

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C17/95**

NOTIFICANTE:

NESTLÉ, S.A.

OBJETO:

Adquisición por NESTLÉ S.A. del 100% de las acciones de la sociedad española LABORATORIOS CUSÍ, S.A., y posterior fusión de ésta con la filial de aquella, ALCON IBERHIS S.A., para formar la nueva sociedad LABORATORIOS ALCON CUSÍ S.A.

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES	3
1.1. Notificación voluntaria.....	3
1.2. Actuaciones del Tribunal	4
2. PARTES INTERVINIENTES	5
2.1. Compradora.....	5
2.2. Vendedora	5
3. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN	6
3.1. Objeto de la operación.....	6
3.2. Empresas afectadas	7
3.2.1. ALCON IBERHIS.....	7
3.2.2. CUSÍ.....	7
3.3. Facturación	7
3.4. Aplicación de la Ley 16/89, de Defensa de la Competencia	10
4. MERCADOS AFECTADOS	10
4.1. El sector de productos sanitarios.....	10
4.2. Delimitación de los mercados relevantes	11
4.2.1. Delimitación geográfica	11
4.2.2. Productos relevantes.....	12
4.3. Características del mercado	15
4.3.1. Características de la oferta	15
4.3.2. Características de la demanda.....	16
4.3.3. Regulación del mercado.....	17
4.4. Cuotas de mercado actuales y posteriores a la operación.....	18
4.5. Índices de concentración	20
4.5.1. Índices C1, C2 y C3	20
4.5.2. Índices de concentración Herfindahl-Hirschman.....	21
4.6. Otros factores determinantes del grado de competencia	22
4.6.1. Barreras económicas	22
4.6.2. Barreras reglamentarias.....	23
4.7. Efectos de la reglamentación de precios sobre la competencia.....	23
4.8. Efectos compensatorios	26
5. CONCLUSIONES.....	27
DICTAMEN.....	29

1. ANTECEDENTES

1.1. Notificación voluntaria

El día 24/01/95 tuvo entrada en la Dirección General de Defensa de la Competencia una notificación voluntaria de concentración económica formulada de acuerdo con el artículo 15 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia y del RD 1080/92, que la desarrolla en materia de concentraciones económicas. Dicha notificación fue suscrita por D. Thierry Clidière en nombre de la sociedad suiza NESTLÉ, S.A. y en calidad de Vicepresidente de su filial española, ALCON IBERHIS, S.A.

La operación notificada constituye una concentración económica ya que NESTLÉ S.A. adquiere el 100,% del capital de la sociedad española LABORATORIOS CUSÍ, S.A., competidora de la mencionada ALCON IBERHIS, S.A.

Las empresas que se concentran son fabricantes, fundamentalmente, de fármacos oftálmicos y de productos de cirugía oftálmica. También comercializan otros productos como cosméticos y productos OTC¹. Resultan afectados por la concentración diversos mercados de fármacos oftálmicos.

El día 23/02/95 se recibió en el Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante Tribunal) el expediente remitido por el Director General de Defensa de la Competencia, por orden del Ministro de Economía y Hacienda y a los efectos del art. 15.4 de la Ley 16/1989.

¹ Se consideran productos OTC (*over the counter*) los medicamentos que no requieren receta médica y otros productos sanitarios de venta libre.

1.2. Actuaciones del Tribunal

El día 23/02/95 el Presidente del Tribunal, de conformidad con el artículo 12.1 del Real Decreto 1080/92, nombró una Comisión integrada por el propio Presidente, Sr. Fernández Ordóñez, por el Vicepresidente Sr. Alonso Soto y por el Vocal Sr. Petitbò Juan.

El día 31/03/95, por decisión del Presidente del Tribunal, la Comisión pasó a ser presidida por el Sr. Alonso Soto y se designó como nuevo Vocal de la misma al Sr. Bermejo Zofío.

El día 11/04/95 se remitió la nota sucinta sobre la operación a dos principales empresas competidoras de las empresas que se concentran: MERK SHARPE & DOHME DE ESPAÑA S.A. y ALLERGAN S.A. La primera de estas sociedades respondió por fax de 26 de abril y la segunda compareció ante la Comisión el día 12/05/95. En ambos casos expresaron que no se sentían afectadas por la operación.

El día 26/04/95 se remitieron al Ministerio de Sanidad y Consumo las notas preliminares sobre a operación y se solicitó el parecer del Departamento. Posteriormente se mantuvo una reunión con responsables del mismo.

Habiendo tomado vista del expediente, los notificantes comparecieron ante el Tribunal el día 12/05/95 y manifestaron su renuncia al derecho de efectuar alegaciones que les concede el artículo 13 del RD 1080/1992, de 11 de septiembre.

2. PARTES INTERVINIENTES

2.1. Compradora

La sociedad adquirente, NESTLÉ, S.A., (en adelante NESTLÉ) con sede en Suiza, es la sociedad cabecera del holding multinacional NESTLÉ. Su objeto social es la participación en empresas industriales, comerciales y financieras en el campo de la alimentación, fundamentalmente. NESTLÉ, S.A. desarrolla su actividad de producción y venta de productos farmacéuticos a través de las filiales del grupo ALCON, siendo ALCON LABORATORIES, Inc. (con domicilio en EE.UU.) la sociedad desde la que se dirige organizativamente ese grupo.

En España el grupo ALCON posee las sociedades ALCON IBERHIS S.A. (en adelante ALCON IBERHIS) y ALCON IBERHIS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS S.A. (en adelante ALCON IBERHIS DISTRIBUCIÓN)

En el ejercicio de 1993 la facturación del grupo NESTLÉ a nivel mundial se elevó a 4.913.328 millones de pesetas correspondiendo el 96,5% de las ventas a los productos alimentarios y el 3,5% restante al sector sanitario (productos oftálmicos).

2.2. Vendedora

La parte vendedora está formada por las Sras. Dña. Josefina Cusí Fortunet, Dña. M0 Teresa Cusí Nanot, y Dña. M0 Carmen Cusí Barceló, con domicilio en Barcelona, propietarias de la totalidad de las acciones de LABORATORIOS CUSÍ S.A. (en adelante CUSÍ).

3. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

3.1. Objeto de la operación

La operación notificada tiene por objeto la adquisición del 100% de las acciones de CUSÍ, por parte de NESTLÉ, según el acuerdo de venta de 28/12/94, firmado por esta sociedad y las tres propietarias de todas las acciones de CUSÍ.

La fecha prevista para la ejecución del contrato, siempre que se cuente con las autorizaciones pertinentes, es el 30/06/95.

La operación de concentración afecta exclusivamente a la actividad del grupo NESTLÉ en el sector sanitario que desarrolla por medio del grupo ALCON.

El propósito de NESTLÉ, tras la adquisición de CUSÍ, es la posterior fusión de esta sociedad con su filial ALCON IBERHIS, formando la sociedad LABORATORIOS ALCON CUSÍ S.A. (en adelante ALCON CUSÍ). ALCON CUSÍ se incorporaría a la estructura del grupo ALCON, bajo el control de NESTLÉ.

En el acuerdo de venta no se excluye ninguno de los activos de CUSÍ², pero NESTLÉ se compromete a vender posteriormente a su socio LEO PHARMACEUTICAL PRODUCTS Ltd.³ (en adelante LEO) la participación de CUSÍ en FARMACUSÍ S.A., empresa conjunta de CUSÍ y LEO que comercializa productos de medicina general y dermatología.

El precio inicial de compra, para el 100% de las acciones de CUSÍ, es de [...] millones de pesetas. Para la adquisición de las acciones no se prevé apoyo financiero de carácter público. El pago del precio se realizará mediante una inversión extranjera directa con fondos procedentes del exterior.

² Por tanto, NESTLÉ adquiere control de las sociedades filiales de CUSÍ en Portugal, Alemania y Reino Unido. Esta última, CUSÍ (UK) Ltd. es propietaria del 100% de las acciones de la sociedad filial irlandesa CUSÍ (EIRE) Ltd. Véase anexo I.

³ La filial española de LEO figura en el n1 95 del ranking de los laboratorios farmacéuticos en España con ventas de 1.556 millones de pesetas en 1.993

3.2. Empresas afectadas

3.2.1. ALCON IBERHIS

ALCON IBERHIS, domiciliada en Alcobendas (Madrid) es la filial operativa del grupo ALCON en España. El grupo ALCON es el líder mundial en la producción y venta de fármacos oftálmicos, con una participación (año 1993) estimada en el mercado mundial del 17,8% y del 9% en el mercado europeo. Este grupo tiene otras dos filiales operativas en la Unión Europea, en Francia y en Bélgica.

3.2.2. CUSÍ

CUSÍ es una empresa familiar de capital español constituida en el año 1934 que ha logrado un reconocido prestigio dentro del mercado farmacéutico español en el que es líder sectorial en la producción y comercialización de productos terapéuticos para oftalmología.

La empresa CUSÍ tiene filiales al 100% en Alemania, Portugal y Reino Unido y ha conseguido una participación del 3% en el mercado europeo (ver anexo I)

3.3. Facturación

En los cuadros N° 1 y 2 y 3 se presentan respectivamente las cifras de facturación mundial, en la Unión Europea (UE-12) y en España, de ALCON, de ALCON IBERHIS, y de CUSÍ.

CUADRO Nº 1**Grupoalcon. líneas de producto. Facturación m\$. años 1991, 1992 y 1993**

LINEAS DE PRODUCTO	ESPAÑA			UNIÓN EUROPEA			MUNDIAL		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993
FÁRMACOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
INSTRUMENTOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ÓPTICA ⁴	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DERMATOLOGÍA	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TOTAL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	1018	1204	1325

Fuente: notificantes

CUADRO Nº 2**ALCON IBERHIS. Líneas de producto. Facturación millones de pesetas. Años 1991, 1992 y 1993**

LINEAS DE PRODUCTO	ESPAÑA			UNIÓN EUROPEA			MUNDIAL		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993
FÁRMACOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
INSTRUMENTOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ÓPTICA	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TOTAL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	2502	2835	2997

Fuente: notificantes

⁴ Productos para el cuidado de las lentes de contacto

CUADRO N° 3**CUSI. Líneas de producto. Facturación millones de pesetas. Años 1991, 1992 y 1993**

LINEAS DE PRODUCTO	ESPAÑA			UNIÓN EUROPEA			MUNDIAL		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993
FÁRMACOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CIRUGÍA/INSTRUMENTOS OFTÁLMICOS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CLARAMUNT	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
O.T.C.	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FARMACUSÍ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DERMATOLOGÍA ⁵	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TOTAL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	5668	6493	6821

Fuente: notificantes

La línea oftálmica de colirios y ungüentos se vende a las empresas mayoristas con precios controlados por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Los productos para cirugía se venden a los hospitales y clínicas, normalmente por medio de concursos. La línea Claramunt de productos para el cuidado de la piel se vende directamente a las Oficinas de Farmacia. El renglón denominado FARMACUSÍ no se tiene en cuenta para el análisis de la concentración, dado el compromiso de posterior reventa de la participación de CUSÍ en esta sociedad.

Como puede apreciarse en los cuadros, los principales productos de cada una de las empresas que se concentran pertenecen a mercados distintos. Los fármacos oftálmicos, que constituyen la línea de negocio más importante de CUSÍ (ventas en 1993 de [...] millones de pesetas) son relativamente secundarios para ALCON IBERHIS (ventas en 1993 de [...] millones de pesetas). En cambio, ALCON IBERHIS obtiene una parte sustancial de sus ventas en productos para cirugía oftálmica (ventas en 1993 de [...] millones de pesetas) que son el renglón menos importante de la actividad de CUSÍ (ventas en 1993 de [...] millones de pesetas).

Los líneas de cosméticos, OTC y productos para lentillas no se ven afectados, directamente y a corto plazo, por la concentración. Para los productos de cirugía

⁵ Se trata de productos dermatológicos y otros vendidos por CUSÍ UK en el Reino Unido y en algún mercado de exportación.

oftálmica la incidencia, como más adelante se expone, no es relevante dada la baja cuota de mercado de CUSÍ.

3.4. Aplicación de la Ley 16/89, de Defensa de la Competencia

El volumen global de ventas en España de las empresas participantes en el proyecto de concentración debe entenderse como la suma de la cifra de facturación de la empresa que se adquiere y de la filial de NESTLÉ en el sector afectado, ALCON IBERHIS. En este sentido no se supera el límite establecido en la letra b) del artículo 14 de la Ley 16/1989.

En cambio, como se verá, es de aplicación la Ley de Defensa de la Competencia porque se adquieren o incrementan cuotas del mercado nacional superiores al 25%, condición alternativa de aplicabilidad señalada en la letra a) del mencionado artículo.

4. MERCADOS AFECTADOS

4.1. El sector de productos sanitarios

El sector de productos sanitarios admite un doble criterio de clasificación: por su naturaleza y por su finalidad o aplicación terapéutica.

Atendiendo a su naturaleza se distinguen dos grandes grupos: medicamentos y otros productos sanitarios. La clasificación terapéutica utiliza un criterio anatómico. La Organización Mundial de la Salud ha oficializado la clasificación denominada ATC⁶, que es la utilizada en las estadísticas médicas internacionales. La Comisión Europea ha considerado que el nivel 3 de la clasificación ofrece una buena delimitación de productos relevantes⁷.

Para el año 1992, el mercado mundial de productos sanitarios se estima en unos 16 billones de pesetas. Atendiendo a la clasificación por aplicación terapéutica, el primer lugar lo ocupan los productos sanitarios destinados al tratamiento de enfermedades cardiovasculares (2,2 billones de pesetas). Siguen en importancia

⁶"Anatomical Therapeutic Classification"

⁷ La Comisión Europea ha aplicado dicha clasificación en la determinación del mercado afectado en todas las decisiones en materia de control de concentraciones que afectan al sector farmacéutico (Casos M.072-Sanofi/Sterling Drug, M.323- Procordia/Herbamont, M.426 Rhône Poulenc/Cooper M.457-Roche Sintex, M.500 American Home-American Cyanamid, M.480 Sanofi/Kodak y M.464 BMSC/UPSA) Cuando se han encontrado fármacos de una misma clasificación del tercer nivel con distintas aplicaciones terapéuticas, la Comisión ha considerado una desagregación del cuarto nivel (M.072-Sanofi/Sterling Drug)

los productos sanitarios destinados a las afecciones del sistema nervioso (1,05 billones de pesetas), aparato respiratorio y sistema gastro-intestinal (1 billón de pesetas, respectivamente). Los productos para la terapéutica ocular alcanzaron una facturación de 250.000 millones de pesetas, y los empleados para combatir la diabetes y el grupo de anestésicos y relajantes facturaron 200.000 millones de pesetas cada uno.

La industria europea (CE-12) de productos sanitarios es la primera del mundo con una producción estimada, en el ejercicio de 1994, de 10,5 billones de pesetas. Su balanza comercial es positiva y dedica un 10% de su producción a I+D.

En el año 1993, el sector español de productos sanitarios se ha caracterizado por la importancia de la producción de especialidades farmacéuticas (748.500 millones de pesetas) frente a la de materias primas (190.500 millones de pesetas). En el conjunto de especialidades, las que requieren receta médica ocupan un lugar predominante, absorbiendo más del 80% del mercado. Desde mediados de los años 80 la producción no ha seguido el ritmo de crecimiento del consumo y las importaciones se han incrementado notablemente. En el año 1993, el déficit comercial del sector rebasó los 92.800 millones de pesetas⁸.

4.2. Delimitación de los mercados relevantes

4.2.1. Delimitación geográfica

Los mercados de productos sanitarios son, en general, mercados nacionales. En Europa, a pesar de la inminente entrada en vigor de un procedimiento único de autorización de medicamentos⁹, los productos sanitarios, en general, y los medicamentos, en particular, aún no se pueden comercializar en ningún Estado miembro sin la autorización previa de la Administración nacional respectiva.

Cada Estado miembro no sólo es responsable de autorizar la comercialización de los medicamentos sino que, además, regula aspectos tan capitales del mercado como los precios y la distribución de los productos.¹⁰

⁸ Informe sobre la industria química en 1993; Ministerio de Industria y Energía (1994)

⁹ Reglamento (CEE) 2309/93, del Consejo, de 22 de julio de 1993 por el que se establecen procedimientos comunitarios para la autorización y supervisión de medicamentos de uso humano y veterinario, y por el que se crea la Agencia Europea para la Evaluación de Medicamentos

¹⁰ Así lo ha apreciado reiteradamente la Comisión europea, en las decisiones recientes SANOFI/KODAK (M.480 de 12/07/94), BMSC/UPSA (M.464 de 04/08/94) y AMERICAN HOME PRODUCTS/AMERICAN CYANAMID (M.500 de 16/08/94).

Dentro del mercado farmacéutico español CUSÍ aparece en el puesto N° 62 con ventas por importe de 32,83 MUS\$ y ALCON IBERHIS en el N° 118 con una cifra de ventas de 6,97 MUS\$. La aparición de NESTLÉ en la 50 posición no es significativa, ya que obedece a la inclusión en su cifra de ventas de los productos dietéticos infantiles que se venden en Oficinas de Farmacia.

4.2.2. Productos relevantes

En el caso que nos ocupa, los productos sanitarios realmente afectados, a corto plazo, por la operación que se examina son los de aplicación oftálmica. Entre ellos se distinguen dos subsectores: los fármacos oftálmicos y los productos e instrumental de cirugía oftálmica.

A. Fármacos oftálmicos

En esta categoría se incluyen numerosos grupos de productos que, al no ser sustituibles entre sí, han de considerarse como distintos, desde la perspectiva de la definición de productos relevantes.

En el año 1994, el consumo europeo de fármacos oftálmicos se estima en 110.717 millones de pesetas. ALCON es suministrador de un 9% de este consumo y CUSÍ de un 3%. En dicho año, la facturación en España de fármacos oftálmicos fue de 6.868 millones de pesetas, cifra que representa únicamente el 1,4% del consumo total de productos sanitarios.

En el cuadro N° 4 se presenta la facturación de fármacos oftálmicos en el mercado español con la correspondiente desagregación según los distintos productos relevantes identificados. Un análisis de la información contenida en el cuadro revela que sólo resultan afectados por la concentración, a corto plazo y directamente, los mercados de producto en los que ambas empresas son activas: mióticos antiglaucoma, lágrimas artificiales/lubricantes oculares, anti-infecciosos oftálmicos, corticoides+anti-infecciosos oftálmicos y corticoides oftálmicos.

CUADRO N° 4.**Fármacos oftálmicos. España. Consumo. Millones de pesetas. Noviembre 1993- oct. 1994**

		CUOTA %	
Productos para conjuntivitis inespecífica	870.030	27,4	-----
Corticoides+anti-infecciosos para oftalmología.	843.720	67,9	10,0
Productos anti-infecciosos oftálmicos.	766.880	41,5	16,8
Productos anticataratas	590.720	100,0	-----
Productos antiinflamatorios no esteroides	477.360	-----	-----
Lágrimas artificiales/lubricantes oculares	429.220	46,9	33,9
Corticoides oftálmicos.	199.440	38,4	27,9
Mioráticos masciclopégicos	122.090	81,4	-----
Agentes antivirales oftálmicos	59.560	13,3	-----
Anestésicos locales oftálmicos	15.950	82,6	-----
Tónicos de ojos	7.560	-----	100,0
Otros productos	671.930	52,2	19,1

Fuente: intel marketing statistics on pharmaceutical information, citado por los notificantes.

B) Productos e instrumental de cirugía

En el sector de productos y material utilizados en cirugía oftálmica, se consideran dos tipos de productos:

- 1- Instrumentos quirúrgicos o accesorios permanentes de los aparatos de cirugía oftálmica. La facturación en España de instrumentos para cirugía oftálmica se estima en unos 43 MUS\$. La empresa BRAUN DEXON es el líder del mercado español de estos productos de alta tecnología. ALCON, suministrador de un 35% de este consumo con una amplia gama de productos, ostenta la segunda cuota. CUSÍ no produce ni comercializa este tipo de productos.
- 2- Desechables quirúrgicos, entre los que se encuentran varios productos relevantes tales como lentes intraoculares, viscoelásticos, suturas, soluciones de irrigación, cuchilletes, cánulas y cistítomos. El consumo europeo de desechables quirúrgicos oftálmicos ascendió en 1994 a 298 MUS\$, siendo la participación de ALCON de un 18% y la de CUSÍ de un 0,6%.

El siguiente cuadro muestra los escasos efectos, a corto plazo, de la concentración en los mercados de producto para cirugía oftálmica. ALCON y CUSÍ compiten sólo en tres de los mercados de productos desechables para cirugía oftálmica: lentes intraoculares, viscoelásticos y cánulas y cistitomos. En los dos primeros, las cuotas de CUSÍ son muy reducidas y en el de cánulas y cistitomos, el incremento de concentración que tiene lugar, como consecuencia de la operación de concentración medido por el índice de Herfindahl-Hirschman(HHI)¹¹ es poco relevante.

CUADRO Nº 5

Instrumental y productos de cirugía oftálmica. España. Consumo. Millones de pesetas. Cuotas. Índices de concentración anteriores y posteriores. Incrementos.

PRODUCTOS DE CIRUGÍA OFTÁLMICA	Millones de pesetas	CUOTA %		INDICES HHI		Δ
		CUSÍ	ALCON	ANTERIOR	POSTERIOR	
INSTRUMENTOS QUIRÚRGICOS	1020	-----	30	s/d	s/d	0
DESECHABLES QUIRÚRGICOS	7000	-----	14	s/d	s/d	-
- LENTES INTRAOCULARES	2160	2	12	892	940	48
- VISCOELÁSTICOS	2100	2	6	4390	4414	24
- SUTURAS	570	-----	50	s/d	s/d	0
- SOLUCIONES DE IRRIGACIÓN	400	-----	42	2994	2994	0
- CUCHILLETES	300	-----	28	s/d	s/d	0
- CÁNULAS Y CISTITOMOS	300	18	7	713	825	112

Fuente: notificantes y elaboración propia

La adquisición de CUSÍ por NESTLÉ no aumenta sensiblemente el grado de concentración en ninguno de los mercados identificados. No obstante, debe advertirse que esta operación supone la desaparición de un competidor potencial

¹¹ El índice HHI se calcula sumando los cuadrados de las cuotas de mercado de cada una de las empresas. Puede observarse que el valor máximo de HHI es de 10.000 puntos, correspondiendo a un monopolio. En cambio, por ejemplo, un sector con 100 empresas, cada una de ellas con el 1% del mercado tendría un índice HHI de 100 puntos. Este índice es el recomendado por la Federal Trade Commission y por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos en sus directrices sobre concentraciones. La aplicación e interpretación en el caso español no debe hacerse miméticamente dadas las diferencias entre los tamaños de los mercados norteamericano y español.

y la constitución de una entidad cuyo poder de mercado se verá, probablemente, incrementado por el efecto del reforzamiento de su gama de productos y las sinergias que ello conlleva. La concentración de ALCON IBERHIS y CUSÍ no afecta, directamente y a corto plazo, a otros productos como son los destinados al cuidado de las lentes de contacto, cosméticos y OTC, que solamente son producidos por una de las dos empresas interesadas.

En conclusión, en el presente informe únicamente se considerará, en general, como mercado afectado el sector de fármacos oftálmicos y, en particular, los distintos submercados del mismo en los que se registran adiciones de cuotas de mercado entre las empresas participantes.

4.3. Características del mercado

4.3.1. Características de la oferta

Una de las características destacadas de la industria farmacéutica, en general, y de la producción de fármacos oftálmicos, en particular, es la importante repercusión de los costes de investigación y desarrollo en el coste del producto. Se calcula que el coste de desarrollo y registro nuevas especialidades farmacéuticas se encuentra entre 200 y 250 MUS\$ por cada entidad molecular o principio activo de éxito registrado mundialmente.

Los grandes grupos farmacéuticos mundiales dedican cifras sustanciales a la investigación. Como ejemplo puede citarse que MERCK SHARPE & DOHME y CIBA GEIGY destinaron, respectivamente, a I+D, en el año 1993, 1.172 MUS\$ y 1.735 MUS\$. En el mismo año los presupuestos de I+D de los grupos ALCON y ALLERGAN fueron de 120 MUS\$ y 102 MUS\$. Frente a estas cifras, el esfuerzo investigador de CUSÍ, cifrado en unos 600 millones de pesetas (que representan un 8.6% de su cifra de negocios) resulta evidentemente exiguo.

El primer componente del coste directo de producción de los fármacos oftálmicos son los envases, embalajes y material promocional. Las materias primas tienen un peso relativamente menor. Así, examinando la lista de los 20 suministradores más importantes de CUSÍ, en 1993, cuya facturación alcanzó los 1.520 millones de pesetas, se observa que sólo cuatro de ellos, con unas ventas de 395 millones de pesetas, son suministradores de productos químicos utilizados como primeras materias.

En el mercado español de fármacos oftálmicos compiten algunas de las primeras empresas farmacéuticas del mundo: MERCK SHARPE & DOHME, que es el segundo grupo farmacéutico del mundo, con una facturación, en el año 1993, de

6.368 MUS\$, y la multinacional suiza CIBA GEIGY, que ocupa el 61 lugar mundial con una facturación de 4.626 MUS\$. El grupo ALCON ocupa la posición N° 40 con facturación de 1.100 MUS\$ y ALLERGAN se sitúa en el N° 65 con 508 MUS\$.

ALCON se dedica exclusivamente a los productos oftálmicos, mercado en el que es líder mundial. ALLERGAN está especializada en este tipo de productos y es el segundo grupo en el mercado mundial de productos oftálmicos, con una facturación de 508 MUS\$.

4.3.2. Características de la demanda

En España, la Industria Farmacéutica suministra sus productos, casi exclusivamente, a las empresas mayoristas de productos farmacéuticos, y éstas, a su vez, a las Oficinas de Farmacia. Las principales empresas mayoristas son sociedades cooperativas de los propios farmacéuticos. Así los dos principales clientes de CUSÍ son la Cooperativa Farmacéutica Española (COFARES) y la Federación Farmacéutica S.C.

No hay una gran concentración de la demanda. COFARES representa el 10% de las ventas de CUSÍ y la Federación Farmacéutica el 8,6% (datos de 1993). Los 15 primeros clientes sólo absorben el 54,4% de las ventas. Los mayoristas suponen el 89,2% de la facturación de fármacos oftálmicos de CUSÍ y el resto se distribuye entre hospitales (6,3%) y ventas directas a Oficinas de Farmacia (4,5%).

La demanda final de los medicamentos presenta características destacables. Se trata de una demanda sumamente rígida porque los medicamentos son productos de primera necesidad y porque su efectiva disponibilidad está garantizada por los sistemas de seguridad social. Además, se trata, en general, de productos cuyo consumo no depende de una una decisión del consumidor sino de la prescripción de un médico. Así pues, los elementos que normalmente van unidos a la demanda de un producto: decisión, consumo y pago, están disociados de la demanda de medicamentos. Quienes deciden el consumo del medicamento tienen en cuenta su valor terapéutico y poco -o nada- el precio. Esto implica que la competencia en precios pierde casi totalmente su razón de ser. Este hecho se refuerza si se considera que la mayoría de los precios de los medicamentos son fijados por la Administración, al margen de las condiciones del mercado. Finalmente, el consumidor del medicamento carece, casi por completo, de la capacidad de evaluar las características del producto. La rotunda asimetría de información sólo se rompe con la obligación legal de mediación facultativa por parte del médico y, en todo caso, del farmacéutico.

4.3.3. Regulación del mercado

Las especiales características de la demanda de medicamentos hacen necesaria, universalmente, la regulación del mercado. Los fármacos oftálmicos están sujetos, al igual que los restantes medicamentos, a una minuciosa regulación.

Los aspectos más destacados de esta regulación en España son los siguientes:

- a) Preceptiva inscripción de los laboratorios productores como proveedores de especialidades farmacéuticas en el Registro del Ministerio de Sanidad.
- b) Preceptiva autorización de cada especialidad farmacéutica por el Ministerio de Sanidad y, en su caso, establecimiento de la obligatoriedad de dispensación con receta médica.
- c) Regulación de las indicaciones para el uso del medicamento, con mención obligatoria de las dosis terapéuticas, los efectos secundarios, las contraindicaciones, etc.
- d) Autorización del precio de cada especialidad farmacéutica o exención expresa de este requisito. Están sometidos a autorización de precio casi todos los medicamentos que requieren receta médica para su dispensación.
- e) Venta exclusiva de los medicamentos en las Oficinas de Farmacia.
- f) Márgenes máximos de comercialización fijados por el Ministerio de Sanidad y Consumo.
- g) Prohibición de realizar publicidad para la mayoría de las especialidades farmacéuticas que requieren receta médica y regulación del contenido de los mensajes publicitarios de las restantes.

Tal como antes se ha indicado, la mayoría de los medicamentos son financiados en un porcentaje importante, por la Seguridad Social que, de esta forma, se convierte en el principal cliente directo de las Oficinas de Farmacia directamente, e, indirectamente, de los laboratorios farmacéuticos.

4.4. Cuotas de mercado actuales y posteriores a la operación

En los cuadros N° 6 y siguientes, se presenta la distribución del mercado nacional, en el año 1994, del conjunto de fármacos oftálmicos y de sus diferentes submercados afectados por la operación que se examina. Separadamente se presenta en cada cuadro la suma de cuotas de CUSÍ y ALCON IBERHIS como previsión de la que obtendría, ceteris paribus, la futura sociedad ALCON CUSÍ.

CUADRO N° 6

Fármacos oftálmicos. España. Empresas. Cuotas de mercado. 1994

EMPRESAS	CUOTA %
CUSÍ	42,4
MERCK	14,2
ALCON IBERHIS	10,3
CIBA-GEIGY	9,5
ALLERGAN	8,1
WELLCOME	3,4
RESTO	12,1
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	52,7

Fuente: notificantes

CUADRO N° 7

Mióticos antiglaucoma. España. Empresas. Cuotas de mercado. 1994.

EMPRESAS	CUOTA %
MERCK	43
CUSÍ	24,9
ALLERGAN	15,2
ALCON IBERHIS	8,5
MIQUEL	4,9
RESTO	3,5
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	33,4

Fuente: notificantes

CUADRO Nº 8**Lágrimas artificiales/lubricantes oculares. España. Empresas. Cuotas de mercado. 1994**

EMPRESAS	CUOTA %
CUSÍ	46,9
ALCON IBERHIS	33,9
ALLERGAN	19,2
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	80,8

Fuente: notificantes

CUADRO Nº 9**Productos anti-infecciosos oftálmicos. España. Empresas. Cuotas de mercado. 1994**

EMPRESAS	CUOTA %
CUSÍ	41,5
ALCON IBERHIS	16,8
FOZ OCULOS ¹²	15,8
GAYOSO WELLCOME	11,5
MERCK	8,1
RESTO	6,3
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	58,3

Fuente: notificantes

CUADRO Nº 10**Corticoides+anti-infecciosos. España. Empresas. Cuotas de mercado. 1994**

EMPRESAS	CUOTA %
CUSÍ	67,9
ALCON IBERHIS	10
FOZ OCULOS	7,9
SCHERING	4,7
ALLERGAN	4,4
RESTO	5,1
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	77,9

Fuente: notificantes

¹² La empresa FOZ OCULOS pertenece al grupo suizo CIBA-GEIGY.

CUADRO Nº 11**Corticoides oftálmicos. España. Empresas. Cuotas de mercado**

EMPRESAS	CUOTA %
CUSÍ	38,4
ALCON IBERHIS	27,9
ALLERGAN	21,3
LLORENS	8,7
FOZ OCULOS	1,7
RESTO	2
PREVISIÓN ALCON CUSÍ	66,3

Fuente: notificantes

4.5. Índices de concentración

4.5.1. Índices C₁, C₂ y C₃

Los índices C_1 , C_2 y C_3 se obtienen por simple consideración de las cuotas de mercado de los mayores participantes. Así, el índice C_1 indica la mayor cuota de mercado C_2 es la suma de las dos mayores cuota de mercado y C_3 ,la suma de las tres mayores. En el cuadro Nº 12 se presentan los resultados para el mercado español.

CUADRO Nº 12

Sector de fármacos oftálmicos. Mercado español. segmentos relevantes. Índices de concentración c_1 , c_2 y c_3 . Incrementos.

INDICE	FÁRMACOS OFTÁLMICOS	CUOTAS DE MERCADO		incremento
		anteriores	posteriores	
C ₁	FÁRMACOS OFTÁLMICOS	42,4	52,7	10,3
	Mióticos antiglaucoma	43,0	43,0	0
	Lágrimas artificiales	46,9	80,8	33,9
	Antiinfecciosos oftálmicos	41,5	58,3	16,8
	Corticoides+antiinfecciosos	67,9	77,9	10,0
	Corticoides oftálmicos	38,8	66,7	27,9
C ₂	FÁRMACOS OFTÁLMICOS	56,6	66,9	10,3
	Mióticos antiglaucoma	67,9	76,4	8,5
	Lágrimas artificiales	80,8	100	19,2
	Antiinfecciosos oftálmicos	58,3	74,1	15,8
	Corticoides+antiinfecciosos	77,9	85,8	7,9
	Corticoides oftálmicos	66,7	88,0	21,3
C ₃	FÁRMACOS OFTÁLMICOS	66,9	76,4	9,5
	Mióticos antiglaucoma	83,1	91,6	8,5
	Lágrimas artificiales	100	100	0
	Antiinfecciosos oftálmicos	74,1	85,6	11,5
	Corticoides+antiinfecciosos	85,8	90,5	4,7
	Corticoides oftálmicos	88,0	96,7	8,7

4.5.2. Índices de concentración Herfindahl-Hirschman

En el análisis de las operaciones de concentración se trata de medir su incidencia sobre el grado de concentración de la oferta de un sector. Para ello, además de las cuotas de mercado de un número determinado de empresas, suele utilizarse el índice de concentración Herfindhal-Hirschman (HHI)¹³ anterior a la operación y previsto después de ella.

Los valores de estos índices en los mercados españoles examinados se consignan en la siguiente cuadro:

¹³ Para el cálculo de estos índices no se ha tenido en cuenta las cuotas del apartado "RESTO" ya que agrupan a un número de empresas con porcentajes de participación inferiores al 1,5%.

CUADRO Nº 12**Fármacos oftálmicos. Segmentos. Mercado español. índices HHI anteriores a la operación y previstos tras ella. Incremento de los índices.**

Sector y segmentos	HHI anterior	HHI posterior	ΔHHI
FÁRMACOS OFTÁLMICOS	2273	3146	873
Mióticos antiglaucoma	2796	3219	423
Lágrimas artificiales	3717	6897	3180
Antiinfecciosos oftálmicos	2452	3846	1394
Corticoides+antiinfecciosos	4814	6172	1358
Corticoides oftálmicos	2785	4928	2143

Del estudio de los índices HHI se pone de manifiesto el elevado valor del índice de concentración de partida de los distintos subsectores, debido, en gran parte, a que el reducido tamaño del mercado y las correspondientes dimensiones mínimas-óptimas no permiten la participación de numerosos operadores.

Los valores absolutos alcanzados por los índices de concentración después de la operación en todos los segmentos analizados, así como el incremento del valor de los índices, indican que, en un caso, se contabiliza un incremento sustancial de la concentración de la oferta y, en otros dos casos, incrementos significativos.

4.6. Otros factores determinantes del grado de competencia

Evidentemente, los valores de los índices de concentración no son más que términos de referencia que han de analizarse conjuntamente con los demás factores determinantes del grado de competencia en un mercado: las barreras de entrada, tanto económicas como reglamentarias, los productos sustitutos, el poder de los suministradores y clientes, la rivalidad efectiva y la existencia de competidores potenciales.

4.6.1. Barreras económicas

Como se ha indicado, el costo de desarrollo y registro nuevas especialidades farmacéuticas es muy elevado. Este elevado coste constituye una fuerte barrera económica, a la que se suma el resultado, siempre incierto del proceso de investigación. Por ello, la producción farmacéutica autónoma (sin licencia) sólo es accesible a las grandes empresas de dimensión mundial. Las empresas de menor dimensión pueden explotar algún descubrimiento propio pero, sin una gran dimensión que les permita absorber los elevados costes de investigación, carecen de posibilidades de supervivencia.

Además, la competencia entre productores exige el control de los costes. Como en cualquier industria, dicho control exige el aprovechamiento de las posibles economías de escala. Por ello, la evolución de los procesos de producción hacia su dimensión mínima-óptima limita, en general, el número de potenciales competidores en el mercado. Este principio quiebra cuando los costes de entrada son reducidos y cuando el proceso de producción no es complejo.

Además de una barrera económica de escala de producción, la entrada en el sector farmacéutico plantea también la necesidad de obtener una adecuada distribución en diversos mercados nacionales. Ello no hace sino restringir, aún más, las posibilidades de entrada de nuevos competidores.

4.6.2. Barreras reglamentarias

Los productos farmacéuticos y, entre ellos, los fármacos oftálmicos están protegidos por sus correspondientes patentes en las que se reconoce el derecho de propiedad industrial inherente a los procesos de investigación y desarrollo antes mencionados.

En todos los países, entre ellos España, los productos farmacéuticos están sometidos a una estricta regulación: preceptiva habilitación de la empresa fabricante y/o importadora, preceptivo registro sanitario del producto, regulación del precio máximo de venta¹⁴ y reglamentación del canal comercial.

Para operar en cualquier segmento del mercado farmacéutico en España, una empresa debe estar autorizada por el Ministerio de Sanidad y Consumo como proveedora de especialidades farmacéuticas. La empresa debe poseer los derechos sobre un producto farmacéutico o disponer de capacidad de investigación y desarrollo para generarlo y obtener de dicho Ministerio, en primer lugar, el registro sanitario de la especialidad farmacéutica y, en segundo lugar, la autorización del precio o la calificación de especialidad farmacéutica publicitaria.

4.7. Efectos de la reglamentación de precios sobre la competencia

El Ministerio de Sanidad y Consumo, en el contexto de la defensa de los intereses públicos, controla el precio de los medicamentos por tres tipos de motivos: en primer lugar, porque la demanda de medicamentos es rígida, el medicamento no es libremente elegido por el consumidor sino prescrito por un

¹⁴ Salvo en el caso de especialidades farmacéuticas publicitarias cuya venta no suele requerir receta médica y que no son reembolsables por la Seguridad Social.

médico y porque es un producto que se adquiere por necesidad; por ello, el control del precio constituye una garantía de que ningún operador pueda beneficiarse del estado de necesidad del enfermo; en segundo lugar, porque, frecuentemente, la oferta de medicamentos es de naturaleza monopolística u oligopolística; en consecuencia, sin control de precios, los oferentes podrían abusar de su posición de dominio; y, por último, porque el medicamento constituye un bien esencial para la sociedad y debe llegar a cuantos ciudadanos lo necesiten. Para ello, se subvenciona un alto porcentaje de su coste. Por esta razón, el control de precios es, además, un mecanismo de limitación del gasto público.

Como se ve, el control de precios es un mecanismo preventivo de posibles abusos de posición de dominio. Cuando los precios están sometidos a la autorización previa del Ministerio de Sanidad y Consumo puede romperse la secuencia entre elevada concentración de la oferta y posibilidad de abuso del poder de mercado.

Además, la intervención de la Administración tiene un efecto directo sobre las cuotas de mercado. Por ejemplo, tras la correspondiente inclusión en la lista de medicamentos reembolsables por la Seguridad Social las ventas del producto Liquifilm 15 mg de ALLERGAN registraron un crecimiento del 54%, frente al 17% de sus competidores.

Como se ha indicado, en la operación que se analiza, se han identificado cinco productos relevantes del género de fármacos oftálmicos cuyo mercado resulta afectado por la operación de concentración: mióticos antiglaucoma, lágrimas artificiales, antiinfecciosos, corticoides+antiinfecciosos y corticoides oftálmicos. En cuatro de estos cinco segmentos las especialidades farmacéuticas están sometidas a control de precios. Por ello, el aumento del grado de concentración no puede fácilmente traducirse en abuso del poder de mercado.

En el segmento de lágrimas artificiales coexisten, por el contrario especialidades sometidas a control de precios y especialidades de precio libre. En el siguiente cuadro se presenta la lista de los medicamentos clasificados en esta categoría y se especifica la empresa fabricante, la exigencia de receta médica, la posibilidad de reembolso por la Seguridad-Social, el sometimiento al control del precio, el precio de venta al público y la cifra de ventas.

CUADRO Nº 13

Lágrimas artificiales. Especialidades. Fabricante. características. Pvp (sin iva). Cifra de ventas del fabricante (noviembre 1993-octubre 1994)

PRODUCTO	EMPRES A	CARACTERÍSTICAS			PVP (PTA)	VENTAS (MPTA)
		Receta	S. Social	Control de precio		
Tears-Humec. 15 ml	Alcon	SIN	NO	NO	616	128,3
Colircusí Humec. 10 ml	Cusí	CON	SI	SI	284	96,5
Eloisin 10 ml. ¹⁵	Cusí	CON	SI	SI	1.682	69,4
Liquifilm 15 ml	Allergan	SIN	SI	SI	486	65,7
Dracolux 10 ml.	Cusí	SIN	NO	NO	588	27,6
Lacrilube 3,5 g	Allergan	SIN	NO	NO	704	16,9
Tears Gel 3,5 g	Alcon	SIN	NO	NO	616	15,7
Lubrifiilm 3,5 g	Allergan	SIN	NO	NO	608	7,3
Liquifresh 10 (nuevo)	Allergan	SIN	NO	NO	334	N/d
Liquifresh 30 (nuevo)-	Allergan	SIN	NO	NO	931	N/d

Fuente: Intel Marketing Statistics on the Pharmaceutical Information (octubre de 1994)

En el cuadro anterior se observa que, según los datos disponibles, el 45,8% del mercado está abastecido por productos no sometidos a control de precios y no financiados por la Seguridad Social. En esta parte del mercado la operación de concentración puede reducir la competencia al reducir el número de competidores y reforzar la posición de dominio de la empresa resultante de la operación.

Debe mencionarse también que el efecto precio puede provocar diferencias en los índices de concentración en relación con su cálculo a partir de unidades físicas. Sin embargo, considera el Tribunal que tales diferencias no son significativas en este expediente, no desmintiendo, por tanto, el juicio efectuado.

En el mercado de lágrimas artificiales, el aumento de poder de mercado de las empresas que se concentran no resulta totalmente compensado por el control de precios. Indirectamente, en cambio, puede considerarse que las tres especialidades con precio controlado o, por lo menos las dos de precio más bajo (Colircusí Humectante y Liquifilm) producidas por empresas competidoras suponen una posibilidad de elección alternativa que puede contribuir a impedir

¹⁵ El mayor precio de esta especialidad se debe a que, además de actuar como lágrima atificial, estimula las glándulas lacrimales.

una elevación significativa y no transitoria del precio de las especialidades de lágrimas artificiales no sometidas a control de precios.

Interesa mencionar el efecto sobre el mercado del control administrativo. Como es lógico, las especialidades reembolsables por la Seguridad Social tienen siempre mayor demanda aunque, como contrapartida, deben someterse al control de precios. El Ministerio de Sanidad y Consumo suele dificultar la revisión de precios autorizados y, por ello, las especialidades con precio controlado suelen mantener precios históricos inferiores. Además, dentro del grupo de especialidades sometidas al control de precios, los productos de más reciente autorización tienen mayor probabilidad de beneficiarse de un precio más elevado¹⁶.

Por último, debe destacarse que la producción de lágrimas artificiales es técnicamente muy simple. La materia prima es barata y accesible y cualquier laboratorio farmacéutico dispone de instalaciones de producción con la total asepsia necesaria para la fabricación y envasado de estas especialidades. La posibilidad de entrada en el mercado, para cualquier laboratorio, es, pues, manifiesta.

4.8. Efectos compensatorios

En esta operación de concentración se aprecian claros efectos favorables que compensan los riesgos que presenta para la competencia en el mercado.

La concentración ALCÓN/CUSÍ producirá economías de escala en los procesos de producción y de distribución, con sus correspondientes efectos positivos sobre los costes. ALCON CUSÍ, la nueva empresa resultante de la fusión, junto con las filiales de ALCON localizadas en Bélgica y Francia, serán las tres filiales operativas de ALCON en la Unión Europea.

De las cuatro plantas operativas en Europa, dos estarán localizadas en España. ALCON manifiesta su intención de dedicar las instalaciones de Madrid a la producción de líquidos para lentes de contacto y las de Barcelona a la investigación y a la producción de colirios y ungüentos. Hay que destacar especialmente que la operación de concentración examinada permitirá potenciar las actividades de investigación en España. El actual laboratorio de CUSI en Barcelona será, junto al de Fort Worth (Texas), uno de los dos laboratorios de

¹⁶ Las diferencias en el momento de incorporación de los productos a la lista de productos reembolsables por la Seguridad Social son uno de los elementos explicativos de su precio final. *Colircusí Humectante* fue incluida en la citada lista en el año 1960 y *Liquifilm* en el año 1987.

investigación del grupo ALCON. El laboratorio de investigación de Barcelona se convertirá en uno de los más importantes de Europa en su especialidad y será responsable de las actividades científicas necesarias para el registro de las especialidades oftálmicas en los países de la Unión Europea.

El grupo ALCON desarrolla todas las fases de investigación farmacológica excepto el desarrollo de nuevas moléculas. Particularmente importante para los fármacos oftálmicos es el desarrollo de envases que permitan garantizar la total asepsia del producto sin necesidad de conservantes y de sistemas de aplicación sencillos y eficientes.

5. CONCLUSIONES

PRIMERA. Los productos farmacéuticos son, en general, bienes de demanda rígida que, en ocasiones, carecen de sustitutivos. Las operaciones de concentración que afectan a este tipo de productos tiene que examinarse con un mayor rigor por la especificidad de sus probables efectos sobre la competencia.

SEGUNDA. En la presente operación se identifican cinco productos relevantes afectados por la operación: a) mióticos antiglaucoma; b) lágrimas artificiales; c) antiinfecciosos oftálmicos; d) corticoides+antiinfecciosos; y d) corticoides oftálmicos.

TERCERA. Respecto al ámbito territorial del mercado, se considera que es el español en todos los casos. En un período próximo, pero no determinable, el mercado relevante pasará a ser el correspondiente a la Unión Europea. En cualquier caso, la magnitud del mercado nacional de los productos relevantes afectados por la operación de concentración es muy reducida; concretamente, en el caso de las lágrimas artificiales es inferior a los 450 millones de pesetas. En consecuencia, sus efectos sobre la competencia y sobre el interés público no pueden tener, *ceteris paribus*, un alcance relevante.

CUARTA. El sometimiento del precio de los productos farmacéuticos a una preceptiva autorización administrativa aminora considerablemente el riesgo de que una posición de dominio establecida pueda llegar a ejercerse mediante la imposición de precios abusivos.

QUINTA. El control de precios es prácticamente completo en los mercados de mióticos antiglaucoma, antiinfecciosos oftálmicos, corticoides+antiinfecciosos y corticoides oftálmicos. Por ello, el aumento de la concentración de la oferta que se produce en estos mercados no puede, previsiblemente, amenazar la competencia.

- SECTA. En cambio, en el sector de lágrimas artificiales, el control de precios está limitado a las especialidades que representan poco más del 50% del mercado. En este caso las tres especialidades con precio controlado o, por lo menos las dos de precio más bajo producidas por empresas competidoras, suponen una posibilidad de elección alternativa que impide una elevación significativa y no transitoria del precio de las especialidades de lágrimas artificiales no sometidas a control de precios.
- SÉPTIMA. En general, en los mercados de especialidades farmacéuticas, el riesgo para la competencia se ve notablemente incrementado por la evidente dificultad de acceso de nuevos competidores, debido a las barreras de entrada tanto económicas como reglamentarias. Sin embargo, en el presente caso, dada la simplicidad del proceso de producción de las *lágrimas artificiales* se considera que dicho mercado relevante es fácilmente contestable.
- OCTAVA. La competencia en los mercados afectados se ve estimulada por la concurrencia como oferentes de varios grupos farmacéuticos de primera línea que, aún teniendo reducidas cuotas de mercado, tienen capacidad suficiente para ejercitar, previsiblemente, una activa rivalidad en el futuro.
- NOVENA. En esta operación de concentración se aprecian efectos favorables compensatorios de los riesgos que presenta para la competencia en el mercado. La concentración ALCÓN/CUSÍ permitirá la especialización de las plantas de producción y promoverá economías de escala en los procesos de producción y distribución. Además, las actividades de investigación de la nueva empresa se verán potenciadas. El laboratorio de Barcelona será uno de los dos laboratorios de investigación del grupo ALCON y el único de este grupo en la Unión Europea.

Por cuanto antecede el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia ha acordado remitir al Excmo. Sr. Ministro de Economía y Hacienda, para su elevación al Gobierno el siguiente:

DICTAMEN

Que, aunque la operación analizada provoca un aumento sensible del grado de concentración de la oferta en algunos mercados de fármacos oftálmicos teniendo en cuenta la intervención de la Administración Sanitaria en la autorización de los medicamentos que van a ser comercializados y en la determinación de su precio, la escasa dimensión del mercado español que resulta afectado por la operación de concentración, que es el de los fármacos oftálmicos, especialmente los colirios y lágrimas artificiales, y la imposibilidad de que se ejercite el poder de mercado resultante en dicho mercado, no sólo por estar fuertemente regulado sino también por ser de fácil acceso para cualquier laboratorio farmacéutico y por estar previsiblemente expuesto, en el futuro, a la competencia de las importaciones del resto de la Unión Europea, y existiendo, además, otros elementos compensatorios de los posibles efectos restrictivos de la competencia, este Tribunal considera que resulta adecuado no oponerse a la operación notificada.

ORDEN DE 5 de Septiembre de 1995 por la que se hace público el ACUERDO DEL CONSEJO DE MINISTROS de 16 de junio de 1995 por el que, conforme a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley de Defensa de la Competencia, no procede oposición a la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de la sociedad Nestlé Sociedad Anónima, del 100 del capital de la sociedad española “Laboratorios Cusi, Sociedad Anónima”.

En cumplimiento del artículo 15 del Real Decreto 1080/1992, de 11 de septiembre, por el que se aprueba el procedimiento a seguir por los órganos de defensa de la competencia en concentraciones económicas, y la forma y contenido de su notificación voluntaria, he dispuesto hacer público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de junio de 1995, por el que, conforme a lo dispuesto en el art. 17 de la Ley de Defensa de la Competencia, no procede oposición a la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de la sociedad suiza Nestlé Sociedad Anónima, del 100 del capital de la sociedad española “Laboratorios Cusi, Sociedad Anónima” que a continuación se relaciona:

Vista la notificación voluntaria realizada al Servicio de Defensa de la Competencia por la empresa Nestlé Sociedad Anónima;

Resultando que por la Dirección General de Defensa de la Competencia se procedió al estudio del referido expediente, elevando propuesta acompañada de

informe al excelentísimo señor Ministro de Economía y Hacienda, quien resolvió remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, por entender que dicha operación de concentración podría afectar al mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de los fármacos oftálmicos, según lo dispuesto en el artículo 15.4 de la Ley 16/1989 de 17 de julio, de Defensa de la Competencia;

Resultando que el Tribunal de Defensa de la Competencia, tras el estudio del mencionado expediente, ha emitido dictamen en el cual estima que, aunque la operación analizada provoca un aumento sensible del grado de concentración en la oferta en algunos mercados de fármacos oftálmicos, teniendo en cuenta la escasa dimensión de mercado español y la imposibilidad de que se ejercite el poder de mercado resultante, no sólo por estar dicho mercado fuertemente regulado, sino también por ser de fácil acceso para cualquier laboratorio farmacéutico y por estar previsiblemente expuesto, en el futuro, a la competencia de las importaciones del resto de la Unión Europea, y existiendo, además, otros elementos compensatorios de los posibles efectos restrictivos de la competencia, el Tribunal ha considerado adecuado no oponerse a la concentración notificada:

Considerando que, según el artículo 17 de la Ley de 16/1989, la competencia para decidir sobre estas cuestiones corresponde al Gobierno a propuesta del Ministro de Economía y Hacienda.

Vistos los textos legales de general y pertinente aplicación,

El Consejo de Ministros, a propuesta del Ministro de Economía y Hacienda, acuerda no oponerse a la operación de concentración consistente en la adquisición del 100 por 100 de las acciones de la sociedad española “Laboratorios Cusí, Sociedad Anónima”, por parte de la sociedad suiza “Nestlé, Sociedad Anónima”.

Lo que comunico a V.I. para su conocimiento y efectos.

Madrid, 5 de septiembre de 1995.- P.D. (Orden de 29 de diciembre de 1986), el Secretario de Estado de Economía, Alfredo Pastor Bodmer.

Ilmo. Sr. Director General de Defensa de la Competencia.