



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-04004

KAYABA / A. P. AMORTIGUADORES

Con fecha 16 de enero de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de KAYABA INDUSTRY CO. LTD (en adelante KAYABA) del control exclusivo de A.P. AMORTIGUADORES, S.A. (en adelante APA).

Dicha notificación ha sido realizada por KAYABA, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **16 de febrero de 2004**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de KAYABA del control exclusivo de APA. Esta última es una empresa en participación en la que KAYABA ya es socio con una participación del 25%. El 75% restante está en manos de ARVIN INTERNATIONAL HOLDING LLC, una filial de ARVINMERITOR INC. (Arvin Meritor).

De acuerdo con la notificante, el control de la empresa recae sobre Arvin Meritor, aunque KAYABA posea determinados derechos de veto para proteger sus intereses financieros como inversor (modificación de estatutos o de número de consejeros; fusión, consolidación o reorganización de APA; emisión de nuevas acciones) y un derecho de consulta sobre determinadas cuestiones estratégicas como el plan de negocio y el presupuesto. En opinión de la notificante, este derecho de consulta no le confiere un control conjunto sobre APA aunque sí le concede el derecho a conocer sus decisiones.



Es cierto que como consecuencia de su participación en el consejo de administración (dos miembros de siete y un tercero designado conjuntamente por los dos socios) tiene derecho a participar en la dirección de la empresa. Sin embargo, a la vista de lo anterior, no parece que los derechos citados permitan a KAYABA determinar la estrategia competitiva de APA.

En todo caso, si KAYABA controlara conjuntamente con ARVIN la empresa objeto de adquisición, la operación supondría el paso de una situación de control conjunto a otra de control exclusivo no viéndose alterado el análisis competitivo de la operación.

La operación se instrumenta a través de un contrato de compraventa de acciones de fecha 19 de diciembre de 2003, celebrado ente KAYABA y ARVIN INTERNATIONAL HOLDING LLC. Este contrato se complementa con un acuerdo de suministro entre Arvin Meritor y APA que será objeto de análisis y un acuerdo de asistencia e información técnica entre KAYABA y GABRIEL RIDE CONTROL PRODUCTS que sólo afecta a Estados Unidos, Canadá y Méjico y no se tendrá en consideración.

La ejecución de la operación está condicionada a su autorización por parte de las autoridades de defensa de la competencia de España, Alemania, Turquía y Brasil.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

Cláusula de confidencialidad

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de confidencialidad por la que el vendedor se compromete durante un período [no superior a tres]¹ años a no divulgar ni utilizar ninguno de los secretos comerciales o de fabricación ni ninguna otra información confidencial de la sociedad vendida.

Acuerdo de suministro

El acuerdo de compra de acciones se complementa con un acuerdo de suministro entre APA y Arvin Meritor por el que APA se compromete a suministrar a Arvin Meritor una serie de productos contemplados en el anexo a dicho acuerdo y [...].

El acuerdo se mantendrá vigente hasta que cese la producción de los vehículos en los que se incorpora cada uno de los productos afectados por el contrato. Su duración es, por tanto, indeterminada.

Valoración

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

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

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



En relación con el acuerdo de suministro, este Servicio considera que en el presente caso su duración y contenido va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y no es parte integrante de la operación, estando sujeto, en su caso, a la normativa nacional o comunitaria relativa a acuerdos entre empresas.

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 PARTÍCIPES

IV.1. Adquirente: "KAYABA INDUSTRY CO. LTD" (KAYABA)

KAYABA es una empresa japonesa con actividades a nivel mundial que se dedica a la fabricación y venta de productos hidráulicos, incluyendo amortiguadores industriales y para automoción (automóviles y motos), sistemas de aislamiento sísmico, controladores de vibración y equipos hidráulicos para uso en la industria, automóviles, aviación y otras aplicaciones, y otros productos para sistemas de vehículos.

KAYABA no está controlada por ninguna persona física o jurídica. Sus principales accionistas son: The Japan Trusty Service Trust Banking Company (13,8%), Toyota Motor Corporation (8,86%), The Mizuho Corporate Bank (5%), Yasuda Life Insurance Mutual (4,51%) y Sompo Japan Insurance Inc (3,8%).

KAYABA controla varias sociedades localizadas en Japón, Estados Unidos, Asia y Europa entre las que se encuentra KAYABA ESPAÑA. Esta empresa se dedica a la importación y comercialización de los productos de KAYABA en España.

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

Volumen de ventas de KAYABA ⁽¹⁾ (Millones euros)			
	2000	2001	2002
Mundial	1.913,8	1.674,2	1.717,1
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

⁽¹⁾El año fiscal de KAYABA finaliza el 31 de marzo. La información facilitada corresponde a los años fiscales finalizados el 31 de marzo de 2001 (2000), de 2002 (2001) y de 2003 (2002).

Fuente: Notificación



IV.2. Adquirida: “A.P. AMORTIGUADORES, S.A.” (APA)

APA es una sociedad española, constituida en 1973, que se dedica a la fabricación, distribución y comercialización de amortiguadores para automóviles y vehículos comerciales ligeros a los principales fabricantes de automóviles europeos y estadounidenses como Renault, Ford, Volkswagen, Seat, Fiat y Audi.

APA está controlada por Arvin International Holdings LLC, filial de Arvin Meritor. Esta última empresa no está controlada por ninguna persona física o jurídica. Sus principales accionistas son: FMR Corporation (9,95%), Fidelity Low-Priced Stock Fund (9,16%), Allianz Dresdner Asset Management of America, Inc (5,45%), Barclays Bank Plc (5,01%) y Primecap Management Company (3,71%).

El grupo Arvin Meritor controla varias sociedades en Estados Unidos, Canadá, Brasil y Europa, entre las que se encuentra una planta localizada en Italia y dos empresas situadas en España: APA y ArvinMeritor A&ET S.A.. Esta última empresa se dedica a la fabricación y comercialización de tubos de escape y no se encuentra afectada por esta operación.

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

Volumen de ventas de APA ⁽¹⁾ (Millones euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

⁽¹⁾ El año fiscal de APA finaliza el 30 de septiembre. Por tanto, la información facilitada corresponde a los años fiscales finalizados el 30 de septiembre de 2001, 2002 y 2003.

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

La operación notificada se enmarca dentro del sector de componentes de automoción y, en particular, del de amortiguadores.

El amortiguador es un producto incorporado en un vehículo que tiene por objeto amortiguar el movimiento de la suspensión del automóvil cuando se desplaza por terreno irregular. El mecanismo es semejante a una bomba de aceite. Un pistón figura unido al extremo de un vástago actuando contra el fluido hidráulico de un tubo de presión. Cuando la suspensión se desplaza arriba y abajo, el fluido hidráulico es impulsado a través de orificios estrechos al interior del pistón. Estos orificios dejan pasar únicamente un pequeño volumen de fluido permitiendo un leve deslizamiento hacia abajo del pistón y de la suspensión. Así, los amortiguadores y la suspensión reducen el rebote, balanceo y cabeceo del vehículo o los efectos de patinaje y derrape, mantienen las ruedas en contacto con la superficie de la carretera, estabilizan el vehículo y garantizan la suavidad de la marcha.

Dentro del mercado de amortiguadores cabe hacer una primera segmentación en función del tipo de vehículo. Así, los amortiguadores para camiones y trailers formarían un mercado distinto de los amortiguadores para automóviles y vehículos comerciales ligeros debido fundamentalmente a las diferencias existentes de tamaño y precio. De acuerdo con la notificante, los amortiguadores para camiones y trailers utilizan cilindros de un tamaño de 35-50 milímetros, mientras que los cilindros para automóviles son de 25-30 milímetros. Desde el punto de vista de la oferta, existen dos tipos de operadores. Por un lado, los que fabrican amortiguadores para todo tipo de vehículos como KAYABA. Por otro lado, aquellos que se dedican a la fabricación de un tipo de amortiguadores, como APA.

Teniendo en cuenta que la empresa adquirida se dedica sólo a la fabricación de amortiguadores para automóviles y vehículos comerciales ligeros, éste será el mercado analizado en el presente informe.

Al igual que en otros mercados de componentes de automoción, en el de amortiguadores se distinguen, asimismo, dos mercados separados en función del tipo de cliente dado que las condiciones de competencia en ambos son en general distintas. Por un lado, está el mercado de componentes de automoción destinados a los fabricantes de equipos originales y proveedores (Original Equipment Manufacturer – denominado mercado OEM). Por otro lado, el mercado de componentes de automoción destinados a talleres y distribuidores independientes (Mercado Secundario Independiente o Independent Aftermarket – denominado mercado IAM). Este ha sido el criterio seguido tanto por la Comisión Europea como por el Servicio de Defensa de la Competencia en las diversas decisiones sobre el sector de componentes², y también el seguido en las decisiones de la Comisión sobre el mercado de amortiguadores³.

Dicha segmentación se basa en las siguientes consideraciones:

- Los clientes en ambos mercados son diferentes. En el mercado OEM existe un número reducido de fabricantes (en torno a 5-10 en toda Europa) que compran una gama limitada de productos en grandes cantidades para uso en la producción. En el mercado IAM los clientes comprenden distribuidores, cadenas de talleres de reparación independientes y pequeños talleres independientes. Estos clientes tienden a adquirir una gama más amplia de productos y en volúmenes menores.
- Los precios difieren en ambos mercados. En el mercado OEM suelen ser inferiores como consecuencia de la presión de los clientes, con un alto grado de concentración, y la reducción de costes que supone para los proveedores la obtención de economías de escala derivadas de los mayores pedidos.
- El sistema de aprovisionamiento en el mercado OEM se basa en las entregas “justo a tiempo” lo que requiere un sistema de gestión de inventarios sofisticado. En este mercado existe, asimismo, un alto grado de aprovisionamiento interno por parte de los propios fabricantes. En el mercado IAM, por el contrario, los proveedores mantienen sus propios inventarios y persiguen suministrar al mayor número de clientes posible.

² Entre las Decisiones de la Comisión se encuentran: IV/M.360 Arvin/Sogefi, IV/M.1491 Robert Bosch/Magneti Marelli, IV/M.337 Knorr-Bremse/Allied Signal, Entre las resoluciones del Servicio de Defensa de la Competencia se encuentran: N-129 Trelleborg/Laird, N-223 Basf/Dow Automotive, N-03026 VB Autobatterien/Johnson Control Batterien.

³ Casos IV/M.134 Mannesmann/Boge (amortiguadores para automóviles) y IV/M.1959 Meritor/Arvin (amortiguadores para camiones y trailers).

- Los factores de competencia en el mercado OEM son el precio, la calidad y la eficacia en las entregas en tanto que en el mercado IAM los oferentes deben prestar una atención especial al marketing, distribución y cobertura de los distintos productos.

Como resultado de lo anterior, la estructura en ambos mercados difiere aunque existan proveedores que presten servicios en ambos. Así, por ejemplo, la notificante cita la empresa Tenneco que es el operador líder en el mercado de amortiguadores IAM en Europa con su marca “Monroe”, mientras que en el mercado OEM su cuota es muy reducida (del 8% aproximadamente).

La notificante indica, asimismo, que entre un 75% y un 80% de las ventas de amortiguadores se destinan al mercado OEM dirigiéndose el resto al mercado IAM.

En cuanto a la participación de las partes en este mercado, cabe citar que APA interviene en el mercado OEM y vende algunos amortiguadores a KAYABA que luego son revendidos en el mercado IAM. Por su parte, KAYABA comercializa sus productos en el mercado IAM.

En ambos mercados, los amortiguadores se utilizan para una amplia gama de aplicaciones: vehículos de pasajeros, vehículos comerciales o vehículos para acontecimientos deportivos. Aunque el producto en cada vehículo es diferente, la notificante estima que no resulta adecuado proceder a una segmentación del mercado más estrecha en atención a las siguientes razones:

- La mayoría de los operadores fabrican una amplia gama de amortiguadores. Aunque no fabricaran todos los modelos, podrían dedicarse a su producción de forma rápida y sencilla para competir en un nuevo contrato OEM
- Los clientes son los mismos para la mayoría de los distintos productos. Los fabricantes OEM se aprovisionan cada vez más de amortiguadores para la totalidad de las aplicaciones mediante contratos individuales multiproducto e intentan aprovisionarse de un número pequeño de proveedores con una gama completa de productos para reducir los costes de entrega y logística.
- En los mercados OEM e IAM, los factores de competencia tienden a ser los mismos para las distintas aplicaciones: la eficiencia de las entregas, la relativa importancia de la marca, los precios y la calidad.

Teniendo en cuenta que, de acuerdo con la información aportada por la notificante, la operación notificada no supone solapamiento horizontal de actividades ni tampoco integración vertical y que el análisis de competencia no se modificaría sustancialmente de considerar mercados más estrechos, no se considera necesario proceder a una segmentación más estrecha de los mercados en función del tipo de vehículo de destino, por lo que los mercados potencialmente afectados por la operación son el mercado OEM de amortiguadores y el mercado IAM de amortiguadores.

V. 2. Mercado geográfico

En relación con la definición geográfica de los mercados, la Comisión Europea ha considerado en los casos analizados en el sector de amortiguadores una dimensión de ámbito comunitario con base en las siguientes consideraciones:

- En el mercado OEM, las condiciones de competencia son uniformes en toda la Comunidad. Todos los fabricantes principales de automóviles están dispuestos y preparados para

aproveccionarse a escala europea. Aunque la proximidad a las plantas de produccion de un fabricante de automoviles facilita la entrega al cliente, ello no resulta necesario para garantizar la eficiencia de un suministro puntual.

- En el mercado IAM, la distribucion de cuotas es relativamente uniforme en todos los Estados miembros existiendo un competidor lider (Tenneco – Monroe) en casi todos; la penetracion de las importaciones es muy elevada y, por otro lado, no existen diferencias sustanciales en los niveles de precio.

En cualquier caso, a los efectos del sistema espanol de control de concentraciones, se analizaran los efectos de esta operacion en el territorio nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Características y evolución

El tamaño del mercado nacional y europeo en 2001⁴ de amortiguadores es el siguiente:

TAMAÑO DEL MERCADO DE AMORTIGUADORES (Miles de unidades)			
	OEM	IAM	TOTAL
MERCADO EUROPEO	[...]	[...]	[...]
- KAYABA	[...]	[...]	[...]
- APA	[...]	[...] ⁽¹⁾	[...]
MERCADO NACIONAL	[...]	[...]	[...]
- KAYABA	[...]	[...]	[...]
- APA	[...]	[...]	[...]

⁽¹⁾ Los revendió KAYABA en el mercado IAM. Se han descontado, por tanto, de las ventas de KAYABA que aparecen en el cuadro.
Fuente: notificación

En el cuadro queda reflejado que un elevado porcentaje de la produccion se destina al mercado OEM tanto en Europa como en España. En efecto, en Europa la participacion de este mercado es del [80-90]% y en España esta cuota se eleva al [80-90]%.

VI.2. Estructura de la oferta

En el mercado de amortiguadores existen diversos tipos de oferentes. Por un lado, empresas especializadas en este mercado como los grupos alemán ZF Sachs (opera con las marcas Sachs, Lemförder y Boge) o norteamericano Tenneco (opera con la marca Monroe). Por otro lado, hay empresas activas en el mercado de componentes de automocion como Delphi. Finalmente, operan empresas dedicadas a la fabricacion de automoviles que fabrican amortiguadores para uso interno; éste sería el caso del grupo PSA (Peugeot).

⁴ La notificante indica que los datos en los que se basan sus estimaciones sólo están disponibles transcurrido cierto tiempo. No obstante, estima que los volúmenes del mercado para 2002 y 2003 serían muy similares a los facilitados para los años anteriores.



La estructura del mercado europeo de amortiguadores en los mercados OEM e IAM en el ejercicio 2001 queda reflejada en el cuadro siguiente:

MERCADO EUROPEO DE AMORTIGUADORES: 2001		
EMPRESA	CUOTAS DE MERCADO EN VOLUMEN	
	OEM	IAM
KAYABA	[0-10]%	[10-20]%
APA	[10-20]%	[0-10]%
ZF Sachs/Sachs & Boge	[20-30]%	[20-30]%
Delphi	[10-20]%	[0-10]%
Tenneco	[0-10]%	[30-40]%
PSA (Peugeot)	[0-10]%	[0-10]%

Fuente: Notificación, basadas en estimaciones de KAYABA.

De la lectura del cuadro se desprende que las partes se enfrentan a suficientes competidores en los mercados OEM e IAM a nivel europeo. Cabe destacar, asimismo, que tras la venta por parte de ARVIN MERITOR de su participación en APA a la empresa japonesa KAYABA, en ausencia de cláusula de no competencia, es previsible que Arvin Meritor continúe compitiendo con su antigua filial.

Con esta operación se produce la implantación de KAYABA en el mercado europeo en el que sus ventas se producían a través de importaciones.

En cuanto al mercado español de amortiguadores, su estructura queda reflejada en el cuadro siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE AMORTIGUADORES: 2001		
EMPRESA	CUOTAS DE MERCADO EN VOLUMEN	
	OEM	IAM
KAYABA	[0-10]%	[0-10]%
APA	[30-40]%	[0-10]%
ZF Sachs/Sachs & Boge	[0-10]%	[10-20]%
Delphi	[0-10]%	[0-10]%
Tenneco	[20-30]%	[50-60]%
PSA (Peugeot)	[10-20]%	[0-10]%

Fuente: Notificación, basadas en estimaciones de KAYABA.

De la lectura del cuadro se desprende que no se produce solapamiento de actividades ni horizontal ni vertical, dado que [...]. Las empresas partícipes se enfrentan a competidores importantes en ambos mercados. Cabe señalar que en el cuadro se recoge la producción del grupo PSA que, aun cuando sólo fabrica amortiguadores para autoconsumo, podría en cualquier momento poner sus productos en el mercado dado que dispone de la tecnología y las instalaciones para ello. Si se eliminara del cuadro la participación de las ventas de este grupo, la notificante señala que la cuota de APA en el mercado OEM se elevaría situándose en torno al [30-40]%.



VI.3. Estructura de la demanda. Distribución, precios y otras condiciones comerciales.

La demanda del mercado está integrada en el mercado OEM fundamentalmente por los fabricantes de automóviles, que se encuentran altamente concentrados y ejercen un considerable poder de compra. Como se dijo anteriormente este mercado absorbe la mayor parte de la producción de amortiguadores. En el caso de APA, el [90-100]% de las ventas en términos de unidades se dirigieron a este mercado en Europa y sólo el [0-10]% se vendió en el mercado IAM. En España, por su parte, la totalidad de la producción de APA se dirigió a este mercado.

En el mercado IAM, por otro lado, la demanda se encuentra más fragmentada aunque, incluso en este caso, la notificante indica que el número de clientes en cada país es reducido situándose entre cinco y quince clientes.

En cuanto a los niveles de precios, la notificante estima que sus precios son en general similares a los de sus competidores y similares en todos los países dado que se determinan como resultado de las negociaciones con los clientes que habitualmente se aprovisionan a escala europea.

La distribución de amortiguadores la realiza APA directamente a sus clientes en el mercado OEM sin necesidad de establecer una red de distribución. KAYABA, por su parte, distribuye sus productos en el mercado IAM en España a través de KAYABA ESPAÑA. Muchos de sus clientes son, a su vez, distribuidores que actúan por cuenta propia.

VI.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada

De acuerdo con la notificante, no existen barreras significativas a la entrada en el mercado de los amortiguadores dado que se trata de productos relativamente básicos para los que no existen limitaciones sobre los elementos de producción, no existen barreras a la importación y los gastos de transporte no representan más allá del 10% del precio medio por unidad en los destinos más lejanos. La innovación es excepcional y, en general, constituye el resultado de las crecientes mejoras de los procesos ideadas para reducir los costes y aumentar la fiabilidad y la calidad.

La única barrera de cierta importancia se encuentra ligada a las inversiones económicas necesarias para poner en funcionamiento una instalación de producción de amortiguadores y la promoción de la marca.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

Como consecuencia de esta operación se produce la plena integración de APA en el grupo KAYABA, que ya tenía una participación del 25% en el mismo, y la entrada de éste en el mercado de amortiguadores destinados a los fabricantes de equipos originales (mercado OEM – Original Equipment Aftermarket) en el que no se encontraba presente. También supone la implantación del grupo japonés en el mercado europeo, en el que hasta ahora sólo operaba a través de la importación de sus amortiguadores para el mercado secundario independiente (mercado IAM - Independent Aftermarket).

Es importante destacar que, tras la operación, no se producirá una reducción del número de competidores en el mercado dado que el hasta ahora principal accionista de APA, Arvin Meritor, continuará fabricando amortiguadores desde sus otras plantas de producción.



Existe, por otro lado, una alta dependencia de los clientes, básicamente grandes fabricantes de automóviles con un fuerte poder de negociación.

En este mercado de dimensión supranacional en el que las barreras a la entrada no son relevantes existen, además, importantes competidores en Europa de talla importante.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el sector de los amortiguadores en España.

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 o a las autoridades comunitarias el acuerdo de suministro recogido en el apartado II.2 de este informe en el caso de entrar dentro del ámbito de aplicación de la normativa nacional o comunitaria.