



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-07074

DINOSOL / TAGOROR

Con fecha 12 de julio de 2007 se notificó la operación de concentración consistente en la adquisición por DINOSOL SUPERMERCADOS S.L. de los activos correspondientes a un establecimiento de venta al por mayor en formato *cash & carry* titularidad de GRUPO DE COMPRAS TAGOROR S.L. que se ubica en Jinamar (municipio de Telde, Isla de Gan Canaria). Dicha adquisición incluye inmovilizado, existencias, derechos y fondo de comercio.

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

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

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

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, el notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía y Hacienda resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **13 de agosto de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración consiste en la adquisición por DINOSOL SUPERMERCADOS S.L. (DINOSOL) de los activos correspondientes a un establecimiento de venta al por mayor en formato *cash&carry* titularidad de GRUPO DE COMPRAS TAGOROR S.L. (TAGOROR) que se ubica en Jinamar (municipio de Telde, Isla de Gan Canaria). Dicha adquisición incluye inmovilizado, existencias, derechos y fondo de comercio.

El contrato de compraventa de activos, firmado entre las partes el [...] ¹de [...] de 2007, contiene como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte de las autoridades de competencia españolas.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El compromiso de compraventa de activos contempla un pacto de no competencia por un periodo [no superior a tres años], por el que el TAGOROR y sus socios ² se abstendrán, dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, de ejercer o participar en cualquier actividad mercantil que sea similar o compita con cualquier parte de la actividad de negocios que las sociedades del grupo adquirido desempeñan actualmente.

Adicionalmente, dicha cláusula contiene un pacto de no captación de empleados o colaboradores de la compradora.

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

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de las cláusulas de no competencia y de no captación no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989, DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004), por lo que carece de dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPE

IV.1 DINOSOL SUPERMERCADOS S.L. (DINOSOL)

DINOSOL es una sociedad presente en el sector de la distribución comercial minorista y mayorista de bienes de consumo diario en España, con centros de venta localizados tanto en la península como en Baleares y Canarias.

Desde diciembre de 2004 ³, su capital social se encuentra controlado por el fondo de inversión PERMIRA EUROPE III, gestionado por la sociedad PERMIRA HOLDING LIMITED (PERMIRA). Según el notificante, ninguno de los fondos PERMIRA (EUROPE II y EUROPE III)

¹ Se inserta entre corchetes la información declarada confidencial a solicitud de la notificante

² Como acuerdo adicional, las partes convienen en excluir de dicho pacto de no competencia a Don [...], que podrá continuar con el ejercicio de su actividad comercial habitual.

³ Operación de dimensión comunitaria notificada a la Comisión Europea el 22 de octubre de 2004 (Caso Nº COMP/M.3604 PERMIRA/AHOLD), declarada compatible con el mercado común el 26 de noviembre de 2004.

controlan otras compañías con intereses en el sector de la distribución comercial además de DINOSOL.

En la actualidad, las actividades de distribución minorista de DINOSOL se centran en la explotación de supermercados (con las enseñas “Supersol” en la península e “Hiperdino” en Canarias), hipermercados (con las enseñas “Hipersol” en la península e “Hiperdino” en Canarias), “cash & carry” o distribución mayorista (con la enseña “CashDiplo”) y tiendas de conveniencia en Canarias (con la enseña “Netto”).

DINOSOL está integrada en la central de compras IFA a través de la que realiza, aproximadamente, el el [...] % de sus compras.

La facturación de las empresas pertenecientes a los fondos controlados por PERMIRA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE DINOSOL (PERMIRA HOLDINGS LIMITED)			
	2004	2005	2006
Mundial	[>2500]	[>2500]	[>2500]
Europa	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: notificación (datos expresados en millones de €).

IV.2 Negocio Adquirido: Activos correspondientes a un establecimiento **CASH & CARRY** de la sociedad **GRUPO DE COMPRAS TAGOROR S.L. (ESTABLECIMIENTO TAGOROR)**

El negocio adquirido es el único establecimiento de distribución al por mayor de bienes de consumo diario en formato *cash & carry* operado por TAGOROR. Está ubicado en el municipio de Telde, en la isla de Gran Canaria.

El volumen de negocio del establecimiento de TAGOROR en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL ESTABLECIMIENTO TAGOROR			
(Millones euros)			
	2004*	2005	2006
Mundial	0	[<2500]	[<2500]
Unión Europea	0	[<250]	[<250]
España	0	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

*sin actividad en ese ejercicio

V. MERCADO RELEVANTE

V.1. Mercado de producto

Atendiendo a las actividades de las empresas implicadas en la operación, la concentración notificada se enmarca en el ámbito de la distribución comercial mayorista de bienes de consumo diario a través de establecimientos *cash & carry*.

Adicionalmente, al objeto de apreciar en toda su amplitud los efectos de la operación, es preciso analizar el mercado ascendente de aprovisionamiento de los bienes de consumo diario, dada la interdependencia existente entre la distribución y el abastecimiento de dichos productos, puesta de manifiesto por la Comisión⁴ así como por las autoridades españolas de defensa de la competencia⁵.

V.1.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

Se trata de una modalidad de venta al por mayor de productos de gran consumo, en régimen de autoservicio, dirigida a empresas y profesionales distintos de los consumidores finales, principalmente empresas activas en el sector de la restauración, la hostelería y el sector minorista.

En concreto, los establecimientos *cash & carry* normalmente constituyen almacenes con superficies que oscilan entre los 1.000 y los 2.000 m², que se localizan en la periferia de los centros urbanos. Este tipo de establecimiento ofrece un reducido número de referencias, a precios inferiores a los ofrecidos por las superficies de venta minorista, en un entorno de compra austero y sin ofrecer servicio añadido alguno.

Esta fórmula comercial se diferencia del modelo mayorista tradicional en la utilización del sistema de venta en régimen de autoservicio, siendo los propios clientes los que acuden al establecimiento a comprar, pagan al contado y se encargan personalmente del transporte de las mercancías adquiridas.

Esta modalidad de venta mayorista constituye un mercado de producto distinguible de otros tipos. Esto es así tanto por las características de estos servicios como por las especificidades de la clientela que accede a ellos: pequeñas y medianas empresas con limitado potencial financiero y de almacenamiento que, aún en la hipótesis de que los precios de los productos aumentaran, no podrían pasar al modelo mayorista clásico.

A semejante conclusión han llegado tanto la Comisión como las autoridades españolas de defensa de la competencia en decisiones anteriores en este sector⁶.

Así, el TDC, en su informe sobre el asunto C95/06 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH señala "En definitiva, atendiendo a los productos y servicios que los consumidores típicos pueden considerar como sustitutivos debido a las características intrínsecas de éstos, sus precios y sus usos habituales, se puede indicar que el mercado de la distribución mayorista de bienes de consumo diario en formato *cash & carry* constituye un mercado de producto de referencia

⁴ Caso N°IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR; caso N°IV/M.991 PROMODES/CASINO; Caso N°IV/M.1221 REWE/MEINL.

⁵ Expedientes de concentración económica N-230 CAPRABO/ENACO, N-140 PIO CORONADO/CEMETRO, N-03015 DIA/EL ÁRBOL, etc.

⁶ Caso n° IV/M.784 KESKO/TUKO y expedientes N-140 PIO CORONADO/CEMETRO (C64/01 del TDC), N-230 CAPRABO/ ENACO (C70/02 del TDC) y N-03053 CAPRABO/ALCOSTO (C83/03del TDC)

distinguible de otras modalidades de venta mayorista, tanto por las diferentes características de estos servicios, como por las especificidades de la clientela que accede a ellos.”

En particular, en el mismo informe el TDC excluyó de la delimitación del mercado de producto la distribución comercial mayorista en formato tradicional por los siguientes motivos:

“Desde el punto de vista de la demanda,

- o Al comprar en establecimientos *cash & carry*, el cliente debe desplazarse al local comercial, generalmente en la periferia de los núcleos urbanos, aceptar la utilización del sistema de venta en régimen de autoservicio en un entorno de compra austero y sin servicios añadidos y encargarse del transporte de las mercancías adquiridas.
- o Los clientes representativos son pequeñas y medianas empresas que tienen limitada su capacidad financiera, de compra y de almacenamiento⁷.
 - El pago es al contado, a diferencia del canal tradicional donde, generalmente, las ventas se realizan a crédito.
 - La periodicidad y el volumen de la compra media de los clientes de los establecimientos mayoristas *cash & carry* se diferencian también de las compras mayoristas en formato tradicional, siendo típicamente compras más espaciadas y por volúmenes más reducidos.
- o Los principales productos demandados por los clientes en estos establecimientos son las bebidas, alcohólicas y no alcohólicas, y la alimentación envasada.
- o Si los compradores en este canal se viesen obligados a sustituir sus compras en establecimientos *cash & carry* por compras en un conjunto de distribuidores tradicionales que cubriesen esas mismas necesidades, deberían soportar un sensible incremento en los costes de búsqueda, negociación y otros costes de transacción.
- o El hecho de que un porcentaje significativo de clientes mayoristas utilice simultáneamente el formato *cash & carry*, allí donde está disponible, y la distribución tradicional, como indica el notificante⁸, implica que ambos canales son considerados complementarios por dichos clientes.

Desde el punto de vista de la oferta,

- o El número de referencias en los establecimientos de *cash & carry* es generalmente más elevado que en la distribución mayorista tradicional.
- o Diversas empresas activas en las actividades de *cash & carry* no lo están en la distribución mayorista tradicional⁹. Aquellas que se encuentran presentes en ambos canales suelen

⁷ En el caso de la Comisión IV/M.784 KESKO/TUKO se indica “*Cash and carry is therefore advantageous for customers who are less able to predict long-term demand, who do not have the physical facilities to hold large stocks for a period of time, who do not have the financial resources to guarantee the credit required for large bulk purchases and who therefore prefer to buy smaller quantities on a more frequent basis. Such customers are generally smaller companies, whereas larger customers tend to use wholesaling*”. En el caso C70/02 CAPRABO/ENACO el Tribunal señala que “se trata, en todo caso, de pequeñas y medianas empresas que tienen limitada su capacidad financiera, de compra y de almacenamiento. No se trata de grandes clientes, que sí acuden al formato clásico de distribución mayorista”.

⁸ En sus alegaciones el notificante indica que “se ha constatado que los clientes, que son mayoritariamente los empresarios del canal BARECA y los comercios detallistas, se abastecen a través de todos los canales de distribución mayorista”.

⁹ Adicionalmente, algunas de las principales empresas activas en el *cash & carry* lo están de forma exclusiva como MAKRO, PUNTOCASH o HERMANOS AYALA.

organizar sus actividades de *cash & carry* en filiales o divisiones separadas, sin que exista intercambio habitual de información con los responsables de la distribución tradicional.”

Sin embargo, la notificante estima, sobre la base de un estudio realizado por la consultora AC Nielsen a petición propia, que el mercado de producto relevante podría ser la distribución al por mayor de bienes de consumo diario en todos sus formatos¹⁰. Dicha consultora ha realizado una encuesta sobre hábitos de compra entre la clientela potencial de este tipo de establecimientos¹¹ en la Isla de Gran Canaria. En dicho estudio se concluye que la clientela potencial del formato *cash&carry* utiliza de forma indistinta varios canales de distribución para un mismo producto.

En este sentido, el informe sobre el asunto C95/06 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH señala que “aunque la distribución mayorista tradicional no constituye el mercado de producto analizado, el Tribunal considera que sí forma parte de un mercado próximo o conexo debido a que para algunos clientes ambos canales de distribución, tradicional y autoservicio, tienen carácter complementario. Adicionalmente, la distribución mayorista tradicional comercializa una gama de productos en buena parte coincidente, comprada por clientes similares y con objetivos parecidos. En consecuencia, el Tribunal podrá considerar, en su análisis, el papel de la distribución tradicional¹² y la capacidad de ésta para disciplinar el comportamiento de los operadores existentes en el mercado de distribución comercial mayorista de bienes de consumo diario en establecimientos de *cash & carry*.”¹³

V.1.2. Abastecimiento de bienes de consumo diario

El mercado del abastecimiento comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores de dichos bienes a sus clientes: los distribuidores mayoristas y minoristas de estos productos.

Desde el punto de vista de la demanda, los distintos productos o grupos de productos no son sustitutivos entre sí, por lo que cada uno de ellos podría constituir un mercado diferente. Sin embargo, considerando la homogeneidad de la demanda, que no varía sustancialmente de un grupo de productos a otro, la Comisión Europea ha considerado que, en ciertos casos, bastaría con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario¹⁴.

¹⁰ Según la notificante, de asumir esta definición la operación de concentración no sería notificable por no rebasar ninguno de los umbrales establecidos en la LDC.

¹¹ La clientela potencial de los *cash & carry* son los establecimientos HORECA (hostelería, restauración y catering) y los detallistas o tiendas tradicionales.

¹² En la Decisión de la *Office of Fair Trading* BESTWAY/BATLEYS (19.05.2005) el mercado mayorista tradicional se incorpora al mercado de producto estudiado. No obstante debe tenerse en cuenta que la OFT condujo también el análisis en términos estrictos de *cash & carry* y la diferente estructura del mercado del Reino Unido. De hecho, la OFT consideró en sus conclusiones que “*the ability of delivered wholesalers to supply customers on a national basis will provide a strong competitive constraint on the merged entity*”.

¹³ Respecto al canal MERCA, el Tribunal indicó distintos motivos para excluir del mercado de producto a todos aquellos establecimientos de la red de MERCAS que no fuesen establecimientos *cash & carry*: Entre otros el TDC señalaba que el carácter fundamental de las Unidades Alimentarias de la Red MERCASA es la distribución mayorista de productos frescos y que la distribución no se realiza, en general, bajo el formato de *cash & carry*.

¹⁴ Decisión Caso IV/M.991 PROMODES/CASINO, Caso IV/M. 946 INTERMACHÉ/SPAR, y Caso IV/M.1087 PROMODES/SIMAGO.

En este caso concreto, DINOSOL es miembro de la central de compras IFA, a través de la que realiza una parte de sus compras¹⁵. En cuanto a TAGOROR se aprovisiona de los bienes de consumo diario que posteriormente revende principalmente de forma directa a los proveedores.

Las centrales de compra son agrupaciones de comerciantes constituidas con el fin de convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado, ya sean proveedores o competidores. Se conciben, por tanto, como entidades que reúnen un número variable de empresas de distribución con el fin de obtener, gracias a su potencial de compra y de venta, mejores condiciones comerciales de los proveedores.

V.2 Mercado geográfico

V.2.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

La demanda de los establecimientos *cash & carry* está principalmente constituida por profesionales del sector de la hostelería y la restauración y, en menor medida, por minoristas, que están dispuestos a realizar mayores desplazamientos que los consumidores finales para adquirir sus productos.

En consecuencia, la zona de influencia de estos establecimientos incluye un área más amplia que la de los establecimientos detallistas, aún cuando los propios profesionales deban encargarse del transporte de los productos.

Tanto el SDC como el TDC, en los expedientes mencionados anteriormente, han considerado que este mercado tiene carácter regional, entendiendo como tal incluso el ámbito de una Comunidad Autónoma. En el caso de las Comunidades Autónomas insulares y atendiendo a su especial situación geográfica, ambas entidades han establecido que el ámbito geográfico del mercado se podría reducir hasta considerar a cada una de las islas como un mercado independiente¹⁶, y por ello en este caso, el mercado geográfico relevante se restringiría a la isla de Gran Canaria.

V.2.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

Tanto el SDC como el TDC han establecido en los casos mencionados anteriormente que el abastecimiento de productos de consumo diario por parte de las empresas de distribución minorista y mayorista normalmente se realiza a escala nacional, ya sea a través de una central de compras o a través del grupo al que pertenecen dichas empresas.

Ello se debe a que el consumidor español escoge prioritariamente en sus compras productos alimentarios de origen nacional, influido por los particulares hábitos de consumo y gustos y por la publicidad realizada en los grandes medios de comunicación.

En aquellos casos en los que los productos a obtener proceden de multinacionales, la adquisición por parte de las empresas distribuidoras suele producirse a través de una sucursal nacional, descartándose la importación directa.

¹⁵ En torno al [...] % de las compras de DINOSOL se realizan a través de IFA

¹⁶ En concreto, esa definición del mercado se empleó en el expediente N-140 PIO CORONADO/CEMETRO para el caso de la Comunidad Autónoma de Canarias.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1 Estructura de la oferta

VI.1.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*

Según las estimaciones de ALIMARKET¹⁷ a 31 de diciembre de 2006, el mercado español del *cash & carry* está constituido por 646 establecimientos, con una superficie de venta conjunta de 1.405.148 m².

En este mercado existe un amplio número de operadores¹⁸, la mayor parte de carácter nacional. MAKRO, AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A., perteneciente al grupo alemán METRO¹⁹ es el líder destacado en España. Junto a MAKRO, operador especializado en el autoservicio mayorista, operan otras empresas también presentes de forma más o menos extensa en otros formatos de distribución comercial mayorista y minorista de bienes de consumo diario. Tal es el caso de DINOSOL, MIQUEL ALIMENTACIÓ, COVALCO, EL ARBOL, o EROSKI²⁰.

El siguiente cuadro recoge los principales operadores del mercado español de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*, por superficie de venta total en m².

ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA EN FORMATO CASH & CARRY EN ESPAÑA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
MAKRO	[...]	[10-20]%
MIQUEL ALIMENTACIÓ S.A.	[...]	[10-20]%
H.D. COVALCO S.A.	[...]	[0-10]%
DINOSOL SUPERMERCADOS S.L.	[...]	[0-10]%
ALIMENTACION PENINSULAR	[...]	[0-10]%
Grupo DIAN (DISTRIB.ANDALUZA)	[...]	[0-10]%
EL ARBOL	[...]	[0-10]%
COMERCIAL JESUMAN	[...]	[0-10]%
CARO RUIZ S.A.	[...]	[0-10]%
DIALSUR S.A.	[...]	[0-10]%
TAGOROR	[...]	[0-10]%
RESTO OPERADORES	[...]	[40-50]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: notificación

¹⁷ ALIMARKET número 204. Marzo 2007

¹⁸ ALIMARKET indica que la estructura empresarial del sector está constituida por 75 empresas con una superficie de oferta superior a los 2.100 m².

¹⁹ El TDC señala en el informe MIQUEL ALIMENTACIÓ/PINTOCASH que METRO CASH & CARRY indica tener en funcionamiento 544 almacenes de venta al por mayor en 28 países y ser el líder mundial en autoservicios mayoristas. Las oficinas centrales y la junta directiva están ubicadas en Düsseldorf (Alemania). En el año 2005, las ventas mundiales netas de la división de *cash & carry* se elevaron a 28.087 millones de euros. Vid. METRO GROUP Annual Report 2005. www.metrogroup.de/servlet/PB/show/1069310/GB2005-Kurzfassung-en.pdf

²⁰ Únicamente COVALCO, MIQUEL ALIMENTACIÓ, DINOSOL SUPERMERCADOS y GRUPO EL ARBOL tienen establecimientos de *cash & carry* en más de cinco Comunidades Autónomas.

A continuación se muestra la estructura de la oferta de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* en Gran Canaria:

ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA EN FORMATO <i>CASH & CARRY</i> EN LA ISLA DE GRAN CANARIA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
DINOSOL	[...]	[30-40]%
TAGOROR	[...]	[0-10]%
CUOTA CONJUNTA	[...]	[40-50]%
MAKRO	[...]	[10-20]%
JESUMAN	[...]	[10-20]%
EUROCASH 2000 S.L.	[...]	[0-10]%
CASH ARINAGA	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: Notificación.

En la isla de Gran Canaria hay 28 establecimientos *cash & carry*, de acuerdo con la notificante, la mayoría de los cuales (19) se encuentran en la zona este y noreste de la isla, el área donde radica el establecimiento TAGOROR. De esos 28 establecimientos, DINOSOL controla 11 (Ver Anexo I).

DINOSOL también opera en el mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario. Según datos de ALIMARKET, DINOSOL registra una cuota en términos de superficie de venta en la distribución minorista del 3% en España (tras Carrefour, Mercadona, Eroski, Caprabo o El Corte Inglés) y del 24,9% en Canarias, donde es líder seguido de AGRUCAN y MERCADONA, principalmente, y, a mayor distancia de, JESUMAN, CARREFOUR, ALCAMPO y EL CORTE INGLÉS. Según datos de Nielsen aportados por DINOSOL en el ámbito del expediente N-07075, DINOSOL es el primer operador en Gran Canaria, con una cuota del [20-30]%, por delante del siguiente operador, AGRUCAN, cuya cuota es del [10-20]%

MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, posee un establecimiento *cash & carry* situado en Las Palmas de Gran Canaria. MAKRO, perteneciente al grupo alemán METRO, es, como se ha señalado, líder destacado en la distribución mayorista en formato *cash & carry* en España y también tiene presencia en Tenerife.

Cabe asimismo señalar otros establecimientos *cash & carry* pertenecientes a grupos de distribución con una implantación significativa en la distribución minorista de bienes de consumo diario en Gran Canaria:

- Cash Puerto de las Nieves forma parte del Grupo Agrucán. El Grupo AGRUCAN registra una cuota del [10-20]% en la distribución minorista de bienes de consumo diario en la Isla de Gran Canaria.
- JESUMAN posee dos establecimientos Cash&Carry en la isla, uno en Las Palmas de Gran Canaria, y otro en Telde. JESUMAN registra una cuota en 2006 del [0-10]% en la distribución minorista de bienes de consumo diario en la Isla de Gran Canaria.

- Cash Arinaga (Supermercados Bolaños, S.L.) pertenece a un grupo de distribución comercial de ámbito regional que cuenta con un Hipermercado, cuatro supermercados y un Cash & Carry.
- Cash Unide forma parte del Grupo Unide, una central de compras de ámbito regional, que posee una cuota en la distribución minorista de bienes de consumo diario en la Isla de Gran Canaria cercana al [0-10]%.

VI.1.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

La oferta del mercado de aprovisionamiento está formada por un heterogéneo conjunto de proveedores cuyo poder de negociación varía en función del bien o servicio que suministran, de la marca, o del tamaño, siendo muy relevante en el caso de los productos o marcas de obligada compra o “*must stock*”. Para compensar dicho poder se constituyen precisamente las centrales de compra, entre las que destacan a nivel nacional EUROMADI e IFA.

Junto a ellas, los grandes grupos de la distribución comercial integrados verticalmente utilizan su propio poder de compra frente a los oferentes.

Como se ha mencionado anteriormente, DINOSOL realiza la mayor parte de sus compras (65%) a través de IFA, mientras que el restante 35% lo hace a través de sus proveedores. TAGOROR no está asociado a ninguna central de compras.

VI.2. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de la distribución mayorista en formato *cash & carry* esta constituida por empresas principalmente del sector de la hostelería, la restauración, y detallistas y tiendas de alimentación tradicionales. En este sentido, los clientes que acuden a los centros *cash & carry* buscan principalmente productos de consumo diario a precios reducidos y presentados en grandes cantidades, características que no encuentran en los productos ofrecidos en la distribución minorista en libre servicio.

Los establecimientos de hostelería y restauración no se abastecen únicamente en los establecimientos *cash & carry*. En función del tipo de producto y de la naturaleza del negocio de que se trate, los establecimientos se aprovisionaran adicionalmente a través de los distribuidores de los propios fabricantes (vino, refrescos), de distribuidores independientes (bebidas espirituosas, cerveza o leche) o de mayoristas especializados.

Por su parte, las tiendas tradicionales de alimentación encuentran en esta fórmula una vía complementaria para el suministro de ciertos productos de gran consumo. Estos productos también los obtienen de los mercados centrales de abastos (alimentación fresca) o a través de centrales de compra, o distribuidores independientes (alimentación envasada), entre otros.

Como señalan los precedentes del TDC²¹, los compradores en el formato *cash & carry* presentan un carácter profesional e intermediador con una mayor elasticidad respecto al precio que los clientes minoristas. A esto se suma, la posible presión competitiva de mercados próximos o conexos como el de la distribución mayorista tradicional.

En efecto, de acuerdo con las conclusiones de la encuesta de AC Nielsen que aporta el notificante, la práctica totalidad de la clientela potencial del formato *cash & carry* (99%) en Gran Canaria utiliza el canal de distribución mayorista tradicional (fabricante/mayorista/distribuidor).

²¹ C95/06 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH

Dicho canal representa el 59% de los gastos de aprovisionamiento de la clientela potencial, frente al 30% del *cash & carry*. Los demandantes potenciales sólo recurren al formato *cash & carry* en un 54% de los casos. El 55% de los encuestados señalan como vía favorita de aprovisionamiento al canal mayorista tradicional y el 37% al formato *cash & carry*.

En el caso del abastecimiento de bienes de consumo diario, la demanda está constituida por la distribución comercial minorista y mayorista de dichos productos. En términos generales, el mercado de la distribución minorista absorbe el 50% del mercado del aprovisionamiento, alcanzando en España un porcentaje del 70%, según el TDC²².

Esta demanda en el caso de la distribución mayorista esta constituida por un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a grupos internacionales, que se aprovisionan de forma individual o colectiva a través de centrales de compras, según se ha mencionado anteriormente.

VI.3. Competencia potencial - Barreras a la entrada

De acuerdo con la notificante, el mercado de la distribución comercial mayorista no parece presentar significativas barreras legales de entrada pues la normativa autonómica canaria reguladora de la Licencia Comercial Específica (la Ley 10/2003 y sus normativas de desarrollo) no resulta de aplicación a los establecimientos de distribución mayorista en formato *cash & carry*.

A diferencia de la actividad comercial minorista, (que se encuentra sometida a importantes barreras de entrada derivadas de la obtención de una Licencia Comercial Específica para la apertura, ampliación, traslado y cambio de titularidad de determinados tipos de establecimientos comerciales²³), los establecimientos mayoristas por lo general no se encuentran sometidos a licencia específica previa a su apertura, salvo las de carácter municipal.

En consecuencia, las únicas limitaciones legales para la apertura de un establecimiento de este tipo en la Isla de Gran Canaria son el trámite de obtención de la Licencia Municipal de Apertura (dependiente de cada ayuntamiento) y que el uso y la ubicación pretendidas sean compatibles con la normativa urbanística que resulte de aplicación conforme a los Planes Generales de cada municipio.

De acuerdo con la notificante, en la isla de Gran Canaria (en particular, en la zona este) existe amplia disponibilidad de suelo industrial, que es donde normalmente se sitúan este tipo de comercios, ya que, al trabajar con márgenes de beneficios reducidos, precisan ubicaciones con rentas muy bajas.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por DINOSOL SUPERMERCADOS S.L. (DINOSOL) de los activos correspondientes a un establecimiento de venta al por mayor en formato *cash & carry* titularidad de GRUPO DE COMPRAS TAGOROR S.L. (TAGOROR) ubicado en el municipio de Telde (Isla de Gan Canaria).

²² Exptes C70/02 CAPRABO/ ENACO y C83/03 CAPRABO/ALCOSTO.

²³ La Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista exige la obtención de una Licencia Comercial Específica para la instalación de grandes establecimientos comerciales minoristas, competencia delegada a las Comunidades Autónomas.

La operación refuerza la posición de DINOSOL en el mercado de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash & carry* en la isla de Gran Canaria, donde alcanzará una cuota del 41,2% de la que 7 puntos corresponderán al negocio adquirido.

En la isla de Gran Canaria también opera en la distribución comercial mayorista en formato *cash & carry* buen gran número de operadores, entre los que destacan MAKRO, el líder nacional en este formato, y otros operadores regionales que, como la adquirente, también están presentes en la distribución minorista de bienes de consumo diario en Gran Canaria como JESUMAN o AGRUCAN.

A la hora de valorar la cuota resultante de la operación cabe señalar que otros canales de distribución minorista, como el tradicional, constituyen, de acuerdo con los precedentes nacionales, mercados próximos o conexos debido a que para, algunos clientes, ambos canales de distribución, tradicional y autoservicio, tienen carácter complementario. La distribución mayorista tradicional comercializa una gama de productos en buena parte coincidente con la de los autoservicios mayoristas, comprada por clientes similares y con objetivos, en parte, parecidos.

En relación con las barreras a la entrada, según la notificante, a diferencia de la actividad comercial minorista, el mercado de la distribución comercial mayorista no parece presentar barreras legales de acceso significativas. La normativa autonómica canaria reguladora de la Licencia Comercial Específica (la Ley 10/2003 y sus normativas de desarrollo) no resulta de aplicación a los establecimientos de distribución mayorista en formato *cash & carry*. En consecuencia, las únicas limitaciones legales para la apertura de un establecimiento de este tipo en Gran Canaria son el trámite de obtención de la Licencia Municipal de Apertura y la planificación urbanística. De acuerdo con la información la notificante, en la isla de Gran Canaria (en particular, en la zona este) existe amplia disponibilidad de suelo industrial donde normalmente situar este tipo de comercios.

Por su parte, la demanda del mercado de la distribución mayorista en formato *cash & carry* esta constituida por empresas principalmente del sector de la hostelería, la restauración, y detallistas y tiendas de alimentación tradicionales. Estos clientes seguirán disponiendo tras la operación de buen número de establecimientos mayoristas en formato autoservicio en Gran Canaria ajenos a las partes donde suministrarse (mediante la operación se compra un único establecimiento), así como de formatos alternativos de aprovisionamiento mayorista. Los compradores en el formato *cash & carry* presentan un carácter profesional e intermediador con una mayor elasticidad respecto al precio que los clientes minoristas.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, en particular, la presencia de competidores significativos, el hecho de que la normativa autonómica canaria reguladora de la Licencia Comercial Específica no sea de aplicación a los autoservicios mayoristas, así como la existencia de fuentes de suministro alternativas a las partes de la operación en el mismo formato mayorista o a través de otros canales de distribución no hace previsible que la operación notificada pueda resultar en una afectación significativa a la competencia del mercado de distribución mayorista de bienes de consumo diario en formato *cash & carry* en la isla de Gran Canaria.

Por último, no es previsible que la operación tenga un impacto significativo en la estructura competitiva del mercado ascendente de abastecimiento de bienes de consumo diario, dado el reducido porcentaje que el volumen de compras que TAGOROR representa respecto al mercado total de abastecimiento de bienes de consumo diario.



VIII. PROPUESTA

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



Anexo I: Establecimientos *cash & carry* en Gran Canaria

ISLA DE GRAN CANARIA

NOMBRE	DIRECCIÓN	MUNICIPIO	Superficie ACTUAL	Cuota Superficie
ALMACENES BAEZ SL	CL LAS PAREDES 00006	TEROR	1.200	2,39%
ALMACENES GUANARTEME SL	CL ALMANSA 00023	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	700	1,40%
CASH AND CARRY PUERTO RICO S.L.	C/ MOTOR GRANDE HUESCA 1 2	MOGAN	500	1,00%
CASH ARINAGA (SUPERMERCADOS BOLAÑOS, S.L.)	P.I. FASE II, S/N (ARINAGA)	AGÜIMES	3.000	5,98%
CASH LOTO	VIAL 8014, 1-3 TAMARACETTE	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	300	0,60%
CASH MERCACENTRO (SUPERMERCADO MERCACENTRO SL)	MERCALASPALMAS NAVE A	MARZAGAN	2.000	3,99%
CASH PUERTO DE LAS NIEVES	URB. LA PALMITA, PARC 1 LOCAL 2	AGAETE	900	1,79%
CASH UNIDE	MERCADO CENTRAL (MERCA LAS PALMAS)	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	1.000	1,99%
CEMETRO	CC PTO RICO	MOGAN	500	1,00%
COMERCIAL JOSCAN SL	CL VERGARA 00017	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	400	0,80%
COMERCIAL NINO BOLAÑOS SL	CL PEDRO ARGUELLO 00002 BJ	GALDAR	500	1,00%
EURO CASH 2000 SL	CL CASUARINAS 00000	AGUIMES	4.000	7,98%
JESUMAN	P.I. JINAMAR NAVE 14	TELDE	2.900	5,78%
LA PIEDRA	BLAS CABRERA FELIPE, 14 BAJO	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	600	1,20%
MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA	MERCALASPALMAS, NAVE A (MARGAZÁN)	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	7.984	15,92%
MAXI CERCA (JESUMAN)	URB. DIAZ CASANOVA, 5 A-7	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	3.000	5,98%
TAGOROR	P.I. JINAMAR NAVE	TELDE	3.500	6,98%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	C.C. MERCALASPALMAS, CUESTA RAMON	TELDE	2.543	5,07%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	DOCTOR JUAN DOMINGUEZ PEREZ, 38	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	1.700	3,39%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	AYAGAUROS,7 U.I.LAS TORRES	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	2.000	3,99%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	MOLINO, 2	MOGAN	1.171	2,34%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	ALCALDE ENRIQUE JORGE, S/N	SAN BARTOLOME DE TIRAJANA	2.232	4,45%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	P.I.ARINAGA, PARCELA 6-B DERECHA (VECINDARI	SANTA LUCÍA DE TIRAJANA	2.500	4,99%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	LOMO GUILLEN, 21	SANTA MARIA DE GUIA	1.700	3,39%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	POL. CUESTA RAMON, S/N	TELDE	448	0,89%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	AGUSTIN ITURBIDE, CRUCE MELENARA	TELDE	1.119	2,23%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	CTRA. CUESTA RAMON , S/N	TELDE	247	0,49%
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	SANTIAGO ASCANIO MONTEMAYOR, 2	TELDE	1.500	2,99%

TOTAL MERCADO	50.144	100%
---------------	---------------	-------------

DINOSOL	17.160	34%
TAGOROR	3.500	7%
CUOTA	20.660	41,2%