



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-04086

COVALCO / ENACO

Con fecha 3 de diciembre de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición de determinados activos de distribución mayorista y minorista de bienes de consumo diario de ENACO, S.A. por parte de H.D. COVALCO, S.A.

Dicha notificación ha sido realizada por COVALCO 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 14.1b). 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, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía 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 **3 de enero de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición de activos de distribución minorista y mayorista de ENACO por parte de COVALCO.

Según el contrato de compraventa suscrito entre las partes el 12 de noviembre de 2004, los activos que se adquirirán incluyen el negocio de distribución minorista de bienes de consumo diario que ENACO desarrolla a través del sistema comercial de franquicias denominado "Super Bravo", 24 establecimientos de distribución mayorista de bienes de consumo diario en formato *cash&carry*; las actividades de distribución mayorista tradicional que ENACO realiza para 227 establecimientos de distribución minorista y la plataforma logística de Teruel, propiedad de ENACO.



La operación notificada se encuentra condicionada, en cuanto a su eficacia y perfeccionamiento, a la obtención de la correspondiente autorización por parte de los órganos y autoridades nacionales de la competencia.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, puesto que no se alcanzan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1. Por tanto, la concentración carece de dimensión comunitaria.

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

III. EMPRESAS PARTÍCIPES

III.1. Adquirente: “H.D. COVALCO, S.A.” (COVALCO)

COVALCO es una sociedad española matriz de un grupo de empresas cuyas actividades se desarrollan en el ámbito de la distribución mayorista y, en menor medida, minorista de bienes de consumo diario.

El 90% de las acciones de COVALCO son propiedad de la sociedad FASTIN, S.L.¹ que, a su vez, está controlada en su totalidad por la [...].

Las sociedades que directa o indirectamente controla COVALCO y que operan en la comercialización de productos alimentarios y varios son las siguientes: [...].

Las principales líneas de negocio que desarrollan las sociedades del grupo COVALCO son:

- (i) Distribución minorista en formato libre servicio a través de 27 establecimientos propios que operan bajo las enseñas “CoAliment”; “Spar” y “Compra Descuento”, en las Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha (5), Comunidad Valenciana (21) y Extremadura (1).

COVALCO también opera en la distribución minorista mediante establecimientos franquiciados. Controla la actividad comercial de 119 de estos franquiciados (abastecimiento, participación en su margen de las ventas y prestación de servicios de apoyo como cesión de ciertas enseñas comerciales, merchandising, cesión de equipos informáticos, etc). Estos establecimientos actúan como depositarios de las mercancías de COVALCO que mantiene su propiedad hasta que son vendidas. De esta forma, cabe asimilar tales establecimientos² a los integrados en la división de venta minorista de COVALCO. De hecho, estos franquiciados suelen actuar bajo las enseñas “CoAliment” y “Spar”.

¹ El 10% restante de las acciones de COVALCO son autocartera.

² Ver expediente N-03053 CAPRABO/ALCOSTO: “En función del grado de vinculación que una al franquiciado se puede distinguir entre franquiciados cuya relación se limita a que CAPRABO intermedia en las compras para ellos, en cuyo caso la actividad de CAPRABO se sitúa en el segmento de distribución mayorista, y franquiciados cuya vinculación económica y comercial con CAPRABO es mucho mayor, incluyéndose dicha actividad en la división de venta minorista de CAPRABO.”



Los establecimientos franquiciados comprendidos dentro de la actividad de distribución minorista de COVALCO están situados en las Comunidades Autónomas de Cataluña (87), Comunidad Valenciana (24), Castilla-La Mancha (3); Navarra (2) y Aragón (3).

- (ii) Distribución mayorista en formato tradicional: esta línea de negocio comprende, entre otras, la distribución mayorista en formato tradicional para unos 1.000 establecimientos franquiciados que distribuyen, sin compromiso de exclusividad, los productos de COVALCO, mediante contratos de franquicia de baja vinculación³.
- (iii) Distribución mayorista a través de 41 establecimientos cash&carry que operan bajo las denominaciones “Bon MerKat” y “Comerco” en siete Comunidades Autónomas: Cataluña (12), Valencia (5), Castilla-La Mancha (3), Andalucía (14), Navarra (1), País Vasco (2) y Extremadura (4).

Por último, es preciso señalar que COVALCO canaliza la mayor parte de sus compras ([...]%) del total en 2003) a través de la central de compras EUROMADI.

La facturación del Grupo COVALCO en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO COVALCO (Millones euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	>250	>250	>250
Unión Europea	>250	>250	>250
España	>60	>60	>60

Fuente: Notificación

III.2 Adquirida: “ACTIVOS DE ENACO, S.A.” (ACTIVOS)

ENACO es una sociedad controlada por el Grupo CAPRABO desde marzo de 2002³. En la actualidad CAPRABO posee el 99,8% del capital social de ENACO.

A su vez, CAPRABO está controlada conjuntamente por CENTRAL DE SERVEIS CIÈNCIES, S.L., titular del 80% de las acciones representativas de su capital social, y por la sociedad de capital riesgo CAIXA CAPITAL DESARROLLO, S.C.R., S.A., perteneciente al grupo LA CAIXA, que detenta el 20% restante⁴.

CAPRABO opera en el sector de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de autoservicio, mayoritariamente bajo la modalidad de supermercados. Con la toma de control de ENACO⁵ y NEKEA⁶, CAPRABO añadió a su línea tradicional de actividad otras en las

³ Operación notificada al Servicio de Defensa de la Competencia el 18 de marzo de 2002 (N-230 CAPRABO/ENACO) y cuya autorización fue subordinada por Acuerdo de Consejo de Ministros de fecha 28 de junio de 2002 a la desinversión por parte de CAPRABO de uno de los dos establecimientos de superficie igual o superior a 2.500 m² que ENACO poseía en la localidad de Blanes (Gerona).

⁴ Operación notificada al Servicio de Defensa de la Competencia el 8 de agosto de 2003 (N-03042 CSC/CAIXA CAPITAL/CAPRABO) y que fue autorizada el 8 de septiembre de 2003.

⁵ Expte N-230 CAPRABO/ENACO señalado anteriormente.

⁶ Operación de concentración notificada al Servicio de Defensa de la Competencia el 2 de octubre de 2002 (Expte N-289 CAPRABO/NEKEA)

que estaban presentes dichas compañías como la distribución mayorista de bienes de consumo diario en formato tradicional y a través de establecimientos *cash & carry*.

Los Activos cuyo control ENACO transmite a COVALCO en el marco de la presente operación son los siguientes:

- (a) Establecimientos integrados en el negocio de distribución minorista de ENACO: se trata de 84 establecimientos franquiciados, con los que ENACO mantiene una vinculación económica y comercial muy estrecha y que operan bajo la enseña "Superbravo". Tienen superficies inferiores a 400 m² y están situados en las Comunidades Autónomas de Cataluña (5), Comunidad Valenciana (26), Castilla-La Mancha (17), Navarra (1), Aragón (7), Madrid (9), Castilla y León (2), Andalucía (6) y Murcia (1).
- (b) Negocio de distribución mayorista tradicional de ENACO: se trata de 227 establecimientos a los que ENACO sirve como intermediario en materia de compras y con los que mantiene contratos de franquicia de baja vinculación.
- (c) Establecimientos de distribución en formato Cash&Carry que operan bajo el nombre de "Cash Enaco". Se trata de 24 establecimientos situados en nueve Comunidades Autónomas: Aragón (3), Castilla-La Mancha (1), Castilla y León (1), Cataluña (4), Murcia (1), Navarra (1), Comunidad Valenciana (11) y La Rioja (2).

CAPRABO y, por tanto ENACO, está integrada en la central de compras IFA ESPAÑOLA, S.A., a través de la que realiza una parte importante de su aprovisionamiento.

La facturación de los ACTIVOS adquiridos en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE LOS ACTIVOS (Millones euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	<250	<250	<250
Unión Europea	<250	<250	<250
España	>60	>60	>60

Fuente: Notificación

IV. **MERCADOS RELEVANTES**

IV.1 **Mercado de producto**

El ámbito en el que se desarrolla la presente operación es el de la distribución comercial de bienes de consumo diario. Tanto COVALCO como los activos adquiridos están presentes en tres mercados de distribución definidos en distintos precedentes comunitarios⁷ y españoles⁸: distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio y distribución mayorista de bienes de consumo diario en formatos tradicional y *cash&carry*.

⁷ Casos IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR; IV/M.991 PROMODES/CASINO; IV/M.1221 REWE/ MEINL; IV/M.1684 CARREFOUR/PROMODES.

⁸ Expedientes de concentraciones económicas: N-03053 CAPRABO/ALCOSTO, N-03015, DIA/EL ARBOL N-289 CAPRABO/NEKEA, N-230 CAPRABO/ENACO, N-140 PIO CORONADO/CEMETRO, etc.; Informes del TDC relativos a los expedientes de concentración económica C83/03 CAPRABO/ALCOSTO, C79/03 DIA/EL ARBOL, C52/00 CARREFOUR /PROMODÉS; C64/01 PÍO CORONADO/CEMETRO; y C70/02 CAPRABO/ENACO.

Adicionalmente, considerando la interdependencia existente entre la distribución y el abastecimiento de los productos de consumo diario, puesta de manifiesto por la Comisión y las autoridades españolas, es preciso analizar el mercado ascendente de aprovisionamiento de los bienes de consumo diario, al objeto de analizar en toda su amplitud los efectos de la operación.

IV.1.1. Distribución minorista de bienes de consumo diario

La actividad de distribución al por menor consiste en ofrecer a los consumidores finales una serie más o menos diversificada de productos alimentarios y no alimentarios (droguería, perfumería, hogar, higiene, etc) de consumo diario, en locales de diversas características y diferentes superficies, como hipermercados, supermercados, autoservicios de proximidad, tiendas especializadas, tiendas tradicionales, mercados de abastos, estaciones de servicio, etc.

A la hora de delimitar el mercado relevante, es necesario plantearse si el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario incluye todas las anteriores formas de distribución o cabe distinguir mercados más estrechos atendiendo, entre otros posibles criterios, a la amplitud del surtido de productos ofrecido, la extensión de la superficie de venta o los servicios prestados.

Tanto el SDC como el TDC⁹ han venido considerando que el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio, en el que estarían incluidas las diversas formas de venta minorista sin asistencia personalizada, constituye un mercado de producto distinto del de la venta de productos en formato tradicional (pequeñas superficies y atención personalizada) y del de la venta a través de establecimientos especializados, debido a la competencia asimétrica existente entre ellos.

Según el TDC, la demanda de productos que se realiza en el comercio tradicional podría, ante un hipotético cierre de dicho comercio, ser suministrada por una superficie de venta en formato de libre servicio. Por el contrario, la demanda de bienes y servicios que un consumidor realiza en un hipermercado no puede ser sustituida, al menos a costes iguales, por el conjunto de tiendas tradicionales. Esto es aún más cierto en las zonas de influencia de los hipermercados, habida cuenta de que éstos normalmente se localizan en la periferia de las ciudades, donde en la mayoría de los casos ni siquiera existe oferta del denominado comercio tradicional.

Así, el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio estaría integrado por todas aquellas superficies de venta en las que es posible el suministro de todo tipo de bienes de consumo diario, alimentario y no alimentario, sin la intermediación de una persona encargada de servir a los clientes. En concreto, formarían parte de este mercado los siguientes tipos de superficies de venta:

- a. Los servicios de proximidad (generalmente inferiores a 400m²), en formato de libre servicio, que ofrecen un número limitado de productos a compradores que residen en la vecindad y compran en cantidades reducidas.

⁹ Informes del TDC relativos a los expedientes de concentración económica C52/00 CARREFOUR /PROMODÉS y C64/01 PÍO CORONADO/CEMETRO



- b. Las medianas superficies (supermercados superiores a 400m² e inferiores a 2.500m²) que ofrecen una mayor diversidad de productos que las pequeñas superficies, a precios reducidos, que posibilitan la realización de grandes compras.
- c. Las grandes superficies (hipermercados con una superficie superior a 2.500m²) que ofrecen una gran diversidad de productos y marcas a precios atractivos, en los que se realizan compras de gran volumen.
- d. Las tiendas de descuento, con una gama limitada de productos generalmente de la marca del distribuidor y a precios reducidos.

IV.1.2. 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* son almacenes con superficies que oscilan entre los 1.000 y los 2.000 m², que se localizan en la periferia de los centros urbanos y ofrecen un reducido número de referencias a precios más bajos que 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, al ser los propios clientes los que atraídos por los bajos precios 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, 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, en gran medida, no tienen capacidad para pasar al modelo clásico, sistema que tienden a utilizar los grandes clientes. A semejante conclusión han llegado tanto la Comisión como el TDC en decisiones anteriores en este sector.

IV.1.3. Distribución mayorista en formato tradicional.

Este tipo de venta mayorista se distingue de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* en que la venta se realiza mediante la entrega a domicilio o en mostrador, y en que el pago de las mercancías normalmente se realiza a crédito, ya que la demanda está constituida por establecimientos minoristas con una mayor capacidad de compra que los que acuden a los establecimientos *cash & carry*.

Esta modalidad de venta mayorista constituye, por tanto, un mercado de producto distinto a efectos de la presente operación de concentración.

IV.1.4. Abastecimiento de bienes de consumo diario

El mercado del abastecimiento comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores a sus clientes mayoristas, minoristas y a otras empresas.



Desde el punto de vista de la demanda, los distintos productos o grupos de productos no son sustituibles 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 estimado que en ciertos casos bastaría con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario¹⁰. Aunque la importancia de los distintos canales varía, el sector de la distribución minorista con predominio alimentario constituye la salida principal de este mercado.

Las sociedades partícipes en la presente operación realizan actividades de aprovisionamiento de bienes de consumo diario tanto para su reventa a los consumidores finales a través de establecimientos minoristas, como para su reventa al sector mayorista.

Las centrales de compra en las que se integran 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.

IV. 2 Mercado geográfico

El ámbito geográfico de los distintos mercados de producto relevantes a los efectos del presente análisis es el siguiente:

IV.2.1. Distribución minorista de bienes de consumo diario

El ámbito geográfico del mercado de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio es de carácter local. El TDC, en anteriores informes relativos a expedientes de concentración económica, ha considerado que el mercado de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio es de carácter local, debido a que el consumidor final únicamente accede a aquellas superficies de venta a las cuales le resulta razonable desplazarse para efectuar una compra determinada.

La delimitación exacta del ámbito local del mercado debe realizarse caso por caso, partiendo de aquellos núcleos donde ambas partes están presentes en el mercado de distribución minorista y teniendo en cuenta el tipo de superficie de venta a considerar y las características de su entorno.

En principio, parece apropiado un análisis territorial de mayor dimensión en el caso de localidades que poseen en su cercanía una gran superficie comercial y en aquellas en las que parece probada la existencia de una dependencia a nivel comercial con otras poblaciones cercanas, como es el caso de algunas de las localidades implicadas en la operación. También resulta lógica tal consideración en el caso de zonas residenciales, donde el uso del vehículo forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes, al ser habituales los desplazamientos en coche para realizar la mayor parte de sus actividades.

El TDC, en los Informes sobre Grandes Superficies (GS) que viene realizando desde la entrada en vigor de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, al analizar las

¹⁰ Decisión Caso IV/M.991 PROMODES/CASINO, Caso IV/M. 946 INTERMACHÉ/SPAR, y Caso IV/M.1087 PROMODES/SIMAGO.

condiciones de competencia existentes en el mercado en el que operará la nueva GS delimita el mercado geográfico relevante en función de isocronas¹¹. En concreto, el TDC considera que la isocrona será de 15 minutos, en el supuesto de que la GS se encuentre en un núcleo urbano, llegando hasta 30 minutos cuando la GS esté situada en núcleos rurales o cuando no existe ninguna otra GS en el área considerada.

De acuerdo con la información aportada por la notificante, los núcleos de población en los que están presentes tanto COVALCO como los ACTIVOS adquiridos de ENACO y en los que, por tanto, la operación es susceptible de generar una adición de cuota de mercado y, por ende, una modificación de la estructura de la competencia son los de Vilanova i la Geltrú (Barcelona), Silla (Valencia), Montaverner (Valencia) y Torreblanca (Castellón). Todas las superficies adquiridas por COVALCO son de reducidas dimensiones.

- **Vilanova i la Geltrú:** población de 60.147 habitantes. La superficie comercial minorista de Vilanova i la Geltrú es de 20.828 m², con más de diez establecimientos. No es preciso definir áreas de influencia más allá del término municipal, ya que aún en la definición más estrecha del mercado (la localidad), las cuotas resultantes son reducidas.
- **Silla:** población de 17.286 habitantes. La superficie comercial total de distribución minorista en Silla es de 6.476 m² con más de ocho establecimientos. Como en el caso anterior no es preciso definir áreas de influencia más allá del término municipal, ya que aún en la definición más estrecha del mercado, las cuotas resultantes de la operación son reducidas.
- **Montaverner:** municipio de la provincia de Valencia con sólo 1.870 habitantes. La superficie comercial minorista de Montaverner es de 300 m², de los que 200 m² corresponden al establecimiento de COVALCO y los restantes 100 m² a los activos adquiridos.

En todo caso, dado el pequeño tamaño del municipio y de su superficie comercial, sus comunicaciones con pueblos próximos y la disponibilidad de una gran superficie (2.660 m² de Caprabo en Játiva) a menos de 15 minutos de distancia, la notificante define una isocrona de un radio de 15 minutos en coche en torno a la N-340. Este área también incluye los municipios de Játiva, Onteniente, Canals¹², l'Alcudia de Crespins, l'Olleria, Aiello de Malferit, Albaida y Belgida y tiene una superficie comercial de venta minorista de 28.781 m² explotada por catorce establecimientos de más de 1.000 m² de superficie (uno de ellos de más de 2.500 m²)

- **Torreblanca:** municipio costero con población de 5.346 habitantes que se dobla en verano. Dispone de una superficie comercial minorista de 1.399 m². La notificante señala que la oferta comercial, en particular en verano, es insuficiente para abastecer a la población. De esta forma la adquirente apunta que a menos de 15 minutos en coche¹³ hay un establecimiento con una superficie de 980 m², y hasta ocho establecimientos más con superficies de entre 130 y 400 m².

Sin embargo, no se tiene conocimiento de la existencia en este radio de grandes superficies que permitan definir un área de influencia como en el caso anterior. Por tanto, este Servicio tomará como referencia a los efectos del análisis el ámbito geográfico delimitado por el propio

¹¹ El TDC define la isocrona como una línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento.

¹² Al considerar estos datos COVALCO adquiere dos establecimientos franquiciados de 100 m² de superficie cada uno, situados uno en Montaverner y otro en Canals.

¹³ En torno a la autopista A-7 y la carretera nacional N-340, en los municipios de Alcalà de Xivert, Alcossebre y Oropesa



municipio, sin perjuicio de que, a efectos descriptivos se ofrezcan cuotas en ámbitos geográficos mayores.

IV.2.2. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash&carry*.

La demanda de los establecimientos *cash&carry* está constituida principalmente por profesionales del sector de la hostelería y la restauración, 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.

El TDC en los expedientes de concentración económica C64/01 PÍO CORONADO/CEMETRO y C70/02 CAPRABO/ ENACO consideró que este mercado tiene carácter regional, entendiéndolo como tal incluso el ámbito de una Comunidad Autónoma.

De acuerdo con la información aportada por la notificante, tanto COVALCO como los ACTIVOS adquiridos realizan esta actividad en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Castilla-La Mancha, Navarra y la Comunidad Valenciana.

En todo caso, esta modalidad de venta mayorista apenas supuso para los activos adquiridos en 2003 unos 6,84 millones de euros (11% de su volumen de ventas). De esta forma, de acuerdo con la notificante, el impacto de la presente operación en el mercado de la distribución mayorista tradicional no es significativo por lo que no se analizará con detalle en el presente informe.

IV.2.3. Abastecimiento de bienes de consumo diario.

La notificante afirma que, normalmente, el abastecimiento de productos de consumo diario por parte de las empresas de distribución minorista y mayorista 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.

En el presente caso concreto, es preciso señalar que CAPRABO forma parte de la central de compras IFA y que COVALCO canaliza la mayor parte de sus compras a través de la central de compras EUROMADI. Tanto IFA como EUROMADI gestionan sus compras a escala nacional, lo que confirma la opinión manifestada en informes previos de que este mercado tiene dimensión nacional.

V. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

V.1. Estructura de la oferta

El sector de la distribución comercial en España presenta un gran dinamismo. Este hecho se refleja en un permanente proceso de transformación de su estructura, particularmente notorio en el ámbito minorista, y del que son buena prueba, entre otras, la aparición y consolidación de

las grandes superficies, el importante proceso de concentración de las cadenas de supermercados y el progresivo aumento de la presencia de los líderes europeos de la distribución.

V.1.1. Distribución minorista en formato libreservicio

El mercado español de la distribución minorista cuenta con la presencia de un gran número de operadores, con frecuencia ligados a grupos multinacionales. Este mercado se caracteriza asimismo por su paulatino proceso de concentración que, no obstante, se mantiene en niveles bajos en comparación con el resto de países europeos.

La estructura del mercado español de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libreservicio en el año 2003, se recoge en el siguiente cuadro.

ESTRUCTURA DEL MERCADO NACIONAL DE LA DISTRIBUCION MINORISTA Según superficie de venta (m ²) en el año 2003		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
GRUPO CARREFOUR	[...]	[10-20]
GRUPO EROSKI	[...]	[10-20]
MERCADONA	[...]	[10-20]
CAPRABO sin ACTIVOS	[...]	[0-10]
GRUPO AHOLD	[...]	[0-10]
GRUPO AUCHAN	[...]	[0-10]
GRUPO EL CORTE INGLES	[...]	[0-10]
LIDL SUPERMERCADOS	[...]	[0-10]
GRUPO COOPERATIVAS COVIRAN	[...]	[0-10]
GRUPO EL ÁRBOL	[...]	[0-10]
GRUPO GADISA	[...]	[0-10]
GRUPO CONDIS SUPERMERCAT	[...]	[0-10]
COVALCO	[...]	[0-10]
ACTIVOS	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[30-40]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación, con base en "Alimarket" (nº 171. Marzo 2004).

La estructura del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio en las Comunidades Autónomas en las que se encuentran las localidades en las que coinciden ambas partes se recoge en los siguientes cuadros.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA EN CATALUÑA Según superficie de venta (m ²) en el año 2003		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
CARREFOUR	[...]	[10-20]
CAPRABO sin ACTIVOS	[...]	[10-20]
CONDIS SUPERMERCAT	[...]	[0-10]
MERCADONA	[...]	[0-10]
MIQUEL ALIMENTACIÓ	[...]	[0-10]
BON PREU	[...]	[0-10]
EROSKI	[...]	[0-10]
LIDL SUPERMERCADOS	[...]	[0-10]
COVALCO	[...]	[0-10]
ACTIVOS	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación, con base en "Alimarket" (nº 171. Marzo 2004).

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA		
Según superficie de venta (m ²) en el año 2003		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
MERCADONA	[...]	[20-30]
EROSKI	[...]	[10-20]
CARREFOUR	[...]	[10-20]
CAPRABO sin ACTIVOS	[...]	[0-10]
JUAN FORNES	[...]	[0-10]
LIDL SUPERMERCADOS	[...]	[0-10]
COVALCO	[...]	[0-10]
ACTIVOS	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación, con base en "Alimarket" (nº 171. Marzo 2004).

A continuación se analizan los ámbitos geográficos relevantes a los efectos del análisis de la presente operación: Vilanova i la Geltrú en Cataluña y Silla, Montaverner y Torreblanca en la Comunidad Valenciana.

- **Vilanova i la Geltrú (Barcelona)**

La superficie comercial total de distribución minorista en Vilanova i la Geltrú asciende a 20.828 m². En esta localidad, la superficie correspondiente a los activos adquiridos es de 60 m² y la de COVALCO de 75 m². Así la cuota conjunta de las partes en 2003 en el mercado correspondiente al propio municipio sólo representa el **0,65%** de la superficie minorista.

En este municipio operan establecimientos de otras doce enseñas, destacando la presencia de CAPRABO, al margen de los activos objeto de esta operación, que cuenta con tres establecimientos con una superficie total de 3.513 m² (1.496, 1.117 y 900 m²). También está presente MERCADONA (con tres establecimientos de 1.297, 1.080 y 836 m²), SABECO con un establecimiento de 2.700 m² y SUPERMECAT J.R. con siete establecimientos que oscilan entre los 180 m² y 550 m² y que suman un total de 2.550 m².

- **Silla (Valencia)**

La superficie comercial total de distribución minorista en Silla es de 6.476 m². La superficie que correspondiente a los activos adquiridos es de 100 m² y la superficie de COVALCO de 771 m². Así, la cuota conjunta de las partes en año 2003, considerando únicamente el municipio de Silla, fue del **13,45%**.

En este municipio existen establecimientos de otras siete enseñas, destacando la presencia de CONSUM que cuenta con dos establecimientos, con una superficie total de venta minorista de 1.735 m² (995 y 740 m²). También están presentes MERCADONA (con un establecimiento de 1.248 m²); y LIDL con otro de 1.000 m².

- **Montaverner (Valencia)**

La superficie comercial minorista de Montaverner es de 300 m², de los que 200 m² corresponden a COVALCO y los restantes 100 m² a los activos adquiridos. De esta forma, como resultado de la operación la adquirente se hace con toda la superficie comercial minorista de libre servicio de la localidad.

Sin embargo, tal y como se señaló anteriormente, Montaverner se sitúa en el área de influencia de otros establecimientos y, en particular, de alguna gran superficie. Considerando el área correspondiente a una isocrona supra-municipal de un radio de 15 minutos en coche en torno a la N-340 que incluye los municipios de Játiva, Onteniente, Canals¹⁴, l'Alcudia de Crespins, l'Olleria, Aiello de Malferit, Albaida y Belgida, operan catorce establecimientos de más de 1.000 m² de superficie.

Estos establecimientos operan bajo las enseñas MERCADONA (siete establecimientos de 1.600, 1.596, 1.491, 1.425, 1.323, 1.300 y 1.165 m² de superficie); CONSUM (dos establecimientos de 1.405 y 1.046 m² de superficie); CAPRABO sin los activos objeto de esta operación (dos establecimientos de 2.660 y 2.340 m² de superficie); EROSKI (un establecimiento de 1.920 m²); MAS Y MAS (un establecimiento de 1.250 m² de superficie); e INTERMARCHÉ (un establecimiento de 1.105 m² de superficie).

El área de influencia descrita tiene una superficie comercial de venta minorista de 28.781 m², por lo que la cuota conjunta de las partes (que en esta isocrona supra-municipal es de 400 m²) supone un **2,16%**.

• Torreblanca (Castellón)

La superficie comercial minorista en Torreblanca es de 1.399 m². En este municipio, la superficie correspondiente a los activos adquiridos es de 160 m² y la de COVALCO es de 500 m². Estos 500 m² se distribuyen, a su vez, en tres establecimientos de 100, 200 y 200 m² de superficie, respectivamente. Así, COVALCO, que con anterioridad a la operación disponía de una cuota municipal del 35,75% pasa a controlar el **47,18%** de la superficie minorista de Torreblanca.

No obstante, debe señalarse que en un radio de 15 minutos que comprende los municipios de Alcalá de Xivert, Alcossebre y Oropesa del Mar, la superficie comercial minorista es de 3.517 m². Aunque tales establecimientos no constituyen polos de atracción de la misma magnitud que una gran superficie, en este área operan CONSUM con un establecimiento de 980 m², SPAR con uno de 714 m² y CHARTER con otro de 530 m².

V.1.2. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash&carry*.

Las Comunidades Autónomas en las que operan ambas partes son Cataluña, Castilla-La Mancha, Navarra y la Comunidad Valenciana. La estructura de cada uno de estos mercados autonómicos se recoge en el cuadro siguiente:

ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA CASH&CARRY EN 2003 EN CATALUÑA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
MIQUEL ALIMENTACIÓ	[...]	[30-40]
MAKRO	[...]	[10-20]
PUNTOCASH	[...]	[10-20]
COVALCO	[...]	[10-20]
ACTIVOS	[...]	[0-10]
DISTRIBUIDORA BOSCH HERMANOS	[...]	[0-10]
FRANCISCO MIRO	[...]	[0-10]
ANTONIO RABER	[...]	[0-10]

¹⁴ Al considerar estos datos COVALCO adquiere dos establecimientos franquiciados de 100m² de superficie cada uno, situados uno en Montaverner y otro en Canals.



ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA CASH&CARRY EN 2003 EN CATALUÑA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
Otros	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100
CASTILLA-LA MANCHA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
SANCHEZ VAZQUEZ HERMANOS	[...]	[10-20]
LUIS PIÑA	[...]	[0-10]
CONACO	[...]	[0-10]
ALONSO SARRION MARTINEZ	[...]	[0-10]
COVALCO	[...]	[0-10]
TEOGENES RUIS	[...]	[0-10]
DISTRIBUCIÓN 76 CAMPOLLANO	[...]	[0-10]
CARP RUIZ	[...]	[0-10]
MAKRO	[...]	[0-10]
ECOS MANCHEGOS	[...]	[0-10]
MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP	[...]	[0-10]
ALIMENTACIÓN HERRERA	[...]	[0-10]
ABASTOS GUADALAJARA	[...]	[0-10]
ACTIVOS	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100
COMUNIDAD VALENCIANA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
MAKRO	[...]	[20-30]
DIALSUR	[...]	[10-20]
PUNTOCASH	[...]	[10-20]
MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP	[...]	[10-20]
ACTIVOS	[...]	[10-20]
BONAMESA	[...]	[0-10]
COVALCO	[...]	[0-10]
UNIDE	[...]	[0-10]
JOSE BERNABEU PIC	[...]	[0-10]
COOP. DETALLISTA GESDU	[...]	[0-10]
ALICAMBA	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100
NAVARRA		
Empresa	Superficie (m ²)	Cuota (%)
COOP. DE HOSTELERÍA NAVARRA	[...]	[0-10]
MAKRO	[...]	[20-30]
UVESCO	[...]	[10-20]
ACTIVOS	[...]	[10-20]
COVALCO	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación, con base en "Alimarket" (nº 171. Marzo 2004).

En el caso de Navarra la cuota conjunta alcanza el 23%, no superando el 15% en ninguna de las otras tres comunidades autónomas.

A nivel nacional la cuota de la adquirente es del 4% y la de los activos adquiridos del 2,3%. De esta forma, la cuota conjunta (6,3%) se sitúa a gran distancia del primer operador, MAKRO, que cuenta con un 14,9%.

V.1.3. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

COVALCO canalizó un [...] % de sus compras en 2003 a través de la centra de compras EUROMADI.

Por su parte, los ACTIVOS que se enajenan realizaron un [...] % del total de su volumen de compras a través de la central de compras IFA.

En la presente operación, dado que COVALCO realiza la mayoría de sus compras a través de EUROMADI, sería ésta la que incrementaría su capacidad de negociación, aunque dado el volumen de compras de los activos, éste incremento no será significativo.

La estructura y las cuotas de mercado de las principales empresas activas en el mercado de abastecimientos en el año 2003 en el mercado español se detallan en el cuadro adjunto.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE ABASTECIMIENTO EN ESPAÑA	
Empresa	Cuota (%)
Empresas independientes (Mercadota, Carrefour, Lidl, Makro, El corte Inglés)	46,8
Central de Compras EUROMADI	19,1
Central de Compras IFA	21,9
Central de Compras EROSKI	12,1
TOTAL	100

Fuente: Notificación

V.2. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario está constituida por los consumidores finales, personas físicas que en función de sus características o necesidades acudirán a un tipo u otro de superficie de venta.

Los consumidores residentes en zonas urbanas de difícil acceso en coche buscan establecimientos cercanos que ofrezcan bienes de consumo diario, y normalmente se abastecerán a través de tiendas de proximidad o medianas superficies. Por el contrario, los residentes en zonas periféricas buscan establecimientos a los que puedan acceder en vehículo y en los que puedan realizar compras de aprovisionamiento de carácter semanal e incluso mensual, por lo que se dirigirán principalmente a grandes superficies de venta.

No obstante, conviene indicar que la demanda de los distintos tipos de superficies de venta no constituye compartimentos estancos, pudiendo acudir a las grandes superficies para realizar las grandes compras de aprovisionamiento y utilizar las tiendas de proximidad para abastecerse de productos de uso diario.

La demanda del mercado de la distribución mayorista en formato *cash & carry* esta constituida por empresas y profesionales principalmente del sector de la hostelería y la restauración, con un poder de compra superior al consumidor final pero inferior a las grandes centrales de compra. 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 éstas que no encuentran en los productos ofrecidos en el mercado de la distribución minorista en libre servicio.

En el caso del aprovisionamiento, la oferta 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. El hecho de que tanto COVALCO como los ACTIVOS a través de su enajenante CAPRABO sean socios de una de ellas refleja que no disponen de un gran poder de negociación individual frente a los proveedores.

V.3. Competencia potencial - Barreras a la entrada

Dentro del sector de la distribución comercial, el mercado de la venta minorista de bienes de consumo diario es el que presenta mayores barreras de entrada, básicamente de naturaleza legal y en concreto las derivadas de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista sobre la solicitud de Licencia Comercial Específica para la apertura de establecimientos superiores a los 2.500m², competencia delegada a las Comunidades Autónomas.

Así lo ha reconocido el TDC en su informe sobre el sector de la distribución comercial¹⁵ al señalar que *“La Ley de Ordenación del Comercio Minorista y las leyes que regulan este sector en las Comunidades Autónomas, al restringir o limitar la apertura de nuevos establecimientos, establecen una barrera legal de entrada en el sector reduciendo la competencia a nivel local, comarcal o regional”*.

La licencia comercial específica no constituye una autorización administrativa totalmente reglada y de concesión automática al cumplir los requisitos establecidos, sino que es una licencia para cuya concesión se deberán tener en cuenta aspectos como el equipamiento comercial de la zona afectada o los efectos que el nuevo establecimiento pudiera ejercer sobre la estructura comercial de la zona.

Son pues las Comunidades Autónomas las que deciden acerca de las aperturas de nuevos grandes establecimientos comerciales, disponiendo de margen suficiente para valorar diferentes elementos a la hora de conceder estas licencias, lo que puede constituir una importante barrera de entrada al mercado.¹⁶

No obstante lo anterior, conviene indicar que para la apertura de establecimientos de superficie inferior a 400 m², como es el caso de los establecimientos adquiridos mediante la presente operación, no existen especiales barreras legales que dificulten la entrada de nuevos operadores, requiriéndose únicamente una licencia comercial que otorgan los ayuntamientos respectivos.

¹⁵ TDC, “Informe sobre las condiciones de competencia en el sector de la distribución comercial (I 100/02)”. Madrid 4 de junio de 2003.

¹⁶ En el caso de las Comunidades Autónomas de Cataluña y Valencia, las normativas básicas son respectivamente la Ley 17/2000, de 29 de diciembre, de Equipamientos Comerciales y la Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del comercio y superficies comerciales.



Al margen de las barreras legales, no cabe ignorar las barreras derivadas de la propia localización de los comercios. En este sentido se ha manifestado el TDC en su informe sobre las condiciones de competencia en el sector de la distribución comercial al indicar que *“el comercio al por menor compite no sólo en precios sino en situación próxima al consumidor. Una vez copadas las mejores ubicaciones, la entrada resulta muy dificultosa”*.

En relación con los otros mercados relevantes a efectos de la operación, es preciso indicar que la apertura de establecimientos *cash&carry* está exenta de las limitaciones que la Ley de Ordenación del Comercio Minorista impone a los establecimientos comerciales minoristas.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de COVALCO de determinados activos de distribución minorista y mayorista en formato *cash&carry* y tradicional de ENACO. Como consecuencia de la misma, COVALCO apenas verá reforzada su presencia a nivel nacional en los mercados de la distribución comercial minorista y mayorista de bienes de consumo diario.

En lo que respecta a la distribución minorista, las actividades de COVALCO y de los activos adquiridos de ENACO únicamente coinciden en cuatro ámbitos geográficos: Vilanova i la Geltrú en Cataluña y Silla, Montaverner y Torreblanca en la Comunidad Valenciana. En el caso de las dos primeras localidades, las cuotas resultantes de la operación quedan por debajo del 15%. Si bien la adquirente se hace con la totalidad de la superficie comercial del municipio de Montaverner, la cuota tampoco supera el 15% si se considera el mercado geográfico definido por una isocrona de 15 minutos alrededor del municipio, en el que hay grandes superficies comerciales de grupos nacionales e internacionales.

En el caso de Torreblanca, COVALCO pasará a controlar el 47,2% de la superficie minorista de esa localidad, tras sumar el 11,5% de ENACO. No obstante, debe señalarse que la superficie comercial minorista en libre servicio más que se duplica en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche, si bien no existen grandes superficies que permitan definir con claridad isocronas en torno al citado municipio.

En cuanto al mercado de distribución mayorista de bienes de consumo diario a través de establecimientos *cash&carry*, COVALCO verá reforzada su presencia en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Castilla-La Mancha, Navarra y Comunidad Valenciana, añadiendo cuotas del 4,16% en Cataluña, 1,59% en Castilla-La Mancha, 12,71% en Navarra y 11,33% en la Comunidad Valenciana correspondientes al negocio adquirido. En ningún caso la entidad resultante dispondrá de cuotas superiores al 25%.

Los principales competidores de COVALCO en el mercado de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario son empresas nacionales o regionales sólidamente establecidas como CAPRABO, MERCADONA, MIGUEL ALIMENTACIÓ, EROSKI y que, en algunos casos, forman parte de grupos internacionales de distribución como CARREFOUR, AUCHAN o LIDL.

En cuanto a la posible competencia potencial derivada de la entrada de nuevos operadores en el mercado minorista, hay que destacar que las barreras a la entrada derivadas de la necesidad de solicitar a los órganos competentes de la Comunidad Autónoma correspondiente una licencia comercial específica para la implantación de una gran superficie comercial minorista no se aplican a la apertura de pequeños establecimientos como los que son objeto de la presente



operación. Por su parte, el mercado mayorista en formato *cash&carry*, no se encuentra sometido a barreras legales de entrada.

Por todo lo anterior, la operación de referencia difícilmente podrá resultar en una obstaculización de la competencia efectiva en los mercados relevantes.

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.