



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06046

VIDISCO / TELE PIZZA

Con fecha 11 de mayo de 2006 ha tenido entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición del control exclusivo de TELE PIZZA, S.A. por parte de VIDISCO, S.L., mediante la formulación de una oferta pública de adquisición de acciones sobre el 100% de su capital social.

Dicha notificación ha sido realizada por VIDISCO, S.L., 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 la letra a), del apartado 1 de su artículo 14.

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”.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante, con fecha 22 de mayo de 2006, información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada el 2 de junio de 2006.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **23 de junio de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de la Sociedad VIDISCO, S.L., controlada en última instancia por IBERSOL SGPS, S.A., del control exclusivo sobre TELE PIZZA, S.A., mediante la formulación de una oferta pública de adquisición de acciones (OPA) sobre el 100% de su capital social, así como sobre la totalidad de sus obligaciones convertibles¹.

La contraprestación ofrecida por acción es de 2,41 euros, mientras que el pago por obligación será el resultado del mecanismo explicitado en el Folleto Explicativo de 5 de mayo de 2006 remitido a la CNMV (Hecho relevante nº 66.313). El pago por acción y obligación se realizará en su totalidad en efectivo.

¹ El capital social de la ofertada, a 7.2.2006, asciende a 7.951 miles de euros, representado mediante 265.035.922 acciones nominativas, de 0,03 euros cada una, estando en circulación un total de 125.296 obligaciones convertibles.

La efectividad de la mencionada OPA se condiciona, entre otras cuestiones, a la adquisición del 49% del capital social de TELE PIZZA, S.A., así como a su autorización por parte de las autoridades de competencia y organismos de supervisión e inspección de valores de Portugal² y España.

Hasta la fecha, la presente operación VIDISCO/TELE PIZZA es la tercera de las OPAs lanzadas sobre la totalidad de las acciones y obligaciones convertibles de TELE PIZZA, S.A.

La primera, del 28 de febrero de 2006, fue la presentada por FOODCO PASTRIES SPAIN, S.A. (empresa controlada conjuntamente por CARBAL, S.A. –titular de 20,53% del capital social de TELE PIZZA, S.A. y primer accionista- y la gestora de fondos PERMIRA), por un importe de 2,15 euros por acción. Dado que se trataba de una operación de dimensión comunitaria, fue notificada mediante procedimiento simplificado a la Comisión Europea, que autorizó la concentración el 21 de abril de 2006³.

La segunda OPA fue lanzada el 20 de abril de 2006 por FOOD SERVICE PROJECT, S.L., compañía controlada en última instancia por los fondos CVC, por un importe de 2,4 euros por acción. Ésta, al tratarse también de una concentración de dimensión comunitaria, ha sido notificada mediante procedimiento ordinario a la Comisión, siendo igualmente autorizada el 6 de junio de 2006⁴.

II. 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, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

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

III. EMPRESAS PARTICIPES

III.1. VIDISCO, S.L. (“VIDISCO”)

VIDISCO es una sociedad con sede en Vigo (Pontevedra), controlada en última instancia por la portuguesa IBERSOL SGPS, S.A. (IBERSOL), que cotiza en la Bolsa de Lisboa.

El grupo encabezado por IBERSOL es un holding de empresas activo en el sector de la restauración principalmente en Portugal, y en menor medida en España, a través de un total de 330 establecimientos (295 de explotación propia y 35 en franquicia) que desarrollan sus actividades bajo 13 insignias o marcas⁵.

En España, IBERSOL articula su presencia únicamente a través de dos de sus marcas propias: “Pizza Móvil” y “Pasta Caffé”. En particular, a través de VIDISCO explota una cadena

² La operación ha sido notificada a las autoridades portuguesas de competencia el 16.5.2006.

³ Caso nº COMP/M.4183 FOODCO PASTRIES/TELE PIZZA.

⁴ Caso nº COMP/M.4220 FOOD SERVICE PROJECT/TELE PIZZA

⁵ En particular, siete marcas propias: “Pasta Caffé” (cadena de restaurantes temáticos de comida italiana); “Pizza Móvil” (cadena de comida rápida de pizzas); “Pap’aki” y “Ó Kilo” (restaurantes temáticos de comida portuguesa); “Arroz María” (restaurante); “Café SÔ” y “Quiosques de Café” (cafeterías); y seis marcas franquiciadas: “Pizza Hut” (comida rápida de pizzas); “KFC” (comida rápida a base de pollo); “Pans & Company” y “Bocatta” (comida rápida tipo bocadillerías); “Burger King” (hamburguesería); y “Cantina Mariachi” (restaurante temático mejicano).

compuesta de 62 establecimientos “Pizza Móvil” ([...]), y a través de PASTA CAFFÉ S.L.U. explota una cadena compuesta de 11 establecimientos bajo la enseña “Pasta Caffé”.

El anexo I contiene una relación de establecimientos de VIDISCO en España, con indicación de su localización, código postal y régimen de explotación.

La facturación del Grupo IBERSOL en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, ha sido la siguiente:

Volumen de ventas del GRUPO IBERSOL (Millones de Euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	128,7	139,4	142,4
Unión Europea	128,7	139,4	142,4
España	16,9	18,3	19,1

Fuente: Notificación

III.2 TELE PIZZA, S.A. (“TELE PIZZA”)

TELE PIZZA es una sociedad mercantil domiciliada en San Sebastián de los Reyes (Madrid) que cotiza en las Bolsas españolas. Su actividad principal consiste en la gestión y explotación de la cadena de establecimientos de restauración rápida “Telepizza”, mediante establecimientos propios y en régimen de franquicia.

Los principales accionistas de TELE PIZZA son CARBAL, S.A. (20,53%), controlada en última instancia por la familia Ballvé, IBERCAJA GESTIÓN, SUI, S.A. (6,10%) y SARK MASTER FUND LIMITED (3,86%).

A finales de 2005, la cadena “Telepizza” contaba con un total de 822 establecimientos a escala mundial ([...]), de los que 540 están ubicados en España ([...]), en las localidades que se recogen en el anexo II.

El grupo de empresas encabezadas por TELE PIZZA incluye las siguientes sociedades: GRUPO EYSA, S.A., LUXTOR, S.A., TELEPIZZA 1, S.A., SEDES, S.L., MIXOR, S.A., CIRCOL, S.A., TELEPIZZA INSULAR, S.A., y A TU HORA, en España; y TELEPIZZA CZECH REPUBLIC; GRUPO TELEPIZZA PORTUGAL; TELEPIZZA POLAND; LUBASTO HOLDING; GRUPO TELEPIZZA CHILE y TELEPIZZA GUATEMALA, en el exterior.

De acuerdo con estimaciones de la notificante, el volumen de ventas de TELE PIZZA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, ha sido el siguiente:

Volumen de ventas de TELE PIZZA (Millones de Euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	291,02	291,72	311,59
U.E.	n.d.	283,50	298,50
España	n.d.	234,16	245,81

Fuente: Notificación

Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

Tanto la adquirente como la adquirida operan en el sector de la prestación de servicios de restauración.

En particular, IBERSOL (a través de VIDISCO) y TELE PIZZA prestan de servicios de restauración rápida, mediante la explotación de las cadenas de establecimientos propios o en régimen de franquicia de “Pizza Móvil” y “Telepizza”, respectivamente, presentes en la elaboración y venta al menor de pizzas. Adicionalmente, IBERSOL presta servicios de restauración temática, mediante la explotación (directa o mediante franquicia) de los restaurantes especializados en comida italiana “Pasta Caffé”.

La Comisión Europea⁶ no ha cerrado hasta la fecha una definición exacta de los mercados de restauración en que operan las partes, considerando tres posibles escenarios: (i) una definición amplia del mercado de restauración informal, (ii) restauración de servicio rápido o *quick service restaurants* (coincidente con la propuesta por la notificante en la presente operación) y (iii) una definición estrecha para “*take away/home delivery*”. En particular, en la operación FOOD SERVICE PROJECT/TELE PIZZA autorizada recientemente por la Comisión, ésta concluye que con independencia de la definición adoptada, la posible toma de control de TELE PIZZA por parte de los fondos CVC no impediría de forma significativa la competencia en el EEE o en parte sustancial del mismo, de forma que la definición exacta del mercado de producto puede dejarse abierta.

La restauración informal, en contraposición a la restauración clásica o tradicional (*full service restaurants*), se caracteriza por un menor grado de sofisticación y, por tanto, por unos menores precios. Concretamente, incluiría el conjunto de establecimientos de comida rápida así como una amplia selección de cadenas de restaurantes⁷ y restaurantes independientes, pizzerías, cafés, bocadillerías, sandwicherías, etc.

Dentro de la restauración informal, la restauración de servicio rápido incluiría los llamados restaurantes de comida rápida o *fast food* (hamburguesas, pollo, comida oriental, pitas, sandwiches, pizzas y otros), restaurantes de autoservicio o *self-service* y establecimientos para recogida y entrega a domicilio de comidas (*take away/home delivery*).

Dentro de éstos, las características propias de la restauración de comida rápida son las siguientes:

- a) Preparación de la comanda en un reducido espacio de tiempo debido a los procesos de estandarización en la elaboración de los productos, que, a su vez, no necesitan elaboración posterior o manipulación alguna por parte del consumidor final para ser consumidos.

⁶ Decisiones de 11.10.2002 y 6.6.2006, dentro del ámbito, respectivamente, de los Casos nº COMP/M.2940 – TPG ADVISORS III/GOLDMAN SACHS/BAIN CAPITAL INVESTORS/BURGER KING y COMP/M.4220 – FOOD SERVICE PROJECT/TELE PIZZA.

⁷ En sus precedentes, la Comisión ha considerado que los restaurantes que pertenecen a una cadena (local o internacional) y los restaurantes independientes forman parte del mismo mercado en la medida en que si bien los restaurantes en cadena ofrecen la garantía de su marca en términos de calidad de servicio y uniformidad del menú, los independientes buscan la fidelidad de sus clientes en un servicio más personalizado y en la mayor flexibilidad de sus menús. La ligera diferencia en precios vendría explicada únicamente por la cantidad adicional que el cliente está dispuesto a pagar por la garantía que ofrece la marca en cuestión.

- b) Menú limitado a una gama de productos de fácil preparación
- c) Presentación al consumidor en vajilla de un solo uso o en un envoltorio o caja.
- d) Precios accesibles.
- e) Adquisición de los productos, por lo general, en una banda horaria flexible que abarca tanto los horarios comerciales ordinarios como los horarios propios de la restauración.
- f) Locales con una decoración sencilla adaptados a los canales de venta ofrecidos: sala, para llevar y/o a domicilio. En todo caso, se trata de locales que carecen de servicio de camareros, salvo para labores de limpieza y mantenimiento.

Por último, la definición estrecha de restaurantes *take away/home delivery* incluiría, de entre los restaurantes de servicio rápido, aquéllos que incluyen servicio de recogida de comida en el local y/o facilitan el servicio añadido de entrega a domicilio en breve plazo de tiempo. El consumo de la comanda se puede realizar fuera del mismo y a unos precios ligeramente superiores a los de la comida rápida consumida en el local (*eat-in quick service restaurants*) en caso de entrega a domicilio si bien son claramente inferiores a los precios de la restauración tradicional. La Comisión ha descartado la consideración de un mercado separado de *home delivery*.

Adicionalmente, la Comisión se refiere a la presión competitiva que suponen los nuevos formatos de “pizza refrigerada” que pueden adquirirse en cualquier supermercado y que son de fácil conservación y horneado, como muestra su creciente aceptación por el consumidor español.

Visto lo anterior, los establecimientos “Telepizza” y “Pizza Móvil” responden al una concepto de servicio de restauración rápida, al que se habría incorporado la posibilidad de consumir la comanda en el local (*eat in*) o fuera de él (*take away*), facilitando a su vez el servicio añadido de entrega a domicilio en breve plazo de tiempo (*delivery*)⁸.

Por su parte, “Pasta Caffé” corresponde al concepto de restaurante informal de tipo italiano, es decir, al denominado “restaurante temático”.

En atención a todo lo anterior, este Servicio estima que, a los efectos del presente análisis, la definición exacta del mercado de producto puede dejarse abierta analizándose el impacto de la operación en las tres posibles definiciones consideradas (restauración informal, restauración de servicio rápido y *take away/home delivery*), en línea con los precedentes comunitarios.

IV.2. Mercado geográfico

La notificante, en función de las diferencias observadas entre las distintas culturas gastronómicas y preferencias de los consumidores, uniformes dentro de cada país, considera que la restauración de servicio rápido es de ámbito nacional, en particular, dada la similitud de gustos y precios a escala nacional.

La Comisión en el precedente M.2940 TPG ADVISORS III/GOLDMAN SACHS/BAIN CAPITAL INVESTORS/BURGER KING dejó abierta la definición exacta del mercado geográfico considerando que podría ser dimensión nacional por los mismos argumentos apuntados por la notificante (culturas gastronómicas, gustos y precios). No obstante, en el reciente precedente

⁸ No todos los establecimientos de ambas cadenas cuentan con canal *delivery*. Éste sería el caso de los locales ubicados en centros comerciales, zonas peatonales o centros históricos, que no cuentan con facilidades operativas al respecto.

comunitario relativo a la segunda OPA sobre TELE PIZZA (M.4220 FOOD SERVICE PROJECT/TELE PIZZA), la Comisión contempla la existencia de diversos factores que podrían justificar la dimensión local de los mercados desde el punto de vista de la demanda, si bien la definición exacta se deja nuevamente abierta.

En particular, desde el punto de vista de la oferta, debe considerarse la existencia de cadenas de restauración que explotan directa o indirectamente establecimientos en toda España o en diferentes regiones, mediante contratos de gestión o franquicia⁹.

La distribución geográfica de las cadenas no es del todo homogénea. Los grandes operadores pertenecientes a multinacionales optan, en primera instancia, por ir localizándose en los centros urbanos de mayor población empezando por las capitales más importantes.

No obstante, las cadenas de origen nacional suelen tener mayor implantación en su lugar de origen. Por ejemplo, Madrid en el caso de TELE PIZZA, en su momento Cataluña en el caso de PIZZA WORLD, o Galicia en el caso de PIZZA MÓVIL.

Los precios de los diferentes establecimientos de una cadena presentan una relativa homogeneidad nacional si bien, en algunos casos, el franquiciado puede disponer de cierta libertad para adaptar los precios de venta al público en función del entorno competitivo local. Adicionalmente, la publicidad y promociones suelen diseñarse y ejecutarse a escala nacional, si bien en algunos casos el franquiciado dispone de cierto margen de adaptación de tales políticas a sus necesidades locales.

Sin embargo, cada establecimiento compite con los locales que se sitúan a su alrededor y son similares en categoría, menú y precio, con independencia de que el establecimiento forme parte o no de una cadena.

Desde el punto de vista de la demanda, los consumidores no están dispuestos a realizar grandes desplazamientos para acceder a establecimientos de restauración informal. En particular, en el caso del servicio a domicilio, la ubicación del establecimiento debe garantizar unos costes de transporte asumibles y un ámbito de influencia en exclusiva para el franquiciado que permita el reparto del producto en un plazo limitado (aproximadamente 30 minutos).

La adquirente sólo está presente en el mercado de restauración rápida en España en 38 localidades o poblaciones repartidas por las CC.AA. de Asturias, Castilla-León, Cataluña, Galicia, Madrid, Navarra y Valencia. Por su parte TELE PIZZA cuenta con una de las redes de establecimientos más amplias, junto con las de BURGER KING o McDONALD'S. Está presente en aproximadamente 275 localidades.

Los anexos I y II contienen una relación de los establecimientos de VIDISCO y TELE PIZZA por Comunidad Autónoma y localidad. Las 27 localidades o poblaciones en las que están presentes ambos operadores simultáneamente quedan recogidas en el siguiente cuadro.

LOCALIDADES EN LAS QUE COINCIDIRÍAN LOS ESTABLECIMIENTOS TELE MÓVIL Y TELE PIZZA			
Localidad	Número de establecimientos		
	Tele Móvil	Telepizza	Total
Alcoy	1	1	2
Avilés	1	2	3
Castellón	1	3	4

⁹ El 72% de los establecimientos de comida rápida en España son franquiciados [...]

LOCALIDADES EN LAS QUE COINCIDIRÍAN LOS ESTABLECIMIENTOS TELE MÓVIL Y TELE PIZZA			
Localidad	Número de establecimientos		
	Tele Móvil	Telepizza	Total
Badalona (Granollers)	1	3	4
Barcelona	6	19	25
Burgos	1	4	5
Carballo	1	1	2
Coruña	3	3	6
Ferrol	1	1	2
Gijón	3	3	5
León	3	2	6
Lugo	2	1	3
Madrid	2	55	57
Orense	2	2	4
Oviedo	3	3	6
Pamplona	1	3	4
Ponferrada	1	1	2
Pontevedra	2	2	4
Ribeira	1	1	2
Salamanca	1	4	5
Santa Coloma de G.	1	1	2
Santiago	4	1	5
Torre vieja	1	1	2
Villagarcía	1	1	2
Valladolid	3	5	8
Vigo	5	4	9
Zamora	1	1	2

Fuente: Notificante.

A la vista de lo anterior, este Servicio analizará los mercados relevantes de restauración informal, restauración de servicio rápido y *take away/delivery* tanto desde la óptica nacional como de la local, dejando abierto el ámbito geográfico relevante de tales mercados en línea con los precedentes de la Comisión.

V. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

V.1 Características y tamaño del mercado

El mercado español de la restauración se caracteriza por la presencia de un elevado número de operadores. El número de establecimientos de comida rápida en España activos a finales de 2005 es de 3.265 (5% más que en 2004) con unas ventas de, aproximadamente, 2.050 millones de euros¹⁰ (8% más que en 2004).

¹⁰ La notificante ha calculado en [...] M.€. el tamaño en valor de la restauración informal en España, concepto más amplio dentro del cual se incluiría el mercado de comida rápida.

MERCADO DE COMIDA RÁPIDA EN ESPAÑA					
Tamaño	1993	1996	1999	2002	2005
M.€.	272	729	1.309	1.705	2.050
Nº establecimientos	n.d.	n.d.	2.300	2.930	3.265

Fuente: DBK

De estos establecimientos, 2.335 son franquiciados y 930 propios. Por especialidades, cabe señalar la existencia de 880 hamburgueserías, 1.000 pizzerías, 965 bocadillerías/sandwicherías y 420 establecimientos de otro tipo.

El 68% de la facturación de estos establecimientos proviene del consumo en sala, el 17% corresponde a ventas para llevar o *take-away* y el 15% para entrega a domicilio o *delivery*.

Las cinco primeras empresas suponen el 68% del mercado y las diez primeras el 79%.

Por especialidades, el segmento de hamburgueserías es el que muestra mayor concentración: los dos primeros operadores (McDONALD'S y BURGUER KING) representan un 80% de las ventas. En el segmento los cinco primeros operadores suponen un 85% del mercado.

Por lo que respecta a su ubicación geográfica, los establecimientos de comida rápida tienden a ubicarse en núcleos urbanos con cierta población, así como en zonas turísticas. Así, en Madrid se encuentra una cuarta parte del total de establecimientos, en Cataluña el 20%, en Andalucía el 15% y en Valencia un 10%. El otro 30% corresponde al resto del territorio nacional.

En los últimos años las cadenas han aumentado su implantación en centros comerciales y de ocio. Por ello, se identifica una creciente implantación en las zonas periféricas a las principales ciudades. También habría que destacar la tendencia a establecer establecimientos de comida rápida en aeropuertos, estaciones, así como en áreas de servicio en carreteras

V.2. Estructura de la oferta

a) Mercado de restauración informal

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE RESTAURACIÓN INFORMAL						
Operadores	2003		2004		2005	
	M. €	Cuota	M. €	Cuota	M. €	Cuota
Mc DONALD'S	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TELE PIZZA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
BURGER KING	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
THE EAT OUT GROUP	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
FSP	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA HUT	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
KFC	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RODILLA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
ESTABLIMENTS VIENA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE RESTAURACIÓN INFORMAL						
Operadores	2003		2004		2005	
	M. €	Cuota	M. €	Cuota	M. €	Cuota
CERVECERÍA 100	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
MONTADITOS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DÖNER KEBAP ISTANBUL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA MÓVIL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
SUBWAY	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA SAPRI	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OH LA LA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otros	---	---	---	---	---	---
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

En el ámbito de la restauración informal, la operación no supone un cambio significativo en la estructura del mercado, dada la reducida cuota de la adquirente. La cuota de TELEPIZZA es del [0-10]% y la de la adquirente no supera el [0-10]%, por detrás del líder, Mc DONALD'S, con [10-20]%

b) Mercado de restauración de servicio rápido

En el mercado de restauración de servicio rápido o *quick service*, la cuota de la entidad resultante apenas supera el 10% en el ámbito nacional.

RESTAURACIÓN DE SERVICIO RÁPIDO ESPAÑA Ejercicio 2005		
Empresa	M. €	Cuota
McDONALD'S	[...]	[10-20]%
TELEPIZZA	[...]	[0-10]%
VIPS	[...]	[0-10]%
BURGUER KING	[...]	[0-10]%
GEUPO AGROLIMEN	[...]	[0-10]%
BURGER KING	[...]	[0-10]%
EL CORTE INGLÉS	[...]	[0-10]%
Otros con cuotas <2%*	[...]	[30-40]%
TOTAL	[...]	100,0%

* Entre los que se encontraría PIZZA MÓVIL con una cuota del [0-10]%.
Fuente: Notificación

c) Mercado de comida para llevar/a domicilio (*take away/home delivery*)

Los siguientes cuadros muestran la evolución en los tres últimos ejercicios de la estructura de la oferta del mercado español de *take away/home delivery* en valor, así como la estructura de la oferta por número de establecimientos (diferenciando propios y franquiciados) en 2005:

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE TAKE AWAY/HOME DELIVERY EN VALOR

Operadores	2003		2004		2005	
	M. €	Cuota	M. €	Cuota	M. €	Cuota
Mc DONALD'S	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%
TELE PIZZA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
BURGER KING	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
PANS&COMPANY; BOCATTA; FRESH & READY	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
(AGROLIMEN)	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA HUT	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RODILLA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
KFC	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
ESTABLIMENTS VIENA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CERVECERÍA 100 MONTADITOS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DÖNER KEBAP ISTANBUL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA MÓVIL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
SUBWAY	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA SAPRI	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OH LA LA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TOTAL	[...]	100,0%	[...]	100,0%	[...]	100,0

En este caso, la cuota de la entidad resultante es del [10-20] en el mercado nacional en términos de valor por detrás de McDonald's ([20-30]%) y del [10-20]% en número de establecimientos, variable en la que es el primer operador, por delante de Burger King ([10-20]%)

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE TAKE AWAY/HOME DELIVERY EN NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS 2005

Operadores	TOTAL		En propiedad		En franquicia	
	Nº	Cuota	Nº	Cuota	Nº	Cuota
TELE PIZZA	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
BURGER KING	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
Mc DONALD'S	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
PANS & COMPANY	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA HUT	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
BOCATTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RODILLA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CERVECERIA 100	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
MONTADITOS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
PIZZA MÓVIL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
KFC	[...]	[0-10]%	[...]	-	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	[...]	[30-40]%
TOTAL	[...]	100,0%	[...]	100,0%	[...]	100,0%

En cuanto a los mercados locales, no existen datos que cuantifiquen el tamaño en valor de los mismos de forma que se analizará la cuota resultante de la operación por número de establecimientos.

Conviene señalar que en aquellas poblaciones en las que la cuota de mercado pudiera ser más significativa, se ha detectado un suficiente grado de competencia, puesto que, aun en el caso

de localidades con menos población, existe un suficiente número de operadores estando siempre presentes en las mismas, en mayor o menor medida, los operadores más relevantes (McDonald's, Burger King, Bocatta, Pans&Company y Pizza Hut) junto con operadores locales también competitivos¹¹.

En el Anexo III se recogen las cuotas de las partes en el mercado local de take away/home delivery. En ningún caso la cuota resultante excede del 35%¹².

V.3. Estructura de la demanda

Los clientes de los establecimientos de restauración son los consumidores finales. Concretamente, los consumidores característicos o habituales de comida rápida son la población infantil y juvenil.

En general, se espera que el mercado de restauración se servicio rápido, al igual que el de la comida informal, siga creciendo en los próximos años por el impulso de las áreas periféricas de población, las nuevas tendencias en la alimentación, la configuración de los nuevos hogares y la mayor incorporación de la mujer al mercado laboral.

En cualquier caso, el consumidor está cada vez más informado, ejerciendo su capacidad de elección hacia alternativas de mayor calidad, siendo cada vez mayor la sensibilidad hacia una alimentación saludable y equilibrada, junto a conceptos tradicionales de alimentación (por ejemplo, la dieta mediterránea). Todo ello justificaría la reciente aparición de establecimientos de comida rápida especializada en este tipo de comida.

V.4 Fijación de precios y distribución

De acuerdo con la notificante, VIDISCO fija sus precios a escala nacional tanto para los locales propios como para los franquiciados, si bien en este último caso, éstos son orientativos o referenciales. PIZZA MÓVIL, como marca franquiciadora, permite que cada franquiciado lleve su propia política de precios [...].

Así, PIZZA MÓVIL, al igual que el resto de los franquiciadores de establecimientos de comida rápida, [...].

En cualquier caso, PIZZA MÓVIL mantiene [...] %.

¹¹ Con carácter general, la oferta en el mercado español de *take away/home delivery* se compone principalmente de cuatro tipos de agentes:

- Grandes operadores pertenecientes a multinacionales extranjeras: McDonald's Sistemas de España, INC., Burger King Corp., Pizza Hut y KFC de Yum! Restaurants International, KFC.
- Grandes-medianos operadores de origen nacional que iniciaron su expansión en nuestro territorio antes o a principios de 1990 y que en la actualidad han consolidado su posición en el mercado: TELE PIZZA, Pans&Company y Bocatta del Grupo Agrolimen.
- Operadores pertenecientes a grandes cadenas internacionales con limitada presencia en el mercado español, así como cadenas nacionales en fase de consolidación. Por ejemplo, la propia PIZZA MÓVIL del grupo portugués IBERSOL o las cadenas españolas: Pizza Sapri, Rodilla, Abasid Döner Kebab, Cervecería 100 Montaditos, etc.
- Pequeños operadores, algunos de incorporación reciente avalados o no por grupos presentes en el sector de la hostelería. Por ejemplo, Fast Good del Grupo NH, con el apoyo de Ferrán Adriá; Club Sandwich Café del Grupo Mallorca, y otros eminentemente locales de implantación no tan reciente.

¹² Debe señalarse que, en todo caso, la información disponible no es exhaustiva, de forma que las cuotas resultantes efectivas pueden ser localmente inferiores a las consignadas en el informe que se refieren a máximos.

En cuanto al mecanismo de fijación de precios, también la notificante subraya la relevancia de las promociones, considerándose como un factor de competencia muy importante junto con la calidad de la comida, la variedad de productos y la calidad del servicio. En efecto, en 2005, [...].

V.5 Competencia potencial - barreras a la entrada

En cuanto a las posibles barreras de acceso al mercado, debe señalarse que no son necesarias más autorizaciones administrativas que las relativas a los permisos y licencias ordinarias de cualquier actividad industrial y comercial en el sector de la restauración. Esta conclusión es consistente con la adoptada por la Comisión en los precedentes comunitarios que no aprecia la existencia de barreras de acceso significativas

Por lo que respecta a posibles dificultades derivadas del coste total de entrada en el mercado para un nuevo competidor, las necesidades de capital son reducidas, siendo posible para una empresa estrictamente familiar, sin grandes inversiones en publicidad o promoción alcanzar una presencia significativa en mercados locales. Igualmente, el acceso a materias primas es sencillo y relativamente poco costoso, siendo los costes laborales no excesivamente altos al contratase, con carácter general, personal joven con dedicación parcial.

En cuanto a la infraestructura, con independencia de contar con un local en propiedad o en alquiler en zonas pobladas, los costes tampoco son elevados, lo que justifica que la tendencia a la implantación de establecimientos en centros comerciales, áreas cercanas a estaciones de servicio, así como en estaciones y aeropuertos.

En cuanto a las inversiones I+D, según la notificante, tanto de VIDISCO como de TELE PIZZA destinan recursos a la creación, desarrollo y mejora de todos los productos, y en particular a la creación de nuevas variedades, así como a garantizar el sistema de gestión de calidad y seguridad alimentaria.

TELE PIZZA habría realizado una inversión en I+D del 0,1% aproximadamente de su volumen de ventas en el 2005, ratio que se elevaría al 0,4% en el caso de PIZZA MÓVIL.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de TELE PIZZA, S.A. por parte de VIDISCO, S.L., mediante la formulación de una oferta pública de adquisición de acciones sobre el 100% de su capital social.

Como consecuencia de la misma, IBERSOL, matriz de VIDISCO, consolida su posición en el mercado español de restauración rápida, fundamentalmente al ver ampliado sensiblemente su ámbito geográfico de actuación dentro del territorio nacional. Concretamente, pasaría de operar en 38 localidades a operar en 286, con la correspondiente entrada en nuevas CCAA en las que antes no estaba presente como Andalucía, Aragón, País Vasco, Castilla-La Mancha, Baleares, Canarias, Extremadura, Cantabria, La Rioja, Murcia, así como en las ciudades de Ceuta y Melilla.

En el mercado nacional de restauración informal (*casual dining*), la operación no supone un cambio significativo en la estructura del mercado, dada la reducida cuota de la adquirente. La cuota de TELEPIZZA es del [0-10]% y la de la adquirente no supera el [0-10]%, por detrás del líder, Mc DONALD'S, con [10-20]%

En el mercado de restauración de servicio rápido en España (*quick service restaurants*), la cuota resultante sería inferior en todo caso al [10-20]%, dado que IBERSOL cuenta con una cuota

inferior al [0-10]% y adquiere una cuota del [0-10]% de TELE PIZZA, claramente por detrás de MCDONALD'S ([10-20]%), líder indiscutible en este mercado.

En el mercado más estrecho de comida para llevar o a domicilio (*take away/home delivery*), la cuota nacional resultante de la operación asciende al [10-20]% del total de establecimientos de servicio rápido en España, siendo el operador de mayor implantación y al [10-20]% en valor.

En el peor escenario considerado, en línea con los precedentes de la Comisión, esto es, los mercados locales de *take away/home delivery*, en ningún caso se alcanzan cuotas superiores al 35%.

Los mercados de restauración considerados son dinámicos y se encuentran en expansión. No existen de acuerdo con la Comisión Europea, obstáculos significativos de acceso.

Adicionalmente, cabe señalar la presencia de competidores de dimensión y capacidad financiera comparable a la de la entidad resultante de la operación, junto con pequeños operadores localmente competitivos.

A la vista de lo anterior, no parece probable que como resultado de la operación pueda obstaculizarse de forma significativa la competencia efectiva en los mercados considerados.

VII. 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 PIZZA MÓVIL (IBERSOL) EN ESPAÑA			
Provincia	Localidad	Código postal	Régimen de explotación
C.A. de Asturias			
Asturias	Avilés	33402	[...]
	Gijón	33201	[...]
		33210	[...]
	Oviedo	33429	[...]
		33002	[...]
		33012	[...]
C.A. de Castilla-León			
Burgos	Burgos	09006	[...]
León	León	24006	[...]
		24008	[...]
		24010	[...]
	Ponferrada	24400	[...]
Salamanca	Salamanca	37004	[...]
Valladolid	Valladolid	47010	[...]
		47007	[...]
		47140	[...]
	Laguna del Duero	47140	[...]
Zamora	Zamora	49004	[...]
C.A. de Cataluña			
Barcelona	Badalona	08912	[...]
	Barcelona	08013	[...]
		08015	[...]
		08031	[...]
		08026	[...]
		08028	[...]
		08005	[...]
	Granollers	08912	[...]
	Sta. Coloma de G.	08921	[...]
C.A. de Galicia			
La Coruña	Arteixo	15142	[...]
	Bertamirans	15220	[...]
	Carballo	15100	[...]
	La Coruña	15005	[...]
		15011	[...]
		15002	[...]
	Ferrol	15404	[...]
	Milladoiro	15895	[...]
	Ribeira	15960	[...]
	Santiago	15701	[...]
		15703	[...]
		15706	[...]
		15703	[...]
	Temple	15679	[...]



ESTABLECIMIENTOS PIZZA MÓVIL (IBERSOL) EN ESPAÑA			
Provincia	Localidad	Código postal	Régimen de explotación
Lugo	Lugo	27001	[...]
		27003	[...]
Orense	Orense	32004	[...]
		32005	[...]
Pontevedra	Bayona	36300	[...]
	Canido	36390	[...]
	Marín	36900	[...]
	Pontevedra	36001	[...]
		36001	[...]
	A Ramallosa	36350	[...]
	Redondela	36800	[...]
	Vigo	36203	[...]
		36210	[...]
		36202	[...]
		36207	[...]
		36203	[...]
Vilagarcía	36600	[...]	
C.A. de Madrid			
Madrid	Madrid	28035	[...]
		28043	[...]
C.A. de Navarra			
Pamplona	Pamplona	31620	[...]
C.A. Valencia			
Alicante	Alcoy	03802	[...]
	Torrevieja	03182	[...]
Castellón	Castellón	12006	[...]

Fuente: Notificación

ESTABLECIMIENTOS PASTA CAFÉ EXPLOTADOS POR IBERSOL EN ESPAÑA			
Provincia	Localidad	Código postal	Régimen de explotación
C.A. de Madrid			
Madrid	Leganés	28916	[...]
		28917	[...]
C.A. de Castilla-La Mancha			
Toledo	Toledo	45007	[...]
Albacete	Albacete	02006	[...]
C.A. de Galicia			
Pontevedra	Vigo	36203	[...]
		36204	[...]
Lugo	Lugo	27003	[...]
C.A. de Aragón			
Zaragoza	Zaragoza	50015	[...]
C.A. País Vasco			
Álava	Vitoria	01005	[...]



ESTABLECIMIENTOS PASTA CAFÉ EXPLOTADOS POR IBERSOL EN ESPAÑA			
Provincia	Localidad	Código postal	Régimen de explotación
C.A. de Castilla-León			
Salamanca	S. Marta de Tormes	37900	[...]
C.A. de Andalucía			
Málaga	Málaga	29012	[...]

Fuente: Notificación



ANEXO II

ESTABLECIMIENTOSTELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
C. A. de Andalucía		
Cádiz	Algeciras	2
	Arcos de la F.	1
	Cádiz	3
	Chiclana de la F.	1
	Jerez de la F.	3
	La Línea de la C.	1
	Pto. de S. María	1
	Pto. Real	1
	Rota	1
	S. Fernando	1
Almería	Sanlúcar de B.	1
	Almería	2
	El Egido	1
Córdoba	Roquetas	1
	Córdoba	4
	Lucena	1
Granada	Almuñécar	1
	Granada	5
	Motril	1
Huelva	Huelva	3
	Andujar	1
	Jaén	2
Jaén	Linares	1
	Úbeda	1
	Alhaurín de la M.	1
Málaga	Antequera	1
	Arroyo	1
	Estepona	1
	Fuengirola	1
	Málaga	7
	Marbella	1
	Rincón	1
	Ronda	1
	S. pedro	1
	Torremolinos	1
	Vélez	1
	Alcalá de G.	1
	Castilleja	1
	Coria del Río	1
	Dos Hermanas	2
	Écija	1
Sevilla	Ginés	1
	Los Palacios	1
	Mairena	1
	S. José	1
	S. Juan de A.	1
	Sevilla	11
	Utrera	1
C.A. de Aragón		
Huesca	Huesca	1



ESTABLECIMIENTOS TELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
Teruel	Teruel	1
Zaragoza	Zaragoza	7
C.A. País Vasco		
Álava	Vitoria	4
	Eibar	1
	Irán	1
Guipúzcoa	Rentaría	1
	San Sebastián	3
	Algorta	2
	Baracaldo	1
	Basauri	1
	Bilbao	3
	Baracaldo	1
	Deusto	1
Vizcaya	Durango	1
	Galdakao	1
	Lejona	1
	Portugalete	1
	Santurce	1
	S.Txuchu	2
	Sestao	1
C.A. de Asturias		
	Gijón	3
	Oviedo	3
	Avilés	2
Asturias	La Felguera	1
	Lugones	1
	Mieres	1
C.A. de Galicia		
	Coruña	3
	Santiago	1
Coruña	Ribeira	1
	Carballo	1
	Ferrol	1
	Pontevedra	2
Pontevedra	Vigo	4
	Vilagarcía	1
Orense	Orense	2
Lugo	Lugo	1
C.A. de Castilla-La Mancha		
	Albacete	3
Albacete	Almansa	1
	Hellín	1
	Villarobledo	1
	Illescas	1
Toledo	Talavera	1
	Toledo	2
	Alcázar de S. Juan	1
	Ciudad Real	2
Ciudad Real	Pto. Llano	1
	Tomelloso	1
	Valdepeñas	1
Cuenca	Cuenca	1
	Azucesca	1
Guadalajara	Guadalajara	1



ESTABLECIMIENTOSTELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
Alicante	C.A. de Valencia	
	Alcoy	1
	Alicante	5
	Benidorm	2
	Campello	1
	Crevillente	1
	Denia	1
	Elche	5
	Elda	2
	Ibi	1
	Novelda	1
	Orihuela	2
	S. Juan	2
	S.Vicente	1
	Torrevieja	1
	Villajoyosa	1
	Villena	1
	Benicarló	1
	Benicasim	1
	Burriana	1
Castellón	Castelló	3
	Onda	1
	Vall de'uxo	1
	Villareal	1
	Vinaroz	1
	Alaquas	1
	Albaraya	1
	Alzira	1
	Burgassot	1
	Cullera	1
Valencia	Gandía	1
	Massanassa	1
	Mislata	1
	Oliva	1
	Paterna	1
	Picassent	1
	Pto.Sagunto	2
	Torrente	1
	Valencia	12
	Xátiva	1
Balears	C.A. de Baleares	
	Palma de M.	5
	Inca	1
	Ibiza	1
Badajoz	C.A. de Extremadura	
	Almendralejo	1
	Badajoz	3
	D. Benito	1
	Mérida	1
	Zafra	1
	Cáceres	2
Cáceres	Navalmoral de la Mata	1
	Plasencia	1
Barcelona	C. A. de Cataluña	
	Badalona	1



ESTABLECIMIENTOSTELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
Barcelona	Barcelona	19
	Casteldefels	1
	Cerdanyola	1
	Espulgues	2
	Cornellá	1
	Granollers	1
	Gaba	1
	Hospitalet	3
	Igualada	1
	Manlleu	1
	Manresa	1
	Martorell	1
	Mataró	1
	Molins de Rey	1
	Molet del Vallés	1
	Montcada	1
	Olesa	1
	Pineda de Mar	1
	Prat de Llobregat	1
	Premiá de Mar	1
	Rubí	1
	Sabadell	2
	S. Adriá del V	1
	S. Andreu	1
	S. Boi de Llobregat	1
	S.Coloma Gramanet	1
	S. Cugat del Vallés	1
	S. Feliz del Llobregat	1
	S. Quirze	1
	Sitges	1
	Terrasa	2
	Vic	1
	Viladecans	1
	Villafranca	1
	Vilanova i la Geltrú	2
	Blanes	1
	Figueras	1
	Gerona	1
	Lloret de Mar	1
	Olot	1
	Lérida	2
	Amposta	1
	El Vendrell	1
	Reus	2
	Tarragona	1
	Torreforta	1
	Tortosa	1
	Valls	1
	C.A. de Cantabria	
	Castroudiales	1
	Maliaño	1
	Santander	3
	C. de Ceuta	
	Ceuta	1
	C. de Melilla	



ESTABLECIMIENTOSTELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
	Melilla	1
	C.A. de la Rioja	
	Calahorra	1
Logroño	Logroño	4
	C.A. Canarias	
	Arrecife	1
	Las Palmas	5
Las Palmas	Pto. del Rosario	1
	S. Bartolome	1
	Telde	1
	Arona	1
S.C. de Tenerife	La Laguna	1
	Pto. La Cruz	1
	S.Cruz de T.	1
	C.A. de Madrid	
	Alcalá de Henares	4
	Alcobendas	3
	Alcorcón	3
	Algete	1
	Aranjuez	1
	Arganda	1
	Arroyomolinos	1
	Boadilla del Monte	1
	Cienpozuelos	1
	Colmenar Viejo	1
	Coslada	2
	Fuenlabrada	2
	Galapagar	1
	Getafe	3
	Humanes	1
	Las Rozas	2
	Leganés	3
Madrid	Madrid	55
	Majadahonda	1
	Móstoles	4
	Navalcarnero	1
	Parla	1
	Pinto	1
	Pozuelo	1
	Rivas-Vaciamadrid	1
	S. Fernando de H.	1
	S. Lorenzo	1
	S. Sebastián	2
	Torrejón	2
	Torrelodones	1
	Tres Cantos	1
	Valdemoro	1
	Velilla	1
	Villalba	2
	Villanueva	1
	Villaviciosa	1
	C.A. de Murcia	
Murcia	Águilas	1
	Alcantarilla	1
	Cartagena	2



ESTABLECIMIENTOSTELEPIZZA EN ESPAÑA		
Provincia	Localidad	Nº
	Cieza	1
	Logapan	1
	Lorca	1
	Molina de Segura	1
	Murcia	4
	Yecla	1
	C.A. de Navarra	
	Pamplona	4
Pamplona	Tudela	1
	C.A. de Castilla-León	
Ávila	Ávila	1
Palencia	Palencia	1
Segovia	Segovia	2
Soria	Soria	1
	León	2
León	S.Andrés del Rabanedo	1
	Ponferrada	1
Zamora	Zamora	1
Valladolid	Valladolid	5
Salamanca	Salamanca	4
Burgos	Burgos	4
	Aranda de Duero	1
	Miranda del Ebro	1

Fuente: Notificación

ANEXO III

CUOTAS RESULTANTES EN LOCALIDADES EN LAS QUE COINCIDEN LAS CADENAS DE ESTABLECIMIENTOS PIZZA MÓVIL Y TELEPIZZA								
Localidades	Nº Habitantes	PM	TP	PM+TP	(1)	(2)	(3)	(4)
C.A. de Valencia								
Alcoy	60.931	1	1	2	[...]	[...]%		
Castellón	167.455	1	3	4	[...]	[...]%	[...]	<35%
Torreveja	84.348	1	1	2	[...]	[...]%		
C.A. de Asturias								
Avilés	83.855	1	2	3	[...]	[...]%	[...]	<35%
Oviedo	212.174	3	3	6	[...]	[...]%	[...]	<35%
Gijón	273.931	2	3	5	[...]	[...]%	[...]	<35%
C.A. de Cataluña								
Granollers	57.796	1	3	4	[...]	[...]%	[...]	<35%
Barcelona	1.593.075	6	19	25	[...]	[...]%	[...]	<35%
S.Coloma.G	118.129	1	1	2	[...]	[...]%		
C.A. de Castilla-León								
Burgos	172.421	1	4	5	[...]	[...]%	[...]	<35%
León	136.414	3	2	5	[...]	[...]%		
Salamanca	160.331	1	4	5	[...]	[...]%		
Ponferrada	65.984	1	1	2	[...]	[...]%		
Valladolid	321.001	3	5	8	[...]	[...]%	[...]	<35%
Zamora	66.123	1	1	2	[...]	[...]%		
C.A. de Galicia								
Carballo	29.689	1	1	2	[...]	[...]%		
Coruña	243.349	3	3	6	[...]	[...]%		
Ferrol	77.155	1	1	2	[...]	[...]%		
Orense	108.358	2	2	4	[...]	[...]%	[...]	<35%
Pontevedra	79.372	2	2	4	[...]	[...]%	[...]	<35%
Lugo	92.271	2	1	3	[...]	[...]%	[...]	<35%
Ribeira	26.884	1	1	2	[...]	[...]%		
Santiago C.	92.219	4	1	5	[...]	[...]%	[...]	<35%
Vilagarcía	35.954	1	1	2	[...]	[...]%		
Vigo	293.725	5	4	9	[...]	[...]%		
C.A. de Madrid								
Madrid	3.155.359	2	55	57	[...]	[...]%	[...]	<35%
C.A. de Navarra								
Pamplona	193.328	1	3	4	[...]	[...]%		

Fuente: Datos del notificante elaborados por el SDC

Notas:

- (1) Número de establecimientos de "comida rápida" señalados por la notificante en sus escrito de 2.6.2006, en contestación a requerimiento del SDC de 22.5.2006, y e:mail de 19.6.2006..
- (2) Cuotas calculadas sobre (1).
- (3) Total de establecimientos, complementando la información del notificante con fuentes QDQ y páginas amarillas, en los casos en ésta indica cuotas superiores al [30-40]%. Cuotas calculadas sobre (3), inferiores en tod