



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 07031 VISTA DESARROLLO/GRUPO INDAS

Con fecha 26 de marzo de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición del control exclusivo de LABORATORIOS INDAS, S.A. y sus sociedades filiales (GRUPO INDAS) por parte de VISTA DESARROLLO, S.A. SCR (VISTA DESARROLLO) a través de TASK MORAZA, S.L. (TASK MORAZA).

Dicha notificación ha sido realizada por TASK MORAZA, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos en el artículo 14.1. 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: "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 **26 de abril de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de LABORATORIOS INDAS, S.A. y sus sociedades filiales (Indas Portugal Produtos de Saude, Hospitalares e de Higiene, LDA., Indas,

S.A. -Marruecos, Laboratorios Igaltext, S.R.L., Gomago Industrial y Comercial, S.R.L., Indas L.L.C., Indas EURL. e Indas, S.L.-Brasil) por parte de VISTA DESARROLLO, S.A., a través de una sociedad vehículo, TASK MORAZA, S.L.

La toma de control se realiza a través de un Contrato de Compraventa de Acciones, firmado el 15 de marzo de 2007, por el cual los accionistas de LABORATORIOS INDAS, S.A. venden el 100% de sus participaciones a TASK MORAZA, S.L.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España, Alemania y Portugal.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia, no captación y confidencialidad

El Acuerdo de Compraventa recoge en su Cláusula Novena un acuerdo de no competencia que, por un periodo de [no superior a dos años]¹ desde la fecha de formalización de la operación de concentración, impide a los accionistas vendedores (y sus cónyuges y descendientes de primer grado) y a las sociedades participadas por los mismos, actuar en España en actividades de diseño, producción o comercialización de los principales productos fabricados y comercializados por la sociedad adquirida.

Tampoco podrán realizar o promover ofertas de empleo o de arrendamiento de servicios, ni contratar a miembros de la dirección general, directores, jefes y personal comercial del comprador, ni revelar a terceros datos e información reservados de la sociedad o sus filiales, así como las condiciones económicas y comerciales con clientes y proveedores.

La notificante señala que esta cláusula es necesaria y está vinculada a la realización de la operación de concentración, y se explica por la necesidad de permitir a la adquirente obtener valor de los activos transferidos, materiales e inmateriales, incluyendo la tecnología, know-how, empleados derechos, contratos y licencias, cartera de clientes, instalaciones, maquinaria, etc.

II.2 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 de 5 de marzo de 2005 (DOUE 2005/C 56/03) en consideración de este Servicio, el contenido y duración de la cláusula de inhibición de la competencia, de no captación y confidencialidad mencionada no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de

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

concentración notificada, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

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

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. TASK MORAZA, S.L. (TASK MORAZA)

TASK MORAZA es una sociedad constituida el 8 de febrero de 2007 por Vista Desarrollo, S.A., S.C.R. (VISTA DESARROLLO) como vehículo mercantil a efectos de llevar a cabo la operación de adquisición de GRUPO INDAS.

VISTA DESARROLLO es una sociedad de capital riesgo, filial al 100% de Banco Santander Central Hispano, S.A., sociedad cabecera de Grupo Santander² (GRUPO SANTANDER) cuya principal actividad es el negocio de banca comercial, banca privada y gestión de activos así como de banca mayorista global. El objeto social de TASK MORAZA es el mismo que el de la sociedad adquirida.

VISTA DESARROLLO posee participaciones de control en varias sociedades³. Según la notificación, ninguna de las empresas del GRUPO SANTANDER ni de las participadas por VISTA DESARROLLO está presente en los mercados en los que opera la adquirida, ni en mercados ascendentes o descendentes⁴.

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

² Denominación según Memoria Anual 2005, anteriormente Grupo SCH

³ Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil, S.A. (incluido Inversiones Fadiver, S.L., Juguetes Feber Internacional, S.L., Nuevos Tratamientos Plásticos, S.L., Creatividad y Diseño, S.L., Plush Games, S.L. y su filial Play by Play Toys and Novelties Europe, S.A., fusionadas desde 31-12-2006), Imperial Holding S.C.A. y sus filiales (antes Turmed, S.L.U.) y MaxamCorp Holding, S.L. (antes Vapoleon, S.L.).

⁴ A excepción de la participación indirecta de BSCH en Clínica Sear de Madrid [(...%)]. La notificante estima que esta relación vertical no producirá efectos anticompetitivos dado que se trata de una clínica de tamaño reducido con presencia únicamente en Madrid y por tanto escasa relevancia en el conjunto del mercado de operadores de servicios hospitalarios. Además, señala que las ventas de INDAS a la citada clínica comprenden solamente [...] que representan un [...] % de sus ventas en España.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE VISTA DESARROLLO (GRUPO SANTANDER)⁵ (millones de euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	[> 5.000]	[> 5.000]	[> 5.000]
Unión Europea	[> 5.000]	[> 5.000]	[> 5.000]
España	[> 5.000]	[> 5.000]	[> 5.000]

Fuente: Notificación

IV.2 LABORATORIOS INDAS, S.A. (GRUPO INDAS)

GRUPO INDAS se dedica a la fabricación y venta de productos sanitarios e higiénicos derivados de la celulosa, gasa y algodón y es propiedad de varios miembros de la familia [...]⁶. La compraventa incluye las siguientes filiales en el extranjero: Indas Portugal Produtos de Saude, Hospitalares e de Higiene LDA (Portugal), Indas S.A. (Marruecos) y Laboratorios Igaltext SRL (Argentina), Gomago Industrial y Comercial, S.R.L. (Argentina), Indas L.L.C. (EE.UU.), Indas EURL (Francia) e Indas, S.L. (Brasil), si bien se señala que solamente las tres primeras están operativas.

La facturación de GRUPO INDAS en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al art. 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GRUPO INDAS (millones de euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	[< 5.000]	[< 5.000]	[< 5.000]
Unión Europea	[< 240]	[< 240]	[< 240]
España	[> 60]	[> 60]	[> 60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercados de producto

La actividad principal de INDAS es la fabricación y comercialización de productos absorbentes para cuidado personal derivados de la celulosa, gasa y algodón. Por su parte, ni VISTA DESARROLLO ni las sociedades del Grupo Santander están operativas en ninguno de estos productos.

A continuación se indican los principales productos, que se comercializan y distribuyen bajo diferentes marcas y el porcentaje que representan en sus ventas en el ejercicio 2006:

⁵ Incluye las ventas de las sociedades controladas por VISTA DESARROLLO no consolidadas en Grupo Santander así como el ajuste correspondiente a la venta de la división de seguros de Abbey, realizada en 2006, en las cuentas de 2004 y 2005.

⁶ Siendo el principal accionista [...] [(.....%)].

FAMILIA DE PRODUCTOS DE INDAS	Marcas	% sobre las ventas (2006)
Productos para la incontinencia de adultos	Incopack, Indaslip, Indasform, Incopack Uroinco, Nature, Indasec,	[...]%
Protectores para pacientes postrados	Sabanindas, Indasbed	[...]%
Apósitos, gasas y algodón	Addermis, Indapox, Indas, Traqueo's, Note, Indofoam ⁷	[...]%
Higiene femenina (compresas, salvaslips)	Coral, Maternity	[...]%
Toallitas	Addermis, Nuvenia, Maybaby, Nene, Nuvenia Fresh, Indasec	[...]%
Higiene infantil (pañales)	Maybaby, Bambino	[...]%
Otros (gel cicatrizante, batas y equipos estériles para cirugía, vendas, protectores de codo y tobillo, crema protectora, discos desmaquilladores, higiene bucal, bastoncillos)	Cicactiv ⁸ , Indrape, Vendor, Indacrep, Codipie, Addermis, Loto, Flosstick,	[...]%

La notificante considera que desde el punto de vista de la oferta cabría agrupar todos los productos absorbentes (para incontinencia, compresas, salvaslips y pañales infantiles así como protectores absorbentes para un solo uso), ya que están fabricados a partir de las mismas materias primas, una combinación de material absorbente (celulosa y compuestos químicos), una cubierta porosa permeable y un fondo de plástico permeable y dado que prácticamente todas las multinacionales del sector están presentes en la fabricación de todos los productos absorbentes.

Sin embargo, con base en diversos precedentes nacionales y comunitarios⁹ y considerando la escasa sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda y las dificultades técnicas y costes derivados de un cambio de producción de un producto a otro, la notificante señala los siguientes mercados de producto a efectos de la presente notificación:

(a) Mercado de productos absorbentes para la incontinencia de adultos.

Se trata de productos fabricados a base de celulosa superabsorbente y capa de tela sin tejer, con presentación en varios formatos (en formato compresa rectangular o anatómica o braga anatómica y/o elástica), cuya función es absorber la orina y mantener la piel libre de irritaciones. El mercado podría segmentarse en productos de incontinencia leve y grave debido a la limitada sustituibilidad y diferente precio de los productos de incontinencia grave¹⁰.

(b) Mercado de protectores absorbentes para pacientes encamados.

Pertenece también a la familia de los productos absorbentes y es un producto de un solo uso destinado a pacientes postrados. Consiste en una

⁷ INDAS es licenciataria del producto de esta marca para España.

⁸ INDAS es licenciataria del producto de esta marca para España.

⁹ Informes del TDC en los expedients C10/92 Procter & Gamble, Finaf, Arbora Holding y C29/97 Procter & Gamble Company/Tambrands Inc., y del SDC N-06129 A&A/Negocio Tampax así como las decisiones de la Comisión en los Asuntos M.2097 SCA/Metsä Tissue y M.430 Procter & Gamble/VP Schickdanz.

¹⁰ Éstos, a diferencia de los de incontinencia leve, están además financiados por el Sistema Nacional de Salud.

capa de tejido filtrante que aísla la humedad de la piel, superficie absorbente compuesta de celulosa de elevada compactación y polietileno impermeable y su función es mantener la piel alejada de la humedad.

(c) Mercado de productos tradicionales para el cuidado de heridas. Comprende productos que son utilizados en el contexto de intervenciones quirúrgicas para limpiar heridas, absorber líquidos y proteger heridas frente a agentes externos. Según precedentes comunitarios¹¹, estarían comprendidos productos como el algodón clínico, compresas hidrófilas, apósitos para distintos usos, torundas de algodón o gasas y constituyen un mercado de producto separado del de productos avanzados para el cuidado de heridas.

(d) Mercado de productos avanzados para el cuidado de las heridas¹² (apósitos de espuma de poliuretano estéril y gel cicatrizante) que se utilizan para interactuar y controlar ciertos aspectos del medio físico de la herida¹³.

La Comisión ha considerado en el pasado¹⁴ que este mercado puede subdividirse en productos de cuidado húmedo, productos de cuidado de heridas activos y productos de cuidado de heridas biológicamente activos.

(e) Mercado de pañales infantiles desechables.

Según los precedentes, se descarta la sustituibilidad entre pañales infantiles y productos de incontinencia para adultos debido al tamaño de unos y otros, de tal forma que los pañales infantiles desechables conforman un mercado separado.

(f) Mercados de productos de higiene femenina (PHF): compresas y protectores diarios (salvaslips)

Según los precedentes señalados, aunque desde el punto de vista de la oferta puede existir algún grado de sustituibilidad entre la fabricación de salvaslips y compresas, por la aparente semejanza de tecnología y de materiales empleados, en la práctica es extremadamente limitada debido a los importantes cambios que sería necesario realizar en la maquinaria, que son poco rentables económicamente. Pero es sobre todo desde el punto de vista de la demanda donde se observa su limitada sustituibilidad, dado que los protectores no pueden sustituir a los tampones o compresas como método principal de protección durante la menstruación.

¹¹ Caso M.3816 Apax/Mölnlycke y M.4229 APhL/L&R/Netcare General Healthcare Group

¹² La notificante señala que sus ventas de gasas, apósitos, compresas hidrófilas y algodones totalizan [...] millones de euros en 2006 con una caída de [...] respecto a 2004. [...] de su producción se destina a [...].

Existen numerosos competidores en este mercado, como Cottonificio, Hartmann, Texpol y Ortopedia y Cirugía, S.L. y, en el nivel minorista, las marcas blancas, citando como principales APOSAN y ACOFAR.

¹³ La notificante señala que dentro de éstos se encuentran los apósitos de espuma de poliuretano estéril Indofoam y el gel cicatricante Cicactiv que distribuye INDAS como licenciataria.

¹⁴ Caso M.4229 APhL/L&R/Netcare/General Healthcare Group.

Por ello, en el ámbito de los productos para la higiene femenina, los precedentes de las autoridades españolas¹⁵ y comunitarias¹⁶ consideran que existen **mercados separados para cada producto: compresas y protectores diarios o “salvaslip” así como tampones.**

(g) Mercado de toallitas húmedas.

Las toallitas húmedas cumplen una función limpiadora, hidratante y dermoprotectora y se destinan a varios usos.

(h) Mercado de equipos textiles de cirugía.

Se trata productos no tejidos, generalmente de un solo uso, que se utilizan para proteger el cuerpo del paciente o del equipo médico en el curso de intervenciones quirúrgicas. Comprende las batas quirúrgicas, los equipos de cirugía general que cubren todo el cuerpo del paciente, los equipos de ortopedia, traumatología y urología. En los precedentes comunitarios citados se consideró la posibilidad de subdividir el mercado en función de la parte del cuerpo a cubrir (guantes, gorro, batas) o incluso en función del número de usos, dejándose abierta la definición.

(i) Mercado de colectores de pene, que consisten en una capa de goma suave destinada a ser colocada sobre el pene y que permite almacenar la orina en una bolsa externa mediante un sistema de drenaje. La autoridad de competencia del Reino Unido consideró¹⁷ que los colectores de pene constituyen un mercado de producto independiente de otros productos dirigidos a almacenar la orina evacuada como consecuencia de la incontinencia urinaria.

Teniendo en cuenta la naturaleza de las partes en la operación, el Servicio no estima necesario cerrar ninguno de los mercados relevantes de producto señalados. Tampoco es preciso incidir en una posible segmentación de los mercados señalados en función de los canales de distribución (hospitales y servicios de salud pública, almacenes farmacéuticos mayoristas, superficies de venta minorista), suscitada en diversos precedentes. Considerando que la adquirida produce determinados productos para distribuidores de marca blanca, tampoco se estima necesario incidir en una posible separación de mercados de ámbito mayorista y minorista¹⁸ suscitada en algunos precedentes. En ninguno de ellos se vería alterado el análisis de la operación.

La notificante señala que la empresa adquirida obtiene cuotas de mercado superiores al 10% solamente en productos absorbentes para incontinencia y protectores absorbentes.

V. 2. Mercados geográfico

¹⁵ C-29/97 PROCTER & GAMBLE COMPANY / TAMBRANDS INC. (TDC).

¹⁶ M.430 PROCTER & GAMBLE / VP SHICKEDANZ (II).

¹⁷ Coloplast/AS-SSL Internacional Plc.

¹⁸ La Comisión consideró en el caso M.2097 SCA/Metsä Tissue la posibilidad de separar mercados mayoristas y minoristas ante la presencia de fabricación de productos de consumo doméstico de marca blanca, aunque no estimó necesaria tal separación en los productos de uso no doméstico.

La notificante señala que hay 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 femenina e infantil, extensión de la marca a otros países, lenguaje de los envases y coste de transporte limitado.

Sin embargo, varios precedentes nacionales y comunitarios citados establecieron que la mayoría de los mercados de producto señalados son de ámbito geográfico nacional, sobre la base de un análisis de precios, niveles de concentración, preferencias de los consumidores, canales de distribución y publicidad.

En el último precedente¹⁹ relativo a los mercados de productos de higiene femenina (compresas, tampones y salvaslips), el Servicio consideró que de momento siguen prevaleciendo los argumentos a favor de una definición nacional del mercado geográfico.

A efectos de la presente operación se estima que la definición de mercado relevante geográfico puede quedar abierta. En todo caso se analizarán los efectos de la operación en el mercado español.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1 Estructura de la oferta

La notificante proporciona los datos de mercado relativos a los productos en los que GRUPO INDAS obtiene cuotas superiores al 10% en el mercado español, que son los siguientes:

Mercado de absorbentes para la incontinencia de adultos

Según estimaciones de la notificante, este mercado, en el que GRUPO INDAS realiza la parte más importante de su negocio, representa en el ejercicio 2006 unos 347 millones de euros de ventas. Las cuotas de mercado de los principales operadores son las siguientes:

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ABSORBENTES PARA LA INCONTINENCIA DE ADULTOS			
OPERADORES	2004	2005	2006
GRUPO INDAS	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
ARBORA & AUSONIA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SCA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
HARTMANN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ONTEX y otras MDD	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[0-10]	[0-10]	[0-10]

Fuente: Notificación con base en estimaciones propias de INDAS

¹⁹ N-06129 A&A/Negocio Tampax

GRUPO INDAS es el líder del mercado de productos absorbentes para la incontinencia de adultos, en el que obtiene en el ejercicio 2006 una cuota de un [30-40]%. El mercado se caracteriza por la presencia de otros competidores importantes, como Arbora & Ausonia²⁰, SCA²¹ y Hartmann²² (segundo operador en Alemania y Francia), cuyas cuotas en España ascienden a un [20-30]%, [20-30]% y [0-10]%, respectivamente. Existe, además, una incipiente presencia de la marca blanca o de distribuidor (MDD).

Señala la notificante que se trata de un mercado en crecimiento debido a la prolongación de la esperanza de vida y el desarrollo de productos específicos [...].

Mercado de protectores absorbentes

Este mercado, cuyo volumen de negocio es muy inferior al anterior (24 millones de euros según estimaciones de la notificante), está registrando incrementos anuales en torno al [...]%. Los operadores tradicionales pierden cuota en beneficio de nuevos entrantes debido a las ventas crecientes en supermercados y tiendas.

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE PROTECTORES ABSORBENTES			
OPERADORES	2004	2005	2006
GRUPO INDAS	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%
ARBORA & AUSONIA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
SCA	[0-10]%	[10-20]%	[10-20]%
HARTMANN	7,7%	12,2%	11,0%
Sendal	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Id Medica	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Inbrand	[0-10]%	0,0%	0,0%
MDD	0,0%	[0-10]%	[0-10]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

Fuente: notificación

En este mercado, GRUPO INDAS es líder indiscutible con una cuota del [50-60]% en el ejercicio 2006, seguido de Arbora & Ausonia ([10-20]%). En todo caso ambos registran en los últimos tres años una pérdida de cuota de [0-10] y

²⁰ Sociedad controlada conjuntamente por Agrolimen y Procter&Gamble que fabrica y distribuye productos de higiene personal bajo varias marcas (compresas, tampones, salvaslips, pañales infantiles, toallitas húmedas) y productos para la incontinencia urinaria marca LINDOR.

²¹ SCA Higiene Productos A.B. es una multinacional de origen sueco presente en más de 90 países dedicada a la fabricación y venta de productos de cuidado personal (incontinencia, higiene femenina e infantil), tisú, cartoncillo y derivados de la madera y la celulosa. Lidera el mercado mundial y europeo de productos de incontinencia que comercializa bajo la marca TENA.

²² Paul Hartmann AG es una compañía multinacional de origen alemán presente en 35 países que cuenta con una filial en España especializada en la elaboración de apósitos, vendas y productos de incontinencia, comercializando estos últimos bajo las marcas Molicare, Molimed y Fixies.

[0-10] puntos porcentuales respectivamente, en beneficio principalmente de SCA y otros competidores.

Se espera un crecimiento del uso doméstico de este producto que tradicionalmente se empleaba en hospitales o residencias geriátricas.

VI.2 Estructura de la demanda

La demanda proviene principalmente de almacenes distribuidores mayoristas de productos farmacéuticos (cooperativas y sociedades de capital privado), que suministran a su vez al canal de venta minorista de farmacias así como directamente de los servicios de salud pública que se aprovisionan mediante concursos y hospitales privados. Ambos grupos de clientes ejercen, según la notificante, un importante poder de compra. También el tercer grupo de clientes, las grandes superficies de venta, como El Corte Inglés, Carrefour, etc., ejercen un importante poder de negociación.

Según la notificante, GRUPO INDAS, en particular, realiza un [...] % de sus ventas a almacenes farmacéuticos mayoristas [()], un [...] % a hospitales y un [...] % a superficies de venta tradicionales.

VI.3 Fijación de precios y estructura de la distribución

La notificante señala que los mercados en los que está presente se caracterizan por una intensa presión en precios derivada, de un lado, del sistema de aprovisionamiento de los hospitales de la sanidad pública (mediante concursos públicos en los que el precio es un factor esencial), de la intensa competencia existente en el canal de venta de farmacias (cuyas ventas se realizan principalmente a través de los almacenes distribuidores mayoristas) y, finalmente, de la intensa competencia que ejercen los competidores por hacerse un hueco en la distribución tradicional. Asimismo señala la incipiente competencia en precios de las marcas blancas tanto en productos de incontinencia como en protectores.

La distribución se realiza directamente por el fabricante/distribuidor a través de sus propios medios, mostrando las ventas al canal de distribución tradicional (supermercados, tiendas de descuento, etc.) un importante dinamismo.

VI.4 Barreras a la entrada y competencia potencial

Según la notificante, los productos fabricados por GRUPO INDAS, en su mayoría bajo la calificación de productos sanitarios²³ (compresas tocológicas, apósitos, batas quirúrgicas y absorbentes para incontinencia), requieren una previa evaluación de su conformidad, que se limita a una mera autoevaluación. 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.

²³ Regulados por el Real Decreto 414/1996, de 1 de marzo, de Productos Sanitarios.

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, sin que ello le impida presentarse a los concursos convocados por los servicios públicos de salud.

La competencia potencial proviene principalmente de la marca blanca en los productos de higiene personal que, según la notificante, se ha extendido a los de incontinencia, principalmente al grupo de incontinencia leve. Sus principales exponentes en el mercado español son SCA y ONTEX así como Texpol en productos tradicionales para el cuidado de heridas y existen otros potenciales entrantes (se cita a [...], [...], entre otros).

También en el mercado de protectores se considera la marca blanca como un competidor potencial, especialmente dado su creciente uso doméstico.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de LABORATORIOS INDAS, S.A. y sus sociedades filiales por parte de TASK MORAZA, S.L., filial de VISTA DESARROLLO, S.A. Sociedad de Capital Riesgo, perteneciente al Grupo Santander.

GRUPO INDAS se dedica a la fabricación y venta de productos sanitarios, cosméticos y para el cuidado personal y está presente principalmente en los mercados de productos absorbentes para incontinencia, y protectores absorbentes.

Así, VISTA DESARROLLO, que hasta ahora no estaba presente en los citados mercados, asume la posición de INDAS en los mismos, sin que se produzca adición alguna de cuotas: [30-40]% en el mercado de absorbentes para incontinencia y [50-60]% en el de protectores absorbentes. Existe un elevado número de competidores en estos mercados, siendo los más significativos Arbor&Ausonia, SCA y Hartmann.

La demanda proviene principalmente de almacenes distribuidores mayoristas de productos farmacéuticos, servicios de salud pública y grandes superficies de venta que, según la notificante disponen de un importante poder de negociación.

La notificante señala los mercados en los que está presente la adquirida se caracterizan por una intensa presión en precios y la inexistencia de barreras a la entrada infranqueables para un nuevo entrante.

En consecuencia, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados considerados.

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.