



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-305 BUSINESS CREATION / LG PHILIPS DISPLAYS

Con fecha 2 de diciembre de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la sociedad holandesa BUSINESS CREATION INDUSTRIES B.V. del 90% de las dos sociedades españolas LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A. y LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A..

Dicha notificación ha sido realizada por BUSINESS CREATION INDUSTRIES B.V. 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".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **2 de enero de 2003**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

En virtud de un contrato de compraventa celebrado entre la sociedad compradora BUSINESS CREATION INDUSTRIES B.V. y la sociedad vendedora LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V. en fecha 25 de noviembre de 2002, la sociedad compradora adquirirá de la sociedad vendedora el 90% del capital social de la sociedad LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A. y el 90% del capital social de la sociedad LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A.

Respecto del 10% restante de las acciones de las empresas que queda en poder del vendedor, la compradora dispondrá de una opción de compra para adquirirlo que podrá ejercitarse antes del 31 de diciembre de 2004.

El notificante indica que la operación no ha sido notificada a ningún otro país.



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 la vendedora se abstendrá de entrar o dedicarse, sea directa o indirectamente, a cualquier empresa o actividad que compita con el negocio vendido en el mercado europeo, incluida Turquía, durante un periodo de cuatro años.

Sin embargo, dicha cláusula establece la posibilidad de que la sociedad vendedora pueda vender los tubos CRT de 14 pulgadas a clientes situados en la UE, incluyendo Turquía, con la previa aprobación de las sociedades adquiridas.

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.

En este sentido, la Comisión Europea adoptó el 4 de julio de 2001 una nueva Comunicación¹ 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.

La notificante ha indicado que el periodo de tres años no es suficiente para conseguir la protección de la totalidad del negocio adquirido debido a la necesidad de protección del comprador con respecto a los bienes transmitidos, relacionados con la captación de clientes y la utilización del *know how* comercial adquirido.

No obstante, el Servicio de Defensa de la Competencia considera que el periodo inicialmente planteado por la notificante excede del plazo considerado habitualmente como razonable para la protección del comprador por el negocio adquirido y va más allá de lo que exige la operación de concentración notificada, por lo que este SDC considera que el pacto de no

¹ Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03)



competencia no forma parte de la operación de concentración y estaría, en su caso, sujeto a la normativa nacional o comunitaria relativa a acuerdos entre empresas.

II.2. Contrato de Licencia de Tecnología

En virtud de dicho contrato, una sociedad del grupo vendedor, la sociedad LG PHILIPS DISPLAYS HOLDING B.V. se compromete a vender a las sociedades LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A. y LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A. la tecnología necesaria para poder fabricar los tubos catódicos de catorce pulgadas. Dicha licencia es no exclusiva e intransferible. Dicha licencia se concede a cambio de una remuneración y estará en vigor hasta que las sociedades antes mencionadas dejen de fabricar los tubos catódicos de catorce pulgadas.

En este sentido, la Comisión Europea en su nueva Comunicación considera justificada la concesión de licencia de derechos de propiedad industrial, comercial o de “know-how” al adquirente para asegurar la explotación completa de los activos transferidos. Tales licencias pueden ser concedidas sin limitación temporal, pudiendo ser exclusivas, y limitarse a los ámbitos de uso relativos a la actividad transferida.

Teniendo en cuenta que en el presente caso se cumplen estas condiciones y que su 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.3. Contrato de suministro de componentes

En virtud de dicho contrato una sociedad del grupo vendedor, la sociedad LG PHILIPS DISPLAYS NETHERLANDS B.V. se compromete a vender a las sociedades LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A. y LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A. determinados componentes que son necesarios para la fabricación de los tubos catódicos de catorce pulgadas. El plazo de duración del contrato es hasta el 31 de diciembre de 2005.

La Comisión también considera justificada la existencia de las cláusulas de suministro, siempre que sea durante un periodo transitorio, con la finalidad de garantizar a cualquiera de las partes la continuidad del suministro de productos necesarios para la realización de las actividades adquiridas.

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.4. Cláusula de confidencialidad

La cláusula 8.9. del Contrato establece también que la vendedora y la compradora y sus respectivas empresas asociadas mantendrán en secreto y se abstendrán de divulgar a terceros i) cualquier información confidencial acerca de la otra y sus operaciones que hayan adquirido o recibido en relación con la ejecución del presente contrato y ii) el contenido del presente contrato. Las partes consideran que un plazo de duración de cuatro años es necesario para poder proteger los secretos comerciales que cada una de las partes ha revelado a la otra para poder llegar a celebrar el contrato de compraventa, secretos comerciales de gran valor para cada una de ellas.

Las cláusulas de confidencialidad han de evaluarse de la misma forma que las de inhibición de la competencia, siempre que su efecto restrictivo no sea superior al de éstas.

El Servicio de Defensa de la Competencia considera en este caso que el periodo inicialmente planteado por la notificante excede del plazo considerado habitualmente como razonable y va más allá de lo que exige la operación de concentración notificada, por lo que no se considera como parte de la operación de concentración.

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 (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 PARTICIPES

IV.1. Adquirente: “BUSINESS CREATION INDUSTRIES B.V. ” (BUSINESS CREATION)

Es una sociedad de reciente creación que se dedica a desarrollar, potenciar y/o estructurar el negocio de sociedades y/u otro tipo de entidades que por motivos comerciales o de gestión se encuentran en una situación financiera delicada. Dicha actividad la lleva a cabo principalmente mediante la compra de la totalidad de dichas empresas o mediante la toma de participaciones significativas en el capital social de las mismas.

BUSINESS CREATION INDUSTRIES B.V. es una filial al 100% de la sociedad de nacionalidad holandesa BUCE INDUSTRIES B.V.². A su vez, esta sociedad está participada al 100% por BUSINESS CREATION HOLDING B.V., la sociedad holding de todo el grupo BUSINESS CREATION.

² Sociedad que próximamente se pasará a denominar Business Creation Capital B.V.



BUSINESS CREATION tiene una sola filial en España CANTAREY REINOSA, S.A. que se dedica a la fabricación de generadores y motores eléctricos para los sectores eólico, de tracción e industrial.

La facturación del Grupo BUSINESS CREATION en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de BUSINESS CREATION (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	3.322,2	3.817,9	5.166,8
Unión Europea	3.222,2	3.617,9	5.006,8
España	0,1	0,3	0,4

Fuente: Notificación

IV.2 Adquiridas: “LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN” y “LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A.

Ambas sociedades españolas están participadas al 100% por la sociedad LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V. que a su vez está participada por LG PHILIPS DISPLAYS HOLDING B.V.

LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V. es una empresa conjunta entre la empresa coreana LGE y PHILIPS, resultado de la operación autorizada por la Comisión Europea el 9 de abril de 2001³. Dicha empresa conjunta se dedica a la fabricación y comercialización de aparatos eléctricos, entre los que se incluyen, televisores, vídeos, aparatos estéreos, etc. Entre otros muchos productos, fabrica y comercializa tubos catódicos de 14 pulgadas para televisores de color, actividad llevada a cabo principalmente a través de las dos filiales vendidas en esta operación.

La facturación de las sociedades adquiridas en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN y LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	191,2	287,1	234,9
Unión Europea	56,5	73,5	41,5
España	23,1	35,5	24,6

Fuente: Notificación

³ Caso COMP/M.2263 PHILIPS/LG ELECTRONICS/JV



V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

Las sociedades objeto de adquisición fabrican y comercializan exclusivamente tubos catódicos para televisores de color de 14 pulgadas, actividad en la que no está presente la sociedad adquirente.

Los tubos de rayos catódicos (CRT) son tubos basados en el uso de tecnología convencional para pantallas luminosas que se utilizan tanto en la fabricación de televisores como de monitores informáticos. Desde el punto de vista técnico, la tecnología de los CRT utiliza un emisor de electrones y campos de alto voltaje que detectan haces de partículas con carga eléctrica que atraviesan una superficie de fósforo en un tubo al vacío. Los CRT se pueden utilizar en una gran variedad de productos de consumo, de comunicaciones, transportes, industriales e informáticos. En cualquier caso, las dos grandes aplicaciones de los tubos CRT son los televisores y monitores de ordenador, que constituyen el 95% de las aplicaciones de los CRT.

Por el momento, no existen sustitutos de la tecnología CRT con un nivel de calidad visual igual o superior y nivel de precio similar. En la actualidad han aparecido otras tecnologías como las pantallas de plasma (PDP) que están destinadas a sustituir paulatinamente la vieja tecnología de los CRT, una vez que sus precios se vayan haciendo más asequibles para el consumidor.

La percepción que los usuarios y consumidores tienen de las novedades tecnológicas para el hogar y el lugar de trabajo se manifiestan de forma muy inmediata, tal como ha sucedido en los EE.UU. y Japón con las PDP. Ello, no obstante, los CRT incorporan una tecnología que por unos pocos años todavía puede ser rentable en los mercados de segunda mano y en los servicios de reparación y suministro de piezas de recambio, aunque la caída del mercado y el abandono de esta tecnología resulta inevitable a corto plazo, según el notificante.

Según las partes, desde el lado de la oferta no existen grandes diferencias entre los procesos de fabricación de los tubos CRT para pantallas de televisor y para monitores informáticos. La mayoría de los fabricantes están en condiciones de producir estos tubos en cualquier momento, sin que ello suponga grandes inversiones, ya que no resulta complicado modificar la línea productiva.

Sin embargo, las investigaciones de la Comisión realizadas para el caso ya mencionado COMP/M.2263 PHILIPS/LG ELECTRONICS/JV, demostraron que el cambio de producción de CRT para pantallas de televisor y para monitores informáticos requieren inversiones considerables. Esto es debido a que las especificaciones, precisión de las piezas y diseño son diferentes para cada producto. También demostraron que el cambio de fabricación de un tamaño de tubo a otro requería inversiones, a menos que la línea de producción estuviera diseñada para tales cambios.

El notificante considera que los tubos de 14, 15 y 17 pulgadas formarían un segmento de parecidas características tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta. En concreto, los tubos de estos tamaños podrían ser considerados como un subconjunto específico para los consumidores que buscan en el pequeño tamaño de la pantalla (14, 15 y 17 pulgadas) un



uso doméstico específico, por ejemplo para habitaciones no principales del hogar (cocina, dormitorio, etc.) o como segunda o tercera televisión del domicilio. En este sentido, todos los televisores de tales dimensiones serían prácticamente sustituibles entre sí en la medida en que poseen similares características técnicas y satisfacen idénticas prestaciones para el consumidor medio.

No obstante, en cualquiera de las definiciones de mercado empleadas, la presente operación no supone una modificación de la estructura de la competencia ya que la sociedad adquirente es una sociedad financiera sin ninguna presencia ni vínculos con el sector.

En conclusión, este SDC analizará el mercado de los tubos CRT de 14, 15 y 17 pulgadas para televisores en color, si bien también el mercado más amplio de tubos CRT para todo tipo de televisor.

V. 2. Mercado geográfico

La Comisión Europea consideró en la Decisión citada que el mercado de los tubos CRT era de dimensión mundial. Las importaciones de CRT fabricados fuera del EEE representaron en 2001 alrededor del 33% del consumo total en el EEE y las exportaciones más del 50% de la producción total en el EEE.

Tanto clientes como competidores indicaron que la compra/suministro de CRT se hacía a nivel mundial. Como ejemplo, TOSHIBA, que representa casi la mitad de la oferta de CRT para monitores de informática en el EEE, no cuenta con plantas de producción en Europa sino que importa CRT de Japón, Indonesia y Tailandia.

En cualquier caso, a los efectos del sistema español de control de concentraciones, cuya declarada finalidad es asegurar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado español, interesará también analizar los efectos de esta operación en el territorio nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

Ya se ha señalado anteriormente que la caída del mercado de tubos CRT resulta inevitable a corto plazo. Hay que tener en cuenta que la selección del consumidor en productos de consumo de esta naturaleza no se mueve solamente por criterios de precio sino de novedad tecnológica y de prestaciones.

En este sentido, las características técnicas de los CRT no pueden compararse con las nuevas pantallas PDP. A pesar de su elevado precio, las previsiones indican que se convertirá, siempre por detrás de las LCD, en la segunda tecnología de visualización más utilizada durante los próximos años, y la que experimentará una expansión más acelerada. En buena parte debido



a su entrada en el segmento de consumo, y en concreto de terminales de grandes dimensiones para televisión y para acceso a nuevos servicios multimedia⁴.

VI.2.- Estructura de la oferta

El mercado de los tubos CRT se caracteriza por su estructura altamente competitiva con la presencia de importantes grupos multinacionales que suministran sus productos por todo el mundo.

Respecto al mercado español, las cuotas de mercado de las empresas intervinientes en el mismo teniendo en cuenta los tubos CRT para televisores de 14, 15 y 17 pulgadas en su conjunto son las siguientes:

Mercado español de CRT para televisores de 14", 15" y 17" – Año 2001	
% en Volumen	
Empresas	2001
CHUNG HWA	[25-30] ⁵
EKRANAZ	[0-5]
LG PHILIPS	[45-50]
SAMSUNG	[5-10]
SONY	[10-15]
	100

Fuente: Estimación del Notificante

Mercado español de tubos CRT para televisores de todos los tamaños – Año 2001	
% en Volumen	
CHUNG HWA	[10-15]
EKRANAZ	[0-5]
LGPILIPS	[25-30]
SAMSUNG	[10-15]
SONY	[40-45]
TOSHIBA	[0-5]
VIDEO COLOR	[5-10]
TOTAL	100

Fuente: Estimación del Notificante

VI.3.- Estructura de la demanda

Los clientes de las partes en el mercado afectado son grandes compañías fabricantes de televisores y otros productos electrónicos como SANYO, SHARP, DAEWO, GRUNDIG, JVC, etc. tanto en España como en otros países. Hay que tener en cuenta que las sociedades adquiridas venden desde España a muchos países tales como Polonia, Austria, Bielorrusia, Alemania, Hungría, Reino Unido, Turquía, Italia, Francia, etc.

⁴ Información recogida de la página de Internet www.mundo-electronico.com- feb.2000.

⁵ Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial



VI.4.- Fijación de precios

Los precios medios en 2001 fueron de [...]US\$ por tubo CRT. Los precios de los competidores fueron aproximadamente de [...] US\$ por unidad.

VI.5.- Estructura de la distribución

En este mercado los productos se suministran directamente desde el fabricante al cliente ya que se trata de un producto intermedio. El cliente lo incorpora a su cadena productiva.

VI.6.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

No existen especiales barreras de entrada al mercado puesto que se trata de una tecnología superada y fácilmente conocida por todos los fabricantes de productos de electrónica de consumo.

El notificante estima que la creación de una línea de producción con capacidad para la producción anual de 2 millones de CRT al año podría costar alrededor de 80 M. Euros, incluyendo las naves industriales, inmuebles, maquinaria y tecnología para su implantación, si bien este coste se está reduciendo por la obsolescencia del producto y por el abandono progresivo de esta tecnología.

Respecto a limitaciones a la entrada de productos importados, el principal obstáculo reside en los derechos de aduana aplicables a los productos que son del 14% en general y del 9,8% para países con tarifas reducidas generalizadas.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VII.1.- Posición en el mercado

Como ya se ha dicho, BUSINESS CREATION no se halla presente en el mercado de tubos CRT, ni a nivel mundial ni a nivel europeo ni en España, así como tampoco en mercados relacionados horizontal o verticalmente.

Por consiguiente, en el marco de la presente operación, las actividades de las partes no se hallan relacionadas y no se produce alteración de la estructura competitiva de los mercados analizados.

Al parecer, según el notificante, la lógica de la operación consiste en alargar en lo posible la actividad de las empresas compradas y evitar su cierre inmediato como podrían aconsejar motivos de rentabilidad y tecnológicos.

Hay que tener en cuenta que se ha producido un descenso de alrededor un 33% en la demanda en España de tubos CRT de 14 pulgadas desde 2000 a 2001. Así, en la actualidad, existe una sobrecapacidad de producción notable, de aproximadamente un 75%.



Dicha situación ocurre también en la Unión Europea donde la sobrecapacidad de producción de tubos CRT de 14 pulgadas es de aproximadamente el 52,5%. De hecho, LG PHILIPS DISPLAYS ha anunciado el cierre de su fábrica en Lebring (Austria) dedicada a la producción de tubos CRT de 17 pulgadas precisamente por el mismo problema de sobreproducción.

VII.2.- Competencia actual - Competencia potencial - Barreras a la entrada

Tanto en el mercado de los tubos CRT en su conjunto como dentro del submercado considerado, las sociedades adquiridas se enfrentan a importantes competidores, de carácter multinacional, como son en especial las empresas japonesas SAMSUNG, SONY, TOSHIBA o CHUNG HWA, empresas casi todas ellas integradas verticalmente y a su vez fabricantes de televisores y otros productos electrónicos.

Las barreras de entrada no son especialmente importantes y son fácilmente superables para cualquier fabricante presente en el sector de la electrónica.

VII.3.- Conclusiones

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, desde la perspectiva del control de concentraciones, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para 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 tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo, sin que ello exima a las partes de notificar al Servicio de Defensa de la Competencia cualquier acuerdo que se adopte de prórroga de la cláusula de no competencia y de la cláusula de confidencialidad en el caso de entrar dentro del ámbito de aplicación de la Ley 16/1989.