

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1235/21 HELADOS ALACANT / HELADOS SOMOSIERRA

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 1 de octubre de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo por parte de HELADOS ALACANT de HELADOS SOMOSIERRA, que pasará a ostentar el 100% de las acciones de Crestas La Galeta, S.A.
- (2) Por todo ello, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **2 de noviembre de 2021, inclusive**. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (3) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (4) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (5) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.b) de la misma.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (6) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa firmado el 30 de septiembre de 2021 entre HELADOS ALACANT y HELADOS SOMOSIERRA (Contrato de Compraventa de Helados Somosierra). Dicho Contrato contiene las siguientes cláusulas: (i) una obligación de no competencia; (ii) una obligación de no captación.

III.1. CLÁUSULA INHIBITORIA DE COMPETENCIA

- (7) La cláusula 10 del Contrato de Compraventa de Helados Somosierra contiene una obligación de no competencia. En este sentido, dicha obligación prevé que los vendedores se comprometan a no ser propietarios, dirigir, gestionar o participar en negocios competidores durante un plazo de [CONFIDENCIAL ≤2 años] a partir de la fecha de cierre de la Operación Propuesta. La obligación de no competencia se circunscribe al territorio de España.

III.2. CLÁUSULA DE NO CAPTACIÓN

- (8) La obligación de no captación incluida en la cláusula 10 del Contrato de Compraventa de Helados Somosierra, prevé que los vendedores no podrán tratar de contratar, emplear o contratar con la finalidad de buscar la contratación o el empleo de cualquier directivo o empleado de Helados Somosierra. La duración

de la obligación de no captación es de [CONFIDENCIAL ≤2 años]a partir de la fecha de cierre de la Operación Propuesta y durante un periodo de [CONFIDENCIAL ≤2 años]después de que dicha persona deje de ostentar la condición de directivo o empleado, pero operando en todo caso el límite máximo de [CONFIDENCIAL ≤2 años]de duración.

III.3. VALORACIÓN

- (9) A la vista de lo anterior, y teniendo en cuenta lo establecido en Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y en precedentes anteriores, se considera que el contenido de la **cláusula de no competencia** del Contrato, implica una limitación a la adquisición o tenencia de acciones en una empresa competidora para fines exclusivamente de inversión financiera, que no le confieren directa o indirectamente funciones de dirección o influencia sustancial en la misma, por lo que no tiene la consideración de accesoria ni necesaria para la operación, quedando por tanto sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (10) Tanto el contenido como la duración de la cláusula de no captación, se circunscriben a lo dispuesto en la Comunicación, por lo que es necesaria y accesoria para la consecución de la operación.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1 ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS ALICANTINAS DEL HELADO Y DERIVADOS, S.A. (HELADOS ALACANT)

- (11) Helados Alacant es una empresa heladera española constituida en 1972 por un grupo de 35 heladeros artesanos. Se trata de una empresa dedicada principalmente a la producción de helados para distribuirlos posteriormente en el canal mayorista a supermercados, heladerías y pequeños establecimientos independientes¹.
- (12) Helados Alacant es uno de los principales interproveedores de helados para la marca blanca de Mercadona (Hacendado). Además, el grupo fabrica y comercializa, de forma minoritaria, las marcas propias Alacant, Helados Antiú Xixona y 4U Free From. En particular, Helados Alacant comercializa su producto de marca propia a través de terceros socios y distribuidores (heladerías, horchaterías, etc.), de modo que no comercializa directamente sus productos al consumidor final, sino que únicamente está activo en la distribución mayorista².
- (13) [CONFIDENCIAL].

¹ Ningún miembro de los órganos de administración de Helados Alacant o sus sociedades dependientes respectivas es miembro del órgano de administración de ninguna otra empresa competidora de las Partes que opere en el mercado de fabricación y distribución de helado industrial.

² Helados Alacant ofrece una gama amplia de helados, así como postres helados, línea de impulso, helados dietéticos y helados para diabéticos y helados veganos. En particular, el portfolio de Helados Alacant cuenta con: 1. Cremas y sorbetes; 2 Tarrinas; 3. Conos; 4. Sticks; 5. Infantiles (helados destinados al público infantil); 6. Tartas y barras; 7. Postres (frutas heladas, cerámicas, crema catalana, tarta al whisky, flan helado, requesón con miel, etc.) en formato helado; 8 Golosina líquida para beber tipo "flash" y 9. Granizados.

- (14) Según la notificante, el volumen de negocios en España de HELADOS ALACANT, para el año 2020, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), fue de **[CONFIDENCIAL >60] millones de euros.**

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HELADOS ALACANT (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[CONFIDENCIAL <2500]	[CONFIDENCIAL <100]	[CONFIDENCIAL >60]

Fuente: Notificación

IV.2 CRESTAS LA GALETA, S.A. (HELADOS SOMOSIERRA).

- (15) Helados Somosierra es una empresa madrileña perteneciente al grupo Crestas La Galeta, constituida en 1939.
- (16) En particular, Crestas La Galeta es propietaria de las marcas Somosierra y Royne, comercializados en las cadenas de alimentación y supermercados y suministra a numerosos restaurantes de Madrid.
- (17) El portfolio de Helados Somosierra cuenta con: (i) tarrinas de helados; (ii) conos; (iii) sándwiches; (iv) tartas y barras heladas; (v) infantiles; (vi) bombones; (vii) sticks; y (viii) natas. Asimismo, dentro de su cartera de productos, encontramos helados de diferentes sabores, así como helados sin azúcar, sin gluten, veganos o dietéticos.
- (18) Según la notificante, el volumen de negocios en España de HELADOS SOMOSIERRA para el año 2020, conforme al artículo 5 del RDC fue de **[CONFIDENCIAL <60] millones de euros.**

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HELADOS SOMOSIERRA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[CONFIDENCIAL <2500]	[CONFIDENCIAL <100]	[CONFIDENCIAL <60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercados de producto

- (19) El sector económico afectado por la operación es el de alimentos congelados y, en particular, el de la fabricación y distribución de helados. (Código NACE C.1052 “Elaboración de helados”).
- (20) Como resultado de la Operación Propuesta, se producirá un solapamiento de actividades limitado entre Helados Alacant y Helados Somosierra, al estar ambas sociedades activas en el mercado nacional de fabricación y distribución mayorista de helados, en los canales para el hogar, de impulso y para la hostelería.

- (21) Precedentes comunitarios³ y nacionales⁴ han analizado el mercado de alimentos congelados y en particular el de los helados.
- (22) Tanto la Comisión Europea⁵ como la CNMC⁶ han venido estableciendo de manera consistente que, dentro del mercado de los platos preparados, los alimentos congelados constituyen una categoría separada de los alimentos frescos y de los refrigerados. Asimismo, dentro de estos, se han distinguido diferentes categorías⁷, entre las que estarían los “*otros congelados*” donde se enmarcarían los helados y otros postres considerándose por tanto en precedentes un mercado separado de helados, distinto del de otros productos congelados⁸. De acuerdo con los precedentes aplicables, se puede hacer una primera clasificación entre: (i) los helados industriales⁹; y (ii) los helados artesanales¹⁰.
- (23) Asimismo, tanto la Comisión Europea¹¹ como la CNMC¹² han identificado dentro del mercado de helados industriales, donde se encuentran las partes de la presente operación, mercados de producto diferentes desde el punto de vista de la demanda, en función de si el consumo se efectúa en casa o fuera de ella y si se toma como postre o no: (i) helados para el hogar; (ii) helados para el consumo de impulso y; (iii) helados para el consumo de hostelería.
- (24) Teniendo en cuenta lo anterior, **el helado para el hogar** se ha definido como el helado comprado para ser consumido en casa. En este mercado, los fabricantes industriales no venden normalmente al cliente final, sino a empresas de alimentación o cadenas de supermercados, a los que acude el cliente final para adquirirlos y consumirlos en un momento posterior. Dentro de esta categoría de helado para el hogar, se ha considerado realizar una distinción entre mercado mayorista y el mercado minorista, pudiéndose distinguir dentro del primero, el mercado de productos de marca del fabricante (MDF) y por otro, de marca del distribuidor (MDD), si bien esta posibilidad se ha dejado abierta en los citados precedentes.
- (25) Por otro lado, **el helado para el consumo de impulso**¹³ se ha definido como un helado para el consumo en la calle o en zonas públicas y atiende a la demanda

³ A nivel comunitario, cabe destacar por su relevancia y carácter reciente el precedente M.7946 PAI / NESTLE / FRONERI, así como M.2640 NESTLÉ / SCHÖLLER, M.422 UNILEVER FRANCE / ORTIZ MIKO, M.3658 – OKRLA / CHIPS, M.5975 LION CAPITAL / PICARD GROUPE o M.7669 – LION CAPITAL / ARYZTA / PICARD GROUPE

⁴ C-15/94 NESTLÉ / CONSELSA / COFRALIM, C/0637/15 FINDUS / ACTIVOS NESTLÉ y C/0671/15 PORTOBELLO.

⁵ Caso COMP/M.5975 –Lion Capital / Picard Group

⁶ C/0671/15 PORTOBELLO, C-0637/15 FINDUS/ACTIVOS NESTLÉ y C15/94 Nestlé / Conelsa / Cofralim

⁷ Concretamente se han distinguido: (i) verduras congeladas; (ii) pizzas congeladas; (iii) patatas congeladas; (iv) pescado y marisco congelado; (v) platos preparados congelados; y (vi) otros congelados (fundamentalmente helados y otros postres).

⁸ C/0671/15 PORTOBELLO, párrafo 45, y Caso M.7946 – PAI / NESTLÉ / FRONERI, párrafos 13 y 14.

⁹ Los *helados industriales* son aquellos que suelen fabricarse en instalaciones especializadas y su lugar de consumo es independiente del de la producción

¹⁰ Los *helados artesanales* pueden definirse como aquellos que fabrican los propios vendedores ambulantes o panaderos, así como heladerías y pequeñas empresas que ofrecen sus productos de heladería a nivel local, normalmente en el lugar de producción.

¹¹ M. 7946 PAI/NESTLÉ/FRONERI; M. 7281 LUR BERRI/PAI PARTNERS/LABEYRIE FINE GOODS; M. 422

UNILEVER FRANCE/ORTIZ MIKO; y M. 362 NESTLÉ/ITALGEL

¹² C/0671/15 PORTOBELLO y C/15/94 NESTLÉ/CONELSA/COFRALIM

¹³ C/0671/15 PORTOBELLO y C/15/94 NESTLÉ/CONELSA/COFRALIM

generada por “*el impulso inmediato de consumir el producto que debe ser apto para consumo individual, incluso de pie*”¹⁴. Los productos de helado de impulso se venden en varios tipos de puntos de venta, como panaderías, quioscos de helados, tiendas de conveniencia, camiones de helados, etc. y se caracteriza por el hecho de que el consumidor final adquiere el producto para su consumo inmediato, en poca cantidad y a un precio superior al de los productos para el hogar.

- (26) Finalmente, **el helado para el consumo de hostelería** hace referencia a los productos de heladería comprados en el sector de la gastronomía, es decir, en restaurantes, cafeterías, hoteles, etc. Los helados vendidos a través de este canal se venden y entregan bien a granel, ya sea directamente al cliente o a sus mayoristas para que los consuman en el local de restauración, bien en formatos con envoltorio individual.
- (27) Tanto la CNMC como la Comisión Europea han concluido en los precedentes citados, que no procede realizar segmentaciones adicionales¹⁵ a las anteriormente expuestas respecto del mercado de fabricación y distribución de helados¹⁶.
- (28) A la vista de lo anterior, a los efectos de la presente operación se consideran los siguientes mercados afectados:
- i. Mercado de fabricación y distribución mayorista de helados MDD para el hogar;
 - ii. Mercado de fabricación y distribución mayorista de helados MDF para el hogar;
 - iii. Mercado de fabricación y distribución de helados para el consumo de impulso;
 - iv. Mercado de fabricación y distribución de helados para el consumo de hostelería,
- si bien según la notificante, las partes solo alcanzan cuotas conjuntas superior al 15% en los dos primeros, para los que aportan cuotas de mercados de las partes y de competidores.

V.2. Mercado geográfico

- (29) Tanto la CNMC como la Comisión Europea han considerado que la dimensión geográfica del mercado de fabricación y distribución de helados es nacional sobre la base de que “*La diversidad de las preferencias de los consumidores, estacionalidad y hábitos de consumo, al carácter nacional de los circuitos de venta, distribución y logística, así como las distintas marcas y contratos de venta son, por lo general, de ámbito nacional*”¹⁷ y que “[...] además de otros factores como las diferencias en los hábitos de consumo, las recetas y el embalaje, la

¹⁴ C/15/94 NESTLÉ/CONELSA/COFRALIM

¹⁵ Por ejemplo, respecto del yogur helado, en base al formato (envasado, en bolas o “helado italiano”), ingredientes u otros

¹⁶ Caso M.7946 – PAI / NESTLÉ / FRONERI.

¹⁷ C/0671/15 – PORTOBELLO, párrafo 50

*forma de realizar de las ventas y compras sugieren que el mercado tendría dimensión nacional*¹⁸.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

- (30) Según la Notificante, la estructura de la oferta se caracteriza por contar con un número suficiente de suministradores multiproducto consolidados y competitivos con importante presencia nacional, europea y mundial, los **principales competidores** podrían agruparse en tres categorías, tal y como describe la Comisión Europea¹⁹: (i) fabricantes globales a escala multinacional²⁰; (ii) fabricantes a escala pan-europea²¹ y (iii) fabricantes nacionales o regionales²².
- (31) Según señala la notificante, se trata de un sector en el que existe **excedente de capacidad instalada** que supera el tamaño real de la demanda. Dicha capacidad productiva excedente, cercana al [CONFIDENCIAL]% según la notificante, está marcada por una fuerte estacionalidad en la demanda, con fabricantes sobredimensionados en términos de capacidad para poder hacer frente a esos picos de demanda en los meses de verano.
- (32) Por otra parte, señala la notificante que las partes de la operación no son competidores inmediatos, estando Helados Somosierra especializado en la fabricación de helados en cono, mientras que Helados Alacant particularmente experto en vasos, botes grandes y graneles.
- (33) A continuación, se muestran las cuotas de mercado de las partes y sus competidores en el mercado de fabricación y distribución de helados para el hogar MDD, único mercado donde la operación da lugar a una conjunta superior al 15%²³.

¹⁸ Caso M.7946 – PAI / NESTLÉ / FRONERI, párrafos 55-61

¹⁹ Caso M.7946 PAI / NESTLE / FRONERI, párrafo 73.

²⁰ Como Unilever, que lidera el mercado de helados en la UE, con presencia mundial y un portfolio de productos muy amplio, o General Mills, que cuenta con marcas reputadas y apreciadas por los consumidores a nivel mundial como Häagen-Dazs

²¹ Como Lacrem, que fabrica los helados para la marca Farggi y que se distribuyen en más de 40 países, o ICFC, que compite con un amplio portfolio a nivel europeo, tanto en MDF como en MDD

²² Como Kalise, Casty o Helados Estiu, con una fuerte implantación en el territorio nacional, que no solo son proveedores de helados MDD para supermercados como Mercadona, sino que cuentan con importantes acuerdos de distribución y colaboración con marcas tan importantes como “Mars” o “M&Ms”, entre otras

²³ En el **fabricación y distribución mayorista de helados MDF para el hogar, a nivel nacional**, la cuota conjunta de las partes en 2020, en volumen²³ fue del [CONFIDENCIAL 10-20]%, aportando HELADOS ALACANT un [CONFIDENCIAL 10-20]% y SOMOSIERRA un [CONFIDENCIAL 0-5] %. Por lo que respecta a los competidores, las cuotas que ostentan son Unilever; [CONFIDENCIAL 30-40] %; Froneri (Nestlé) [CONFIDENCIAL 20-30]%; General Mills [CONFIDENCIAL 5-10]%; Lacrem [CONFIDENCIAL 5-10]%; Ice Cream Factory Comaker [CONFIDENCIAL 5-10]%; Kalise [CONFIDENCIAL 0-5]%; Casty [CONFIDENCIAL 0-5]%. En este mercado el grado de concentración del mercado tras la operación apenas experimenta modificaciones, ya que la adición de cuota es irrisoria (0,09%). En el resto de los mercados afectados (mercado de fabricación y distribución de helados para el consumo de impulso y mercado de fabricación y distribución de helados para el consumo de hostelería), la operación no da lugar a solapamientos horizontales significativos (en cualquier caso, inferiores al 15%).

Cuota de mercado – Fabricación y distribución de helados para el hogar (MDD) en España 2020		
Empresa	Valor %	Volumen %
Helados Alacant	15-20%	[CONFIDENCIAL 20-30]%
Negocio Adquirido	5-10%	[CONFIDENCIAL 5-10]%
Cuota Conjunta	20-30%	[CONFIDENCIAL 30-40]%
Ice Cream Factory Cornmaker	20-25%	[CONFIDENCIAL 30-40]%
Grupo Helados Estiu	15-20%	[CONFIDENCIAL 10-20]%
FRONERI (Nestlé)	15-20%	[CONFIDENCIAL 10-20]%
Lacrem	<10%	[CONFIDENCIAL 5-10]%
Casty	<10%	[CONFIDENCIAL 5-10]%
TOTAL	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a los datos aportados por la Notificante tras requerimiento de información.

- (34) Por lo que respecta al **grado de concentración** en los citados mercados, a nivel nacional: (i) en el mercado MDD se trata de un mercado con un nivel de concentración poco relevante, con un Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH) post operación de [CONFIDENCIAL] y un delta de [CONFIDENCIAL] y en el mercado MDF con un IHH post operación de [CONFIDENCIAL] y un delta de [CONFIDENCIAL], por debajo de los umbrales bajo los que la Comisión Europea no considera necesario profundizar en el análisis²⁴.
- (35) Si bien el segmento MDD, cuenta con un reducido número de oferentes en comparación con el segmento MDF, según la Notificante, la entidad resultante seguiría teniendo que hacer frente a importantes presiones competitivas de otros competidores de primer nivel en el segmento MDD²⁵, con capacidad suficiente para ejercer fuerte presión competitiva.
- (36) Respecto a la **estructura de costes**, los principales factores que la determinan son las materias primas [CONFIDENCIAL] los costes de personal y mano de obra [CONFIDENCIAL]%) y otros costes generales de fabricación como mantenimiento y amortizaciones [CONFIDENCIAL]
- (37) Las **fuerzas competitivas** en el segmento MDD, son fundamentalmente dos: (i) el precio y, por tanto, el control de costes en la distribución y (ii) la necesidad de adaptarse en términos de flexibilidad de suministro y servicio a las necesidades de los clientes que disponen de un gran poder negociador y son tremendamente exigentes.
- (38) Según la Notificante, los precios vienen marcados en una gran medida por el coste de las **materias primas** como el azúcar o la leche, y la capacidad que tengan los fabricantes de negociar precios ajustados con los proveedores de

²⁴ Las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, consideran que es improbable que la Comisión detecte problemas de competencia horizontal en un mercado que después de la concentración tenga un IHH inferior a 1 000.

²⁵ Fundamentalmente Ice Cream Factory Comaker (ICFC), que cuenta con una cuota similar (en torno al [CONFIDENCIAL 20-30]%), así como otros competidores plenamente asentados en el mercado español como Grupo Helados Estiu (otro de los principales proveedores de helados de Mercadona), Froneri o Lacrem, todos ellos con cuotas de mercado entre el [CONFIDENCIAL 5-10] y el [CONFIDENCIAL 10-20]%, aproximadamente

estos productos. En el caso del segmento MDD, los clientes de las Partes son extremadamente sensibles al precio, e incluso cuestionan los costes y márgenes de abastecimiento de materias primas de los fabricantes de helados.

VI.2. Estructura de la demanda

- (39) La demanda del mercado de fabricación y distribución de helados MDD está compuesta principalmente por cadenas de supermercados de gran tamaño (Mercadona, Carrefour Lidl, DIA o El Corte Inglés), normalmente multinacionales, con grandes recursos financieros, que pueden ejercer un poder de compra notable en sus negociaciones con los fabricantes de helados, exigiendo que el fabricante que les suministre sea altamente competitivo a nivel de precios y servicios²⁶. Todo ello genera una elevada competencia entre proveedores de marcas MDD para suministrar a las grandes cadenas de supermercados.
- (40) Asimismo, según la notificante, es frecuente que los supermercados se unan a nivel europeo o incluso internacional en centrales de compra donde se agrupan distintas cadenas para precisamente ejercer una mayor presión de grupo comprador frente a los fabricantes y distribuidores de helados para el segmento MDD.
- (41) En general, factores como la fidelidad a una marca o a un proveedor, no son relevantes para la fabricación y distribución de helados MDD, ya que, en general, los clientes de las Partes y sus competidores cuentan con varios proveedores simultáneos para cubrir los diferentes tipos y sabores de helado. La elección de un fabricante de helados u otro se basa principalmente en el precio y en la fiabilidad de la distribución, así como en la flexibilidad y la orientación a las preferencias del cliente.
- (42) Según la notificante, no son habituales acuerdos de distribución en exclusiva ni a largo plazo, debido principalmente al gran poder de compra y negociación de la demanda.

VI.3. Barreras de entrada e I+D

- (43) Según la notificante, no existen barreras de entrada ni de expansión significativas en el mercado de fabricación y distribución de helados, ni de acceso a materias primas, ni regulatorias (certificaciones alimentarias que se encuentran al alcance de cualquier empresa cumpla una serie de requisitos objetivos de seguridad y salubridad), ni dificultades asociadas al acceso a tecnología o maquinaria. Tampoco son de aplicación restricciones relativas a patentes, conocimientos técnicos (know-how) u otros derechos de propiedad intelectual e industrial, en el sector heladero (más allá de la lógica protección de las marcas y diseños propios de cada fabricante).
- (44) Según la Notificante, los gastos en investigación y desarrollo (I+D) no son significativos ni pueden dar lugar a la obstaculización de la entrada de competidores en el mercado, no siendo esenciales para poder competir en el sector.

²⁶ [CONFIDENCIAL]

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN.

- (45) La presente operación consiste en la adquisición implica la adquisición del control exclusivo por parte de HELADOS ALACANT de HELADOS SOMOSIERRA.
- (46) El único mercado relevante a los efectos de la operación es el de la fabricación y distribución mayorista de helados para el hogar en España en el segmento MDD donde la cuota conjunta asciende al [CONFIDENCIAL 30-40]% (adición de [CONFIDENCIAL 5-10]%). En el resto de los mercados afectados, la operación no da lugar a solapamientos horizontales significativos (todo caso, inferiores al 15%).
- (47) No obstante, se trata de un mercado en el que existen múltiples competidores con capacidad de competir con la entidad resultante. Asimismo, existe un elevado poder compensatorio de la demanda, que ejercen los diferentes grupos de la gran distribución, entre otros, MERCADONA, del que la notificante es interproveedor, por lo que no se prevé que la operación vaya a dar lugar a riesgos a la competencia en este mercado.
- (48) La operación no da lugar a efectos verticales, ya que, ya que ninguna de las partes opera en mercados verticalmente relacionados, ni a efectos cartera.
- (49) Teniendo en cuenta todo lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser autorizada **en primera fase sin compromisos.**

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone autorizar la concentración, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo, y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que, no tendrán la consideración de restricciones accesorias y necesarias para la operación, quedando por tanto sujetas a la normativa sobre acuerdos entre empresas, del contenido de la cláusula de no competencia, toda limitación a la adquisición o tenencia de acciones en una empresa competidora para fines exclusivamente de inversión financiera, que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o influencia sustancial en la misma.