



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-301 S.C. JOHNSON / BAYER

Con fecha 18 de noviembre de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa S.C. JOHNSON & SON INC (en adelante "S. C. JOHNSON") de los activos dedicados al negocio mundial de productos para el control de insectos de uso doméstico propiedad de BAYER AG (en adelante "BAYER").

Dicha notificación ha sido realizada por S. C. JOHNSON 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".

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.

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".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) es el **18 de diciembre de 2002**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en el proyecto de adquisición por parte de S.C. JOHNSON de la rama de negocio denominada "Negocio Flora" que BAYER realiza a nivel mundial, dedicada a la producción y comercialización de productos para el control de insectos de uso doméstico, repelentes corporales para insectos, ambientadores y productos de limpieza para el hogar.

La operación se proyecta en el contexto de un Acuerdo-marco a suscribir por las Partes, cuya fecha límite de cierre está fijada en el 31 de diciembre de 2002. Los activos objeto de transmisión incluyen principalmente: [...]¹

La operación se materializará mediante la firma de acuerdos locales entre las filiales de las Partes en cada país.

En España el acuerdo de compraventa de activos se llevará a cabo por las filiales, Johnson's Wax Española, S.A. y Química Farmacéutica Bayer, S.A. El Negocio español objeto de transmisión [...], estando constituido principalmente por las licencias de marca y comercialización de los productos de las gamas Baygon y Autan.

La empresas partícipes han condicionado la eficacia de la operación a su aprobación por las Autoridades de Competencia de Alemania, Francia, Grecia, Portugal, Reino Unido, y España y por otras Autoridades de otros países no comunitarios.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

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.

II.1. Cláusula de no competencia

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia, por la que el vendedor se compromete a no ejercer actividades que constituyan competencia con el Negocio Adquirido, entendiendo como tales las de licenciar, fabricar, comercializar, distribuir o vender insecticidas para uso doméstico, productos de limpieza para el hogar y ambientadores, durante [un período no superior a treinta y seis meses].

II.1.1. Valoración

El TDC en su informe de 2 de marzo de 1993 consideró que la existencia de determinados pactos de no competencia es consustancial a los negocios jurídicos de adquisición de establecimientos mercantiles, por lo que no es posible separar el tratamiento de dichos pactos del que se otorga a las operaciones de concentración entre empresas, si bien tales pactos no deben contener más restricciones que las objetivamente necesarias para la transferencia plena del establecimiento mercantil, ni realizarse en perjuicio de terceros.

En cuanto a la duración aceptable de la prohibición de competencia, el TDC en su informe de 25 de marzo de 1998 estima que no existe una norma absoluta y suele depender del producto afectado y de las circunstancias de cada caso. En general, se han venido asumiendo los criterios explicitados por la Comisión Europea sobre este asunto.

¹ Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.

En este sentido, la Comisión Europea adoptó el 4 de julio de 2001 una nueva Comunicación² que establece que la duración justificable de las cláusulas de no competencia es generalmente de tres años cuando implican la protección de “*know-how*”, mientras que en caso de aportación únicamente de fondo de comercio, este periodo se ve reducido a dos años.

Teniendo en cuenta que en el presente caso su duración y contenido no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, este Servicio estima que no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989 y en el Real Decreto 157/1992 que la desarrolla, considerándose, por tanto, el pacto de no competencia como parte integrante de la operación.

II.2. Acuerdo de Suministro

Las Partes han acordado la firma de un contrato de Suministros cuya cláusula número 2.2 establece que durante [un período no superior a cuatro años] S.C. JOHNSON se compromete a comprar a BAYER el [...] % de sus necesidades de compuestos activos para todos los productos Flora adquiridos. Dicha obligación no afecta al suministro de componentes para los demás productos que S. C. JOHNSON comercializa con sus propias marcas.

II.2.1. Valoración

En relación con los acuerdos de suministro, la Comisión en la mencionada Comunicación de 4 de julio de 2001 sobre restricciones relacionadas con las operaciones de concentración, ha establecido que, excepto en circunstancias excepcionales, la exclusividad no es necesaria para la realización de la concentración, siendo preciso justificar con especial esmero las obligaciones que benefician al proveedor de un producto.

Respecto a la duración de estos acuerdos, la misma Comunicación considera que las obligaciones de compra y suministro de productos industriales complejos se justifica, por lo general, durante un período transitorio de tres años.

En la presente operación, los notificantes han fundamentado la necesidad del acuerdo en los motivos siguientes: [...]

Teniendo en cuenta lo anterior, cabe considerar que, en este caso, es necesario mantener durante un período transitorio determinados vínculos comerciales para hacer posible el desmembramiento de la unidad económica y el traspaso parcial de los activos al comprador.

Puesto que, además, el vendedor conservará las cargas registrales de los componentes activos de los productos transferidos, las obligaciones de compra por S.C. JOHNSON de dichos componentes, que garanticen la continuidad de las ventas a BAYER durante un período transitorio, se consideran justificadas y directamente relacionadas con la operación.

² Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03)



Respecto al plazo de dicha obligación de compra, el carácter global del contrato de suministro y la centralización de las ventas mundiales de ingredientes activos, justifica la necesidad de un plazo que permita a S.C. JOHNSON adquirir los registros de los productos a nivel mundial, siempre que dicho plazo no exceda el período de [no superior a cuatro años] necesario para ello.

Por todo ello, dicha restricción se considera parte integrante de la operación, estimando este Servicio que no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989 y en el Real Decreto 157/1992, que la desarrolla.

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

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CEE) nº 1310/97, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

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

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. Adquirente: S.C. JOHNSON & SON, INC (“J.C. JOHNSON”)

Sociedad familiar con sede en EE UU cuya propiedad se reparte entre diversos accionistas particulares. Es la matriz última de un grupo de empresas activas a nivel mundial en la fabricación y venta de una amplia gama de productos de uso doméstico, principalmente productos para la limpieza, almacenamiento y conservación de alimentos, insecticidas y productos para higiene personal.

En el mercado mundial de control de insectos el grupo alcanza el [...] de las ventas, con sus marcas comerciales RAID Y OFF, entre otras. S.C. JOHNSON controla filiales en más de setenta países y posee en Wisconsin un importante centro de investigación entomológica.

En España la Adquirente está presente únicamente con la venta de sus productos, que comercializa a través de su filial Johnson’s Wax Española, S.L., aunque ostenta también una participación indirecta en [...].

La facturación de S.C. JOHNSON en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, fue la siguiente:

Volumen de ventas de J. C. JOHNSON (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	[...]	[...]	[...]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

IV.2 Vendedora: BAYER AG

Sociedad con sede en Alemania, matriz del grupo multinacional BAYER, cuyas acciones, que cotizan en la bolsa de Nueva York, son propiedad en el 94% de accionistas particulares. Cuenta con mas de 35 compañías en todo el mundo y divide su actividad en las áreas de:

-Salud: comprende las divisiones de productos farmacéuticos, productos biológicos, *consumer care*, productos para el diagnóstico y productos sanitarios para animales.

-Agricultura: incluye productos de protección de cultivos, y medioambientales

-Polímeros: abarca la producción de plásticos, caucho, poliuretanos, materias primas para pinturas, pigmentos y campos especiales.

-Química: dedicada a productos químicos especiales.

El Negocio Flora objeto de la operación forma parte de la división de negocio de *consumer care* de BAYER y está integrado por el desarrollo, producción, comercialización, distribución y venta de insecticidas para uso doméstico (que se comercializan bajo la marca Baygon y otras), repelentes corporales para insectos (bajo la marca Aután), productos para la limpieza del hogar (Bayclin) y ambientadores domésticos (Bayfresh). Las marcas Bayclin y Bayfresh no se comercializan actualmente en la Unión Europea.

En España el negocio adquirido únicamente está presente en la venta de repelentes corporales de insectos e insecticidas para uso doméstico.

La facturación del Negocio Adquirido conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas del Negocio Adquirido (BAYER) (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	[...]	[...]	[...]
Unión Europea	[...]	[...]	[...]
España	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El sector afectado por la operación es el de fabricación y venta de productos para el control de insectos de uso doméstico. Dentro de esta definición se incluyen los repelentes corporales para insectos y los insecticidas domésticos, que constituyen dos grupos de productos diferentes:

a) Los repelentes corporales son los que se aplican directamente sobre la piel y protegen contra las picaduras de insectos. Se comercializan en varias presentaciones, en forma de loción, crema, barra, líquido, aerosol, espuma, etc. Tanto S.C. JOHNSON como BAYER venden en España estos productos [...].

b) Los insecticidas de uso doméstico son los utilizados en el interior de las casas y sus dependencias inmediatas (terrazas, etc.) y son productos distintos de los que se utilizan en plantas y jardinería. Dependiendo de su uso se distinguen tres tipos de estos productos:

- Los insecticidas para insectos rastreros, o CIKs (Crawling Insect Killers): son los que se aplican a cucarachas hormigas y arañas, principalmente. Ambas empresas partícipes venden en España este tipo de insecticidas.
- Los insecticidas para insectos voladores, o FIKs (Flying Insects Killers): los matamoscas, mosquitos, etc. La presencia de BAYER en el mercado español de estos insecticidas es prácticamente inexistente.
- Los productos antipolillas: son insecticidas específicos para la protección de tejidos. El Negocio Adquirido en España no comercializa este tipo de productos.

Todos estos insecticidas se comercializan en varias presentaciones, tales como aerosoles, sprays, sistemas eléctricos de pastillas, cebos y difusores líquidos. Siguiendo los criterios de la Comisión en relación con los insecticidas para uso industrial en el Caso Hoechst/Rhone Poulenc³, estos tres tipos de insecticidas constituyen mercados separados de productos que no son

³ Caso Nº IV/M.1378

sustituibles entre sí, ya que además de sus diferencias de componentes activos, tienen usos distintos, en función del tipo de insecto al que se aplica.

A la vista de lo expuesto y, teniendo en cuenta la actividad desarrollada por las Partes en el mercado español, se examinarán los siguientes mercados separados de producto, en el marco de la fabricación y venta de productos para el control de insectos de uso doméstico:

- Repelentes corporales para insectos
- Insecticidas para insectos rastreros (CIKs)
- Insecticidas para insectos voladores (FIKs)

V. 2. Mercado geográfico

La Comisión Europea, en el caso antes citado relativo a los insecticidas para uso industrial, ha considerado que debido a las especificidades de estos productos en cada país, el mercado geográfico relevante es el nacional. En el caso presente, los productos para el control de insectos de uso doméstico están igualmente sujetos a diferencias nacionales de normativa, precio y preferencias de los consumidores, por lo que la dimensión geográfica de los mercados afectados es de ámbito nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

Los productos para el control de insectos de uso doméstico configuran un sector emergente en proceso de expansión. Los mercados de insecticidas de uso doméstico han crecido a un ritmo constante en los últimos años y se estima que su uso se sitúa en muchos mercados por debajo del 50% de su capacidad. El mercado de los repelentes es el de menor tamaño y el más inmaduro del sector, al tratarse de un producto infrautilizado con gran potencial de crecimiento.

El grado de fidelidad a la marca por los consumidores finales de estos productos es pequeño. Las marcas blancas han experimentado un significativo crecimiento en el sector. En España la cuota de estas marcas en los mercados de los CIKs y FIKs se ha incrementado en los últimos tres años en torno al 34% y 39% respectivamente. Paralelamente, la mayoría de los operadores importantes ha visto reducida su cuota en estos mercados. Se estima que la presencia de las marcas blancas será cada vez mayor en este sector y continuará creciendo.

Ni S.C.JOHNSON ni BAYER fabrican productos para el control de insectos de uso doméstico para ningún operador de marcas blancas. En el cuadro siguiente se recoge la información facilitada por las Partes respecto a los distribuidores que comercializan marcas blancas, el nombre de las mismas y las empresas que fabrican estos productos: [...]

VI.2.- Estructura de la oferta

Los proveedores del sector son los fabricantes de los componentes activos necesarios para la producción de los insecticidas y repelentes. Estos ingredientes activos suponen entre el 10 y el 20% del coste total de los productos para control de insectos y su abastecimiento es accesible a cualquier fabricante de insecticidas.

Los operadores de este mercado ascendente son principalmente empresas multinacionales del sector químico que actúan a nivel mundial. La mayoría de estos fabricantes de ingredientes activos no compite en el mercado de los repelentes e insecticidas de uso doméstico. BAYER es uno de los pocos operadores integrados, que ha desarrollado un gran número de ingredientes activos para uso agrícola y doméstico. S.C. JOHNSON no produce ninguno de estos ingredientes activos, que compra a diversos proveedores.

Tanto en el mercado español de repelentes como de insecticidas domésticos existe un grado apreciable de fragmentación en la oferta, con un número considerable de pequeños operadores locales y fabricantes de marcas blancas que compiten con los grandes operadores de ámbito mundial.

En los cuadros siguientes se detallan las cuotas estimadas por volumen de negocio de las empresas partícipes y sus principales competidores en cada uno de los mercados afectados durante los tres últimos ejercicios.

MERCADO ESPAÑOL INSECTICIDAS PARA INSECTOS RASTREROS (CIKs)			
(Cuotas en %)			
Empresa	1999	2000	2001
FLORA	[15-20]	[15-20]	[15-20]
SC JOHNSON	[15-20]	[15-20]	[15-20]
CUOTA CONJUNTA (FLORA+SC JOHNSON)	[30-35]	[30-35]	[30-35]
SARA LEE	[35-40]	[35-40]	[30-35]
ZELNOVA	[5-10]	[5-10]	[5-10]
RECKITT-BENCKISER	[0-5]	[0-5]	[0-5]
MARCAS BLANCAS	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Competidores menores	[15-20]	[15-20]	[15-20]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Datos de Nielsen aportados por el Notificante.

MERCADO ESPAÑOL INSECTICIDAS PARA INSECTOS VOLADORES (FIKs) (Cuotas en %)			
Empresa	1999	2000	2001
FLORA	[0-5]	[0-5]	[0-5]
SC JOHNSON	[10-15]	[10-15]	[10-15]
CUOTA CONJUNTA (FLORA+SC JOHNSON)	[10-15]	[10-15]	[10-15]
SARA LEE	[25-30]	[25-30]	[20-25]
ZELNOVA	[20-25]	[20-25]	[20-25]
RECKITT-BENCKISER	[10-15]	[10-15]	[10-15]
MARCAS BLANCAS	[10-15]	[10-15]	[15-20]
Competidores menores	[10-15]	[5-10]	[5-10]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Datos de Nielsen aportados por el Notificante

MERCADO ESPAÑOL DE REPELENTE CORPORALES (Cuotas en %)			
Empresa	1999	2000	2001
FLORA	[30-35]	[30-35]	[30-35]
SC JOHNSON	[5-10]	[5-10]	[0-5]
CUOTA CONJUNTA (FLORA+SC JOHNSON)	[35-40]	[40-45]	[35-40]
CHEFARO	[15-20]	[15-20]	[15-20]
CUSI	[10-15]	[10-15]	[10-15]
OTC Ibérica	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Laboratorios CINFA	[5-10]	[5-10]	[5-10]
WASSERMAN	[0-5]	[0-5]	[0-5]
DIAFARM	[0-5]	[0-5]	[0-5]
MARCAS BLANCAS	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Competidores menores	[10-15]	[10-15]	[10-15]
TOTAL	100	1001	100

Fuente: Datos de Nielsen aportados por el Notificante.

Los principales competidores de las Partes en el mercado Español son:

-SARA LEE/ D.E. ESPAÑA, S.A.: Filial española de Sara Lee Corporation, empresa estadounidense que comercializa sus productos en más de 180 países y está presente en 58 de ellos. Centra su actividad en tres sectores principales: alimentos y bebidas (con marcas Marcilla y Bimbo, entre otras), ropa interior (Playtex, Wonderbra y Dim) y productos de uso doméstico (Kiwi, Sanex y Ambi Pur). Su presencia en el sector de productos para control de insectos de uso doméstico es muy importante a nivel mundial, con gran actividad expansiva que le ha llevado a lanzar en el último año un CIK en Portugal, varios FIKs en Grecia y Austria y dos productos repelentes en Francia.

En España comercializa estos productos a través de su división Cruz Verde-Legrain, con las marcas punteras Bloom, Cucal y Polil.

-RECKITT BENCKISER: Es una empresa multinacional con presencia en mas de 60 países y más de 50 centros de producción en todo el mundo. Tiene una filial española que opera en los mercados español, portugués e israelí. Produce y comercializa productos farmacéuticos,

productos para la salud, para el cuidado personal, conservación de alimentos y de uso doméstico. Es la primera empresa en ventas de productos para la limpieza del hogar (detergentes domésticos para ropa y lavavajillas, productos para la limpieza de madera, metales, cerámica, etc.) Sus principales marcas son Lysol, Easy-Off, Vanish, Air Fresh, Air Wick, Mop & Glo, Woolite, Electrasol y Calgonit.

Reckitt Benckiser es el tercer operador a nivel mundial de pesticidas, con una ventas que alcanzan casi los 500 millones de dólares en este sector. Los productos para el control de los insectos que comercializa en España son Fogo electric, Airwick y Wizard.

-ZELNOVA: Sociedad española cuya actividad principal es la fabricación y comercialización de productos de limpieza de uso doméstico e industrial, así como productos de higiene personal. Zelnova está participada 100% por Zeltia, grupo de empresas que se dedica a la investigación y a la fabricación de productos químicos y farmacéuticos y que ocupa el tercer lugar entre las empresas biotecnológicas en Europa.

En el mercado de repelentes e insecticidas de uso doméstico opera con los siguientes productos: Sistema Kill-Paff (aparato vaporizador eléctrico susceptible de ser utilizado con varios recambios, líder en el mercado español tanto de ambientadores como de insecticidas); Casa Jardín Aerosol (primera marca de insecticidas multiuso); ZZ Paff Aerosol (tercera marca del mercado de insecticidas para insectos voladores); Cuca Paff; Ebogon y Bio Kill (insecticidas en aerosol y líquidos contra insectos rastreros).

Además de los productos enumerados, esta empresa también fabrica insecticidas para varios grandes almacenes, que éstos comercializan bajo sus propias marcas, como Caprabo.

-CHERFARO: Grupo de empresas adquirido a finales de 2000 por Omega Pharma. Tiene su propia red de ventas en Holanda, Francia, Alemania, España, Reino Unido y Bélgica.

Chefaro posee y comercializa un gran número de importantes marcas europeas tales como Predictor, Davitamon, Ibutop, Septivon y Azarón. En España comercializa productos repelentes de insectos bajo la marca Relec.

-INDUSTRIAS MARCA S.A.: Empresa catalana que, desde sus orígenes, se dedicó a la química aplicada para el hogar, en particular, al sector de los tintes textiles para uso doméstico, a los insecticidas y a los antipolillas y ha ido incrementando su presencia en otros sectores de productos domésticos de limpieza e higiene personal, que comercializa con las marcas Norit, Iberia, Gior, Alex y Yak.

Industrias Marca comercializa productos antipolillas y otros insecticidas bajo la marca Orión.

VI.3.- Estructura de la demanda.

Los principales demandantes del sector son las grandes cadenas de supermercados, los distribuidores mayoristas, cooperativas y mayoristas farmacéuticos. El [...] de las ventas de S.C.

JOHNSON son para los grandes supermercados y cadenas minoristas y el [...] para los distribuidores mayoristas.

La demanda de los productos para control de insectos de uso doméstico tiene carácter estacional, ya que sus ventas vienen determinadas por factores climatológicos. Los pedidos principales de los grandes clientes se negocian en épocas de mayor demanda, incluyendo generalmente condiciones de devolución al proveedor de los productos no vendidos en el año anterior.

VI.4.- Distribución. Precios y otras condiciones comerciales.

La comercialización de repelentes e insecticidas de uso doméstico no requiere redes especiales de distribución. La Adquirente vende su producción a través de sus filiales locales. BAYER no posee redes de distribución propias, utilizando los servicios de un distribuidor independiente.

Los precios de los estos productos en el mercado español oscilan en torno a una diferencia del [...] entre los distintos competidores, en función de diversos factores, como la calidad de los ingredientes activos utilizados, los formatos de presentación del producto y otros. Las marcas blancas se comercializan en España entre un [...] y un [...] más baratas que otras marcas de productos similares.

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

Las fabricación y comercialización de repelentes e insecticidas de uso doméstico está sujeta a determinados requisitos técnico-sanitarios que han de cumplir los plaguicidas, así como la homologación y registro oficial de las sustancias y preparados, instalaciones de fabricación y almacenamiento.

El acceso a las materias primas de estos productos no constituye obstáculo para los operadores. Aunque para fabricar los componentes activos es necesario registrar su fórmula, pueden utilizarse sustancias y preparados ya registrados por terceros.

De acuerdo con la notificación, las economías de escala tampoco son obstáculo a la entrada de nuevos operadores en la medida que éstos pueden contratar la producción a terceros fabricantes. Los costes de primera implantación no requieren inversiones tan elevadas que puedan desincentivar a los operadores potenciales. Tampoco los costes de transporte de estos productos son especialmente elevados, ni se precisan inversiones elevadas en I+D para operar en estos mercados.

VII.- VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VII.1.- Posición en el mercado

La operación notificada, consistente en la compra por por S.C. JOHNSON del negocio mundial de BAYER A G de productos para el control de insectos de uso doméstico, supondrá para

la Adquirente un incremento de su participación en los mercados españoles, con particular significación en dos de estos mercados: los de insectos rastreros y repelentes corporales.

En el mercado de insectos rastreros (CIKs) JOHNSON duplicará su cuota, pasando del [15-20%] al [30-35%], mientras que en el de repelentes corporales, en el que la Adquirente tenía una presencia poco relevante y se sitúa como líder en España, con una cuota resultante del [35-40%].

Desde un análisis vertical de los mercados, la operación supondrá una menor integración de BAYER, operador presente en el mercado ascendente de ingredientes activos que dejará de producir en todo el mundo repelentes e insecticidas de uso doméstico.

VII.2.- Competencia actual – Competencia potencial – barreras a la entrada

Existe en los mercados afectados un número suficiente de operadores importantes con cuotas comparables o incluso superiores a la combinada de las partes. El nivel de competencia efectiva en el sector es elevado, operando en España grandes empresas nacionales y multinacionales que coexisten con diversos operadores locales menores y fabricantes de marcas blancas, cuya presencia en estos mercados se prevé que continúe en aumento en detrimento de los grandes operadores.

La competencia potencial está favorecida por la tendencia expansiva del sector y, especialmente en el caso de los repelentes, por el carácter inmaduro del mercado.

Los requisitos administrativo de registro y homologación de los productos, necesarios para operar en el sector no constituyen una barrera de entrada especialmente importante. No existen en estos mercado otras barreras de entrada significativas.

VII.3- Poder compensatorio de la Demanda

El poder de compra de los principales clientes del sector, las cadenas de supermercados, es elevado, contrarrestando la posición negociadora de los oferentes.

VII.3.- Conclusiones

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación pueda obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado.

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 autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.