



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 256 LIBERTY / OPEN TV

Con fecha 4 de junio de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa LIBERTY MEDIA (en adelante LIBERTY) de una participación de control de la sociedad OPEN TV.

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

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

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

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **4 de julio de 2002**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de la empresa LIBERTY, a través de su filial LDIG OTV Inc., de un paquete de acciones representativo de aproximadamente el 43% del capital de OPEN TV, que le otorga un 87% de los derechos de voto en la empresa. LIBERTY detentaba ya el 3% del capital y el 2% de los derechos de voto.

LIBERTY ha anunciado su intención de constituir una nueva empresa denominada LIBERTY Broadband Interactive Television, Inc., cuyo objeto social será desarrollar e invertir en servicios de televisión interactiva, así como comercio y publicidad interactivos. Esta empresa se encargará de gestionar la inversión realizada en OPEN TV.



La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Brasil, Irlanda, Alemania, Austria, Reino Unido y España. En Estados Unidos se notificó el 17 de mayo de 2002 siendo autorizada tácitamente el 30 de mayo.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia, por la que el vendedor se compromete, por un período máximo de tres años, a no intervenir ni participar en el negocio vendido.

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.

El TDC en su Informe de 2 de marzo de 1993 consideró que la existencia de determinados pactos de no competencia es consustancial a los negocios jurídicos de adquisición de establecimientos mercantiles, por lo que no es posible separar el tratamiento de dichos pactos del que se otorga a las operaciones de concentración entre empresas, si bien tales pactos no deben contener más restricciones que las objetivamente necesarias para la transferencia plena del establecimiento mercantil, ni realizarse en perjuicio de terceros.

En cuanto a la duración aceptable de la prohibición de competencia, el TDC en su Informe de 25 de marzo de 1998 estima que no existe una norma absoluta y suele depender del producto afectado y de las circunstancias de cada caso. En general, se han venido asumiendo los criterios explicitados por la Comisión Europea sobre este asunto.

En este sentido, la Comisión Europea adoptó el 4 de julio de 2001 una nueva Comunicación¹ que establece que la duración justificable de las cláusulas de no competencia es generalmente de tres años cuando implican la protección de “*know-how*”, mientras que en caso de aportación únicamente de fondo de comercio, este periodo se ve reducido a dos años.

Teniendo en cuenta que en el presente caso su duración y contenido no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no es preciso acudir para la autorización de dicha cláusula al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989 y en el Real Decreto 157/1992, que la desarrolla, considerándose, por tanto, el pacto de no competencia como parte integrante de la operación.

¹ Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03)



II.2. Cláusula de no captación

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula, por un período máximo de tres años, de no captación de directivos o empleados de OPEN TV que ganen actualmente más de 75.000 \$ anuales o sean miembros de la directiva.

Es criterio de este Servicio evaluar este tipo de cláusulas con los mismos criterios que las de inhibición de la competencia, por lo que, en atención a lo expuesto en el apartado anterior, se considera parte integrante de la operación de concentración.

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

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CEE) nº 1310/97, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

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

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. Adquirente: “LIBERTY MEDIA” (LIBERTY)

LIBERTY es una sociedad norteamericana que desarrolla sus actividades a nivel global en las áreas de medios de comunicación, ocio, tecnología y servicios de telecomunicaciones.

Hasta el 10 de agosto de 2001, LIBERTY era una filial de AT&T, empresa norteamericana líder en el sector de las telecomunicaciones. A partir de dicha fecha, es una empresa independiente que cotiza en la Bolsa de Nueva York. Su capital se encuentra repartido entre un gran número de accionistas. El fundador y presidente del consejo de administración, John C. Malone, a través de acciones poseídas o controladas por él, tiene poder de ejercer aproximadamente un 44,6% de los derechos de voto correspondientes al conjunto de acciones comunes en circulación.

LIBERTY controla diversas empresas dentro del sector entre las que se encuentran Starz Encore Group, Liberty Livewire Corporation y On Command Corporation. Asimismo controla conjuntamente varias sociedades entre las que destaca Discovery Communications (Discovery) y United Global Com Inc. (UGC).

Las actividades de LIBERTY en España se canalizan a través de Discovery, empresa que controla junto con Cox Communications y Advance/Newhouse Communications, que ostentan cada uno el 24,9% del capital.



Discovery distribuye en España los siguientes canales temáticos de televisión de pago: Discovery Channel, Discovery Kids, Discovery Health, Discovery Travel and Adventure, Animal Planet y People and Arts. Todos estos canales se distribuyen por Canal Satélite Digital.

LIBERTY tiene en España dos filiales, The Box Music Network, S.L. y Todd-AO Estudios, S.L., que se dedican a actividades que no tienen relación con el mercado afectado por la operación. En efecto, Todd-AO Estudios, S.L se dedica al doblaje al español de largometrajes en lengua extranjera, *dubbing* y mezcla de sonido para anuncios y programas de televisión y The Box Music Network, S.L no tiene ninguna actividad actual desde que sus activos fueron vendidos en julio de 1999 a la cadena musical de TV, MTV. La empresa permanece disponible para futuros proyectos de LIBERTY en España.

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

Volumen de ventas de LIBERTY (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	[...] ²	[...]	[...]
Unión Europea	[...]	[...]	[...]
España	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificación

IV.2 Adquirida: "OPEN TV"

OPEN TV es una sociedad domiciliada en las Islas Vírgenes Británicas que fabrica software (*middleware*) y otras aplicaciones informáticas necesarias para el funcionamiento de decodificadores de televisión interactiva.

OPEN TV está controlada por la empresa MIH Limited que presta servicios de televisión de pago a más de dos millones de hogares en más de 50 países. La empresa transmite principalmente contenidos vía satélite digital.

MIH es una empresa que cotiza en el NASDAQ. MIH está controlada indirectamente por Naspers, conglomerado de empresas en el sector de los medios de telecomunicación que cotiza en la Bolsa de Johannesburgo.

MIH controla multitud de empresas, ninguna de las cuales se encuentra localizada en España.

² Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.



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

Volumen de ventas de OPEN TV (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	24,3	68,3	106,3
Unión Europea	[...]	[...]	[...]
España	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

La operación notificada se enmarca dentro del amplio mercado de la televisión de pago y la televisión interactiva y, en particular, de los servicios técnicos.

La televisión de pago ha sido definida por la Comisión reiteradamente como un mercado separado de la televisión en abierto. En el caso IV/36.539 British Interactive Broadcasting/Open, la Comisión ha tenido ocasión de examinar el mercado de los servicios de televisión interactiva digital y lo ha considerado como un mercado diferente al de los servicios de televisión de pago debido fundamentalmente a que los primeros son básicamente servicios transaccionales o informativos mientras que los últimos son en gran parte servicios de entretenimiento. En España, teniendo en cuenta el escaso grado de desarrollo de los servicios interactivos en la actualidad, se podrían considerar como una actividad de valor añadido con respecto al negocio de la televisión de pago.

La televisión interactiva es un tipo avanzado de televisión de pago en la que el abonado tiene la opción de interactuar con el proveedor de contenidos a través de un televisor conectado a un decodificador. Un servicio de televisión interactiva presenta normalmente las siguientes características:

- La posibilidad de interactuar con el programa, escogiendo, por ejemplo, la toma de la cámara que prefiere o participando en un concurso relacionado con el programa que está viendo
- La posibilidad de recibir servicios no-televisivos tales como servicios bancarios en red (*on-line*), "*gaming*" (juegos de ordenador sofisticados), "*walled garden Internet*" (servicio de acceso a Internet que limita el acceso a un número seleccionado de sitios), e-mail, etc., a través de un decodificador
- La existencia de un sistema de gestión operativo que permite a) al abonado elegir y recibir los servicios escogidos y b) al operador registrar y cobrar los servicios prestados.



En España, tras la insolvencia de QuieroTV, los proveedores de servicios de televisión interactiva son Vía Digital y Canal Satélite Digital.

Tanto la prestación de servicios de televisión de pago como de televisión interactiva requieren de una infraestructura que conforma el mercado separado de servicios técnicos. En el caso BiB/Open, la Comisión ha dejado abierta la definición del mercado sin concretar la existencia de mercados más estrechos de producto, separando los servicios técnicos para televisión de pago de los servicios técnicos para televisión interactiva.

Los servicios técnicos comprenden esencialmente el suministro de los decodificadores, la prestación de servicios de acceso condicional junto con tarjetas inteligentes, así como servicios de gestión de abonados, y pueden incluir también el acceso a la guía electrónica de programación y a la escritura de aplicaciones compatibles con la interfaz de la programación de aplicación incluida en el decodificador. La prestación de servicios interactivos requiere, además, de un sistema para permitir que se lleven a cabo operaciones financieras en un medio seguro. Este es el sistema de gestión de operaciones (transaction management system o TMS), un proceso informático para autorizar y realizar transacciones financieras que conecta con los servidores en línea de los diversos proveedores de contenidos.

A nivel técnico, la interactividad se consigue a través de un decodificador (STB) que opera un tipo particular de software (*middleware*), tal como la plataforma básica de televisión interactiva de OpenTV.

Por lo que se refiere a las actividades de las partes en España en el mercado de la televisión de pago, cabe decir que las de LIBERTY son muy reducidas limitándose a la distribución de algunos canales temáticos y al doblaje de películas.

OPEN TV, por su parte, proporciona soluciones para televisión interactiva y suministra servicios tanto a operadores de redes de cable o satélite como a fabricantes de decodificadores. Los productos y servicios de OPEN TV se pueden agrupar en tres áreas de negocio:

a) Software y servicios profesionales para televisión interactiva

El software necesario para el funcionamiento de la televisión interactiva (*middleware*) es el núcleo del sistema de OPEN TV. Se trata de un software que permite tener acceso a productos interactivos a través de un televisor conectado a un decodificador. OPEN TV ofrece, además, asesoramiento incluyendo integración y certificación para decodificadores. OPEN TV vende este software a varios clientes españoles entre los que se encuentran Vía Digital y Quiero TV.

b) Aplicaciones informáticas para televisión interactiva

OPEN TV diseña, concede licencias y, en algunos casos, pone en marcha aplicaciones específicas para su *middleware*. Estas aplicaciones pueden ser diseñadas por encargo (satisfacen necesidades específicas de determinados clientes) o estándar, en cuyo caso OPEN TV ejecuta la aplicación informática por sí mismo desde sus servidores centrales. Las aplicaciones consisten en servicios de información (noticias, meteorología), servicios de telecomunicación (e-mail, chat) o servicios controlados por el espectador (guías de programación, películas en taquilla-*videos on*



demand) y canales de juego tales como Static/Play Jam. En la actualidad, OPEN TV no vende estas aplicaciones en España.

c) Software inalámbrico e Internet

OPEN TV lleva a cabo actividades de escasa relevancia en el área de software para Internet, donde comercializa dos productos: un buscador (*browser*) de Internet para aparatos que no sean ordenadores personales y un traductor que optimiza contenidos de Internet para su distribución a través de móviles, agendas electrónicas, etc. OPEN TV no suministra estos productos a clientes en España.

Desde un punto de vista horizontal, teniendo en cuenta las actividades que la empresa adquirida desarrolla en España y la ausencia de solapamiento de actividades con la adquirente, se considera que el mercado afectado por la presente operación es el de los servicios técnicos de televisión de pago, dejando abierta la posibilidad de definir mercados más estrechos de producto para la televisión interactiva. Dentro del mercado afectado, las partes han considerado los efectos de la operación sobre el submercado de suministro de *middleware* o software necesario para el funcionamiento de plataformas básicas de televisión interactiva, dado que este es el único en el que se encuentra presente OPEN TV.

Desde un punto de vista de integración vertical de actividades, la operación notificada produce un incremento de la cartera de productos de la adquirente (que opera en la comercialización de canales temáticos y en el doblaje de películas) que, sin embargo, no es suficiente para prestar servicios de televisión de pago o servicios interactivos en España. A la vista de lo expuesto, no cabe considerar que la operación pueda afectar de forma sensible a ninguno de los mercados ascendentes o descendentes al de la prestación de servicios técnicos de televisión de pago.

V. 2. Mercado geográfico

La Comisión ha considerado que el mercado de los servicios técnicos de televisión de pago tiene una dimensión nacional por su estrecha relación con el de la televisión de pago. En este mercado, la Comisión justifica la dimensión geográfica en razón de la divergencia de disposiciones nacionales, las barreras lingüísticas, los factores culturales y las diferencias en las condiciones de competencia en los distintos Estados miembros.

Las partes apuntan, no obstante, que el mercado de suministro de *middleware* o software necesario para el funcionamiento de plataformas básicas de televisión de pago interactiva puede tener una dimensión geográfica superior debido a que los operadores se encuentran presentes a escala global y suministran desde unidades de servicio centralizadas. Los servicios consisten, en su mayor parte, en la concesión de licencias de derechos de propiedad intelectual y en actividades de consultoría que no implican costes de transporte. Aunque las soluciones tienen que ser ajustadas para cumplir ciertos estándares regionales (el MHP en Europa, BML en Japón y OCAP en Estados Unidos), todos los competidores son capaces de incorporar fácilmente esos estándares en sus productos.



Teniendo en cuenta que, aún considerando la dimensión geográfica más estrecha posible, la operación no presenta problemas de competencia, la definición del mercado geográfico se deja abierta.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

El mercado de suministro de *middleware* es un mercado relativamente nuevo asociado al surgimiento de la televisión de pago y de los servicios interactivos. A nivel mundial, la cuota de OPEN TV queda reflejada en el siguiente cuadro:

MERCADO DE MIDDLEWARE		
Operador	2000	2001
OPEN TV	[55-60%]	[60-65%]
Canal +	[35-40%]	[30-35%]
Liberate	[0-5%]	[5-10%]
Microsoft	[0-5%]	[0-5%]
TOTAL	100%	100%
Fuente: Notificación		

De la lectura del cuadro se desprende que OPEN TV es el líder mundial del mercado seguido de Canal+. Microsoft, junto con otros competidores de talla importante como NDS, Wink Communications, Worldgate Communications y Power TV, se han introducido recientemente en el mercado acometiendo fuertes inversiones. Teniendo en cuenta la duración del ciclo de venta del producto (entre 1-3 años) que se expondrá más adelante, es previsible que en los próximos años estas inversiones se vean recompensadas con una participación en el mercado.

En España, el mercado de suministro de *middleware* existe desde 1996 tras el lanzamiento de Canal Satélite Digital. En el mercado español se encuentran presentes, por tanto, muy pocos operadores, que prestan sus servicios a los operadores de televisión interactiva.

La notificante considera que dado que cada operador de televisión trabaja únicamente con un proveedor de *middleware*, se relacionan las cuotas de este mercado con las cuotas correspondientes a los operadores de televisión interactiva, en términos de número de abonados. En el año 2000, las cuotas en España quedan reflejadas en el cuadro siguiente:

MERCADO DE MIDDLEWARE		
Operador TV interactiva	Proveedor middleware	Cuota (%)
Canal Satélite Digital	Canal+ Technologies	[45-50]
Vía Digital	OPEN TV	[25-30]
Quiero TV	OPEN TV	[10-15]
Operadores de cable	Varios	[0-5]
TOTAL		100
Fuente: Notificación		



Las partes han optado por incluir a Quiero TV dado que todavía no se ha producido su salida del mercado. Canal+, por su parte, no se incluye porque no ofrece servicios interactivos como parte de su oferta de televisión de pago.

Canal+ Technologies es el líder del mercado, con una cuota del [45-50%]. Es filial del grupo Canal+ y ha desarrollado un sistema propio de *middleware* denominado MediaHighway, que se utiliza en todas las redes europeas de televisión interactiva de Canal+ y se vende a terceros a nivel mundial.

VI.2. Estructura de la demanda

La demanda de *middleware* se encuentra constituida básicamente por operadores de televisión interactiva aunque también los fabricantes de decodificadores y otras empresas activas en el sector de las tecnologías de la información se cuentan entre los clientes de este producto.

El principal cliente de OPEN TV, Vía Digital, absorbe el [...] % de su facturación, y un fabricante de decodificadores, un [...] %.

VI.3. Estructura de la distribución

OPEN TV no tiene filiales en España. No obstante, cuenta con una oficina comercial en la que trabajan dos personas. Todos los productos que se venden a clientes en España son servidos directamente por OPEN TV desde Estados Unidos o París. Los productos son facturados directamente por la oficina de París o de Suiza por razones relacionadas con la gestión financiera de los royalties generados por esas ventas.

VI.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada

La demanda de *middleware* se encuentra estrechamente relacionada con la venta de decodificadores. OPEN TV estima que el número total de decodificadores a nivel mundial en el año 2000 se elevó a unos 65 millones. Se estima que en el año 2005 este número alcance la cifra de 300 millones y que en España se siga la tendencia mundial.

Si bien las perspectivas desde el punto de vista de la demanda son optimistas, hay que considerar la existencia de barreras a la entrada en el mercado de servicios técnicos de tipo tecnológico, económico y de otro tipo, como las relacionadas con las redes de televisión.

En relación con la tecnología, se requieren importantes inversiones en I+D ya que el mercado de la televisión interactiva está impulsado por los avances tecnológicos. Se requiere, además, la contratación de personal técnico cualificado y con experiencia. OPEN TV destina a inversiones en I+D alrededor del [...] % de su volumen de ventas.

En relación con el capital, el ciclo de venta del producto es largo, de entre 1-3 años para cada red de televisión, ya que las prestaciones de *middleware* y demás aplicaciones informáticas necesarias para el funcionamiento de decodificadores tienen que ser adaptadas, probadas y



activadas en cooperación con el cliente. Todo ello requiere que los proveedores de *middleware* dispongan del capital necesario para poder operar durante el período de puesta en marcha.

Debido al enorme esfuerzo necesario para hacer frente a los costes que requiere la instalación de redes de televisión y al impacto en la configuración global del sistema, una vez que un operador de *middleware* ha puesto en marcha sus redes de televisión y sistemas, es difícil su desplazamiento del mercado. Sin embargo, las partes indican que esto puede cambiar en los próximos años como consecuencia de la estandarización de la tecnología necesaria.

Las partes indican, asimismo, que la fusión de Canal Satélite Digital y Vía Digital puede crear una barrera de entrada adicional como consecuencia del hecho de que todas las plataformas digitales de televisión controladas por Canal+ utilicen *middleware* creado por el propio grupo.

A pesar de las citadas barreras, están entrando competidores en este mercado. El último en acceder al mismo ha sido Microsoft que está utilizando su fondo de comercio y *know-how* en otras áreas para hacerse con una posición fuerte en el mercado de servicios técnicos para la televisión de pago y televisión interactiva.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VII.1. Posición en el mercado

Como consecuencia de esta operación, no se produce alteración alguna en la estructura del mercado afectado, dado que la empresa adquirente no participa en el mismo. Se mantienen, por tanto, las cuotas de mercado de la empresa adquirida, OPEN TV.

Se produce, sin embargo, la entrada de un operador de la talla de LIBERTY en el mercado de los servicios de la televisión interactiva incrementando la cartera de productos de esta empresa ya presente en el mercado de la televisión de pago.

VII.2. Competencia actual - potencial

Aunque en España se encuentran presentes básicamente dos operadores (OPEN TV y Canal+), en el mercado mundial existen suficientes competidores de talla importante como Liberate Technologies, Microsoft, NDS, Wink Communications, Worldgate Communications y Power TV.

De acuerdo con la información suministrada por las partes, uno de los probables principales competidores de OPEN TV será Liberate Technologies que se prevé entrará en el mercado del cable cuando pongan en funcionamiento decodificadores digitales en los próximos 6 ó 9 meses. En la actualidad, los operadores de cable cuentan con aproximadamente un millón de abonados a los que prestan servicios con tecnología analógica.



VII.3. Poder compensatorio de la demanda

En España, los clientes de software interactivo (*middleware*) son básicamente los operadores de televisión de pago, grandes empresas que ejercen su actividad en un mercado altamente concentrado y con un alto poder de negociación.

VII.4. Barreras a la entrada

El mercado de *middleware* se caracteriza por la existencia de elevadas barreras a la entrada de tipo tecnológico y económico. Ello no ha impedido, sin embargo, la entrada de competidores en el mercado en los últimos años. De hecho, en España los operadores actuales han accedido al mercado en los últimos 5-6 años, ya que la televisión interactiva es un servicio que se presta desde 1996, año en el que comenzó a prestar sus servicios la primera plataforma digital de televisión de pago.

VII.5. Otros aspectos

El futuro del mercado de los servicios de software interactivo se encuentra hoy estrechamente ligado al de la televisión de pago y, muy en particular, al de la televisión interactiva.

Los recientes acontecimientos acaecidos en el mercado de la televisión de pago no sólo en España (insolvencia de Quiero TV) sino también en Alemania (suspensión de pagos del grupo Kirch Media) o el Reino Unido (suspensión de pagos de ITV Digital y de NTL) hacen prever un futuro incierto para los operadores presentes en el mercado y, por tanto, para todas las empresas relacionadas con ellos.

Es cierto, no obstante, que el factor necesario para que se produzca la interactividad es el de la digitalización de la señal que permite un flujo de información mucho más elevado que el que se produce con la señal analógica. En la medida en la que se vaya introduciendo la tecnología digital en las televisiones en abierto³, los consumidores demandarán cada vez más servicios interactivos y el mercado del software interactivo experimentará un crecimiento importante.

En este contexto de concentración de la oferta en el mercado de la televisión de pago y de digitalización de la señal, la búsqueda de un tamaño mayor por parte de las empresas que se sitúan en mercados ascendentes o descendentes se constituye en un objetivo prioritario que les permita desarrollar productos cada vez más sofisticados y ofrecer una gama de servicios y productos cada vez más completa.

³ El 3 de abril comenzaron en España a emitir digitalmente TVE, Telecinco y Antena 3 y el 18 de junio está previsto que Net TV y Veo Televisión inicien sus emisiones con esta tecnología. El fin de la tecnología digital está previsto para el año 2012.



VII.6. Conclusiones

Por todo lo anterior, no cabe esperar que la operación pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado.

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.