



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

### N- 04040 LG PHILIPS DISPLAYS/BARAYO

---

Con fecha 28 de mayo de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V. (LG PHILIPS) del 90% de las acciones de las sociedades españolas BARAYO, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A.) y BARAYO PROYECTOS, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A.).

Dicha notificación ha sido realizada por LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT 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".

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 **28 de junio 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 la empresa LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V. (LG PHILIPS) del 90% de las acciones de las sociedades españolas BARAYO, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A.) y BARAYO PROYECTOS, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A.)

A finales de 2002 y mediante un contrato de compraventa suscrito con LG PHILIPS (entonces sociedad matriz de las sociedades adquiridas), la empresa BUSINESS CREATION adquirió el control de las sociedades LG PHILIPS DISPLAYS

SPAIN, S.A. y LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A mediante la adquisición del 90% de sus respectivos capitales sociales. LG PHILIPS siguió manteniendo el 10% del capital de las mismas. Dicha operación fue notificada a este SDC el 2 de diciembre de 2002 (N-305) y autorizada el 27 de diciembre del mismo año.

La intención de BUSINESS CREATION con dicha operación era la de desarrollar y relanzar las actividades económicas de las empresas adquiridas y mejorar en la medida de lo posible su situación financiera. Sin embargo, transcurrido más de un año desde dicha adquisición, la situación financiera de estas sociedades se ha deteriorado [...]¹.

[...].

Se indica en la notificación que las dificultades por las que atraviesan las sociedades adquiridas son debidas a la caída de la demanda de tubos catódicos en el mercado nacional e internacional, la evolución desfavorable del tipo de cambio dólar-euro y la especialización de las adquiridas en los tubos de 14", [...].

[...].

Por todo ello, las partes de la concentración han suscrito un acuerdo en fecha 14 de abril de 2004 para que LG PHILIPS adquiera de nuevo el control de ambas compañías.

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

## **II. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **II.1. Cláusula de no competencia**

La cláusula 7.6 del Contrato de Compraventa establece una obligación de no competencia por la cual, la vendedora no puede competir con LG PHILIPS en el mercado de los tubos de rayos catódicos por un periodo de cuatro años en el mercado europeo, incluida Turquía.

Las partes justifican la duración de cuatro años del pacto de no competencia ya que si, por cualquier circunstancia, BUSINESS CREATION, después de haber adquirido el know-how necesario para gestionar el negocio de los tubos de rayos catódicos, adquiriese un negocio competidor, el equilibrio patrimonial entre las partes, tal como se ha negociado en el Contrato de Compraventa, se vería seriamente comprometido.

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 restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03), la duración de la

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

cláusula de no competencia 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 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.

### **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: “LG PHILIPS DISPLAYS INVESTMENT B.V.” (LG PHILIPS)**

Es una sociedad domiciliada en los Países Bajos. Está controlada por LG PHILIPS DISPLAYS HOLDING B.V., empresa que a su vez está conjuntamente participada por una filial de la empresa coreana LG ELECTRONICS INC. y la empresa holandesa KONINKLIJKE PHILIPS ELECTRONICS N.V. La constitución de LG PHILIPS fue autorizada por la Comisión Europea, mediante Decisión de 9 de abril de 2001<sup>2</sup>.

LG PHILIPS desarrolla sus actividades en el mercado de los tubos catódicos para televisores. Cuenta con 23 plantas de producción en todo el mundo y 27.000 empleados.

En lo que respecta a España, LG PHILIPS comercializa (pero no produce) tubos catódicos para televisores en color (CRT). Si bien LG PHILIPS vendió dicha actividad en España a BUSINESS CREATION, en la operación se establecía la posibilidad de que la sociedad vendedora pudiera vender los tubos CRT de 14 pulgadas a clientes situados en la UE, incluyendo Turquía, con la previa aprobación de las sociedades adquiridas.

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

---

<sup>2</sup> Caso COMP/M.2263 PHILIPS/LG ELECTRONICS/JV.

| Volumen de ventas del Grupo LG PHILIPS<br>(Millones euros) |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|
|  | 2001*   | 2002    | 2003    |
| Mundial  | [<5000] | [<5000] | [<5000] |
| Unión Europea  | [>250]  | [>250]  | [>250]  |
| España   | [<60]   | [>60]   | [>60]   |

Fuente: Notificación

- LG PHILIPS se constituyó a mediados del año 2001, lo que explica que su facturación durante el año 2001 sea significativamente inferior a su facturación durante los años 2002 y 2003.

#### IV.2 Adquiridas: “BARAYO, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SPAIN, S.A.)” y “BARAYO PROYECTOS, S.A. (antes denominada LG PHILIPS DISPLAYS SERVICES SPAIN, S.A.)”

La nueva denominación de las sociedades adquiridas se acordó en el transcurso de la adquisición de ambas compañías por BUSINESS CREATION en virtud del contrato de compraventa suscrito el 25 de noviembre de 2002 y notificado a este SDC el 2 de diciembre de 2002 (N-305).

La sociedad BARAYO, S.A. se dedica a la fabricación en España y comercialización de tubos catódicos de 14 pulgadas para televisores en color. Por su parte, la sociedad BARAYO PROYECTOS, S.A. se dedica a la realización de trabajos complementarios o auxiliares de los procesos industriales en el ámbito de los productos electrónicos. La actividad principal de esta sociedad desde su constitución ha consistido en llevar a cabo un determinado proceso industrial de fabricación denominado “matching” para su único cliente, la sociedad BARAYO, S.A.

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 BARAYO, S.A. y BARAYO PROYECTOS, S.A.<br>(Millones euros) |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|
|  | 2001    | 2002    | 2003    |
| Mundial  | [<5000] | [<5000] | [<5000] |
| Unión Europea  | [<250]  | [<250]  | [<250]  |
| España   | [<60]   | [<60]   | [<60]   |

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1. Mercado de producto

La presente operación afecta al sector de los tubos catódicos para televisores en color.

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 los últimos años han aparecido otras tecnologías competidoras que han permitido empezar a fabricar en serie pantallas planas (de plasma/PDP o cristal líquido/LCD) 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. De hecho en algunos países, como EE.UU. y Japón, las pantallas planas están implantándose ya de forma masiva en el mercado.

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.

Como ya se destacó en el informe del SDC referido a la operación BUSINESS CREATION/LG PHILIPS DISPLAYS (N-305), las investigaciones de la Comisión realizadas para el caso COMP/M.2263 PHILIPS/LG ELECTRONICS/JV, demostraron que el cambio de producción de CRT para pantallas de televisor y para monitores informáticos requerían 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.

Sin embargo, en el mencionado informe del SDC se constataba que la parte entonces notificante (Business Creation) consideraba que los tubos de 14, 15 y 17 pulgadas formaban 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.

LG PHILIPS considera además que el mercado relevante podría abarcar no sólo los CRT de 14", 15" y 17" sino todos los CRT para televisores de cualquier tamaño ya que considera que existe un alto grado de sustituibilidad por el lado de la oferta entre los distintos tamaños de CRT. Añaden que el mercado de los CRT se caracteriza por la presencia de empresas multinacionales de gran relieve que, al igual que LG PHILIPS,

producen una gran gama de CRT (tal es el caso de SONY, SAMSUNG o CHUNG HWA) por lo que disponen de la tecnología, del know-how y de los recursos financieros necesarios para introducirse de manera casi inmediata y sin grandes inversiones en cualquier segmento de los CRT en el que pudieran no estar presentes.

No obstante, en el contexto de la operación actual no es necesario realizar una definición excluyente o única de los mercados de producto, ya que el impacto competitivo de la misma no varía sustancialmente, cualquiera que sea la definición considerada.

En conclusión, este SDC analizará el mercado de los tubos CRT de 14, 15 y 17 pulgadas para televisores en color así como 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 siguen representando 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, interesará analizar los efectos de esta operación en el territorio nacional.

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **VI.1.- Características y evolución**

Como ya se ha señalado anteriormente, parece previsible una caída del mercado de tubos CRT. 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 antiguos CRT no pueden compararse con las que presentan las nuevas pantallas planas (de plasma o de cristal líquido).

En los dos últimos años se observa un aumento de las ventas de pantallas planas en detrimento de las ventas de CRT en el mercado español.

La actual situación del sector de las pantallas para televisores o monitores de ordenador puede ser calificada como de transición. Esto significa que dicha tecnología será progresivamente sustituida por la tecnología de pantallas planas.

A modo de ejemplo, cabe señalar que SONY decidió durante el año 2002 dejar de producir tubos catódicos para pantallas de 19" y de 17". Otros competidores como SHARP e HITACHI han cesado la producción de tubos catódicos.

## 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 a clientes en 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 reflejan que la entidad resultante de la concentración pasará a representar el [40-50%] del mercado en volumen, superando al hasta ahora primer suministrador, SAMSUNG.

| Mercado español de CRT para televisores de 14", 15" y 17" - Año 2003<br>% en Volumen y valor |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|
| Empresas   | % en volumen    | % en valor      |
| CHUNG HWA  | [0-10]%         | [0-10]%         |
| EKRANAZ  | [10-20]%        | [10-20]%        |
| <b>GRUPO LG PHILIPS</b>  | [10-20]%        | [10-20]%        |
| <b>BARAYO</b>  | <b>[20-30]%</b> | <b>[20-30]%</b> |
| SAMSUNG  | [40-50]%        | [40-50]%        |
| SONY   | [0-10]%         | [0-10]%         |
| <b>TOTAL MERCADO</b>   | <b>100%</b>     | <b>100%</b>     |

Fuente: Estimación del Notificante

En términos de valor la cuota de la entidad resultante para los tubos de menor tamaño en el mercado español es de [40-50%], nuevamente superando al hasta entonces líder del mercado, SAMSUNG.

| Mercado español de tubos CRT para televisores de todos los tamaños – Año 2003<br>% en Volumen y valor |              |             |
|---|--------------|-------------|
| Empresas  | % en volumen | % en valor  |
| CHUNG HWA   | [0-10]%      | [0-10]%     |
| EKRANAZ   | [0-10]%      | [0-10]%     |
| <b>GRUPO LG PHILIPS</b>   | [10-20]%     | [10-20]%    |
| <b>BARAYO</b>   | [0-10]%      | [0-10]%     |
| SAMSUNG   | [10-20]%     | [0-10]%     |
| SONY  | [50-60]%     | [60-70]%    |
| VIDEO COLOR   | [0-10]%      | [0-10]%     |
| <b>TOTAL MERCADO</b>  | <b>100%</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Estimación del Notificante

En el conjunto del mercado de tubos catódicos, tal y como se observa en el cuadro anterior, la entidad resultante de la operación pasará a contar con una cuota del [20-30]% en volumen muy inferior a la del primer operador, SONY.

En términos de valor la cuota de la entidad resultante en el mercado conjunto de tubos catódicos español es de [20-30]%, a gran distancia del [60-70]% del primer operador, SONY.

### **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 con elevado poder de negociación.

Los [...] principales clientes<sup>3</sup> de las sociedades adquiridas representaron en 2003 más de un [...] de sus ventas y los [...] principales un porcentaje superior al [...]. En cuanto a LG PHILIPS, la demanda también está muy concentrada ya que LG PHILIPS vende CRT de 14", 15" o 17" en España tan sólo a dos clientes [...] y [...].

### **VI.4.- Fijación de precios**

Los precios medios de los CRT de BARAYO en 2003 fueron de [...] US\$ por tubo CRT. LG PHILIPS estima que el precio medio de los competidores fue similar al indicado.

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

No existen especiales barreras tecnológicas 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. La implantación de una línea de producción no requiere de grandes inversiones en I+D.

El notificante estima que la creación de una línea de producción con capacidad para la producción anual de dos 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 la existencia de barreras a la entrada de importaciones, 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. Sin embargo tales derechos, no constituyen una barrera infranqueable para países con menores costes laborales por unidad producida a juzgar por el alto nivel de importaciones de CRT en el mercado europeo. De hecho, como se señaló con anterioridad la dimensión geográfica del mercado es mundial.

---

<sup>3</sup> [...]



## VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

En esencia, la operación consiste en la recuperación por parte de LG PHILIPS de su negocio de producción de tubos catódicos de pequeño tamaño en España con el fin de obtener los retornos de una actividad en retroceso ante la emergencia de nuevas tecnologías de pantalla (plasma y cristal líquido). LG PHILIPS había vendido previamente las sociedades que ahora adquiere, manteniendo una participación minoritaria, y las recompra a la luz de su [...] crisis financiera.

Como consecuencia de la operación, LG PHILIPS detendrá en el mercado español de los tubos catódicos de 14", 15" y 17" pulgadas una cuota de mercado de aproximadamente un [40-50]% en volumen y de un [40-50]% en valor. Por su parte, en el mercado español de los tubos catódicos de todos los tamaños, LG PHILIPS ostentará una cuota del [20-30]% en volumen y de un [20-30]% en valor.

Se debe tener en cuenta que la demanda de tubos catódicos ha continuado cayendo durante el año 2003 y los problemas de sobrecapacidad del sector no han encontrado solución. Así, la caída de las ventas en España en el mercado de tubos de 14", 15" y 17" entre 2001 y 2003 ha sido de, aproximadamente, un 67%.

Dicha situación no es una singularidad del sector en España sino que se trata de un fenómeno mundial. De hecho, la tendencia de los competidores de las partes de esta operación es ir abandonando progresivamente la fabricación de este tipo de productos, especialmente los tubos para pantallas de menor tamaño, para centrarse en la fabricación de pantallas de plasma (PDP) o de cristal líquido (LCD).

Tanto en el mercado de los tubos catódicos en su conjunto como en el de tubos de menor tamaño, las sociedades adquiridas se enfrentan a importantes competidores, de carácter multinacional, en especial las empresas japonesas y coreanas<sup>4</sup>, casi todas ellas integradas verticalmente y, a su vez, fabricantes de televisores y otros productos electrónicos.

Por otra parte, las barreras de entrada no son especialmente importantes y son fácilmente superables para cualquier fabricante presente en el sector de la electrónica.

En definitiva, la caída de las ventas y la disponibilidad de capacidad de producción excedentaria, la dimensión mundial del mercado con la presencia de importantes competidores asiáticos, así como la irrupción de las tecnologías de plasma y cristal líquido hacen improbable el ejercicio de poder en mercado alguno como consecuencia de la operación.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

---

<sup>4</sup> En el mercado español SAMSUNG detenta una cuota similar a la combinada de las partes.

## 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.