



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-04037

ADVANCED MEDICAL OPTICS / PFIZER

Con fecha 24 de mayo de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de ADVANCED MEDICAL OPTICS, INC. del negocio de cirugía oftalmológica de PFIZER, INC. a través de la adquisición de la totalidad de las acciones de HEALON AB y PHARMACIA GRONINGEN B.V. junto con determinados activos distribuidos a nivel mundial.

Dicha notificación ha sido realizada por ADVANCED MEDICAL OPTICS, INC. según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a). 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 **24 de junio de 2004**, 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 ADVANCED MEDICAL OPTICS, INC. (AMO) de la totalidad de las acciones de Healon AB y Pharmacia Groningen B.V. junto con determinados activos distribuidos a nivel mundial que, conjuntamente, conforman el negocio de cirugía oftalmológica de PFIZER (Surgical Ophtalmic Business c/o Pfizer Inc. o "Negocio SB"). Tras la operación, AMO será el único propietario del Negocio SB.

En concreto, AMO adquirirá directamente las acciones de Healon AB (Suecia) y Pharmacia Groningen, B.V. (Países Bajos) y los activos del negocio oftalmológico de cada una de las filiales locales de PFIZER situados en Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China,

Colombia, República Checa, Dinamarca, Ecuador, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong-Kong, Hungría, India, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Malasia, Méjico, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Pakistán, Filipinas, Polonia, Portugal, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza, Taiwán, Tailandia, Turquía, EE.UU. y Reino Unido.

Según la notificante, la presente operación obedece al deseo de PFIZER de desinvertir en las actividades que forman parte del negocio adquirido dado que las ventas del Negocio SB han ido decreciendo globalmente en los últimos años. Esto se justifica fundamentalmente por tres causas: (i) la expiración de las patentes sobre el producto de líquidos viscoelásticos Healon en 1998; (ii) el carácter limitado de la línea de productos en comparación con la ofrecida por otros competidores como ALCON y BAUSCH & LOMB; y, (iii) la intensa competencia existente en el sector.

En efecto, la notificante considera que la operación de adquisición del Negocio SB por AMO permitirá combinar las líneas de productos altamente complementarias de ambas, ejerciendo una presión competitiva más efectiva en el mercado.

Los términos y condiciones de la concentración constan en el Acuerdo de Compraventa de Acciones y Activos, suscrito por las partes el 21 de abril de 2004.

La ejecución de la operación notificada se encuentra condicionada, entre otras cuestiones, a la obtención de la correspondiente autorización por parte de las autoridades de defensa de la competencia.

La presente operación ha sido notificada también en Alemania y Brasil.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Pacto de no competencia

El Acuerdo de Compraventa de Acciones y Activos incluye en su artículo 8.09 a) una cláusula de no competencia por la que, a partir de la fecha de ejecución del Acuerdo y por un período de [inferior a tres años]¹, PFIZER, incluidas sus filiales, se compromete a no competir directa o indirectamente con el negocio transmitido de cirugía oftalmológica. No obstante, no se considerarán actividades competidoras del Negocio SB y, por tanto, podrán ser llevadas a cabo por PFIZER las siguientes:

[...]²

II.2. Pacto de no captación de personal

La cláusula 8.09 b) establece un pacto de no captación de [inferior a tres años] de duración a partir de la fecha de ejecución del Acuerdo [...].

¹ Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

² [...]

II.3. Valoración

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

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de las restricciones accesorias no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con el notificante, la operación ADVANCED MEDICAL OPTICS/PFIZER no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CE) nº 1310/97, por lo que la operación carece de dimensión comunitaria.

No obstante, la operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1.a) de la mencionada norma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPE

IV.1. ADVANCED MEDICAL OPTICS INC. (“AMO”)

AMO, con sede en Estados Unidos, es un proveedor a escala mundial de productos para la cirugía oftalmológica y para el cuidado de las lentes de contacto.

Concretamente, el negocio de productos para la cirugía oftalmológica de AMO consiste fundamentalmente en el desarrollo, fabricación y comercialización de instrumental médico para la cirugía de cataratas. Por otro lado, el negocio de lentes de contacto de AMO incluye el desarrollo, producción y comercialización de una gama completa de productos para su utilización en la mayoría de los distintos tipos de lentes de contacto.

En España, AMO cuenta con una filial, ADVANCED MEDICAL OPTICS SPAIN, S.L.

AMO cotiza en la bolsa de Nueva York, siendo sus principales accionistas, con participaciones superiores al 5% del capital social, GREENLIGHT CAPITAL LLC (9,96%), WELLINGTON MANAGEMENT COMPANY LLP (9,20%), BARCLAYS GLOBAL INVESTORS NA (5,73%) y SCOGGIN CAPITAL MANAGEMENT L.P.II (5,38%).

La facturación de AMO en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas AMO (Millones de euros)			
	2001	2002	2003 ^(*)
Mundial	606,4	569,1	531,8
Unión Europea(*)	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación.

(*) Incluye únicamente el volumen de negocios en los 15 antiguos Estados miembros de la Comunidad Europea a la fecha de la firma del acuerdo.

IV.2 NEGOCIO DE CIRUGÍA OFTALMOLÓGICA DE PFIZER INC (NEGOCIO SB)

Pfizer es una compañía con sede en EEUU que opera a nivel mundial prioritariamente en el sector farmacéutico. En particular, está presente en investigación, desarrollo, fabricación y comercialización de productos farmacéuticos que requieren prescripción facultativa destinados al tratamiento de distintas enfermedades. A su vez, el grupo opera en el sector de cirugía oftalmológica, negocio al que PFIZER accedió como resultado de la concentración en 2003 entre PFIZER y PHARMACIA CORPORATION³.

Por lo que respecta a la rama de actividad dedicada al negocio de cirugía oftalmológica objeto de adquisición (Negocio SB), PFIZER cuenta con dos filiales, HEALON AB (Suecia) y PHARMACIA GRONINGEN B.V. (Países Bajos), así como con determinados activos distribuidos a nivel mundial, incluyendo España (PHARMACIA SPAIN S.A. y PFIZER S.A.). Dicho negocio será adquirido por AMO como consecuencia de la operación notificada.

La facturación del Negocio SB por adquirir, en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a los criterios previstos en el artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas del Negocio SB (Millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación.

V. MERCADOS RELEVANTES

El análisis de la operación de concentración notificada pasa por identificar el conjunto de empresas que compiten entre sí, por el tipo de producto que venden (mercado de producto) y por la dimensión geográfica en la que lo hacen (mercado geográfico), es decir, por la definición de los mercados relevantes.

La operación objeto del presente análisis afecta con carácter general al sector de la cirugía oftalmológica y, concretamente, a la comercialización de productos, equipos e instrumental de oftalmología o cirugía ocular, en el que están activas tanto AMO como el Negocio SB.

³ Ver Decisión de la Comisión de 27 de febrero de 2003, asunto M. 2922 PFIZER/PHARMACIA.

Como ya se ha indicado, AMO es un proveedor a escala mundial de productos para la cirugía oftalmológica (lentes intraoculares, viscoelásticos, productos desechables y equipos de facoemulsificación), para el cuidado de las lentes de contacto y microkeratomos para la cirugía láser refractiva.

El Negocio SB de Pfizer, por su parte, está presente sólo en el segmento de cirugía oftalmológica mediante el suministro a nivel mundial de productos de cirugía oftalmológica como lentes, viscoelásticos, productos desechables y válvulas para glaucoma, si bien no está presente en el mercado español en este último caso.

V.1. Mercado de producto

El criterio principal para determinar el producto relevante o conjunto de productos que, por sus características, forman parte de un mismo mercado, es la sustituibilidad por el lado de la demanda. Esta sustituibilidad se analiza atendiendo a criterios prácticos o cualitativos como son las características físicas del producto y el uso que está previsto hacer de él, el precio, la estructura de la demanda y las preferencias de los consumidores.

A la vista de las actividades desarrolladas por las partes, los mercados que podrían verse afectados por la operación notificada en un primer momento son los de cirugía ocular, existiendo otros mercados relacionados como el de productos para el cuidado de lentes de contacto y los microkeratomos.

Dentro del negocio de la **cirugía ocular**, los productos, equipos e instrumental utilizados en las distintas ramas son específicos de las patologías oculares, no existiendo sustituibilidad con otro tipo de equipos. Las principales patologías en cirugía ocular son básicamente la cirugía de retina y la de cataratas⁴.

La cirugía de cataratas consiste básicamente en la extracción de la lente natural con cataratas y su reemplazo por una lente artificial (LIO). En la actualidad, no hay ningún tratamiento para las cataratas que no implique cirugía. Tanto AMO como el Negocio SB son proveedores de productos para la cirugía de cataratas en España.

Existen cuatro categorías principales de productos para la cirugía de cataratas:

a. LENTES INTRAOCULARES (“LIOS”)

Son lentes que se implantan en intervenciones de extracción de cristalino y que permiten una mayor agudeza visual. Según la notificante, las LIOS son productos diferenciados en constante innovación tecnológica.

Así, las LIOS pueden ser plegables, es decir, lentes de segunda generación que pueden ser introducidas en el ojo a través de incisiones relativamente pequeñas, o no plegables. Estas últimas tan sólo representan un porcentaje pequeño y en declive del total de LIOS en España (aproximadamente un 9%).

Las LIOS también pueden tener distintos tipos de diseño en cuanto a la forma (básicamente, circulares o cuadradas) y en cuanto al material empleado para la fabricación del área de la lente, según se persiga más flexibilidad o más firmeza.

Por último, las LIOS pueden ser monofocales, multifocales o acomodables. Las primeras, que constituyen la mayoría de las LIOS disponibles en la actualidad a nivel comercial, proporcionan

⁴ Ver N-263 BAUSCH&LOMB, S.A./B BRAUN-DEXON, S.A.

una sola imagen que permite al paciente ver distancias lejanas pero requieren la utilización de lentes correctoras (gafas o lentes de contacto) para poder ver imágenes a corta distancia. Por el contrario, la multifocales constan de círculos concéntricos que proporcionan al cerebro múltiples imágenes que cubren tanto cortas como largas distancias, si bien con frecuencia conllevan una pérdida en la percepción de los contrastes y una mayor incidencia de halos y deslumbramientos. Estas limitaciones en el uso han mantenido las ventas de las LIOs multifocales a niveles bajos desde su introducción en el mercado. Por último, las LIOs acomodables son los productos de nueva generación dirigidos a reemplazar a las LIOs multifocales al ofrecer el mismo rango completo de visión pero sin las limitaciones de uso de éstas.

Las partes mantienen que las LIOs conforman un mercado relevante en sí mismo en concordancia con la postura adoptada por el Servicio de Defensa de la Competencia y otras autoridades nacionales de competencia europeas⁵.

b. VISCOELÁSTICOS

Consisten en un líquido ocular con alta viscosidad que permite la estabilidad de la cámara ocular en el proceso de intervención quirúrgica evitando la sequedad de la misma.

Hay tres tipos fundamentales de viscoelásticos: los cohesivos (productos de alto peso molecular y grandes moléculas viscoelásticas que no se fracturan), los dispersivos (bajo peso molecular y pequeñas moléculas viscoelásticas con capacidad para fracturarse) y los viscoadaptativos o híbridos.

Los tres tipos de viscoelásticos desempeñan las mismas funciones señaladas durante la intervención de cataratas, es decir, proteger la córnea y habilitar más espacio en la cámara anterior del ojo para que el médico pueda extraer la lente con cataratas e insertar la LIO.

Por tanto, las Partes mantienen que los viscoelásticos conforman un mercado relevante, tal y como han establecido en precedentes similares tanto el Servicio de Defensa de la Competencia como otras autoridades nacionales de defensa de la competencia⁴.

c. INSTRUMENTAL DE OFTALMOLOGÍA DESECHABLE

Existe una amplia variedad de instrumentos y accesorios usados en cirugía ocular: soluciones salinas equilibradas, anillos de tensión capsular, paquetes de instrumental y otros materiales que incluyen una cánula de hidrodisección, una cánula para la cámara anterior, drape oftalmológico, sábanas para la mesa de operaciones, bisturí, protectores oculares, jeringuillas, cistitomo, bata, guantes y toallas (conocidos en el sector como “custom packs”).

d. EQUIPOS DE FACOEMULSIFICACIÓN Y VITRECTOMÍA

Son las máquinas empleadas en las intervenciones quirúrgicas para la ruptura y extracción por aspiración de los fragmentos de la catarata del ojo. En este mercado también se incluirían los accesorios relacionados y otros productos consumibles o de un solo uso como los tubos desechables.

En cuanto a las actividades de las Partes en estos mercados, cabe señalar que tanto AMO como el Negocio SB suministran LIOs, viscoelásticos y varios productos desechables para la cirugía de cataratas.

⁵ Ver N-263 Bausch&Lomb, S.A./B.Braun, S.A. y Decisión de 9 de marzo de 1999 99-D-21 del Conseil de la Concurrence de Francia.

Sin embargo, la notificante señala que en la mayoría de los segmentos en los que ambas partes están presentes, éstas son altamente complementarias. En concreto, en LIOs, AMO es uno de los principales proveedores mientras que el Negocio SB es un proveedor menor y únicamente de LIOs no plegables. En lo que respecta a viscoelásticos, el Negocio SB es uno de los proveedores con mayor presencia, mientras que AMO tiene una presencia poco significativa, siendo el único que fabrica un viscoelástico dispersivo (Vitrax). En el caso de los productos desechables para la cirugía de cataratas, ninguna de las Partes es un proveedor significativo sino meros revendedores de los productos desechables que adquieren de terceros fabricantes y tanto las ventas como su participación en el mercado son *de minimis*, según la notificante.

Asimismo, cabe señalar las diferencias existentes entre las Partes en función de su presencia en las actividades de fabricación y/o comercialización de estos productos. Así, AMO fabrica internamente sus LIOs para cataratas (Clarifex, Phacoflex, Sensar, Array) pero en viscoelásticos y productos desechables tan sólo desarrolla actividades de comercialización. [...].

El Negocio SB, por su parte, fabrica internamente sus LIOs para cataratas (Ceeon, Tecnis) pero también sus viscoelásticos (Healon, Healon GV y Healon 5), a diferencia de la adquirente. [...].

En relación a los equipos de facoemulsificación y vitrectomía, tan sólo AMO suministra en España estos productos. De hecho, el Negocio SB no produce ni vende equipos de facoemulsificación en ninguna parte del mundo.

Otros mercados en los que opera alguna de las partes de la operación son el mercado de productos para el cuidado, la higiene y desinfección de lentes y el mercado de microkeratomos.

- En cuanto al cuidado de lentes de contacto, AMO lleva a cabo actividades de desarrollo, producción y comercialización de una gama completa de productos para su utilización en la mayoría de los distintos tipos de lentes de contacto. Estos productos incluyen soluciones embotelladas y multiuso para la limpieza y desinfección dentro y en la superficie de la lente de contacto, eliminando los microorganismos dañinos; sistemas basados en peróxido de hidrógeno que desempeñan las mismas funciones; productos de uso diario para remover los posos y las capas o películas que se crean en las lentes de contacto; limpiadores con enzimas para remover los posos de proteínas de las lentes de contacto; y gotas para humedecer las lentes de contacto y ofrecer un mayor confort en su empleo. Según la notificante, estos productos no están relacionados con los productos del Negocio SB.
- Por otra parte, AMO suministra microkeratomos empleados en intervenciones con cirugía láser refractiva para la corrección visual. [...]. Según la notificante, estos productos tampoco guardan relación con los productos del negocio adquirido de cirugía oftalmológica de PFIZER.

En suma, este SDC, a la luz de las observaciones expuestas, considera como mercados de producto relevantes a los efectos del análisis de esta operación los productos dentro del negocio de cirugía ocular y, concretamente, dentro del sector de la cirugía de cataratas, en los que ambas partes están activas: **lentes intraoculares (LIOs), viscoelásticos, productos desechables**. En el mercado de equipos de facoemulsificación y vitrectomía, también dentro del sector de la cirugía de cataratas, sólo está presente la adquirente por lo que no constituye un mercado relevante a los efectos del análisis de la operación aunque sí relacionado. Se hará, asimismo y a efectos meramente informativos, referencia a los mercados de productos para el cuidado de lentes y los microkeratomos, en los que, de nuevo, sólo la adquirente está presente.

V. 2. Mercado geográfico

Atendiendo a los precedentes nacionales⁶, prácticamente todos los productos comercializados actualmente en el mercado español son importados de otros países, debido, principalmente, a que los fabricantes son grandes compañías multinacionales, no existiendo una diferenciación grande de precios entre los diferentes equipos vendidos en cada país, por lo que la dimensión geográfica de los mercados considerados es, **al menos, comunitaria**.

Asimismo, las Partes señalan que en estos mercados no hay barreras regulatorias o de distribución significativas a la entrada o a la expansión en España y los costes de transporte representan menos de un 5% del precio de compra.

No obstante, en cumplimiento de las funciones encomendadas a este SDC por la Ley 16/1989, se analizarán los efectos de la operación de concentración notificada en el mercado español.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

De acuerdo con el notificante, el tamaño del mercado español en términos de ventas totales en los mercados relevantes de la presente operación en el año 2003 es el siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE INSTRUMENTOS DE OFTALMOLOGÍA (2003)		
Productos		Miles de euros
Cirugía de cataratas	Lentes intraoculares	[...]
	Viscoelásticos	[...]
Equipos facoemulsificación y vitrectomía(*)		[...]

Fuente: Estimaciones notificante.

(*) A partir de las ventas y las cuotas de mercado de las partes

El sector de la oftalmología es un mercado estable, derivado del tipo de patologías a las que se dirige, que se encuentra bastante diversificado, diferenciándose los productos en el marketing efectuado, los servicios finales al cliente y las marcas comerciales.

VI.2.- Estructura de la oferta

Las principales empresas presentes en el mercado español de productos de cirugía de cataratas son empresas multinacionales (ALCON, BAUSLCH & LOMB/CHAUVIN (B&L), CORNEAL, IOL TECH/CIBA VISION, STAAR SURGICAL, MORCHER, ALLEGAR), principalmente estadounidenses y europeas, que fabrican sus productos generalmente fuera de nuestras fronteras y los comercializan directamente a través de filiales nacionales y empresas distribuidoras independientes de dimensión nacional.

En efecto, las partes compiten en los mercados relevantes con un número significativo de competidores que no sólo están presentes en España sino también en otros países europeos.

i) Mercado de lentes intraoculares (LIOs)

Tanto en España como en la Unión Europea, ALCON, una división de NESTLÉ, S.A., es el líder aventajado, seguido de AMO y B&L. El Negocio SB pertenece al grupo de proveedores con

⁶ Ver N-263 Bausch&Lomb, S.A./B.Braun, S.A.

cuotas menores del 10%, que incluye a CORNEAL, IOL TECH/CIBA VISION, STAAR SURGICAL y RAYNER, entre otros.

De acuerdo con la información facilitada por la notificante, la estructura del mercado español de LIOs en los tres últimos ejercicios habría sido la siguiente:

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LENTES INTRAOCULARES EN ESPAÑA (MILES DE EUROS)						
	2001		2002		2003	
Empresa	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
ALCON		[30-40]%		[30-40]%		[30-40]%
AMO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
B&L		[10-20]%		[10-20]%		[10-20]%
NEGOCIO SB	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CORNEAL						[0-10]%
IOL TECH/CIBA VISION						[0-10]%
STAAR SURGICAL						[0-10]%
RAYNER						[0-10]%
MORCHER						[0-10]%
EYEONICS						[0-10]%
THIN OPTIX						[0-10]%
ACRI.TEC						[0-10]%
OTROS						[0-10]%
TOTAL MERCADO	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones notificante

ii) Mercado de viscoelásticos

De nuevo, ALCON es el suministrador líder de viscoelásticos en la Unión Europea, seguido de la adquirida, el Negocio SB, y B&L. En este mercado, AMO pertenece al grupo de proveedores menores junto con TEDECMEJI y CORNEAL, entre otros, y su actividad se limita fundamentalmente a la reventa de productos viscoelásticos de otros proveedores.

En España, de acuerdo con la información facilitada por el notificante, para los ejercicios 2001, 2002 y 2003, este mercado ofrecería la siguiente estructura:

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE VISCOELÁSTICOS EN ESPAÑA (MILES DE EUROS)						
	2001		2002		2003	
Empresa	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
ALCON		[20-30]%		[20-30]%		[30-40]%
NEGOCIO SB	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%
B&L		[10-20]%		[10-20]%		[10-20]%
AMO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TEDECMEJI						[0-10]%
CORNEAL						[0-10]%
STAAR SURGICAL						[0-10]%
IOL TECH/CIBA VISION						[0-10]%
TOTAL MERCADO	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones notificante

La notificante subraya que, a escala europea, las ventas de viscoelásticos del Negocio SB han experimentado un importante descenso en los últimos años como consecuencia de la expiración en 1998 de su patente sobre su producto viscoelástico HEALON.

La cuota conjunta de AMO resultante de la operación asciende al [30-40]%, pasando a ocupar la primera posición del mercado, por delante del actual líder, ALCON.

iii) Mercado de instrumental de oftalmología desechable

Tanto AMO como el Negocio SB suministran productos desechables indicados para la cirugía de cataratas, si bien sus ventas son poco significativas y los productos vendidos por ambas partes son en su mayoría diferentes. En efecto, las ventas de AMO incluyen soluciones salinas equilibradas, anillos de tensión capsular y paquetes de instrumental, entre otros. Por su parte, la adquirida realiza ventas de inyectores y cartuchos. Asimismo, cabe señalar que AMO y el Negocio SB son meros revendedores de los productos desechables que adquieren de terceros fabricantes.

De acuerdo con la información facilitada por la notificante, las ventas de AMO y el Negocio SB ascendieron en 2003 a [...] euros y [...] euros, respectivamente. Las Partes estiman que la cuota combinada en cada uno de estos productos es inferior al 5% en España.

iv) Mercado de facoemulsificación y vitrectomía

Como se indicó con anterioridad, tan sólo la adquirente, AMO, suministra en España equipos de facoemulsificación ya que el Negocio SB no produce ni vende estos equipos en España ni en el resto del mundo.

Las partes aportan las siguientes estimaciones con respecto a la cuota de mercado en España para el último ejercicio:

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE FACOEMULSIFICACIÓN Y VITRECTOMÍA (2003)		
Empresa	Ventas (Miles de euros)	Cuota
ALCON		[40-50]%
AMO	[...]	[10-20]%
NEGOCIO SB	0	0%
B&L		[10-20]%
TOTAL MERCADO	[...]	100%

Fuente: Estimaciones notificante

v) Otros mercados

En cuanto al mercado de productos para la limpieza de lentes, éste constituye la mayor parte del volumen de negocios de la adquirente, con unas ventas anuales de [...].

Por otra parte, AMO obtiene 390.000 euros en la distribución de microkeratomos en España, [...].

Según la notificante, ninguno de estos productos guarda relación con los productos del negocio de cirugía oftalmológica de PFIZER objeto de la presente operación.

VI.3.- Estructura de la demanda y de la distribución

De acuerdo con la información suministrada por el notificante, los principales clientes de LIOs y viscoelásticos son los hospitales públicos y clínicas, así como el Instituto de la Seguridad Social⁷. Todos ellos ostentan un poder de compra significativo frente a los proveedores de dichos

⁷ Algunos de los principales clientes de AMO son [...].

productos en España. Suelen utilizar procedimientos de licitación competitivos bastante sofisticados para maximizar su poder de negociación, representando aproximadamente éstos el 80% del total de sus ventas.

En cuanto a la distribución de los productos en España, AMO distribuye sus productos (LÍOS, viscoelásticos, productos desechables para cirugía de cataratas y equipos de facoemulsificación) a través de su filial española, ADVANCED MEDICAL OPTICS, S.L. Por su parte, el Negocio SB realiza la distribución de sus productos (LÍOs, viscoelásticos y productos desechables para cirugía de cataratas) a través de un distribuidor no exclusivo, [...], y de sus propios representantes de ventas.

Por otra parte, ni la adquirente ni la adquirida tienen centros de producción en España.

VI.4.- Fijación de precios

Según la notificante, las Partes compiten intensamente en precios en los mercados analizados, particularmente en los procedimientos de adjudicación de contratos mediante licitación pública.

[...]

[...]

VI.5.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

La notificante considera que no existen barreras significativas que obstaculicen la expansión o reposicionamiento de los competidores de AMO y del Negocio SB en los mercados relevantes.

En cuanto a la competencia potencial, la notificante señala que no existen barreras reglamentarias significativas gracias a la existencia de la marca CE, que se obtiene a nivel comunitario y que permite a los competidores de AMO y del Negocio SB vender sus productos en España. Las partes no conocen ninguna otra autorización adicional que pudiera ser necesaria para la venta de LÍOs y/o viscoelásticos en España.

Atendiendo a los precedentes nacionales, cabe señalar que las únicas barreras de entrada significativas en los diferentes mercados objeto de la presente operación son aquéllas que vienen determinadas por la obtención de los correspondientes certificados de homologación, al ser productos sanitarios.

En la práctica, lo importante es que los productos cumplan con las especificaciones técnicas⁸ y, una vez cumplidas éstas, administrativamente sólo se requiere la correspondiente comunicación a las autoridades sanitarias.

Asimismo, la notificante declara que no existen barreras significativas que impidan la distribución o comercialización de los productos de nuevos entrantes dado que la mayoría de los distribuidores en España actúan en régimen de no exclusividad.

El sistema de distribución para los equipos y productos de oftalmología no requiere de una red local muy amplia, derivado del número limitado de clientes y la facilidad con que pueden

⁸ La legislación de la Unión Europea regula los estándares de calidad de los productos sanitarios a los efectos de su fabricación y comercialización a través de la Directiva del Consejo 93/42 CE de 14 de junio de 1991. En España, el Real Decreto 414/1996, de 1 de marzo ha desarrollado esta Directiva en relación con la protección que deben ofrecer los productos sanitarios a pacientes y usuarios.

identificarse. Sí se requiere, sin embargo, una red de distribución con la capacidad necesaria para el mantenimiento y asesoramiento a los clientes de forma rápida y efectiva, dado el destino de los mismos, convirtiéndose este hecho en uno de los factores más competitivos sobre todo en el caso de los equipos de facoemulsificación y vitrectomía.

Por último, cabría considerar la posible existencia de barreras de entrada derivadas de los procedimientos de adjudicación de contratos mediante licitación pública. Algunos precedentes señalan como barreras de entrada en los mercados de subasta⁹ la captura del regulador y las asimetrías informativas. De acuerdo con el TDC, la captura del regulador está directamente relacionada con la escasa ponderación en los concursos de las rebajas tarifarias, la preferencia concedida a adjudicatarios anteriores y la duración de los contratos.

No obstante, de acuerdo con la notificante, en el caso de LIOs y viscoelásticos, estos procedimientos se caracterizan por ser competitivos y bastante sofisticados, permitiendo a los clientes maximizar su poder de negociación y sin que haya vínculos de exclusividad con los proveedores.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

a) Posición en el mercado.

Como consecuencia de la operación de concentración notificada, consistente en la adquisición por ADVANCED MEDICAL OPTICS, INC. (AMO) del negocio oftalmológico de PFIZER (Negocio SB), se refuerza la posición de AMO en España en determinados mercados dentro del sector de productos y equipamiento para la cirugía oftalmológica y, concretamente, de la cirugía de cataratas.

Las cuotas de mercado conjuntas alcanzadas por las partes tras la concentración son del [20-30]% en el mercado de lentes intraoculares (LIOs), del [30-40]% en líquidos viscoelásticos e inferior al 5% en cada uno de los productos desechables, mercados en los que está presente la adquirida en España.

En particular, en LIOs, AMO es el segundo proveedor en España, mientras que el Negocio SB es un proveedor menor y únicamente de LIOs no plegables. Por tanto, la presente operación refuerza la cuota de la adquirente pero no altera la posición de AMO respecto a sus competidores en este mercado, manteniéndose a gran distancia del líder, ALCON ([30-40]%).

En lo que respecta a viscoelásticos, es el Negocio SB quien ocupa el segundo lugar en el ranking de proveedores, mientras que AMO tiene una presencia poco significativa, siendo el único que fabrica un viscoelástico dispersivo (Vitrax). Así, como resultado de la concentración, AMO pasará a ocupar la primera posición del mercado, por delante de ALCON ([30-40]%), líder actual en este mercado. Adicionalmente, la adquirente no sólo comercializará estos productos sino que también pasará a fabricarlos internamente dado que en la actualidad la adquirida fabrica sus propios viscoelásticos (Healon, Healon GV y Healon B).

En el caso de los productos desechables para la cirugía de cataratas, las Partes son meros revendedores de los productos desechables que adquieren de terceros fabricantes, pudiendo considerar su participación y sus ventas en el mercado *de minimis*.

⁹ Ver informe del TDC C45/99 Alianza Bus/Enatcar.

Puede deducirse, pues, que, si bien la adquirente no accede a nuevos mercados de producto, sí lo hace a nuevas gamas de productos (LIOs no plegables, viscoelásticos híbridos, inyectores y cartuchos desechables) dentro de los mercados en los que ya estaba presente, generándose un efecto cartera que permitirá a la adquirente, además de reforzar su posición en los mismos, mejorar su capacidad competitiva frente al resto de competidores del sector.

Además de estos mercados, existe un cuarto mercado separado de productos para la cirugía de cataratas: el mercado de equipos de facoemulsificación y vitrectomía, en el que tan sólo la adquirente está presente, ocupando una segunda posición ([10-20]%) por detrás del principal proveedor, ALCON ([30-40]%).

Asimismo, existen otros mercados relacionados como son los productos para el cuidado de las lentes y los microkeratomos, que representan la mayor parte de los ingresos de AMO si bien no presentan relación alguna con el negocio oftalmológico de PFIZER, objeto de la operación analizada.

b) Competencia actual - competencia potencial - barreras a la entrada.

Tanto en el mercado nacional de LIOs como en el de viscoelásticos, existe una intensa competencia, con fuertes competidores como ALCON y B&L así como otros suministradores menores.

Tras la operación, los tres líderes del mercado español de productos para la cirugía de cataratas son ALCON, AMO y B&L. En el mercado español de LIOs las cuotas de los competidores de AMO son del [30-40]% (ALCON) y [10-20]% (B&L) y en el mercado de viscoelásticos del [30-40]% y [10-20]%, respectivamente.

Dada la estructura de estos mercados tras la operación, es preciso valorar en qué medida ésta podría favorecer una coordinación del comportamiento de los líderes y, como consecuencia, llevar a una subida de precios en perjuicio de los clientes, una reducción de la cantidad y calidad de la oferta o a un reparto del mercado.

De acuerdo con los precedentes comunitarios¹⁰ y con las “Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento sobre el control de las concentraciones entre empresas” (2004/C31/03) en las que se exponen detalladamente las condiciones necesarias para que la coordinación sea viable y estable, tres son las condiciones que deben cumplirse: ejercicio de control por parte de las empresas líderes, existencia de mecanismos de disuasión creíbles y ausencia de fuerzas compensatorias.

En este sentido, cabe señalar que existen otras empresas en el mercado que disponen de los recursos y la experiencia necesarios para competir eficazmente en el mismo. En efecto, tras la operación propuesta, seguirán quedando en España, además de las tres empresas líderes, múltiples competidores como IOL TECH/CIBA VISION, STAAR SURGICAL, MORCHER, ALLEGAR. Estas empresas multinacionales fabrican sus productos generalmente fuera de

¹⁰ Particularmente significativa resulta la sentencia del TPI de 6 de junio de 2002 en relación con el caso Airtours/First Choice en la que se detallan ampliamente en los apartados 121 y ss. las características que propician la aparición de un oligopolio dominante: homogeneidad del producto, escaso crecimiento de la demanda, baja sensibilidad de la demanda al precio, estructuras de coste similares entre los diferentes proveedores, transparencia del mercado, elevada interdependencia, barreras a la entrada y escaso poder de compra de la demanda.

nuestras fronteras y los comercializan directamente a través de filiales nacionales y empresas distribuidoras independientes de dimensión nacional.

Las partes han señalado que no mantienen acuerdos de cooperación horizontal o vertical entre ellas ni con otros competidores en los mercados afectados por la operación ni en mercados conexos, siendo las compras de aquellos productos destinados a una reventa posterior de carácter no exclusivo.

En cuanto a las barreras a la entrada, éstas vienen determinadas por la obtención de los correspondientes certificados de homologación al tratarse de productos sanitarios. Sin embargo, éstas no son significativas en la medida en que, en la práctica, lo importante es que los productos cumplan con las especificaciones técnicas y, una vez cumplidas éstas, administrativamente sólo se requiere la correspondiente comunicación a las autoridades sanitarias. Por otra parte, los procesos de licitación encaminados a generar competencia por el mercado se caracterizan por ser competitivos y bastante sofisticados, permitiendo a los clientes maximizar su poder de negociación.

En efecto, se trata de mercados sujetos a un elevado poder de negociación por parte de los principales clientes (hospitales y clínicas), así como a una rápida y continua innovación, que contribuye a dotar a estos productos de carácter heterogéneo y características físicas diferenciadas.

c) Conclusiones

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados.

VIII. PROPUESTA

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