, porque no quieren, no porque no puedan.

En otras palabras, caso de entrar AGROVIC en un proceso de suspensión de pagos o quiebra se produciría un reparto de la cuota de mercado que aquella ostenta entre varias empresas (no sólo a una), lo que daría lugar, sin duda, a una mayor competencia y a una bajada de los precios”.

7. RESUMEN Y CONCLUSIONES

El presente informe analiza los efectos que sobre la competencia efectiva en el mercado puede tener la operación de concentración notificada por la empresa NUTRECO ESPAÑA, S.A..

La operación consiste en la adquisición por parte de NUTRECO del control y la titularidad del 100 % del capital de la empresa AGROVIC ALIMENTACIÓN, S.A..

Las empresas objeto de este análisis producen, distribuyen y comercializan pollos para carne, tanto sacrificados como en vivo para mataderos, además de correctores para piensos compuestos y piensos compuestos. Tras el estudio llevado a cabo a lo largo del presente informe, el Tribunal ha extraído las siguientes conclusiones:

Primera La operación de concentración económica objeto del presente Informe consiste en la adquisición por NUTRECO ESPAÑA, S.A., de la empresa AGROVIC ALIMENTACION, S.A. cumple con los requisitos previstos en la letra a) apartado 1, del artículo 14 de la Ley 16/1989, de 16 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación obligatoria ante el Servicio de Defensa de la Competencia.

Segunda De acuerdo con la información proporcionada por el notificante, la operación de concentración no tiene dimensión comunitaria por no alcanzar los umbrales de cifra de negocios establecidos en el párrafo 2, a) y b) del artículo 1 del Reglamento CEE nº 4064/89 del Consejo, de 21 de diciembre de 1989, sobre el Control de las Operaciones de Concentración entre Empresas

- Tercera** Existen diversos mercados relevantes de productos afectados por la presente operación, como son: (i) el mercado de producción y venta de pollos vivos en el mercado vivo, (ii) el mercado de pollos sacrificados con destino al canal *horeca*, (iii) el mercado de pollos sacrificados con destino a la distribución moderna, (iv) el mercado de pollo sacrificados con destino a la distribución tradicional, (v), el mercado de pollos sacrificados con destino a los proveedores industriales, (vi) el mercado de la fabricación y venta de piensos compuestos y (vii) el mercado de la fabricación de correctores para piensos.
- Cuarta** La dimensión geográfica de éstos mercados se ha delimitado como **nacional** en el caso de los piensos compuestos y de los correctores para éstos, tras haber considerado la posibilidad de delimitaciones más estrechas. Para el resto de mercados afectados, los relacionados con la carne de pollo, se ha constatado la existencia de un mercado **internacional** en el caso de la producción de carne de pollo para procesos industriales, mercados más amplios que el nacional para la carne de pollo distribuida mediante el canal *horeca* y mediante la distribución moderna, y mercados **nacionales** para la carne de pollo distribuida mediante el canal de distribución tradicional y para la venta de pollos en vivo para mataderos. La percepción de que la operación no plantea problemas para la competencia en los mercados de carne de pollo en los canales Horeca y distribución moderna hace que no se precise de una delimitación geográfica más concreta.
- Quinta** La operación de concentración dará lugar a unas cuotas de mercado del **16.2 %**, en valor, en el **mercado de piensos compuestos**; del **21,14%**, en valor, en el **mercado de correctores para piensos** y del **27,2 %** en el **mercado de carne de ave**, según el notificante. En los mercados de carne de pollo distribuida mediante la **distribución moderna** la cifra estimada por el notificante es del 28,46 % y del 23,26 % en la **distribución tradicional**. El Tribunal estima estas cifras en el **30, 9%** y **25,3%** respectivamente.
- Sexta** En los tres sectores estudiados el grupo resultante de la operación se situará como líder. En el mercado de correctores para piensos la estructura del mercado resulta con un inmediato competidor de tamaño similar al líder y un tamaño del 50% del mercado para las cuatro primeras empresas. En el mercado para piensos compuestos el segundo operador por cuota de mercado se sitúa a bastante distancia (5,9%) y la estructura del mercado presenta una alta fragmentación, con un elevado número de empresas de pequeño tamaño, el 41,7 % del mercado lo ocupan siete empresas. Por último, en el mercado de carne de ave el segundo grupo tendrá una cuota de mercado, en valor, del 8 % y una estructura algo

menos atomizada que en el mercado de los piensos compuestos, al tener las 8 primeras empresas un 60% del mercado.

Séptima El precio del pollo vivo, que sirve de referencia para toda España y para fijar el precio de la carne de pollo distribuida a través del comercio tradicional, se forma semanalmente, los viernes, en la Lonja Agropecuaria del Ebro, mediante un sistema de votaciones. En las votaciones participan los productores de pollo vivo y los demandantes, esto es, los mataderos. El peso de cada uno depende del número de unidades que represente y que previamente se han certificado en la Lonja, siguiendo el principio de “un pollo-un voto”. En la actualidad el Grupo SADA ostenta el 22 % de los votos y AGROVIC el 24 %. Tras la operación el peso de la empresa resultante sería del **46 %**. Por ello, parece necesario evitar la creación de una posición de dominio limitando a que el grupo resultante de la operación no disponga de una cuota superior a su actual 22%. Todo ello sin perjuicio de las posibles medidas que el Tribunal adopte con respecto al mecanismo de formación de precios de la “Junta del Pollo” de la Lonja Agropecuaria del Ebro ya que se estima que el sistema de fijación de éste precio podría no resultar compatible con la Ley de Defensa de la Competencia.

Octava Tanto en el sector de producción de pollos para carne como en el de piensos compuestos coexisten pequeñas empresas, activas solo en alguna de las fases del mercado, con empresas grandes e integradas verticalmente. Las dos empresas que se fusionan pertenecen a éste último grupo. Persiste una atomización notable en el sector, especialmente en la parte correspondiente a los piensos compuestos.

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

DICTAMEN

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

Que NUTRECO ESPAÑA, S.A. renuncie a los votos, para la fijación del precio del pollo vivo en la Lonja Agropecuaria del Ebro, que le corresponderían tras la adquisición de AGROVIC, S.A. de forma que se mantenga su participación actual del 22%, por ellos declarada.

19 de diciembre de 2001