

RESOLUCIÓN EXPTE. SAN 5/2019 ESTACIÓN DE SERVICIOS XÀTIVA

Dña. Carmen Rodilla Martí, Presidenta

D. Carlos Gómez Asensio, Vocal

D. José Miguel Corberá Martínez, Vocal

En Valencia, a 25 de julio de 2023

La Comisión de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, con la composición expresada al margen y siendo Ponente D^a Carmen Rodilla Martí, ha dictado la presente Resolución relativa al Expediente SAN 5/2019 ESTACIÓN DE SERVICIOS XÀTIVA incoado tras escrito de presentado D. XX , Representante de FEDERACION MEDITERRÁNEA DE ESTACIONES DE SERVICIO (FEDMES), por posibles indicios de prácticas relativas al falseamiento de la competencia por conductas desleales por prácticas engañosas y de venta a pérdida, recogidas en la ley de competencia desleal, en contravención de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).

I. ANTECEDENTES

El 16 de diciembre de 2019 se recibe escrito en el Registro General de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, con nº de registro GVRTE/2019/827578, dirigido a la Comisión de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, en el que se interpone denuncia a la empresa FAMILY ENERGY SL, con CIF. B-***970***, con sede social en la localidad de L´Ollería, C/ Ausias March, Nº 4-3-3, y titular, entre otras, de una estación de servicio sita en Xàtiva (Valencia), por la realización de una serie de conductas encuadrables en

el art. 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (falseamiento de la libre competencia por actos desleales).

Los preceptos infringidos de la Ley 3/1991 de Competencia Desleal serían actos de engaño (art. 5) y venta a pérdida (art. 17), que habrían ocasionado una evidente disminución de la venta en las estaciones de servicio que comparten ámbito de influencia, con pérdidas superiores al 50%, y que dado el carácter continuado en el tiempo, podrían formar parte de una estrategia que pretende acabar con la competencia de la zona para posteriormente fijar un precio de venta al público superior al del mercado. Considera la entidad denunciante que el conocimiento de estos hechos corresponde a las autoridades de defensa de la competencia, de acuerdo con el tenor del artículo 3 LDC.

En el escrito se anexa la siguiente documentación:

- Estatutos de la Federación Mediterránea de Estaciones de Servicios.
- Escrito remitido por correo certificado del presidente de FEDMES dirigido a Family Energy SL, y entregado el 6 de agosto de 2019, comunicando que, en base a las quejas recibidas por sus asociados, “por un lado, y con relación al precio de venta al público, existen sospechas acerca de que el precio que ofrece en algún establecimiento suyo es inferior al precio de adquisición, sin que se justifique o ampare esa supuesta venta a pérdidas... Por otro lado, se nos indica que se está ofreciendo a los consumidores una información sobre la adquisición de los productos mediante el uso de la marca de una petrolera de reconocido prestigio sin que la misma haya autorizado dicha publicidad ni utilización de su imagen corporativa...”. Conducta que de ser ciertas podría incurrir en algunos de los supuestos previstos en la Ley 3/1991 de Competencia Desleal y solicitando que cese en cualquiera de las conductas que esté realizando y que pudieran estar incurriendo en competencia desleal o quebrantando normativa en materia de consumo en caso de persistir en su actitud.

A fin de determinar, en primer lugar, qué administración es la competente conforme a los mecanismos previstos en la Ley 1/2002, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia se determinó que, como la conducta denunciada habría sido llevada a cabo en un contexto o mercado de ámbito puramente local que estaría afectando negativamente (pérdidas superiores al 50%) a otros

competidores que operan en la misma localidad valenciana (Xàtiva), los efectos de esta conducta denunciada, al margen de su valoración y calificación en aplicación de la LDC, quedarían limitados a un ámbito puramente local, y no existiría afectación supraautonómica, se estimó que la administración competente para conocer de la presente actuación son los órganos de defensa de la competencia la de la Comunitat Valenciana.

Por otro lado a fin de determinar preliminarmente si concurren las circunstancias que justifiquen la incoación de expediente sancionador y la existencia de indicios de infracción en el ámbito de la LDC, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 49.2 de la LDC y en el artículo 26 del Reglamento de Defensa de la Competencia, y en ejercicio de las funciones previstas por Decreto 104/2017, de 21 de julio, del Consell, se acordó iniciar una información reservada, firmada en fecha 3 de julio de 2020 por la Subsecretaría de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

En fecha 3 de julio de 2020 el antiguo Servicio de Gestión Administrativa y Defensa de la Competencia, actualmente Servicio de Defensa de la Competencia, solicitó a la empresa Family Energy, SL “explicación de cuál es la política de fijación de precios de venta al público de carburantes en las estaciones de servicio gestionadas por esa empresa; si los precios de venta al público son fijados para cada estación de servicio o se fijan los precios por ámbito territorial y, en este caso, a qué nivel”.

El 28 de julio de 2020 se recibe contestación de la misma alegando lo siguiente: “los precios de venta al público son fijados individualmente para cada estación, en función del coste de adquisición del carburante, y de los precios marcados por la competencia, siempre con precios de venta al público con márgenes positivos”.

En fecha 29 de septiembre de 2020 el citado Servicio requirió a la Federación Mediterránea de Estaciones de Servicios para que facilitara la información y aportara los datos que a continuación se señalan:

1. Número de socios actuales de la Asociación. Porcentaje que representan sobre el total de operadores de estaciones de servicio en la Comunitat Valenciana.

2. Relación y localización de las estaciones de servicio en el mercado afectado (radio aproximado de 6 Kms.) por la práctica denunciada.
3. Ordenación de las estaciones de servicio de la zona afectada por la conducta, según:
 - a. Régimen de operación de las estaciones de servicio radicadas en la zona: a) pertenecen a una red de distribución minorista de empresas verticalmente integradas que tienen capacidad de refino en España, b) vinculadas a otros mayoristas, o c) independientes, y
 - b. Modalidad de sistema de gestión: i) atendidas, ii) desatendidas o automáticas.
4. Volumen de ventas total anual de combustible GA y G95 (m³) de cada una de las estaciones de servicio de la zona en los años 2016 a 2020 (hasta la fecha).
5. En el escrito se hace referencia a pérdidas de más del 50%; ampliar, explicar mejor y justificar esta información.
6. En su caso, y de acuerdo con el artículo 4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, justificación del interés legítimo en el procedimiento para ser considerado interesado, en el eventual expediente sancionador que pueda llegar a incoarse.
7. Cualquier otra información adicional que considere de relevancia en el análisis y valoración de los hechos denunciados, especialmente si contribuyen a una actualización temporal de los datos aportados.

En la misma fecha, el 29 de septiembre de 2020, también le requiere a Family Energy, SL para que facilitara la información y aportara los datos que a continuación se señalan:

1. Estructura de propiedad y control actual de la mercantil FAMILY ENERGY, S.L En caso de pertenecer a un grupo empresarial, relación completa de todas las empresas que lo conforman con indicación de su sede (domicilio completo) y actividad desarrollada.
2. Con relación al mercado de suministro de combustible al por menor desarrollado por FAMILY ENERGY, S.L.:

- a. Número de estaciones de servicio operadas y localización 2.2. Régimen de operación de las estaciones de servicio radicadas en la zona: a) pertenecen a una red de distribución minorista de empresas verticalmente integradas que tienen capacidad de refino en España (indicar cuál), b) vinculadas a otros mayoristas (indicar cuál), o c) independientes, y
- b. Modalidad de sistema de gestión: i) atendidas, ii) desatendidas o automáticas.
- c. Explicación del sistema de aprovisionamiento de combustible de los puntos de distribución de combustible de Family Energy, S.l.
- i. Volumen de ventas total anual de combustible GA y G95 (m³) en la estación de servicio situada en Xàtiva (Carretera Llosa de Ranes, s/n) en los años 2016 a 2020 (hasta la fecha).
- d. Política de fijación de precios en la estación de servicio situada en Xàtiva; relación con los costes medios variables y costes medios fijos por litro de combustible.

En fecha 15 de octubre de 2020 se recibió la siguiente contestación, firmada por XXXX con DNI ***616***, en representación de Family Energy, SL:

1. En cuanto al punto 1, "Estructura de propiedad y control actual de la mercantil Family Energy. En caso de pertenecer a un grupo empresarial, relación completa de todas las empresas que lo conforman con indicación de su sede (domicilio completo) y actividad desarrollada." La empresa Family Energy, pertenece a un grupo empresarial, cuya empresa holding es "Canet Ferrero Inversiones, S.L". Les detallamos la estructura:

CANET FERRERO INVERSIONES SL: Empresa tenedora de las participaciones sociales de las empresas que conforman el grupo. Domicilio social C/Ausias March, Nº 4-3-3, L'Olleria- 46850 (Valencia).

FAMILY CASH: Empresa dedicada al comercio al por menor en establecimientos no especializados (Código CNAE 4711). Domicilio social C/ Ausias March, Nº 4-3-3, L'Olleria- 46850 (Valencia).

FAMILY ENERGY: Empresa dedicada a la distribución el por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados (Código CNAE 4730). Su domicilio social es C/ Ausias March, Nº 4-3-3, L'Olleria- 46850 (Valencia).

CANET REAL STATE, SL: Empresa dedicada a la compraventa de toda clase de fincas rústicas y urbanas, arrendamientos de todo tipo de locales, tanto en propiedad como en gestión, tenencia de bienes y en general todas las actividades complementarias o relacionadas con el negocio inmobiliario (Código CNAE 6.832). Domicilio social C/Ausias March, 4-3-3. L'Olleria- 46850 (Valencia).

ALCANET INVEST GROUP SL: Empresa dedicada a la compraventa de toda clase de fincas rústicas y urbanas, arrendamientos de todo tipo de locales, tanto en propiedad como en gestión, tenencia de bienes y en general todas las actividades complementarias o relacionadas con el negocio inmobiliario (Código CNAE 6.832). Domicilio social C/Ausias March, 4-3-3. L'Olleria- 46850 (Valencia).

GILTRANS LLUTXENT, SL: Empresa dedicada al transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza (Código CNAE 4941). Domicilio social C/Lluís Vives, 4. Llutxent-46.838 (Valencia).

STARE DECICIS, SL: Empresa dedicada al comercio al por mayor de artículos de uso doméstico (Código CNAE 4649). Domicilio social C/ Ausias March, Nº 4-3-3. L'Olleria- 46850 (Valencia).

2. En cuanto al punto 2:

- “Número de estaciones de servicio operadas y localización.” Actualmente, la empresa Family Energy gestiona un total de 15 gasolineras: Vinaròs; Museros; Torre Vieja; Albacete; Montilla; Xàtiva; Ontinyent; Carcaixent; Cartagena; Morón de la Frontera; Tomelloso; Utrera; Zaragoza; Puertollano; Azuqueca de Henares.

- “Régimen de operación de las estaciones de servicio radicadas en la zona: a) pertenecen a una red de distribución minorista de empresas verticalmente integradas que tienen capacidad de refinación en España (indicar cuál); b) vinculadas a otros mayoristas (indicar cuál), o c) independientes.” Todas las estaciones que gestionamos, tanto las de la Comunidad Valenciana, como las que tenemos en el resto de España, están integradas en la empresa Family Energy, S.L. Cada una de ellas se considera como un negocio individual, es decir, cada una de ellas, por sí sola, ha de ser capaz de obtener beneficios con la explotación de la venta de carburante, aunque, al estar todas en la misma empresa, el resultado final de la misma depende del resultado agregado de todas ellas. Sin embargo, insistimos, cada una de ellas ha de ser capaz de cubrir los

gastos individuales que se pueden asignar al proyecto individual (coste de compra de mercancías; alquiler/amortización; costes salariales; suministros; etc.), y brindar un beneficio adicional a la compañía.

- “Modalidad de sistema de gestión: i) atendidas; ii) desatendidas o automáticas.” Todas nuestras gasolineras son atendidas en horario comercial (de 08:00 am a 22:00 pm de lunes a sábado), y desatendidas fuera de ese horario.

- “Explicación del sistema de aprovisionamiento de combustible de los puntos de distribución de combustible de Family Energy, S.L” Recibimos oferta diaria de varios proveedores para la compra de combustible, y dentro de la certificación de centro de carga CLH, compramos al mejor postor. No compramos, como otras gasolineras de la Federación que ha presentado la denuncia, a gasocentros, donde no se puede certificar la calidad del combustible.

- “Volumen de ventas total anual de combustible GA y G95 (m3) en la estación de servicio situada en Xàtiva (Carretera Llosa de Ranes, S/N) en los años 2016 2020 (hasta la fecha).” La gasolinera de Xàtiva la tenemos en explotación desde el 01/05/2019, es por ello por lo que, previo a esa fecha, no podemos indicar datos de venta. Desde el 01/05/2019, la venta total de litros por producto es: GA: 2.882.809´46 litros y G95: 600.982´92 litros.

Por su parte, en el año 2020 la venta, del 01/01/2020 hasta el 13/10/2020 a las 23:59, es de: GA: 2.795.097´39 litros y G95: 846.564´92 litros.

-“Política de fijación de precios en la estación de servicio situada en Xàtiva; relación con los costes medios variables y costes medios fijos por litro de combustible.” Tanto en Xàtiva como en el resto de las gasolineras, tenemos un precio de coste (de compra) de combustible diferente. Es decir, el precio de compra que podemos tener para Xàtiva difiere por ejemplo del de Cartagena o el de Morón de La Frontera, porque cargamos las cubas en centros de carga diferentes, CLH Albuixech para Xàtiva, CLH Cartagena para Cartagena, CLH Sevilla para Morón de la Frontera. Una vez obtenidas todas las ofertas de nuestros proveedores de combustible, y elegido el proveedor que nos ha de abastecer los tanques, sumamos el coste del transporte como mayor coste de compra, pues todo el transporte nos lo hacen empresas independientes pioneras del sector, como Santiago Peñaranda, S.L, y Transportes Pantoja, S.L. Con este coste

adicionado, calculamos el precio definitivo de compra hasta la gasolinera (hasta que tenemos el combustible en nuestros depósitos), y entonces calculamos el PVP (Precio de Venta al Público) de cada producto. Dicho precio de venta, por tanto, variará de una estación a otra, por la simple razón que no tenemos un coste unitario de producto. Adicionalmente, tenemos otros condicionantes para el establecimiento del precio de venta, como es la competencia existente en cada ciudad. En este sentido, nos hemos encontrado en muchas ciudades de la Comunidad Valenciana, que competimos con gasolineras que se abastecen de gasocentros (ya que las propias gasolineras que han presentado la denuncia nos han contactado para ofrecernos combustible), con precios de compra muy por debajo de nuestro coste, aunque nosotros no hemos realizado compra alguna a estas instalaciones, ya que no cumplen los requisitos mínimos que exigimos a nuestros proveedores, que son todo compras en centros de carga CLH. Al precio de venta, una vez determinado el coste final de la mercancía, y teniendo en cuenta el posicionamiento de precios de la competencia, tenemos que fijar un precio que nos permita un volumen de venta suficiente para cubrir, además del coste de compra, los costes variables: alquiler, amortizaciones, suministros, costes salariales, etc. Por ello, podemos aplicar un margen de venta bruto u otro, en función de la competencia, litros vendidos, costes variables, costes fijos; pero siempre trabajamos con un margen positivo. Como hemos indicado previamente, cada gasolinera se trata como un proyecto individual, y cada proyecto ha de ser rentable por sí solo.

En fecha 27 de octubre de 2020 y, ante la falta de respuesta al requerimiento de fecha 29 de septiembre de 2020, se le requiere de nuevo a Federación Mediterránea de Estaciones de Servicios para que facilite la información y aporte los datos señalados en el citado requerimiento, cuya notificación fue firmada el 2 de noviembre de 2020, pero a fecha de hoy no se ha recibido contestación ni subsanación a la misma.

II. FUNDAMENTOS DE DERECHO

El art. 3 de la LDC recoge la siguiente conducta prohibida “La CNMC o los órganos competentes de las Comunidades Autónomas conocerán en los términos que la presente Ley establece para las conductas prohibidas, de los actos de competencia desleal que por falsear la libre competencia afecten al interés público”.

Este artículo, y tras la modificación que afectó al artículo 7 de la anterior LDC donde se elimina la necesidad de que el falseamiento de la libre competencia fuera sensible o grave, exige la concurrencia de exclusivamente dos requisitos cumulativos para poder sancionarse como conducta anticompetitiva: la existencia de una conducta desleal y la afectación al interés público por falsear la libre competencia. Y este segundo requisito es esencial, ya que, como se analizará posteriormente, el incumplimiento de la normativa de competencia desleal no conlleva, automáticamente, la conculcación de la legislación *antitrust*.

Desde una perspectiva metodológica es necesario analizar primeramente si la conducta falsea la competencia o afecta al interés público y sólo en la medida en la que se aprecien suficientes indicios de que es apta para ello, estudiar la cuestión de la conducta desleal. Esta metodología consolidada ha sido considerada la pertinente por doctrina y doctrina jurisprudencial (véase, entre otros, la sentencia de la AN de 11 de septiembre de 2008, recurso n.º 488/2006).

De esta forma, sin prejuzgar la comisión de sendas conductas desleales (venta a pérdida y actos de engaño), se hace necesario el análisis de la eventual afectación al interés público suficiente como para calificar la conducta de anticompetitiva por falsear la libre competencia, que es el motivo por el que habría de intervenir una autoridad pública. Se establece así un umbral más elevado que catalice la intervención de las autoridades de competencia. La razón no es otra que respetar la finalidad para la cual está prevista la normativa de defensa de la competencia, que no es la de resolver conflictos entre operadores del mercado, defendiendo intereses privados (aunque es cierto que la competencia desleal, actualmente, está también orientada hacia la ordenación y control de conductas en el mercado, indirectamente velando por el buen funcionamiento del mismo), sino tutelar principalmente intereses exclusivamente públicos, sólo protegiendo de forma secundaria o indirecta, los privados de los operadores.

Así, consideramos que está pacíficamente admitido que no toda conducta desleal será, *per se*, susceptible de calificarse como desleal porque falsee al mercado y al interés público, sino que exigen un falseamiento significativo del mercado, ya que, de otra forma, el interés público no se verá afectado.

Así, sostiene el Tribunal Supremo (STS e 20 de abril de 2010) en relación con el antiguo artículo 7 de la LDC que "(l) o que antes era mero conflicto intersubjetivo entre empresarios adquiere,

pues, tanto por virtud del artículo 7 de la Ley 6/1989 como, a fortiori, por la propia Ley 3/1991 (y en este mismo sentido, por la más reciente Ley 29/2009, de reforma de la de Competencia Desleal, ley inaplicable al caso de autos por obvias razones temporales) una dimensión pública relevante. La tutela de los intereses públicos en juego legitima, según el legislador español, la eventual actuación de los organismos administrativos encargados de preservar la libre competencia para reprimir conductas desleales de los empresarios que, además de serlo, afecten a aquellos intereses públicos por falsear de manera sensible la competencia en el mercado”.

La jurisprudencia española (entre otras, véase la STS 28 de marzo de 2011) insiste en la necesidad de que la actividad antijurídica afecte al interés público precisando el grado de relevancia o gravedad en la perturbación de las condiciones de competencia del mercado en el contexto económico y jurídico en el que la actividad se produce.

Esta afectación al interés público se ha declinado de forma distinta en los escenarios que han sido sometidos a valoración de las autoridades de la competencia y tribunales y se pueden extraer distintos elementos. Como sostiene el TS, el falseamiento de la libre competencia que afecte al interés público “sucederá cuando la propia entidad de la conducta o la circunstancias concurrentes en su realización -piénsese, por ejemplo, en la posición de dominio o significación relativa de la empresa que la lleva a cabo, la situación del mercado en el momento de los hechos, la virtualidad de la conducta enjuiciada para obstaculizar el acceso o la permanencia de competidores en el mercado, u otras circunstancias o factores semejantes” (STS 1-10-18 (número de recurso 2924/2016)).

Por simplificar los criterios, se ha entendido a la entidad de la empresa que realiza el acto desleal, el grado de competencia en el mercado en cuestión, la duración de la conducta y la naturaleza y características del acto desleal.

Respecto del primero, se ha de concluir que cuanto más peso relativo tenga una empresa respecto del mercado, más probable será que se produzca un falseamiento del mismo (decisión de la CNC de 29 de julio de 2011 en el asunto S/0184/09-Gas Natural). La conclusión, sensu contrario, es que cuanto más pequeño sea el operador, menos probable será porque su conducta será de escasa importancia. Cuotas de hasta 18% han sido expresamente excluidas de

la posibilidad de afectar al mercado (Resolución del T D C de 21 de febrero de 2006 en el asunto R 675/05-BAS/Mapfre, decisión en la que también refiere la autoridad la inexistencia de barreras de entrada, igual que el elevado número de empresas competidoras).

El grado de competencia en el mercado es el segundo de los elementos tenidos en cuenta. Se trata éste de un requisito relevante y que ha tenido cierto impacto desde la perspectiva de la competencia en el mercado español donde existe una fuerte integración vertical de determinados grupos de gasolineras que han extendido su control a través de contratos de abanderamiento. Efectivamente, se ha considerado la configuración del mercado en el que se produce la práctica (su grado de concentración e integración vertical), la aptitud de las conductas para afectar directamente la capacidad de elección de los consumidores y su toma de decisiones económicas, favoreciendo en algunos casos, la integración vertical, la afectación a un número indeterminado y alto de consumidores.

A este respecto, recordemos que una de las cuestiones que se le achaca a la denunciada es, precisamente, la de haber puesto a la vista de los clientes un poster con el logotipo y marca denominativa de Repsol, sin ser parte de la red de distribución de la mayorista. Por lo que se trata de una gasolinera independiente, no verticalmente integrada, a la que difícilmente le será atribuible ningún poder y, por lo tanto, la aptitud para distorsionar en un grado suficiente como para que sea relevante desde la óptica de competencia, el mercado. En esta medida, recordamos que estamos hablando de un único establecimiento de distribución de carburante. Y tampoco se considera que afecte a un número elevado de consumidores dado que es el propio denunciante quien restringe la afectación al mercado de Xàtiva (al declarar que las otras gasolineras (9 son las que refiere) de la que es titular la denunciada sí mantienen una política de precios acorde al mercado) compitiendo con las gasolineras integradas verticalmente en las redes de distribución de las grandes petroleras.

Los elementos distorsión grave de la competencia y afectación al interés público son conceptos en los que se puede hacer un juicio de valor discrecional por parte de la autoridad de competencia y se han incluido en el mismo desde el desempeño de un servicio público asistencial, hasta la trascendencia económica o social especialmente grave de la conducta o el mercado afectado (el sector de la vivienda, por ejemplo, en Resolución de TDC de 9 de marzo de 2001 en el asunto 485/00-Agentes Propiedad Murcia y, aunque parcialmente anulada por el

TS, TDC de 12 de noviembre de 2002 en el asunto 531 /02-Intermediación Inmobiliaria, pero también el eléctrico, al ser input esencial o básico para empresas y de primera necesidad para consumidores).

Si bien es cierto que los carburantes pueden considerarse, como parte del modelo energético, una bien esencial e incluso de primera necesidad para los consumidores, ni el tamaño de la empresa ni el número de consumidores afectados puede considerarse suficiente como para que la entidad del falseamiento aconseje una intervención de las autoridades de competencia.

En opinión de esta Comisión y de acuerdo con la propuesta del Servicio, **SE ACUERDA**

No incoar el procedimiento, dar por concluidas las actuaciones y proceder al archivo de plano del expediente, de conformidad con los artículos 44 y 49.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y del artículo 27.1 del Reglamento de Defensa de la competencia, por considerarse que no hay indicios de infracción del artículo 3 LDC porque no hay constancia probada de que los actos descritos sean a consecuencia de conductas de competencia desleal que falseen la libre competencia afectando al interés público.

Esta apreciación se realiza sin perjuicio de que, en el supuesto de que se pusiera de manifiesto información adicional relevante, pueda realizarse una investigación que abarque este procedimiento y que lleve a realizar un posterior pronunciamiento en el ámbito de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, o incluso una eventual incoación de un expediente sancionador de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 49 de la citada LDC.