

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C-0503/13 INDAS/ALBASA**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 27 de marzo de 2013 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo por parte de LABORATORIOS INDAS, S.A.U. (INDAS) de ALGODONES del BAGES, S.A. (ALBASA) y determinados activos y derechos del negocio de incontinencia de las sociedades Textil Planas Oliveras, s.a. (TEXPOL) y Blanqueo y Acabados Textiles, S.A. (BLACTESA).
- (2) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (3) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (4) Dicha notificación fue realizada por INDAS según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **27 de abril de 2013** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (6) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo por parte de LABORATORIOS INDAS, S.A.U. (INDAS) de ALGODONES del BAGES, S.A. (ALBASA) y determinados activos y derechos del negocio de incontinencia de las sociedades Textil Planas Oliveras, s.a. (TEXPOL) y Blanqueo y Acabados Textiles, S.A. (BLACTESA).
- (7) La operación se ha formalizado mediante la firma de un Contrato de Compraventa en fecha [...].
- (8) La actividad transferida a INDAS consiste en todo el negocio de incontinencia que ha venido desarrollando la familia Planas Oliveras a través de ALBASA, TEXPOL y BLACTESA, todas ellas de su propiedad. Asimismo, mediante la adquisición de la empresa ALBASA, también adquiere productos de algodón sanitario e higiénico y productos complementarios.

[9-10]

- (11) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

### **III. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **III.1. LABORATORIOS INDAS, S.A.U. (INDAS)**

- (12) INDAS se dedica a la fabricación y venta de productos sanitarios e higiénicos, derivados de la celulosa, gasa y algodón. La actividad principal de INDAS es la fabricación y venta de productos de incontinencia de adultos que incluyen absorbentes y protectores que representan el [60-70]<sup>1</sup>% sobre el total de sus ventas.

- (13) De manera complementaria, INDAS fabrica y/o comercializa productos de higiene femenina e higiene infantil así como apósitos sanitarios (algodones y gasas).

(14) [...].

(15) [...]

(16) [...]

- (17) La facturación de INDAS en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE INDAS (millones de euros) 2012		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

#### **III.2. ALGODONES DEL BAGES, S.A. (ALBASA)**

- (18) INDAS adquiere a la familia Planas Oliveras la totalidad de las acciones de ALBASA y determinados activos y derechos del negocio de incontinencia de las sociedades Textil Planas Oliveras, s.a. (TEXPOL) y Blanqueo y Acabados Textiles, S.A. (BLACTESA).

- (19) Además del negocio de incontinencia, ALBASA fabrica y vende productos de algodón sanitario e higiénico así como productos complementarios (gasas, toallitas, alcoholes y tiritas), si bien estas actividades son menos significativas.

(20) [...]<sup>2</sup>.

- (21) La facturación de ALBASA<sup>3</sup> en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

<sup>1</sup> Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

<sup>2</sup> [...].

<sup>3</sup> Los activos adquiridos de TEXPOL y BLACTESA no suponen un volumen de negocios entendido como los importes resultantes de la venta de productos y prestación de servicios, correspondiendo esto solamente a ALBASA.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ALBASA (millones de euros) 2012		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

#### IV. **MERCADOS RELEVANTES**

##### IV.1 Mercados de producto

- (22) El sector económico en el que se enmarca la operación es el de productos para la incontinencia, actividad principal adquirida por INDAS en la presente operación.
- (23) La operación resulta igualmente en un solapamiento horizontal en productos de algodón higiénico y sanitario, si bien indica el notificante que la cuota conjunta es de alrededor un [0-10]%<sup>4</sup>.
- (24) Los productos de incontinencia afectados por la presente operación consisten en absorbentes y protectores para incontinencia urinaria.
- (25) Los absorbentes para incontinencia urinaria tienen como función absorber la orina y mantener la piel libre de irritaciones, siendo de un solo uso, en pacientes que no se encuentran encamados o que no están limitados en su movilidad.
- (26) Los absorbentes pueden ser para incontinencia leve (hasta 600 ml) y grave (a partir de 600 ml). Históricamente los absorbentes para incontinencia han estado dirigidos a pacientes con incontinencia grave. Así, mientras que en 2000 la incontinencia grave representaba el [80-90]% del total del mercado de incontinencia en valor, en 2012 ha descendido hasta el [70-80]% debido a las campañas realizadas por los fabricantes y al creciente conocimiento y normalización de la incontinencia leve.
- (27) Los precios de los productos absorbentes para incontinencia grave son más elevados debido a su mayor tamaño, la mayor cantidad de material absorbente (celulosa, superabsorbente) y materiales de cobertura interna y externa plástica (polietilenos) y tejido no tejido (nonwoven) empleado en su fabricación así como a los mayores costes de transporte (entre un [...]).
- (28) No obstante, la tecnología de fabricación y proceso productivo son muy semejantes. Por ello, desde el punto de vista del productor resulta eficiente estar presente en ambas líneas de incontinencia ofreciendo al mercado la gama completa de productos para cualquier tipo de incontinencia y permitiendo sinergias en los costes de aprovisionamiento derivados de un mayor volumen de compras de materias primas comunes. En este sentido, los principales fabricantes ponen en el mercado ambos tipos de productos, así como otros productos higiénicos tales como pañales infantiles o compresas higiénicas femeninas, que también comparten know-how tecnológico y productivo.
- (29) Del lado de la demanda de absorbentes para incontinencia grave y leve, especialmente en lo que respecta al cliente institucional y farmacia, que

<sup>4</sup> [...]

representan alrededor del [90-100]% del mercado, se adquiere ambos tipos de productos<sup>5</sup>.

- (30) Los protectores tienen el mismo objeto que los absorbentes pero se utilizan en las camas o sillas de ruedas con formas cuadradas o rectangulares.
- (31) Tanto los absorbentes como los protectores se fabrican con las mismas materias primas, una combinación de material absorbente, una cubierta porosa permeable y un fondo de plástico impermeable. Por tanto, del lado de la oferta el grado de sustituibilidad es elevado, motivo por el que prácticamente todas las multinacionales del sector están presentes en la fabricación de ambos productos.
- (32) Por el lado de la demanda, si bien existen diferencias en su uso, es habitual que los clientes institucionales compren ambos tipos de productos.
- (33) Con respecto al canal de venta, los productos de incontinencia se distribuyen en: a) canal institucional/hospital ([20-30]%), b) farmacias ([50-60]%) y c) gran consumo ([10-20]%). El notificante indica que los principales fabricantes suministran a los tres canales.
- (34) El canal institucional lo componen los hospitales y residencias geriátricas, de los cuales la mayoría están adscritos respecto a la compra a la sanidad pública. La provisión de productos a estos centros se realiza mediante concursos públicos en los que el precio es un factor esencial.
- (35) El canal farmacia se refiere a la distribución de estos productos a las farmacias a través de las distribuidoras farmacéuticas, en modelo cooperativa, a las que la mayoría de las farmacias de España están adscritas.
- (36) Existe un precedente nacional y varios comunitarios sobre el sector de incontinencia<sup>6</sup> y en ellos las autoridades han dejado el mercado de producto abierto, si bien en el nacional se consideró la posibilidad de separar el mercado de absorbentes del mercado de protectores así como la separación por canal de distribución.
- (37) No obstante, en este caso tampoco es preciso definir con exactitud el mercado de producto ya que en cualquiera de sus definiciones la valoración de la operación no varía.

#### **IV.2 Mercado geográfico**

- (38) En los precedentes citados se señaló que existían evidencias de un mercado más amplio que el nacional (ibérico o incluso europeo), basándose en la presencia de los mismos operadores en la mayoría de los mercados de producto considerados y, particularmente, en absorbentes para incontinencia y productos de higiene

---

<sup>5</sup> El notificante indica que de los 17 concursos públicos celebrados en los tres últimos años para el suministro a la sanidad pública de productos absorbentes, en 12 de ellos la oferta incluía productos tanto absorbentes para incontinencia grave como leve, si bien en importancia, por volumen, de los últimos son compras insignificantes en relación a los absorbentes para la incontinencia grave.

<sup>6</sup> N-07031 VISTA/INDAS y IV/M.430 PROCTER & GAMBLE/VP SCHICKEDANZ (II) y COMP/M.5958 GS/TPG/ONTEX

femenina e infantil, extensión de la marca a otros países, lenguaje de los envases y coste de transporte reducido<sup>7</sup>.

- (39) No obstante, al reconocer también que en otros precedentes de productos sanitarios se definió el mercado como nacional, se optó por dejar el mercado abierto ya que no era preciso una definición exacta.
- (40) Hay que tener en cuenta que los productos de incontinencia grave están incluidos en el sistema de reembolso del Sistema Nacional de Salud (SNS) tanto en el canal farmacia como en el institucional.
- (41) Igualmente, en este caso, puede dejarse abierto el mercado geográfico si bien se indicará la participación de las partes en el mercado español y de la UE.

## V. ANÁLISIS DEL MERCADO

### V.1. Estructura de la oferta

- (42) INDAS es un operador nacional de tamaño mediano que compite con varios grupos multinacionales como son ARBORA & AUSONIA, SCA, ONTEX y HARTMANN.
- (43) Las cuotas facilitadas por el notificante de los tres últimos años de las partes y de sus competidores en España son las siguientes:

#### *Mercado amplio de Productos de Incontinencia en España*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>
Conjunta	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>
ARBORA & AUSONIA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
SCA	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ONTEX	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SENDAL	[...]	0	[...]	0	[...]	0
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

<sup>7</sup> El notificante indica que el coste de transporte supone entre un [0-10]% de las ventas.

a) *absorbentes*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[30-40]</b>	[...]	<b>[30-40]</b>	[...]	<b>[30-40]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Conjunta	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>	[...]	<b>[40-50]</b>
ARBORA & AUSONIA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
SCA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
ONTEX	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

a) 1. *Absorbentes canal institucional/hospital*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[50-60]</b>	[...]	<b>[50-60]</b>	[...]	<b>[50-60]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>
Conjunta	[...]	<b>[50-60]</b>	[...]	<b>[50-60]</b>	[...]	<b>[50-60]</b>
SCA	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
ONTEX	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

a)2. *Absorbentes canal farmacia*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[30-40]</b>	[...]	<b>[30-40]</b>	[...]	<b>[30-40]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>
Conjunta	[...]	<b>[30-40]</b>	[...]	<b>36</b>	[...]	<b>[30-40]</b>

ARBORA & AUSONIA	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
SCA	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

*b) Protectores*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[70-80]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>
Conjunta	[...]	<b>[70-80]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ARBORA & AUSONIA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SCA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SENDAL	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ONTEX	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

*b).1. Protectores hospital*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
<b>INDAS</b>	[...]	<b>[80-90]</b>	[...]	<b>[80-90]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>
<b>ALBASA</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>	[...]	<b>[0-10]</b>
Conjunta	[...]	<b>[80-90]</b>	[...]	<b>[80-90]</b>	[...]	<b>[70-80]</b>
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
SENDAL	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ONTEX	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

*b).2. Protectores farmacia*

	2010		2011		2012	
	M. Uds	%	M. Uds	%	M. Uds	%
INDAS	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]
ALBASA	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Conjunta	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]
SCA	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
ARBORA & AUSONIA	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
HARTMANN	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
OTROS	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>	[...]	<b>100</b>

Fuente: Notificante

- (44) Con respecto al *canal gran consumo*, hay que tener en cuenta que el [90-100]% de las ventas en este canal son de absorbentes para incontinencia leve, productos en los que prácticamente no hay solapamiento entre las partes ya que las ventas de ALBASA son irrelevantes, además de que la cuota de INDAS en 2012 fue tan solo el [10-20]%.
- (45) Por último, el notificante indica que la cuota en la UE en el mercado de productos de incontinencia de INDAS tanto antes como después de la operación es inferior al [0-10]%.

**V.2. Estructura de la demanda, distribución y precios**

- (46) El mercado español de incontinencia ha crecido en los últimos años en torno al [0-10]% en lo que respecta tanto a absorbentes de incontinencia grave como a protectores debido al crecimiento de la población mayor y a la normalización de la enfermedad y mayor uso de productos específicos. En el caso de la incontinencia leve, el crecimiento ha sido más elevado, alrededor del [0-10]%.
- (47) Estos productos se distribuyen a hospitales, farmacias y gran consumo. Las ventas de INDAS en gran consumo representaron el [10-20]% de las ventas totales de la compañía, siendo un [40-50]% de sus ventas a farmacias y el [30-40]% a hospitales. Las ventas de ALBASA en gran consumo representaron el [0-10]% de las ventas totales, un [50-60]% en farmacias y un [30-40]% en hospitales.
- (48) Los productos de incontinencia grave están incluidos en el sistema de reembolso del SNS por lo que su precio de venta al público en el canal farmacia se fija en el momento de incluir un producto en este sistema. En el canal hospital, estos productos se compran a través de concursos públicos. Así, los precios máximos se fijan en cada licitación y los criterios para su fijación se establecen en los pliegos de condiciones de los diferentes concursos y sufren en la actualidad las mismas restricciones de gasto farmacéutico que el canal farmacia.
- (49) Los protectores, tanto en el canal consumo como en el de farmacia, la fijación de precios es libre. No obstante, en el canal hospital, la compra se realiza a través de licitaciones.

### **V.3. Barreras a la entrada**

- (50) Los productos sanitarios se encuentran regulados por el R.D. 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios.
- (51) De acuerdo con el citado Real Decreto, antes de su puesta en el mercado, los productos sanitarios requieren una previa evaluación de su conformidad, que en el caso de los productos comercializados por las partes, dada la escasa interacción de estos productos con el cuerpo humano, consiste en una mera autoevaluación a cargo de la empresa interesada.
- (52) Las instalaciones de fabricación precisan de licencia que emite la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios y que no presenta especiales dificultades para un operador en estos mercados. Tampoco la comercialización del producto, que requiere una inscripción en un registro o la comunicación a la citada Agencia, presenta dificultades que pudieran suponer barreras para nuevos entrantes.
- (53) En cuanto al grupo de productos de absorbentes para incontinencia grave, señala la notificante que, al tratarse de productos financiados por el sistema nacional de salud, se exige que la empresa proveedora sea reconocida como oferente a efectos del mismo (con el sistema de receta y el cupón-precinto), lo que no supone una especial dificultad. Además, en el canal hospital, no impide presentarse a los concursos convocados por los servicios públicos de salud.
- (54) La inversión en publicidad de estos productos, sólo permitida en medios masivos para productos no financiados por el SNS, es muy reducida. Como ejemplo, los recursos financieros que INDAS dedica a esta inversión son inferiores al [...] % del total de gastos de la compañía.
- (55) En el canal gran consumo, hay que tener en cuenta que en los últimos años el crecimiento de la marca de distribución se ha extendido a los productos de incontinencia, especialmente los de incontinencia leve.
- (56) Por otra parte, según la notificante, no existen barreras, en términos de coste de transporte, a la importación y/o producción de estos productos, como lo confirma el hecho de que SCA suministra en el mercado español productos fabricados en Holanda, Europa del Este y Suecia y HARTMANN en Alemania y ONTEX en Francia, además de en España.

### **VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (57) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo por parte de LABORATORIOS INDAS, S.A.U. (INDAS) de ALGODONES del BAGES, S.A. (ALBASA) y determinados activos y derechos del negocio de incontinencia de las sociedades Textil Planas Oliveras, s.a. (TEXPOL) y Blanqueo y Acabados Textiles, S.A. (BLACTESA), todas ellas pertenecientes a los mismos accionistas.
- (58) La operación produce un solapamiento horizontal de actividad en productos de incontinencia, especialmente en absorbentes (cuota resultante del [40-50] % con adición del [0-10] %) ya que en protectores el incremento no es superior al [0-10] %.

- (59) INDAS es con diferencia el líder del mercado español de productos para la incontinencia, especialmente en el mercado de protectores con un [70-80]% del mercado. Tras la operación, la posición de INDAS se verá reforzada si bien la cuota de la adquirida no es superior al [0-10]% en ninguno de los mercados definidos por canales de distribución.
- (60) Además, existen competidores muy significativos en el sector tales como ARBORA & AUSONIA, filial de Procter & Gamble, SCA, líder en el mercado mundial de incontinencia y que ocupa la primera posición en Europa, ONTEX y HARTMANN; todas ellas con cartera de productos y presencia geográfica muy superior a la de INDAS, según el notificante.
- (61) El poder de compra de la demanda de estos productos es muy elevado, ya que del mercado de absorbentes para incontinencia, el canal farmacia supone el [70-80]% constituido por almacenes distribuidores mayoristas de productos farmacéuticos, tales como COFARES, CECOFAR y HEFAME, además de que más del [80-90]% de los productos de incontinencia que se venden a través de este canal son para incontinencia grave cuyo precio de venta al público está fijado por el SNS. El segundo canal en importancia son los servicios de salud pública que compran estos productos mediante concursos públicos.
- (62) Por último, no existen barreras a la entrada demasiado significativas ya que si bien se trata de productos sanitarios, basta una declaración de conformidad para su comercialización, además de que los costes de transporte son bajos por lo que no existe dificultad para su importación.
- (63) Teniendo en cuenta todo lo anterior, se considera que la presente operación es susceptible de ser **autorizada en primera fase**.

## **VII. PROPUESTA**

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.