

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1180/21 ALLMED/TEXPOL

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 30 de marzo de 2021¹ tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo por parte de Allmed Industrial Ltd. (en adelante, ALLMED) de Textil Planas Oliveras, S.A. (en adelante, TEXPOL).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), por superar el umbral establecido en la letra a) 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 (RDC).
- (3) Los pasados 31 de marzo y 20 de abril de 2021, esta Dirección de Competencia remitió sendos requerimientos de información a la notificante y se acordó suspender el plazo máximo para resolver el expediente. Las respuestas a los citados requerimientos tuvieron entrada el 15 y 30 de abril de 2021, respectivamente, reanudándose el cómputo del plazo para resolver.
- (4) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **26 de mayo de 2021**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (5) La operación de concentración consiste en la adquisición de control exclusivo de TEXPOL por parte de ALLMED y se ha formalizado mediante la firma de un Acuerdo de Compraventa (en adelante, AC) firmado el pasado 5 de marzo de 2021 y que implica la adquisición del 100% del capital social de TEXPOL.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (6) El AC incluye acuerdos de no competencia, de no captación y de confidencialidad.

Cláusula de no competencia

- (7) Durante un período de [≤ 2] años desde la fecha de cierre de la Operación, los vendedores no podrán: (i) desarrollar y prestar sus servicios ni tener ningún interés directo o ni indirecto en actividades en concurrencia o competencia con las Sociedades en el desarrollo del Negocio; (ii) iniciar, ni participar directa o indirectamente o involucrarse en cualquier actividad en concurrencia o competencia con las Sociedades en el desarrollo del Negocio; (iii) asesorar o establecer cualquier forma de colaboración con una persona o entidad que compita de alguna manera con el Negocio; (iv) ser apoderados o participar directa o indirectamente en el capital social o en el órgano de administración de empresas o entidades que realicen actividades en concurrencia o competencia con el Negocio; (v) en relación con

¹ Los documentos de notificación se remitieron el 26 de marzo de 2020 de forma incompleta. El 30 de marzo se completaron los documentos necesarios con la aportación del justificante del pago de la tasa correspondiente y de los poderes de representación

cualquier comercio, negocio o empresa, utilizar un nombre que incluya las palabras “TEXPOL” o “TEGOSA”, o cualquier palabra similar de manera que pueda o tienda a confundirse con el nombre de cualquier Sociedad del Grupo; (vi) celebrar contratos, acuerdos o compromisos, ya sean escritos, verbales o tácitos, con los clientes o proveedores de las Sociedades ni, en particular, los animarán a poner fin a sus relaciones con las Sociedades y (vii) hacer o permitir que cualquier persona o empresa bajo su control o en la que tengan algún derecho de disfrute o uso realice cualquiera de los actos o cosas anteriores.

Cláusula de no captación

- (8) Durante un período de [\leq 2] años desde la fecha de cierre de la Operación, los vendedores no contratarán ni intentarán captar a ningún empleado ni miembro de los órganos de gobierno de las Sociedades ni les inducirán a poner fin a su empleo.

Cláusula de confidencialidad

- (9) Durante un período de [\leq 2] años desde la fecha de cierre los vendedores no podrán proporcionar a terceros información relativa al Negocio, como conocimientos técnicos, técnicas de marketing, distribución o comercialización.

VALORACIÓN

- (10) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*. La Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) (en adelante, la Comunicación) considera que, *“para obtener el valor íntegro de los activos transferidos, el comprador debe gozar de algún tipo de protección frente a la competencia del vendedor que le permita fidelizar la clientela y asimilar y explotar los conocimientos técnicos”*.
- (11) En particular, la Comunicación señala que *“las cláusulas inhibitorias entre comprador y vendedor de la competencia están justificadas por un periodo máximo de tres años cuando la cesión incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos, mientras que cuando solo incluye el fondo de comercio estaría justificada por un periodo de dos años.”*
- (12) Además, la Comunicación establece que las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasada y a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso. Por otra parte, se establece que las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora.
- (13) En relación con las cláusulas de no captación y de confidencialidad, la Comunicación determina que dichas cláusulas tienen un efecto comparable al de las cláusulas

inhibitorias de la competencia, por lo que se evalúan de forma similar (párrafo 26).

- (14) Teniendo en cuenta la legislación y la Comunicación, se considera que el contenido de la cláusula de no competencia, en cuanto que (i) impida que los vendedores adquieran o tengan acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no les confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora. Y en cuanto que (ii) obligue a su cumplimiento a terceros que no sean ni filiales ni agentes comerciales de los vendedores, no se considera ni necesaria ni accesoria a la presente Operación, quedando sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas. En lo referente a su duración, se considera razonable para la consecución de la Operación.
- (15) En lo referido a las cláusulas de no captación y de confidencialidad tanto su contenido como su duración se consideran razonables para la consecución de la Operación y, por tanto, accesorias a la misma.

IV. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (16) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1b) de la LDC.
- (17) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (18) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte únicamente de la CNMC.

V. EMPRESAS PARTÍCIDES

V.1. ALLMED INDUSTRIAL LTD (ALLMED)

- (19) ALLMED, fundada en 1992, es el mayor fabricante chino de materia prima para productos de cuidado de heridas², cuya actividad en Europa incluye el suministro a TEXPOL de los artículos textiles en general, a partir de hilo, cuerda o fibra, natural o sintética, incluyendo productos sanitarios, higiénicos, médicos y quirúrgicos.
- (20) Según la notificante, ALLMED no tiene ninguna participación de control ni participaciones minoritarias en empresas que desarrollen actividades relacionadas horizontal o verticalmente con las que desarrolla la adquirida en España³.
- (21) Según la notificante, la facturación de ALLMED en 2020, conforme al Art. 5 del RDC es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ALLMED (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<100]	[<60]

Fuente: Notificación

² Hisopos de gasa, gasas no tejidas, compresas de la par atomía, vendajes acolchados, almohadilla abdominal, almohadillas antiadherentes, vendajes adhesivos, vendajes elásticos, apósitos con gel impregnado, kits médicos y paños desechables, etc.

³ Asimismo, según la notificante, ninguno de los miembros del consejo de administración de ALLMED o de sus filiales es simultáneamente miembro del consejo de administración de empresas competidoras que operan en los mercados afectados por la Operación.

V.2. TEXTIL PLANAS OLIVERAS, S.A. (TEXPOL)

- (22) TEXPOL es una compañía española dedicada a la fabricación, procesamiento, producción, venta, importación y exportación de artículos textiles en general, incluyendo productos sanitarios, higiénicos, médicos y quirúrgicos.
- (23) La facturación de TEXPOL en 2020, conforme al Art. 5 del RDC es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE TEXPOL (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<100]	[<60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

- (24) La Operación Propuesta afecta al sector de fabricación de artículos textiles con fines sanitarios, higiénicos, médicos y quirúrgicos. Los códigos NACE en los que se pueden clasificar las actividades de las Partes son C.13.2 fabricación de tejidos textiles y C.32.5 fabricación de instrumentos y suministros médicos y odontológicos
- (25) ALLMED desarrolla la actividad de suministro a TEXPOL de sus insumos productivos, mientras que TEXPOL desarrolla sus actividades en los mercados de fabricación y venta de (i) apósitos y algodón⁴; (ii) vendas; (iii) higiene personal; (iv) diabetes; (v) etiquetas; (vi) desinfectantes; (vii) incontinencia y (viii) mascarillas quirúrgicas.
- (26) Conforme a las actividades de las Partes y a los precedentes nacionales⁵ y europeos⁶, los mercados afectados son: (i) el mercado de fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas, donde se encuentra aguas arriba ALLMED; (ii) el mercado de productos tradicionales para el cuidado de heridas y (iii) el mercado de vendajes⁷, en los que se sitúa, aguas abajo, TEXPOL.
- (27) Con respecto al mercado de fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas⁸, debe diferenciarse en función de los materiales utilizados para su fabricación (fibras naturales o fibras artificiales). Y dentro de estas últimas, las fibras sintéticas⁹ y celulósicas. ALLMED fabrica sus productos a partir de algodón, poliéster y viscosa.

⁴ Apósitos plegados de gasa de algodón, compresa cosida de gasa de algodón, apósitos de tejido sin tejer (TNT), apósitos de laparoscopia RX y apósitos de celulosa precortada, torundas de gasa de algodón, tiras de gasa de algodón, algodón

⁵ N-06032 PF / INVISTA y C-0941/18 DRALON / DOLAN

⁶ IV/M. 113 – COURTAULDS / SNIA, COMP/JV.54 – SMITH & NEPHEW/ BEIERSDORF/ JV; M.9426 3M COMPANY/ ACELITY (aquí se diferencia el mercado de productos tradicionales para el curado de heridas del mercado de productos avanzados para el curado de heridas)

⁷ Los otros mercados donde coinciden las Partes, higiene personal, etiquetas para viales, detergentes y desinfectantes de instrumental médico, productos para la incontinencia y para la diabetes y mascarillas quirúrgicas, explica la notificante que los volúmenes de negocio y las cuotas de mercado de esta relación de productos son meramente testimoniales, no sobrepasando en ninguno de los casos el [0-10] %.

⁸ C-0941-18 DRALON/DOLAN

⁹ Derivadas de carburantes fósiles, poliéster, nylon

- (28) Respecto al mercado de productos tradicionales para el curado de heridas, definido en precedentes nacionales¹⁰ “*como el formado por productos utilizados en el contexto de intervenciones quirúrgicas*”, forma un mercado diferenciado e independiente del mercado de productos avanzados para el cuidado de heridas¹¹ conformado por productos destinados a controlar ciertos aspectos del medio físico de la herida.
- (29) Respecto al mercado de vendajes, la Comisión Europea¹² ha considerado que comprendería los vendajes de soporte, vendajes de fijación y los productos de vendaje ortopédicos, pudiendo diferenciarse entre vendajes adhesivos y no adhesivos.
- (30) Por otra parte, en un precedente nacional¹³ de mercados similares¹⁴, se distinguió entre los diversos canales de ventas, por lo cual, podría darse una segmentación entre el: i) Canal público, que comprendería hospitales y servicios de salud públicos, con un 66% del total de mercado; ii) Canal privado, que comprendería hospitales y servicios de salud privados, con un 32% del total de mercado; y iii) Canal farmacia, que representa aproximadamente un 2% del total del mercado.
- (31) En cualquier caso, la definición exacta de los mercados de producto se puede dejar abierta dado que el análisis competitivo no se verá afectado por la misma.

VI.2 Mercados geográficos

- (32) En referencia al mercado de fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas, los precedentes citados apuntan a un mercado europeo, pudiendo incluso ser mundial¹⁵.
- (33) La Comisión Europea¹⁶ y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia¹⁷, consideraron que el mercado geográfico afectado se correspondía con el ámbito nacional, sobre la base del análisis de precios, niveles de concentración, preferencias y canales de distribución y publicidad. En cualquier caso, la definición geográfica de los mercados se puede dejar abierta, ya que no afecta al análisis competitivo de la Operación.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

- (34) Como consecuencia de la madurez del mercado, con productos de escaso valor añadido, la fabricación de este tipo de producto resulta muy poco rentable; de ahí que sólo existan dos fabricantes de productos tradicionales de curado de heridas y de vendajes ubicados en España: GASPUNT¹⁸ y la adquirida TEXPOL, con una tasa de utilización de su capacidad productiva en 2020 [...].

¹⁰ N-07031, VISTA DESARROLLO / GRUPO INDAS

¹¹ Véase también M.9426 3MCompany/Acelity

¹² COMP/JV.54 – SMITH & NEPHEW/ BEIERSDORF/ JV párrafo 66

¹³ C-0542/13 DOMTAR / INDAS

¹⁴ Productos de incontinencia para tercera edad

¹⁵ La adquirente advierte que un porcentaje aproximado del 90% del mercado europeo corresponde a importaciones procedentes de China.

¹⁶ COMP/JV.54 – SMITH & NEPHEW/ BEIERSDORF/ JV.

¹⁷ N-07031, VISTA DESARROLLO / GRUPO INDAS y C-0542/13 DOMTAR / INDAS

¹⁸ GASPUNT también comercializa productos importados

- (35) El resto de competidores son comercializadores/importadores de dichos productos que los adquieren, en su gran mayoría, de una amplio número de proveedores chinos como WINNER, ZHENGDE, KINGSTAR, etc¹⁹.
- (36) En el caso concreto de TEXPOL, además de los artículos fabricados por ella misma en España, comercializa los productos que solicita a ALLMED, su principal proveedor y maquila, para que se los fabrique como marca TEXPOL. De las ventas totales de TEXPOL, la fabricación propia supone aproximadamente un [...] % de estas. Es decir, la actividad meramente comercializadora se ha ido imponiendo a la actividad productiva, ante la imposibilidad de competir en precio con los productos importados.
- (37) Por su parte, ALLMED no se sitúa como competidor en el mercado de productos tradicionales para el curado de heridas ni de vendajes dado que no comercializa productos a consumidores finales (hospitales, centros de salud, farmacias).
- (38) En referencia a las cuotas de mercado, según las mejores estimaciones de la notificante, son: en el mercado de fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas²⁰, a nivel nacional, ALLMED [0-10]%, seguida por empresas con cuotas inferiores al [0-10] % como KINGSTAR MEDICAL PRODUCTS, CO.LTD, ZHENGDE MEDICAL, CO.LTD (ZHENGDE) o WINNER MEDICAL GROUP, INC. (WINNER). Y a nivel EEE ALLMED [10-20]%, seguida por esos mismos competidores: WINNER ([0-10]%), ZHENGDE ([0-10]%) y una multitud de empresas con cuotas inferiores al [0-10] %.
- (39) En el mercado nacional de productos tradicionales para el curado de heridas, la cuota de TEXPOL en 2020 fue del [40-50]%, siendo del [30-40] % canal público, del [50-60] % en el canal privado y del [10-20] % en el canal farmacéutico. Sus principales competidores serían: GASPUNT ([10-20] %); ORTOPEDIA Y CIRUGÍA ([10-20] %); FARMABAN ([10-20] %); INDAS ([0-10] %) y ADA ([0-10] %).
- (40) En el mercado nacional de vendajes la cuota de TEXPOL en 2020 fue de [0-10] % siendo del [0-10] % en el canal público, del [0-10] % en el canal privado y del [0-10] % en el canal farmacéutico. Por tipo de vendaje, las cuotas de TEXPOL fueron de vendajes de soporte [10-20] %, vendajes de fijación [0-10] %, vendajes ortopédicos adhesivos [0-10] % y [0-10] % en vendajes ortopédicos no adhesivos tanto en España como a nivel mundial. Sus principales competidores en España, tuvieron las siguientes cuotas en el mercado de vendajes: FARMABAN ([10-20] %), seguida de una numerosos competidores²¹ con cuotas inferiores al [0-10] % como INDAS u ORTOPEDIA Y CIRUGÍA.
- (41) En cuanto a los costes, según explica la notificante, se pueden diferenciar si los productos son fabricados por un fabricante extranjero, en cuyo caso, se determinan mediante el coste de adquisición más un porcentaje de almacenamiento. De aquellos productos fabricados por la propia TEXPOL, en cuyo caso los principales costes serían la materia prima, el transporte y embalaje, el almacenamiento, la productividad de los operarios y máquinas y, finalmente, en caso de aplicar, los costes de blanqueo, corte y envasado del producto.

¹⁹ Hasta 200 diferentes proveedores chinos <https://es.made-in-china.com/manufacturers/surgical-gauze-pad.html>

²⁰ Verticalmente relacionado aguas arriba con los mercados en los que se encuentra TEXPOL

²¹ Junto con CALVO IZQUIERDO, KRAPE, GARRIC, ADA, DISFASAN. ASEPSIA y BATIST

VII.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios.

- (42) Los principales clientes de TEXPOL son hospitales públicos y privados. Los primeros convocan licitaciones públicas en las que, normalmente, el precio es el principal criterio de adjudicación por su escaso valor añadido. Los segundos suelen suscribir contratos de suministro anual con una elevadísima presión competitiva debido al bajo valor añadido y la falta de diferenciación entre los productos de los oferentes.
- (43) En cuanto a los canales de distribución, son, bien directos, en los que el vendedor se encarga de vender directamente el producto al cliente final (hospitales, por ejemplo), bien indirectos, a través de uno o varios intermediarios. TEXPOL y sus filiales han optado por la distribución de bienes de forma directa a sus clientes.
- (44) Se debe tener en cuenta que existe un elevado poder compensatorio de la demanda, debido a la convocatoria de licitaciones públicas, así como a los procesos de la selección de proveedores por los centros privados, que genera una elevada competencia en precio en dichos mercados.

VII.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (45) Según la notificante, no existen barreras de entrada relevantes de ningún tipo, pues existe un acceso sencillo a las materias primas y redes de distribución. Siendo las condiciones aduaneras, caso de importaciones, mínimas. Las exigencias derivadas de la normativa se concretan en la obtención de autorizaciones oficiales o licencias. Adicionalmente, y dado que el producto debe cumplir con el mercado CE para poder ser distribuido en la Unión Europea, deberá cumplirse con dicha regulación.
- (46) En cuanto a la competencia potencial, existe un número muy elevado de exportadores asiáticos que suministran las necesidades de dichos productos en España y Europa²².

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (47) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de la sociedad china ALLMED del control exclusivo de la empresa española TEXPOL.
- (48) Los mercados afectados por la operación son los de (i) fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas, (ii) fabricación y venta de productos tradicionales para el curado de heridas y (iii) fabricación y venta de vendajes.
- (49) En estos mercados no existe ningún tipo de solapamiento horizontal entre las partes, pero existe una relación vertical entre el mercado de fabricación y suministro de gasas, algodón y vendas, en el que se encuentra ALLMED y los mercados de fabricación y venta de productos tradicionales para el curado de heridas y de vendajes, en los que se encuentra TEXPOL.
- (50) ALLMED presenta unas cuotas de mercado inferiores al [10-20]% tanto en los mercados nacionales y europeos de fabricación y venta de gasas, algodón y vendas, al tratarse de un mercado muy atomizado tanto a nivel nacional como europeo con presencia de grandes competidores como WINNER, ZHENGDE y KINGSTAR

²² De acuerdo con la notificante, en torno a doscientos.

MEDICAL PRODUCTS, con cuotas no superiores al [0-10]% a nivel nacional ni al [0-10]% a nivel europeo.

- (51) Por su parte, TEXPOL es el líder en España en el mercado de productos tradicionales para el curado de heridas con una cuota de [40-50]% seguida por otros competidores como INDAS, con cuotas inferiores al [0-10]%.
- (52) En el mercado nacional de vendajes, la adquirida cuenta con una cuota del [0-10]%, sólo superada por FARMABAN, que tiene una cuota de mercado superior al [10-20]% con numerosos competidores con cuotas inferiores al [0-10]%²³.
- (53) La operación no dará lugar a cambios significativos en la estructura y funcionamiento de los mercados toda vez que ALLMED concentra en TEXPOL el total de su actividad en España²⁴. Por lo que se trata de la internalización de una relación preexistente, manteniéndose los mercados inalterados en cuanto a competidores y cuotas de mercado.
- (54) En lo que se refiere al resto de clientes de ALLMED, cuenta con clientes relevantes a nivel internacional²⁵ con volúmenes de ventas superiores a los de TEXPOL, sin incentivo económico a renunciar a dichas ventas tras la operación.
- (55) En referencia a los proveedores actuales de TEXPOL, según su porcentaje de compras, éstos serían ALLMED [...]%, BCNONWOVENS [...]%, KINGSTAR MEDICAL [...]%, y otros con porcentajes inferiores al [...]%.²⁶ En este sentido, estos proveedores, suministran productos a TEXPOL que cubren diferentes necesidades²⁷ y que por tanto es probable que sigan suministrándole tras la operación. Por otra parte, las ventas de ALLMED y de los proveedores a TEXPOL suponen un pequeño porcentaje de sus respectivos totales, al ser grandes grupos asentados en el mercado²⁸, por lo que no cabe apreciar riesgo de cierre del mercado a los competidores de ALLMED. Por último, no existen barreras de entrada para que estos proveedores alternativos de TEXPOL encuentren canales de distribución alternativos sin necesidad de grandes inversiones. Por todo ello, se descartan riesgos de carácter vertical.
- (56) Por último, el poder de la demanda en estos mercados es muy relevante, dada la absoluta dependencia de TEXPOL y de sus competidores a las decisiones de sus grandes clientes públicos y privados, siendo el principal factor competitivo el precio.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

²³ INDAS, BIMEDICA, GASPUNT, ADA, DISFASAN, ORTOPEDIA Y CIRUGÍA, CALVO IZQUIERDO, KRAPE, GARRIC, ASEPSIA Y BATIST

²⁴ 89% de sus ventas a TEXPOL y el 11% a INDAS

²⁵ PAUL HARTMANN, A.G., LOHMANN & RAUSCHER GMBH & CO. Y TETRA MEDICAL

²⁶ KINGSTAR INDUSTRIAL, [...]%, PROMISEMED [...]%; OR.MA [...]%, ALBINO DIAS [...]%, e HIDROFER [...]%

²⁷ OR.MA y BCNONWOVENS, suministran a TEXPOL tejido "Spun Lace", fabricado con fibra celulósica y sintética (aproximadamente un 70% de viscosa y un 30% de poliéster). Por su parte, ALBINO DIAS y KINGSTAR, le proveen de producto semielaborado (a falta de esterilizar y empaquetar) mientras que el resto de proveedores le suministran producto elaborado. ALLMED por su parte le suministra producto elaborado y semielaborado.

²⁸ Muchos de ellos, proveedores chinos altamente competitivos en precio que exportan sus productos desde China a nivel mundial.

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.

Asimismo y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que no tendrá la consideración de restricción accesorio a la operación, quedando por tanto sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas, la cláusula de no competencia en cuanto que impida que los vendedores adquieran o tengan acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no les confieran funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora; y en cuanto que obligue a su cumplimiento a terceros que no sean ni filiales ni agentes comerciales de los vendedores.