

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C/1193/2I MIURA PRIVATE EQUITY / PROCLINIC**

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 30 de abril de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de MIURA PRIVATE EQUITY SGEIC, S.A. (MIURA PRIVATE EQUITY) del negocio de distribución de producto y equipamiento dental de la familia Raneda
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por MIURA PRIVATE EQUITY según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral de volumen de negocios establecido en la letra b del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 31 de mayo de 2021. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN.**

- (4) La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre el negocio de distribución de producto y equipamiento dental de la familia Raneda por parte de MIURA PRIVATE EQUITY a través de la empresa Hunkern Spain, S.L.U., un vehículo controlado por MIURA PRIVATE EQUITY, que será la entidad adquirente de las sociedades objeto de compra. MIURA PRIVATE EQUITY ostentará el 85% del capital social de Hunkern y El Puente 16, S.L. (sociedad de la familia Raneda) ostentará el 15% del capital social. Hunkern adquirirá el 100% de las sociedades Proclinic S.A. (Proclinic) y sus filiales (Proclinic Deutschland GMHB, Fadente, S.A.U., Proclinic Italia, S.R.L. y Centrales de Facturation Dentaire, S.A.S.), así como las empresas Academia de Formación Continua en Odontología, S.L., Broker Dental, S.L. y CHL Medical Solutions, S.R.L.
- (5) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).

**III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

- (6) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (7) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral de volumen de negocio establecido en el artículo 8.1.b) de la misma.

**IV. EMPRESAS PARTICIPES**

**IV.1 ADQUIRENTE: MIURA PRIVATE EQUITY SGEIC, S.A. (MIURA PRIVATE EQUITY)**

- (8) MIURA PRIVATE EQUITY tiene como objeto social y actividad principal la administración y gestión de Fondos de Capital Riesgo y de activos de Sociedades de Capital Riesgo.
- (9) La notificante invierte principalmente en empresas españolas que operan en los siguientes sectores: consumo, industrial, servicios, alimentación y bebidas.
- (10) En el ámbito de actividad del negocio objeto de adquisición, MIURA PRIVATE EQUITY controla únicamente a la sociedad Terrats Medical, S.L.U. que está activa en España en el sector de la fabricación de producto y equipamiento dental para el sector odontológico. En concreto, se trata de una sociedad especializada en el diseño y producción de aditamentos e implantes dentales de última generación que opera bajo la marca DESS Dental Smart Solutions. Además, ofrece servicios de ingeniería, testeo y certificación para la medicina dental.
- (11) Según la notificante, el volumen de negocios de MIURA PRIVATE EQUITY en España en 2019, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de >60 millones euros.

VOLUMEN DE NEGOCIOS MIURA PRIVATE EQUITY 2019 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	>250	>60

Fuente: Notificación.

**IV.2 NEGOCIO OBJETO DE ADQUISICIÓN: PROCLINIC Y OTRAS EMPRESAS DE EL PUENTE 16, S.L.**

- (12) El negocio objeto de adquisición consiste en la actividad de distribución de productos y equipamiento dental de la sociedad de la familia Raneda, El Puente 16, S.L.

- (13) Actualmente El Puente ostenta el:
- 48,49% del capital social de Proclinic, S.A. cuyas filiales son Proclinic Deutschland GMHB, Fadente, S.A.U., Proclinic Italia, S.R.L. y Centrales de Facturation Dentaire, S.A.S.
  - 100% del capital social de Academia de Formación Continua en Odontología, S.L.
  - 100% del capital social de Broker Dental, S.L.
  - 100% del capital social de CHL Medical Solutions, S.R.L.
  - 100% del capital social de Centrale de Facturation Dentaire, S.A.S.
- (14) Según la notificante, el volumen de negocios objeto de adquisición en España en 2019, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de [>60 millones] euros.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL NEGOCIO OBJETO DE ADQUISICIÓN 2019 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificación.

## V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (15) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa<sup>1</sup> suscrito el 22 de marzo de 2021, que contiene las siguientes restricciones que la notificante considera accesorias y necesarias para dar viabilidad económica a la operación de concentración.

### No competencia

- (16) De acuerdo con la Cláusula 13.1.(a) del Contrato de Compraventa, los vendedores se obligan a no competir en forma alguna con ninguno de los negocios de las sociedades y adoptarán las medidas precisas para que ninguna persona vinculada al vendedor intervenga (entendiendo por estas, personas relacionadas con el vendedor por relación de afectividad o familiar y las sociedades controladas por él)
- (17) La cláusula de no competencia tendrá una duración de [>2] años a partir de la fecha de cierre.
- (18) Asimismo, durante [≥2] años a contar desde la fecha de cierre de la operación, los vendedores se comprometen a no captar proveedores ni clientes y a tomar todas las medidas necesarias para que no lo hagan las personas vinculadas

<sup>1</sup> Este Contrato de Compraventa recoge la transmisión de las participaciones del negocio objeto de transmisión, esto es, las empresas del Grupo Proclinic, a los nuevos adquirentes, esto es, MIURA PRIVATE EQUITY.

(19) A los efectos del cumplimiento de dicha cláusula de no competencia, se exceptúa:

a) [...]

### **No captación de empleados**

(20) La Cláusula 13.2 del Contrato de Compraventa contiene una cláusula de no captación de empleados por la que los vendedores se obligan a no contratar o tratar de contratar a ningún empleado de las sociedades transmitidas. [...]. Los vendedores se obligan a hacer lo necesario para que las personas vinculadas cumplan dicha cláusula.

(21) La cláusula de no captación de empleados tiene una duración de [ $>2$ ] años.

### **Confidencialidad**

(22) Las Cláusulas 13.1.(d) y 14 del Contrato de Compraventa contienen una cláusula de confidencialidad por la que las partes se obligan a no usar y a no revelar ni divulgar a ningún tercero ([...] ninguna información de carácter secreto o confidencial que esté, directa o indirectamente, relacionada con el negocio transmitido.

(23) [ $>2$  años] la duración de la cláusula de confidencialidad.

### **Valoración**

(24) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia”*. A su vez, la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo y, con carácter general, deben servir para proteger al comprador. Por consiguiente, por regla general las restricciones que benefician al vendedor, o bien no están directamente vinculadas a la realización de la concentración y no son necesarias a tal fin, o bien su alcance o duración deben ser menores que lo de las cláusulas que benefician al comprador.

(25) En concreto, esta Comunicación señala en su párrafo 20 que *“Las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Cuando sólo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años”*. Por su parte, el párrafo 22 establece que *“El ámbito geográfico de aplicación de una cláusula inhibitoria de la competencia debe limitarse a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso, toda vez que no es necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en territorios en los que éste no estaba presente”*.

- (26) Asimismo, de acuerdo con el párrafo 24 de la citada Comunicación de la Comisión, *“El vendedor puede comprometerse en nombre propio y en el de sus filiales y agentes comerciales. No obstante, no se considerará directamente vinculada a la realización de la concentración y necesaria a tal fin ninguna obligación por la que se impongan restricciones similares a otras partes.”*
- (27) El párrafo 26 establece que *las cláusulas de no captación y de confidencialidad tienen un efecto comparable al de las cláusulas inhibitorias de la competencia, por lo que se evalúan de forma similar.*
- (28) A la vista de lo anterior puede afirmarse que:
- i. En cuanto a las personas sujetas a la cláusula de no competencia y no captación, la extensión de las restricciones accesorias a las personas vinculadas con el vendedor por relación de afectividad o familiar no deberá considerarse accesorias.
  - ii. En cuanto a las personas sujetas a la cláusula de confidencialidad, la extensión al comprador no deberá considerarse accesorias.
  - iii. En cuanto al ámbito temporal de las cláusulas de no competencia y no captación ([>2] años), excede de lo que de forma razonable exige la operación notificada, por lo que quedaría sujeta a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas, en lo que exceda de 2 años.
  - iv. Respecto al ámbito temporal de la cláusula de confidencialidad ([>2 años]), al no establecerse duración temporal de la misma, la duración solo está justificada por un periodo de dos años.
- (29) En conclusión, teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la citada Comunicación de la Comisión, se considera que:
- la extensión de las cláusulas de no competencia y no captación a las personas vinculadas con el vendedor por relación de afectividad o familia;
  - la extensión al comprador de la cláusula de confidencialidad;
  - y el ámbito temporal de la cláusula de no competencia, no captación y de confidencialidad (lo que excede a los dos años de la Comunicación)
- van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas
- (30) Adicionalmente, se incluyen una serie de restricciones a El Puente en su condición de socios en Hunkern que se recogen en el Acuerdo de Socios<sup>2</sup> que la notificante considera accesorias y necesarias para dar viabilidad económica a la operación de concentración:

---

<sup>2</sup> El Acuerdo de Socios se firmará entre Hunkern, El Puente 16 y la newco controlada por MIURA PRIVATE EQUITY una vez haya sido aprobada la concentración.

**No competencia**

- (31) La cláusula 22 del Acuerdo de Socios de Hunkern prevé que mientras MIURA PRIVATE EQUITY continúe siendo socio de Hunkern, El Puente y las personas vinculadas a El Puente se comprometen a no actuar ni intervenir en actividades, de forma directa o indirecta, o ser titular de cualquier tipo de participación en un negocio que compita directa o indirectamente con el negocio de las empresas transmitidas.
- (32) A los efectos del cumplimiento de dicha cláusula de no competencia, se exceptúa:
- a) [...]
- (33) Esta obligación se extenderá por un período de  $\geq 2$  años desde que El Puente transmita el 100% de sus participaciones sociales.

**No captación de empleados**

- (34) La Cláusula 11.(b). del Acuerdo de Socios de Hunkern prevé que tanto El Puente como las personas vinculadas a El Puente no realizarán ni promoverán ofertas de empleo, ni contratarán a empleados del Grupo Proclinic, ni establecerán con los mismos, relaciones o cualesquiera vínculos de carácter empresarial, comercial o financiero para la realización de un negocio que compita directamente o indirectamente con la actividad de dichas sociedades.

**Valoración**

- (35) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia”*. A su vez, la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo y, con carácter general, deben servir para proteger al comprador.
- (36) Asimismo, el párrafo 40 de la Comunicación recoge que *las cláusulas inhibitorias de la competencia entre una empresa en participación y las empresas matrices que no ejercen el control de la misma no están directamente vinculadas a la realización de la concentración y no son necesarias a tal fin*.
- (37) Finalmente, el párrafo 41 establece que *en el caso de las cláusulas de no captación y de confidencialidad son aplicables los mismos principios que para las cláusulas inhibitorias de la competencia*.
- (38) A la vista de lo anterior puede afirmarse que la cláusula de no competencia y no captación de empleados no pueden considerarse accesorias al no poder considerarse que estén directamente vinculadas a la realización de la concentración, pues la participación de El Puente en Hunkern no es una participación de control.

- (39) En conclusión, teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la citada Comunicación de la Comisión, se considera que las cláusulas de no competencia y no captación de empleados del Acuerdo de Socios de Hunkern van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.

## **VI. MERCADOS RELEVANTES**

### **VI.1. Mercados de producto**

- (40) La operación propuesta afecta (i) al mercado de distribución de productos dentales consumibles, (ii) al mercado de servicios de asistencia técnica para productos dentales (iii) a la prestación de servicios de formación y asistencia en el sector odontológico y (iv) otros mercados verticalmente relacionados. En particular, las actividades principales de El Puente pueden clasificarse en los códigos CNAE 4690: comercio al por mayor no especializado, CNAE 4774: comercio el por menor de artículos médicos y ortopédicos (a través de Fadente) y CNAE 8544: educación terciaria no universitaria (a través de Academia).

#### **A. Mercado de distribución de productos y equipamiento dental**

- (41) La Comisión Europea y las autoridades nacionales de la competencia han considerado que los mercados de *distribución* abarcan una amplia gama de productos, en contraste con los mercados de *fabricación*, que se definen por cada producto. No obstante, han dejado abierta<sup>3</sup> la cuestión de si debería definirse un único mercado o si deberían segmentarse por distintas gamas de productos.
- (42) De conformidad con lo anterior, se puede hacer un análisis del mercado de distribución de productos dentales por gamas de producto como la que recoge el precedente nacional de distribución C/1102/20 Henry Schein-Casa Smicht que utilizó la clasificación del precedente nacional de fabricación *Danaher/Kavo*<sup>4</sup>.
- (43) Siguiendo dichos precedentes nacionales, cabe diferenciar cinco segmentos de mercado separados:

#### **1. Equipamiento y productos dentales**

- **Instrumentos dentales**: engloba los instrumentos requeridos por el dentista para atender todas las necesidades del cuidado dental, incluyendo: (i) instrumentos rotatorios: turbinas dirigidas por viento y piezas manuales; (ii) instrumentos osciladores (tornos) y otros instrumentos preventivos; (iii) instrumentos quirúrgicos; (iv) instrumentos para diagnóstico y tratamiento de caries; (v) láseres dentales; (vi) esterilizadores y aplicaciones higiénicas para limpiar y desinfectar los

---

<sup>3</sup> M. 7309 Bridgepoint/ EdRCP ; M. 7822 Dentsply/ Sirona

<sup>4</sup> N – 04022 DANAHER / KAVO 2004 y C/1102/20 Henry Schein-Casa Smicht

instrumentos. La adquirida no está presente en este mercado de producto.

- Equipamiento para la práctica dental: engloba unidades de tratamiento, software y mobiliario para la práctica dental. Se refiere principalmente a un sillón de dentista complementado con un sistema de reparto de instrumentos, agua, luz, etc. Incluye tanto unidades de tratamiento integradas como los componentes por separado.
  - Sistemas de imagen dental y cámaras intraorales: tienen la capacidad de proporcionar imágenes dentales con fines de diagnóstico y documentales. La adquirida no está presente en este mercado de producto.
  - Equipamiento para laboratorio dental y formación: engloba todos los productos requeridos en un laboratorio dental, en particular, instrumentos rotatorios especiales y sistemas CAD/CAM para utilizar en laboratorios, así como también equipamiento utilizado para formación como pueden ser unidades de simulación. La adquirida no está presente en este mercado de producto.
  - Mercado de productos dentales consumibles<sup>5</sup>: dicho mercado incluiría aleaciones, cerámicas, implantes, prósticos, ortodoncias, consumibles de restauración o preventivos, etc.
2. Motores eléctricos en miniatura de alta precisión: se trata de motores eléctricos que se caracterizan por su pequeño tamaño (con un diámetro aproximado de 15-30 milímetros) con considerable potencia (de hasta aproximadamente 100 vatios) y gran precisión (baja vibración, larga duración y, normalmente, alta velocidad).
3. Sistemas CAD/CAM (Computer-aided design / Computer-aided manufacturing): permite diseñar, mediante un programa de ordenador, las piezas dentales que se colocan después en la boca del paciente. Los dentistas pueden optar por acudir a un laboratorio que posea el sistema CAD/CAM para la elaboración de las piezas dentales de sus pacientes, o bien adquirir su propio sistema CAD/CAM.

En el precedente C/1102/20 HENRY SCHEIN / CASA SCHMIDT, se diferenciaba además por tipo de cliente final (clínicas y laboratorios dentales) en el caso concreto del segmento de mercado “sistemas CAD/CAM”, dadas las diferencias sustanciales en los productos demandados en cada caso

---

<sup>5</sup> En M.7309 BRIDGEPOINT / EdRCP, la Comisión Europea consideró el mercado de suministro de productos dentales consumibles como un mercado que abarcaría una amplia gama de productos: anestésicos, antisépticos, sedantes, hemostáticos, impresiones dentales, adhesivos, productos de blanqueamiento e higiene. No obstante, la Comisión Europea no definió dicho mercado al no plantearse problemas de competencia en dicha concentración. Si bien los precedentes no contienen una definición expresa de mercado de producto para los productos dentales consumibles, en línea con el precedente de la Comisión Europea, el precedente de la autoridad española N-04022 DANAHER / KAVO 2004 contiene una referencia al mercado de productos dentales consumibles que sugiere que dichos productos constituirían un segmento del mercado de productos y equipamiento dental. Concretamente, dicho mercado incluiría aleaciones, cerámicas, implantes, prósticos, ortodoncias, consumibles de restauración o preventivos, etc. Esta definición de mercado de producto, además, sería coherente con la segmentación por gama de productos del mercado de productos y equipamiento dental hecha por la autoridad en el precedente C/1102/20 HENRY SCHEIN / CASA SCHMIDT.

según diversas consideraciones como, por ejemplo, la irrelevancia de la esterilización en la mayoría de los procesos de laboratorio.

4. Aparatos y accesorios para anestesia: Se utilizan para administrar gases anestésicos a los pacientes durante operaciones para suministrarles oxígeno durante la operación, y monitorizar al paciente durante todo el período de narcosis. Este tipo de práctica no es muy frecuente en clínicas dentales. La adquirida no está presente en este mercado de producto.
5. Anestésicos locales: Comprende la distribución de anestésicos locales correspondientes al nivel ATC 3 N01B según la Clasificación Anatómica, Terapéutica y Química<sup>6</sup>, no intercambiables por productos pertenecientes a otros grupos.

#### **B. Mercado de servicios de asistencia técnica para productos dentales**

- (44) Este mercado comprende<sup>7</sup> la prestación de servicios para productos dentales de clínicas o laboratorios, independientemente de a quién hayan sido adquiridos previamente. Sólo el Grupo Proclinic está activo en dicho mercado con una cuota del [0-10]% en España. Además, estos servicios también podrían ser prestados por terceros con relación a los productos previamente distribuidos por el Grupo Proclinic, lo que representa la existencia de presión competitiva en la prestación de dichos servicios.
- (45) Este mercado no se considera relevante a efectos de la presente operación.

#### **C. Mercado de servicios de formación profesional no reglada**

- (46) Academia presta servicios de formación y asistencia en el sector odontológico. De conformidad con la notificante, Academia solamente participa en la formación profesional no reglada presencial.
- (47) El notificante indica que la cuota de Academia en el mercado de la formación profesional no reglada presencial es inferior al [0-10]% por lo que dicho mercado no se considerará un mercado relevante a efectos de esta operación.

#### **Otros mercados verticalmente relacionados: mercado de fabricación de productos dentales consumibles**

- (48) La Comisión Europea<sup>8</sup> y las autoridades nacionales<sup>9</sup> de la competencia han considerado que el mercado de fabricación de productos dentales se define para cada producto dental.
- (49) La única empresa que desarrolla su actividad en el sector de la fabricación de producto y equipamiento dental para el sector odontológico es Terrats Medical, S.L.U., propiedad de MIURA PRIVATE EQUITY, que está activa en España en

---

<sup>6</sup> Los precedentes europeos y nacionales definen los mercados de especialidades farmacéuticas en función de la Clasificación Anatómica, Terapéutica y Química (Anatomical Therapeutic Classification, diseñada por la European Pharmaceutical Research Association (EPHRA) y utilizada por la Organización Mundial de la Salud para la realización de sus mediciones de mercado en el sector de los productos farmacéuticos.

<sup>7</sup> De acuerdo con el precedente C/1102/20 HENRY SCHEIN / CASA SCHMIDT

<sup>8</sup> M. 7309 Bridgepoint/ EdRCP; M. 7822 Dentsply/ Sirona

<sup>9</sup> N – 04022 DANAHER / KAVO 2004 y C/1102/20 Henry Schein-Casa Smicht

el mercado de fabricación de productos dentales consumibles. En concreto, se trata de una sociedad especializada en el diseño y producción de aditamentos e implantes dentales de última generación que opera bajo la marca DESS Dental Smart Solutions. Además, ofrece servicios de ingeniería, testeo y certificación para la medicina dental.

- (50) Este mercado está verticalmente relacionado con el mercado de distribución de productos y equipamiento dental, el mercado de servicios de asistencia técnica para productos dentales y el mercado de servicios de formación profesional no reglada.
- (51) Debido a la escasa presencia de Terrats Medical en el mercado español de fabricación de productos dentales consumibles (su cuota de mercado es inferior al [0-10]%, si se calcula en valor, e inferior al [0-10]%, si se calcula en volumen), no se analizará el mercado de fabricación de productos dentales como un mercado relevante a efectos de la presente operación.

## VI.2 Mercados geográficos

### A. Mercado de distribución de productos y equipamiento dental

- (52) En línea con lo señalado en el precedente C/1102/20 HENRY SCHEIN / CASA SCHMIDT la Notificante también considera que dicho mercado tiene una dimensión superior al territorio nacional<sup>10</sup>. A lo anterior se suma el hecho de que existe un gran número de operadores internacionales operando en España en el mercado de producto y equipamiento dental. Esta realidad se ve amparada por la ausencia de cualquier barrera entrada de tipo arancelario o similares o de salida para este tipo de producto en España o desde España.
- (53) No obstante, a efectos de la presente operación, la definición geográfica del mercado puede dejarse abierta ya que la valoración de la operación es la misma con independencia del mercado geográfico considerado, si bien se analizará el ámbito geográfico nacional.

## VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

### VII.1 Estructura de la oferta

- (54) Desde el punto de vista de la oferta, cabe diferenciar tres canales de distribución en el mercado de distribución de productos dentales a clientes finales:
- Venta directa por el fabricante: es el caso de Straumann, Align Technology y Kavo (competidores de las Partes).
  - Gran distribución: El fabricante tiene un acuerdo con un distribuidor que dispone de un almacén garante, como es el caso de las Partes.
  - Pequeños distribuidores, plataformas logísticas y distribuidores online: El fabricante tiene un acuerdo con un almacén garante que, a su vez,

---

<sup>10</sup> Lo que se puede comprobar en el hecho de que más de un [20-30]% de las ventas de la adquirida tienen lugar en otros Estados miembros de la UE

suministra a este tipo de distribuidores. Es el caso de las plataformas logísticas como Proclinic, International Venture o Kalma; y también de distribuidores online como Amazon Dental, Dentaltix, Dental Ibérica, Aliexpress o Suministros Dentales Antón.

- (55) La posibilidad de realizar actividades de distribución sin disponer de los denominados almacenes garante impide que la regulación<sup>11</sup> a la que los mismos están sometidos, suponga una barrera de entrada al mercado. De hecho, en España existen numerosos almacenes garantes<sup>12</sup>.
- (56) Este tipo de distribuidores ha aumentado su presencia en el mercado gracias a sus menores costes, lo que favorece la expansión de competidores y a los clientes la posibilidad de cambiar de proveedor, ya que es un mercado con multitud de actores. De hecho, uno de los objetivos de esta concentración es hacer frente a la creciente importancia de los competidores que se dedican a las ventas online.

## VII.2 Estructura de la demanda

- (57) La demanda de los productos dentales está formada fundamentalmente por clínicas dentales y por laboratorios. La demanda está, por tanto, atomizada y no existe ningún cliente que represente más del [0-10]% de las ventas de las Partes.
- (58) Por otro lado, los demandantes están incrementando constantemente su poder compensatorio debido a: (i) el fuerte crecimiento de las cadenas nacionales de clínicas dentales (Vitaldent); (ii) que los contratos entre distribuidores y usuarios finales tienen una duración limitada (aproximadamente un año), sin exclusivas; (iii) que la demanda organiza habitualmente procesos de selección de distribuidores y es habitual que se organicen en centrales de compra (Dental Gestiserv, Aesinergy).

## VII.3 Cuotas de mercado

### A. Mercado de distribución de productos y equipamiento dental

- (59) Se recogen a continuación las cuotas de Grupo Proclinic en el mercado nacional de distribución a clientes finales de productos y equipamiento dental en su conjunto.

---

<sup>11</sup> La distribución de productos dentales, cuando se traten de productos sanitarios de acuerdo con el artículo 2.1. Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, está sometida a comunicación previa a la Administración. Así, el artículo 9 establece que “*las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la fabricación, importación, agrupación o esterilización de productos sanitarios y las instalaciones en que se lleven a cabo dichas actividades requerirán licencia previa de funcionamiento, otorgada por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios*”. Además, establece una serie de requisitos que deben reunir tanto los productos sanitarios como los almacenes en los que se desarrolle la actividad de distribución, que deberá contar entre otros con un técnico facultativo responsable.

<sup>12</sup> Ejemplo: Almacén en Zaragoza, titularidad de Proclinic, S.A.; Almacén en Barcelona, titularidad de Dental de Venta Directa, S.A.; Almacén en Castellón, titularidad de Internacional Ventur, S.A; Almacén en Barcelona, titularidad de Royal Surgerins, S.L.

Mercado nacional de distribución a clientes finales de productos y equipamiento dental						
	2018		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
Total Mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Informe de Due Diligence Comercial de Roland Berger

(60) Las cuotas de las Partes en este mercado tienen en cuenta la suma de todos los segmentos de distribución dental anteriormente analizados.

1. Por segmentos: Equipamiento y productos dentales

- Equipamiento para la práctica dental: La cuota de mercado de la adquirida en el mercado nacional de distribución de equipamiento para la práctica dental es del [10-20]%.

Mercado nacional de distribución a clientes finales de equipamiento para la práctica dental						
	2018		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
Total mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de los notificantes

- Mercado de productos dentales consumibles: La cuota de mercado de la adquirida en el mercado nacional de distribución de productos dentales consumibles es del [20-30]%.

Mercado nacional de distribución a clientes finales de productos dentales consumibles						
	2018		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
Total mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de los notificantes

2. Motores eléctricos en miniatura de alta precisión: La cuota de mercado de la adquirida en el mercado nacional de distribución de motores eléctricos en miniatura de alta precisión es del [0-10]%.
3. Sistemas CAD/CAM (Computer-aided design/Computer-aided manufacturing): La cuota de mercado de la adquirida en el mercado nacional de distribución a clientes finales de sistemas CAD/CAM es del [10-20]%. En el mercado de distribución de sistemas CAD/CAM a clínicas del [0-10]% y en el mercado de distribución de sistemas CAD/CAM a laboratorios del [10-20]%.

Mercado nacional de distribución a clientes finales de sistemas CAD/CAM						
	2018 <sup>13</sup>		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	n.a.	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
Total mercado	n.a.	n.a.	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Informe Roland Berger

Mercado nacional de distribución a clínicas de sistemas CAD/CAM						
	2018 <sup>14</sup>		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	n.a.	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Total mercado	n.a.	n.a.	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Informe Roland Berger

Mercado nacional de distribución a laboratorios de sistemas CAD/CAM						
	2018 <sup>15</sup>		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Grupo Proclinic	[...]	n.a.	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%

<sup>13</sup> El Informe Roland Berger no dispone de información relativa al tamaño total del mercado en valor para el año 2018. Los vendedores no cuentan con información suficiente para hacer ninguna estimación razonable sobre el valor total del mercado para dicho año y tampoco para estimar las cuotas de sus principales competidores en el mismo año.

<sup>14</sup> El Informe Roland Berger no dispone de información relativa al tamaño total del mercado en valor para el año 2018. Los vendedores no cuentan con información suficiente para hacer ninguna estimación razonable sobre el valor total del mercado para dicho año y tampoco para estimar las cuotas de sus principales competidores en el mismo año.

<sup>15</sup> El Informe Roland Berger no dispone de información relativa al tamaño total del mercado en valor para el año 2018. Los vendedores no cuentan con información suficiente para hacer ninguna estimación razonable sobre el valor total del mercado para dicho año y tampoco para estimar las cuotas de sus principales competidores en el mismo año.

Mercado nacional de distribución a laboratorios de sistemas CAD/CAM						
	2018 <sup>15</sup>		2019		2020	
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	Valor (€)	%
Total mercado	n.a.	n.a.	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Informe Roland Berger

4. Anestésicos locales: La cuota de mercado en el mercado nacional de distribución de anestésicos locales de la adquirida es del [0-10]%.

Fuente: Estimación de Grupo Proclinic

### VIII. VALORACIÓN

- (61) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo sobre el negocio de distribución de producto y equipamiento dental de la familia Raneda por parte de MIURA PRIVATE EQUITY a través de la empresa Hunkern Spain, S.L.U., un vehículo controlado por MIURA PRIVATE EQUITY, que será la entidad adquirente de las sociedades objeto de compra. MIURA PRIVATE EQUITY ostentará el [80-90]% del capital social de Hunkern y El Puente 16, S.L. (sociedad de la familia Raneda) ostentará el [10-20]% del capital social.
- (62) Como resultado de la operación, las cuotas que adquiere la adquirente en el mercado de distribución de productos y equipamiento dental ([20-30]%) y de cada uno de los segmentos (equipamiento para la práctica dental [10-20]%, mercado de productos dentales consumibles [20-30]%, motores eléctricos en miniatura de alta precisión [0-10]%, sistemas CAD/CAM [10-20]%- sistemas CAD/CAM a clínicas [0-10]% y a laboratorios [10-20]%- y anestésicos locales [0-10]%) son inferiores al [20-30]%. Adicionalmente, las participes en la operación propuesta no desarrollan ninguna actividad empresarial en el mismo mercado de producto en España, no habiendo, por tanto, ningún solapamiento horizontal en la actividad de las mismas.
- (63) En lo que respecta a la integración vertical, la adquirente está presente en el mercado de fabricación de productos dentales consumibles que estaría verticalmente relacionado con los mercados en los que opera el negocio adquirido (mercado de servicios de asistencia técnica para productos dentales, el mercado nacional de servicios de formación y asistencia en el sector odontológico y el mercado de distribución de productos dentales consumibles), si bien su participación en este mercado es mínima.
- (64) Por otra parte, se considera que la presente concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados por diferentes motivos. Se trata de mercados con multitud de actores y sin grandes barreras de entrada que impidan la expansión de los competidores o limiten a los clientes la posibilidad de cambiar de proveedor.
- (65) Además, es poco probable que como resultado de la operación pudiera adoptarse una estrategia de mercado a largo plazo destinada a vender a precios incrementados ya que uno de los objetivos de esta concentración es

precisamente hacer frente a los competidores que venden online a unos menores costes.

- (66) En consecuencia, dado que la operación propuesta no altera la estructura competitiva de los mercados afectados, se propone que sea **aprobada en primera fase sin compromisos**.

## **IX. PROPUESTA**

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone autorizar la concentración, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Por otra parte, teniendo en cuenta la práctica de la CNMC y lo establecido en la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), esta Dirección de Competencia considera que la extensión de las cláusulas de no competencia y no captación a las personas vinculadas con el vendedor por relación de afectividad o familia, la extensión al comprador de la cláusula de confidencialidad y el ámbito temporal de la cláusula de no competencia, no captación y de confidencialidad (lo que excede a los dos años de la Comunicación) van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas. Adicionalmente, las cláusulas de no competencia y no captación a El Puente en su condición de socios en Hunkern que se recogen en el Acuerdo de Socios también van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.