



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 05011 MONSANTO/SEMINIS

Con fecha 9 de febrero de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la toma de control por parte de MONSANTO COMPANY (en adelante MONSANTO) de SEMINIS INC. (en adelante SEMINIS).

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

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

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

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **9 de marzo de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la toma de control sobre SEMINIS por parte de MONSANTO.

Según el Acuerdo y Plan de Fusión suscrito el 22 de enero de 2005 entre las partes, la operación se llevará a cabo a través de la fusión de MONSANTO SUB, INC. -una filial al 100% de MONSANTO, creada expresamente a los fines de la presente operación- con SEMINIS. Como resultado de la operación SEMINIS se convertirá en una filial al 100% de MONSANTO.

Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Alemania, Grecia, Italia, Portugal y España. La operación ha sido notificada igualmente en Brasil, Jordania, México, Corea del Sur, Turquía, Ucrania y Estados Unidos¹.

¹ La operación ha sido aprobada en EEUU con fecha 27 de enero de 2005.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

En el Accesorio del Acuerdo de Fusión, determinados accionistas de SEMINIS² han suscrito individualmente un acuerdo de no competencia por el que cada uno de ellos se compromete a no competir directa o indirectamente con MONSANTO durante un período de dos años en el área geográfica en la que realicen su negocio con objeto de proteger el fondo de comercio de SEMINIS.

Igualmente, los accionistas de SEMINIS y MONSANTO se comprometen a no contratar empleados hasta que no haya transcurrido un periodo de [<2].

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

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

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su artículo 1.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. **Adquirente: “MONSANTO COMPANY” (MONSANTO)**

MONSANTO es una sociedad estadounidense que cotiza en la bolsa de Nueva York y no está controlada por ninguna persona física o jurídica.

MONSANTO está presente en multitud de países a través de empresas controladas directa o indirectamente o con participaciones minoritarias no de control.

² [...].

Sus actividades se desarrollan en el ámbito de la producción, mejora y comercialización de semillas, clasificadas en dos segmentos: (i) actividades relacionadas con productos de protección de cultivos, agricultura animal, herbicidas para céspedes y jardines, así como actividades relacionadas con la tecnología medio-ambiental; y (ii) producción y comercialización de semillas de algodón, maíz y plantas oleaginosas, así como semillas mejoradas a través de la biotecnología, bajo diferentes marcas comerciales.

En España MONSANTO cuenta con dos filiales -MONSANTO AGRICULTURA ESPAÑA, S.L. y CORPORACIÓN AGRARIA, S.L.- únicamente activas en la comercialización de semillas de maíz, algodón, girasol y trigo duro.

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

Volumen de ventas de MONSANTO (Millones euros)			
	2002	2003 ³	2004
Mundial	5.199,87	4.340,52	4.516,32
Unión Europea	>250	>250	>250
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación

IV.2 Adquirida: “SEMINIS, INC.” (SEMINIS)

SEMINIS es una sociedad norteamericana que desarrolla, produce y comercializa más de 60 especies de semillas de frutas y verduras en más de 150 países a través de cuatro marcas principales: Asgrow, Petoseed, Royal y Seminis Vegetable Seeds. SEMINIS esta controlada conjuntamente por el fondo estadounidense de capital riesgo FOX, PAINE&COMPANY, LLC⁴ (en adelante FOX) y el Sr. Alfonso Romo Garza⁵.

El principal accionista de SEMINIS es FOX que en la actualidad posee el [...] % de las acciones, estando el resto del capital social en manos de múltiples accionistas.

En España, SEMINIS comercializa a través de su filial SEMINIS VEGETABLE SEEDS IBÉRICA, S.A. (en adelante SEMINIS IBÉRICA) únicamente 20 semillas de frutas y verduras, producidas por SEMINIS en otros países.

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

³ A partir de julio de 2003, MONSANTO cierra sus cuentas el 31 de agosto de cada año.

⁴ FOX controla también ADVANTA, empresa que suministra semillas de diferentes cultivos a nivel mundial, con exclusión de Norteamérica. Asunto M.3506 FOX PAINE/ADVANTA.

⁵ Expediente de concentración económica N-03038 FOX/Sr. ROMO/SEMINIS.

Volumen de ventas de SEMINIS ⁶ (Millones euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	492,5	440,57	432,22
Unión Europea	<250	<250	<250
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El ámbito económico en el que se enmarca la presente operación es el de comercialización de semillas.

MONSANTO comercializa en España únicamente semillas de maíz, trigo duro, algodón y girasol. SEMINIS, por su parte, vende semillas de brócoli, col (excepto col china), melón, zanahoria, coliflor, apio, pepino, puerro, rábano, lechuga, cebolla, pimiento rojo, judías verdes, espinacas, calabacín, maíz dulce, tomates, guisantes, coles de Bruselas, endivias, hinojo y sandía. MONSANTO, por su parte, comercializa en España semillas de maíz⁷, algodón, girasol y trigo duro.

La producción de semillas consta de dos etapas: desarrollo y reproducción y producción comercial. En la primera etapa de desarrollo y reproducción se investigan nuevas variedades, conocidas como "semillas madre", que permiten encontrar variedades con costes de producción menores, mayores cosechas, bajas impurezas y resistentes a enfermedades. A su vez, la producción comercial se divide en dos fases: en una primera, la semilla mejorada (semilla de base) pasa, por contrato, a cooperativas y agricultores para su multiplicación en semilla acabada no purificada. Con posterioridad al proceso de multiplicación, la semilla se purifica, clasifica y empaqueta, para su comercialización y distribución.

La Comisión Europea, en expedientes referidos al sector⁸, no ha delimitado las fases de producción y venta descritas como mercados de producto separados porque durante todo el proceso de elaboración la empresa de semillas mantiene la propiedad de las mismas, es decir, no tienen lugar operaciones de compraventa.

⁶ SEMINIS cierra sus cuentas el 30 de septiembre de cada año.

⁷ Según la notificante, MONSANTO no produce ni comercializa semillas de maíz dulce. Las semillas de maíz dulce y de maíz son diferentes, debido a que su siembra, cosechas, aplicaciones y procesos de producción son distintos. Las primeras, son semillas para la producción de maíz dulce (verduras amarillas por su composición química y propiedades nutritivas) para consumo humano, bien fresco o enlatado, mientras que las semillas de maíz se utilizan principalmente para la producción de piensos, harinas y productos industriales.

⁸ Casos IV/M.556 ZENECA/VANDERHAVE, IV/M.1497 NOVARTIS/MAÏSADOUR, y IV/M.1512 DUPONT/PIONEER.

Por otro lado, los diferentes tipos de semillas no son sustituibles entre sí y representan, por tanto, mercados de producto separados. Así lo han considerado las autoridades de competencia comunitarias y españolas en distintos expedientes referidos al sector⁹.

Dentro de algunos tipos de semillas cabe valorar la existencia de segmentos de mercado diferenciados por variedades, debido a que cada una de ellas puede presentar especificidades en condiciones de siembra, cosecha y consumo final. De hecho, SEMINIS diferencia para algunas semillas entre mercado fresco (semillas vendidas directamente para el consumo) y mercado para procesado (semillas que tienen un posterior proceso para enlatado o incorporación a otros productos, antes de estar listos para su consumo).

En todo caso, dada la naturaleza de la presente operación y las actividades de las partes, este Servicio analizará, dentro del conjunto de mercados de semillas, los correspondientes a frutas y verduras.

V. 2. Mercado geográfico

Los mercados de semillas suelen considerarse nacionales, ya que la demanda se orienta hacia semillas adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de cada región. Además, la comercialización de una determinada variedad de semillas en un Estado miembro exige su inclusión en un Catálogo Nacional de Variedades.

No obstante, los relativamente bajos costes de transporte de las semillas, las similitudes climáticas de ciertos países, la inclusión automática en el Catálogo Europeo de Variedades de las semillas admitidas en los Catálogos Nacionales de los Estados miembros y las elevadas cuotas de importación y exportación, podrían llevar a considerar un mercado geográfico más amplio que el nacional.

La Comisión ha dejado abierta la cuestión en las decisiones mencionadas en el epígrafe anterior porque, si bien existen elevados intercambios transfronterizos, también se ha comprobado que los precios difieren considerablemente entre los diferentes Estados miembros.

En todo caso, a los efectos del presente análisis, se considerará únicamente el mercado nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

El mercado de semillas se caracteriza por su permanente evolución ante la aparición de nuevas variedades y la elevada volatilidad de las cuotas de mercado a corto y medio plazo.

⁹ Casos comunitarios: además de los señalados en la nota a pie de página anterior, los casos IV/M.737 CIBA GEIGY/SANDOZ, IV/M. 3465 SYNGENTA CP/ADVANTA, IV/M. 3506 FOX PAINE/ADVANTA; expedientes nacionales: N-12 NOVARTIS SEEDS/KOIPESOL SEMILLAS, N-40 MONSANTO/ASGROW SEMILLAS y N-03038 FOX/Sr. ROMO/SEMINIS.

En efecto, bs nuevos cultivos, con un potencial de rendimiento mayor que el de las semillas previamente existentes en el mercado, se imponen con rapidez ya que el agricultor busca las variedades que permitan optimizar su explotación. Por ello el mercado se caracteriza por una escasa fidelidad a las marcas existentes.

La estructura de la oferta de semillas en España no se diferencia de la del resto de los países de nuestro entorno: existe un conjunto de productores altamente especializados y sofisticados que compiten entre sí a escala mundial (SYNGENTA SEEDS, NUNHEMS, ENZA ZADEN, RIJK ZWAAN,..) que compite con un colectivo de empresas locales de menor tamaño como SEMILLAS FITÓ, SEMILLAS BATLLE, y otras.

En general, las empresas multinacionales producen sus semillas en otros países y las importan para su venta en España, como es el caso de SEMINIS. Aunque ciertas empresas de carácter local producen algunos tipos de semilla en España (lechuga, melón, rábano, cebolla,...), la mayoría de estas empresas también producen sus semillas en otros países, donde los costes de producción son menores.

MONSANTO no vende en España semillas de frutas y verduras. Su venta de semillas se limita a maíz ([10-20]% del mercado nacional), algodón ([10-20]%), girasol ([10-20]%) y trigo duro ([0-10]%).

El valor total de las ventas de SEMINIS en España de semillas de frutas y verduras en el año 2004 fue de [...] miles de euros.

Las cuotas de mercado de SEMINIS y de los principales competidores en el sector español de semillas de frutas y verduras fueron en los años 2002 a 2004 las siguientes:

PRINCIPALES PRODUCTORES DE SEMILLAS DE FRUTAS Y VERDURAS EN ESPAÑA			
Productor	Cuota de mercado (%)		
	2002	2003	2004
Sygenta	<25	[30-40]	[30-40]
Seminis	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Enza Zaaden	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Rijk Zwaan	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Nunhems	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Fito	[0-10]	[0-10]	[0-10]
De Ruiter	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Wester	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Hazera	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[10-20]	[10-20]	[10-20]

Fuente: Notificación

El principal productor de semillas de frutas y verduras en España es SYNGENTA, con una cuota de mercado en torno al [30-40]% en los dos últimos años, seguido de SEMINIS, con una cuota en 2004 del [10-20]%.

De las veinte variedades que comercializa SEMINIS en el mercado español, los tipos de semillas de frutas y verduras en los que sus cuotas de mercado fueron superiores al 25% al menos en alguno de los ejercicios 2002, 2003 y 2004, se recogen en el cuadro siguiente.

En dicho cuadro, se pone de manifiesto, por una parte, la elevada volatilidad de las cuotas de mercado antes referida (véase, por ejemplo, la evolución de las cuotas de semilla de rábano) y, por otro, que las cuotas de SEMINIS son generalmente mayores en el mercado de venta indirecta (cooperativas, distribuidores, comerciantes minoristas y cultivadores revendedores) que en el mercado de venta directa al agricultor.

SEMILLAS DE FRUTAS Y VERDURAS COMERCIALIZADAS POR SEMINIS EN EL MERCADO ESPAÑOL						
Semilla	Cuotas de mercado en venta indirecta ¹⁰ (%)			Cuotas de mercado en venta directa (%) ¹¹		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004
Pimiento rojo (picante)	[40-50]	[20-30]	<25	[30-40]	<25	<25
Sandía	[30-40]	<25	[20-30]	<25	<25	<25
Calabacín	[50-60]	[30-40]	[50-60]	[40-50]	[30-40]	[40-50]
Guisantes	[30-40]	[40-50]	[40-50]	[20-30]	[40-50]	[30-40]
Rábano	[90-100]	[30-40]	[40-50]	[70-80]	<25	<25
Brócoli	[40-50]	[30-40]	[20-30]	[30-40]	<25	<25
Lechuga	[30-40]	<25	<25	<25	<25	<25
Espinacas	[20-30]	[20-30]	<25	<25	<25	<25
Judías para procesado	[40-50]	[40-50]	[60-70]	-	-	-
Guisantes para procesado	[70-80]	[30-40]	[60-70]	-	-	-
Maíz dulce para procesado	[40-50]	[80-90]	[60-70]	-	-	-
Espinacas para procesado	[40-50]	[30-40]	[50-60]	-	-	-
Brócoli para procesado	[40-50]	[30-40]	<25	-	.	-
Tomate para procesado	[30-40]	<25	<25	-	.	-

Fuente: Notificación

¹⁰ Incluye las ventas a los comerciantes minoristas y distribuidores, a cooperativas y a los cultivadores-revendedores que cultivan plantas y las revenden a ciertos consumidores.

¹¹ Incluye solamente las ventas directas a los agricultores.

VI.2.- Estructura de la demanda, distribución y precios

SEMINIS no produce semillas en España, sino que las importa desde [...] ¹² y las distribuye directamente a sus clientes a través de su filial SEMINIS IBÉRICA.

SEMINIS IBÉRICA vende directamente sus productos a clientes finales (cultivadores y agricultores), o -venta indirecta- a cooperativas agrícolas, a distribuidores locales y a minoristas. En 2004, el [...] % del total de las ventas de SEMINIS IBÉRICA fue directa de semillas y el [...] % restante indirecta.

Los principales clientes del conjunto de ventas –directas e indirectas- de SEMINIS IBÉRICA en el 2004 se recogen en el cuadro siguiente:

PRINCIPALES CLIENTES DE SEMINIS EN EL MERCADO ESPAÑOL DE SEMILLAS		
Cliente	Ventas en miles de euros	% sobre el total de ventas
[...]	[...]	2,9 %
[...]	[...]	2,7%
[...]	[...]	2,0%
[...]	[...]	1,9%
[...]	[...]	1,8%
[...]	[...]	1,8%

Fuente: Notificación

En general, la comercialización de semillas no exige la creación de una red de distribución extensa, habida cuenta de que los costes de transporte son bajos y los productos de referencia no requieren la prestación de servicios post-venta.

Los acuerdos de distribución se firman a nivel nacional, autorizando las ventas para un país concreto y no es habitual que incluyan cláusulas de exclusividad.

SEMINIS considera que no existen diferencias significativas entre sus precios y los de sus competidores en España para productos similares, aunque en algunas variedades los precios de SEMINIS, [...].

La notificante, en todo caso, señala que los precios finalmente aplicados a los clientes finales son poco transparentes, ya que normalmente se negocian de forma personalizada basándose en una política de descuentos individualizados.

No obstante, los precios medios de las variedades de semillas que comercializa SEMINIS en España y los precios promedio de los competidores estimados por la notificante para el año 2004 se recogen en el cuadro siguiente:

¹² Según el notificante, el [...] %.

PRECIOS DE SEMILLAS EN EL MERCADO ESPAÑOL		
Semilla	Precio medio de SEMINIS (por unidades)	Precio medio estimado de competidores (%)
Pimiento Rojo (picante)	[...]	[...]
Sandía	[...]	[...]
Calabacín	[...]	[...]
Guisantes	[...]	[...]
Rábano	[...]	[...]
Brócoli	[...]	[...]
Lechuga	[...]	[...]
Espinacas	[...]	[...]
Judías para procesado	[...]	[...]
Guisantes para procesado	[...]	[...]
Maíz dulce para procesado	[...]	[...]
Espinacas para procesado	[...]	[...]
Brócoli para procesado	[...]	[...]
Tomate para procesado	[...]	[...]

Fuente: Notificación

VI.3.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

Según la información aportada por el notificante, no existen barreras arancelarias o no arancelarias a la entrada de semillas de importación. De hecho, el comercio de semillas es significativo y generalmente los países importan la gran mayoría de las semillas vendidas.

El mercado de semillas se caracteriza por la importancia de la investigación y el desarrollo para la búsqueda de nuevas variedades o la mejora de las existentes y de su posterior producción. La mayoría de estas actividades se realizan fuera de España, si bien ciertos programas para la mejora de algunas semillas se ejecutan en nuestro país.

La notificante añade que sus principales competidores en el mercado de semillas poseen los conocimientos técnicos necesarios y desarrollan importantes programas de I+D, con unas inversiones que representan entre el 10% y el 20% de su facturación.

En todo caso, señala la notificante al valorar la I+D como barrera de entrada, debe considerarse que el plazo necesario para ofrecer un nuevo producto se está viendo reducido, hasta quedar en unos dos años, debido a las nuevas técnicas de investigación y a unos procedimientos más rápidos para registrar nuevas variedades de plantas.

La inscripción previa en el Catálogo Nacional de Variedades Vegetales debe realizarse al menos en un Estado miembro. Este proceso puede llevar

hasta unos dos años y supone que el producto ha superado una serie de pruebas obligatorias. Una vez que una nueva variedad accede a un Catálogo Nacional, la inscripción en el Catálogo Europeo es relativamente sencilla, lo que implica que el producto puede ser comercializado sin restricciones en toda la Unión Europea.

En España, la producción y venta de semillas y plantas es una actividad regulada, teniendo las distintas empresas que estar incluidas en el Registro Oficial de Productores.

Además, las semillas sólo pueden comercializarse cuando se han producido, empaquetado y etiquetado de acuerdo con las especificaciones impuestas por diferentes normas¹³, verificándose si los controles se han llevado a cabo antes de que el producto sea puesto a la venta.

Igualmente, es posible la obtención de licencias sobre las semillas de frutas y verduras de productores que ya operan en el mercado de una determinada variedad de semillas.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la toma de control sobre SEMINIS INC., por parte de la multinacional MONSANTO COMPANYY. La operación ha sido notificada en cuatro países comunitarios y siete no comunitarios.

Posición en el mercado

Mediante esta operación, MONSANTO diversifica tanto su cartera de productos como su presencia geográfica internacional. En particular, en España, MONSANTO que únicamente comercializa semillas de maíz, algodón girasol y trigo duro, con cuotas sensiblemente inferiores al 20%, amplía su cartera de productos al hacerse con la posición que ostentaba SEMINIS en los mercados de semillas de frutas y verduras, de los que estaba ausente.

El principal productor de semillas de frutas y verduras en España es SYNGENTA, con una cuota en el 2004 del [30-40]%, seguido de SEMINIS, con un [10-20]% y de ENZA ZAADEN, con el [0-10]%.

Entre las cuotas de SEMINIS en 2004 en los diferentes mercados de semillas en que opera destacan las de calabacín ([50-60]%) y las de semillas para procesado de judías ([60-70]%), guisantes ([60-70]%), maíz dulce ([60-70]%), y espinacas ([50-60]%).

En todo caso, se trata de cuotas volátiles como consecuencia, entre otros elementos, de la aparición de nuevos productos de mayor rendimiento.

De esta forma, la estructura de los mercados de semillas de frutas y verduras no se ve significativamente modificada como consecuencia de la operación.

¹³ Normas establecidas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de acuerdo con la normativa CE de comercialización de semillas (2000/55/CE). Es obligatorio igualmente conservar muestras de todos los lotes comercializados durante al menos dos años.

Competencia actual- Competencia potencial - Barreras a la entrada

En los distintos mercados de semillas en los que está presente en España SEMINIS, operan importantes competidores de dimensión mundial. Además, existe una escasa fidelidad a la marca por parte de los agricultores y cooperativas que propicia la elevada volatilidad de cuotas de mercado antes citada.

El acceso al mercado español de semillas requiere la inclusión del operador en el Registro Oficial de Productores y que la semilla esté inscrita en el Catálogo Nacional o Europeo de Variedades Vegetales.

La principal barrera a la entrada es la derivada de las propiedad intelectual y de las importantes inversiones en I+D necesarias para el desarrollo y la producción de semillas, que se sitúan entre el 10% y el 20% de la facturación de los principales operadores.

En cuanto a la desaparición de SEMINIS como competidor potencial en los mercados en que opera MONSANTO, cabe recordar las relativamente reducidas cuotas de este operador en España, la presencia de importantes competidores presentes y potenciales de ámbito mundial, y la volatilidad de las posiciones relativas dado el constante proceso de innovación.

En efecto, se trata de mercados muy dinámicos en los que un producto de rendimiento superior a los ya disponibles en el mercado se hace rápidamente con una cuota elevada que, en todo caso, puede perder también si aparecen nuevas semillas de mejores cualidades.

Estructura de la demanda, distribución y precios

La comercialización de semillas no exige la creación de una red de distribución extensa. Los acuerdos de distribución se firman a nivel nacional, autorizando las ventas para un país concreto y no es habitual que incluyan cláusulas de exclusividad.

En general los precios de la adquirida son parecidos o mayores que los de sus competidores en España para productos similares.

Conclusiones

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados de semillas analizados.

VIII. **PROPUESTA**

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.