



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 275 WANADOO / ERESMAS INTERACTIVA

Con fecha 6 de agosto de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa WANADOO, S.A. (en adelante, WANADOO) de la sociedad ERESMAS INTERACTIVA, S.A. (en adelante, ERESMAS).

Dicha notificación ha sido realizada por WANADOO según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) y b). 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.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 16 de agosto y 4 de septiembre de 2002 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 20 de agosto y 10 de septiembre de 2002 respectivamente.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **16 de septiembre 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 WANADOO de la sociedad ERESMAS.



Dicha operación se sustenta en un contrato de canje de valores y unos Pliegos de Condiciones concluidos el 18 de julio de 2002 entre AUNA Operadores de Telecomunicaciones, S.A., WANADOO, S.A., Retevisión I, S.A., Retevisión Móvil, S.A., AUNA Cable S.A., AUNA Telecomunicaciones S.A. Y ERESMAS Interactiva S.A.

El negocio objeto de transmisión consiste en la prestación de servicios en España o en el extranjero referidos a Internet, incluyendo los servicios de acceso, la producción y la explotación de contenidos, las actividades de comercio electrónico y/o cualquier transmisión de datos, información, fotografías, vídeo o imágenes a través de Internet y tanto por banda ancha como por banda estrecha, así como cualesquiera otras actividades complementarias en el sector de las telecomunicaciones, software y sector de telefonía.

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 España.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

En el Contrato de Canje de Valores y Pliegos de Condiciones suscritos el 18 de julio de 2002 entre las partes se incluyen determinadas restricciones accesorias a la operación:

II.1. Cláusula de no competencia

Se establece un pacto de no competencia por parte de AUNA o cualesquiera de sus filiales en el negocio objeto de la transacción durante un período de **3 años** en España, con las siguientes excepciones: [...]*

II.2 Cláusula de no captación

En la cláusula 14.5 del acuerdo se establece un pacto de no captación de empleados del Grupo ERESMAS con competencias ejecutivas, técnicas, financieras, comerciales o de ventas durante un periodo de **3 años**.

II.3 Acuerdos de compra y suministro

Las partes formalizan los siguientes acuerdos de compra y suministro:

1. Acuerdos de acceso telefónico a redes y de acceso a redes por ADSL:

Eresmas y Wanadoo contratan con RETEVISION en régimen no exclusivo la prestación de servicios de red de banda estrecha y de red ADSL respectivamente durante **5 años** prorrogable por períodos de 12 meses con compromisos[..].

* Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.



2. Acuerdo de Distribución y Publicidad ERESMAS/ RETEVISION durante un periodo de **3 años** prorrogable por períodos de 12 meses:
 - para la distribución no exclusiva por RETEVISION de los kits, packs y servicios de acceso por línea telefónica o ADSL de ERESMAS y para comercialización conjunta de los servicios de PSI a Internet de Eresmas;
 - para la compra por RETEVISION de espacio publicitario on line de ERESMAS con cláusula de proveedor preferente y pacto de compra mínima;
 - para la explotación y gestión por Eresmas de las actividades publicitarias de los portales web de RETEVISION;
 - para la promoción no exclusiva de los servicios de voz de RETEVISION a través de los sitios Internet de Eresmas.
3. Acuerdo de Distribución, Publicidad y Contenido ERESMAS/ AMENA durante un periodo de **3 años** prorrogable por períodos de 12 meses:
 - para la distribución no exclusiva por AMENA de los kits, packs y servicios de Eresmas y para la comercialización conjunta de los servicios de Eresmas por parte de AMENA;
 - para compra de espacio publicitario *on-line* de Eresmas por parte de AMENA (telefonía móvil) con condiciones [...] y trato preferente;
 - para la prestación de servicios de contenido y servicios multiplataforma a AMENA por ERESMAS con pacto de compra mínima y cl. Proveedor preferente;
 - para la promoción no exclusiva de productos y servicios de telefonía móvil de AMENA a través de sitios Internet de Eresmas.
4. Acuerdo de Publicidad y Contenidos de AUNA CABLE durante un periodo de **3 años** prorrogable por periodos de 12 meses:
 - para la compra por AUNA CABLE de espacio publicitario *on-line* de Eresmas con condiciones [...] y trato preferente y pacto de compra mínima;
 - para la prestación de ciertos servicios de contenido y servicios multiplataforma con pacto de compra mínima;
 - para la gestión por ERESMAS de las actividades publicitarias de los portales web de Aunacable.
5. Acuerdo de Facturación y Servicio al cliente

Durante un año prorrogable hasta un máximo de dos, RETEVISION continuará prestando el servicio de facturación y atención al cliente.



6. Acuerdo de Granja de Servidores

Durante un año prorrogable por períodos sucesivos, RETEVISION operará los servidores de ERESMAS.

II.4 Cláusula de proveedor preferido

ERESMAS se convierte en proveedor preferido del Grupo AUNA para prestación de servicios de acceso a Internet, contenidos, publicidad *on line* y servicios multiplataforma, en condiciones de mejor precio.

II.5 Acuerdo de licencia

Eresmas obtiene derechos no exclusivos sobre el uso de la marca, nombre comercial y logotipos “AUNA” y “RETEVISION” en las condiciones establecidas en la cláusula 12 del contrato durante un periodo de 12 meses con objeto de llevar a cabo un cambio de marca en los servicios de marca conjunta.

II.6 Valoración

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 del fondo de comercio y del *know-how*, mientras que en caso de aportación únicamente de fondo de comercio, este periodo se ve reducido a dos años. Este mismo periodo se considera justificado para las obligaciones de compra y suministro no exclusivos, en tanto que la concesión de rango de proveedor preferente no se considera necesaria para la realización de la concentración, salvo que se den circunstancias específicas.

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



En los contratos de acceso a redes en banda estrecha y por ADSL las partes argumentan la necesidad de extender la duración de los mismos más allá del mencionado plazo de 3 años por la estructura de costes y estrechos márgenes de este negocio. Estos contratos asegurarán un mayor volumen de tráfico y el ahorro de los costes que supondría la migración entre redes, mejorarán la eficiencia en la prestación del servicio y permitirán, en suma, las condiciones de precio necesarias para la viabilidad de la operación.

Las restantes cláusulas contempladas en el presente asunto se dirigen principalmente a apoyar la viabilidad del negocio transferido garantizando tanto la no competencia del vendedor en él como un volumen de negocio por parte del grupo vendedor que suponga mantener la situación previa a la operación de concentración durante un cierto tiempo, garantizándose recíprocamente un tratamiento de “mejor precio”.

Teniendo en cuenta la dependencia de los proveedores de servicios de internet con respecto a los operadores de red, este Servicio estima que la duración y contenido de las cláusulas antes descritas no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada. Por ello, se considerarán como parte integrante de la misma dentro de los plazos establecidos. Para cualquier acuerdo por el que se prorrogue la eficacia de las cláusulas anteriormente citadas, se deberá, en su caso, acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989 y en el Real Decreto 157/1992, que la desarrolla.

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 los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. Adquirente: “WANADOO, S.A.” (WANADOO)

WANADOO es una sociedad anónima francesa que opera en el sector de servicios de Internet y de directorios con actividades en Francia y otros países como el Reino Unido, España, Bélgica, Holanda, Argelia, Líbano, Marruecos y Senegal.

WANADOO está controlada por FRANCE TELECOM, titular del 73,7% de su capital social.

FRANCE TELECOM es un operador francés de telecomunicaciones que desarrolla sus actividades en los sectores de telefonía fija y servicios de voz y datos, telefonía móvil (a través de la empresa ORANGE) y servicios de Internet (a través de WANADOO). Estas actividades



representaron aproximadamente el 62%, 34% y 3%, respectivamente, del volumen de ingresos de la compañía en 2001.

FRANCE TELECOM está presente en España a través de las empresas que se relacionan a continuación, obteniendo en su conjunto un volumen total de ventas de [> 60 millones de Euros]:

- Lince Telecomunicaciones SA, operador de telefonía fija bajo marca UNI2;
- Wanadoo España SL, proveedor de servicios de acceso y portal Internet;
- Índice Multimedia SA, proveedor de servicios de directorio;
- Etrali SA, proveedor de servicios de telecomunicaciones para operadores en bolsa;
- Madrid Film S.A.;
- Medialatina Holdings S.A.;
- Red de Banda Ancha de Andalucía SA (Axion);
- Net Radio Medialatina S.A.;
- Globecast España S.L.;
- Catalana - Catalana de Telecomunicacions, Societat Operadora de Xarxes, S.A.;
- Viasolutions - Viafax España, S.A., servicios de comunicación y teleconferencias para empresas;
- Equant España S.A.

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

Volumen de ventas de FRANCE TELECOM			
(Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	27.233	33.674	43.026
Unión Europea	[> 250]	[> 250]	[> 250]
España	[> 60]	[> 60]	[> 60]
Fuente: Notificación			

Respecto a su filial Wanadoo España, hay que señalar que opera como proveedor de servicios de Internet (en adelante PSI) a nivel minorista para usuarios particulares, profesionales y PYMES, y contaba a finales de 2001 con 413.000 clientes con un volumen de ventas de [< 60 millones de Euros]. Su principal actividad es el servicio de acceso, siendo la actividad de portal muy reducida ya que genera sólo un [..%] de sus ingresos, procedentes de publicidad *on-line*, comercio electrónico y otros servicios.



IV.2 Adquirida: “ERESMAS INTERACTIVA, S.A.” (ERESMAS)

ERESMAS opera como proveedor minorista de servicios de Internet para usuarios particulares, profesionales y PYMES y contaba a finales de 2001 con 1.022.000 clientes. Su actividad, al margen de los servicios de acceso a Internet, se basa en portales horizontales que ofrecen contenido gratuito, en su mayoría obtenido de terceros, y además cuenta con portales verticales o canales temáticos. Los ingresos por la actividad de portal fueron de 23,6 millones de Euros en el 2001 procedentes de la publicidad *on-line* [..%], el comercio electrónico [..%] y la venta de contenidos [..%].

ERESMAS está controlada por AUNA OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES, S.A. (AUNA). Adicionalmente, el grupo AUNA está constituido principalmente por las siguientes sociedades: Retevisión I (100%), Retevisión Móvil (100%), Auna Cable (100%), y Quiero TV (49%).

A fecha de la operación, ERESMAS cuenta con las siguientes filiales:

Filiales de ERESMAS INTERACTIVA S.A.		
Actividad	Empresa	Participación (%)
Portal Internet	IP MULTIMEDIA S.L.	100%
Portal Internet	AUTCITY NETWORKS S.A.	96,34%
Imágenes y textos Internet	CANARY GUIDE S.A.	63,39%
Agencia Viajes	CLICK VIAJES S.A.	100%
Servicios Internet	MEDIA GOOOL NET SERVICES SL	40%
Portal Internet	EL RINCÓN DEL VAGO SL	90.03%
Portal Internet	EUROPORTAL JUMPY ESPAÑA SA	50%
Portal Internet	LATIN RED SL	n.d.
Portal Starmedia Latinoamerica	ERESMAS INTERACTIVA INC.	n.d.
Fuente; Notificación		



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

Volumen de ventas de ERESMAS INTERACTIVA Y SUS FILIALES			
(Millones euros)			
	1999	2000	2001²
Mundial	0	25	87
Unión Europea	0	[< 250]	87
España	0	[< 60]	87
Fuente: Notificación			

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

Las empresas que se concentran se dedican a la prestación de servicios de Internet (PSI). Internet es un conjunto de redes informáticas interconectadas entre sí que contienen información estructurada o soportada por un conjunto de páginas de hipertexto accesibles a través del protocolo TCP/IP³. El uso de Internet combina el empleo de ordenadores y redes de comunicaciones que permiten al usuario recibir y enviar la información que se ubica en dichas páginas.

Si bien tal actividad requiere un título habilitante de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (autorización general de tipo C), en realidad los PSI ejercen una actividad comercial en dos ámbitos: proporcionan el acceso a Internet y, además, prestan otros servicios que se engloban bajo la denominación de “servicios de portal”, que no son exclusivos de los PSIs. Según datos de la Memoria Anual de la CMT para el año 2001, del conjunto de ingresos de los PSI el 68,4% correspondía a servicios de acceso a Internet.

a) Mercados de acceso a Internet

En cuanto a la actividad de **acceso a Internet**, ésta consiste en poner a disposición de los usuarios los medios técnicos necesarios para acceder a Internet, que se completan con ordenadores servidores destinados a albergar los distintos servicios que se ofrecen, como son correo electrónico, transferencia de ficheros, alojamiento de páginas web, etc. El acceso puede producirse por distintos tipos de redes, como son principalmente la red conmutada de telefonía, la red de cable/fibra óptica o la red inalámbrica de telefonía móvil, y desde distintos medios, como el ordenador, teléfono móvil o terminal de televisión. En función de la velocidad de transmisión

² Se han incluido los ingresos contabilizados por RETEVISION por importe de [...] de Euros, correspondientes a contratos de acceso a Internet que son cedidos a ERESMAS en virtud del contrato de canje de valores y por tanto forman parte de la operación.

³ Siglas inglesas de “Transfer Control Protocol” e “Internet Protocol”



requerida se habla de acceso en “banda estrecha” (mediante marcación telefónica o *dial-up*) o en “banda ancha”⁴.

Para poder prestar el servicio de acceso a Internet se precisa de una red de telecomunicaciones, y en el mercado coexisten tanto PSI vinculados a operadores de telecomunicaciones como independientes, cuyo principal activo son los contenidos diferenciados que ofrecen. En ambos casos, el software suministrado por el PSI al usuario configura el ordenador para que acceda directamente a la página web del operador.

Atendiendo a los análisis realizados en otras operaciones, cabría diferenciar varios posibles mercados dentro de los **servicios de acceso a Internet**⁵, atendiendo a:

- el nivel de prestación del servicio: distinguiendo entre PSI mayorista y minorista⁶, siendo los minoristas los que proporcionan el acceso a Internet a los usuarios finales⁷;
- la categoría de demandantes: los PSI comercializan paquetes de servicios de Internet según se trate de usuarios particulares o individuales, como pequeños negocios (SOHO), o de grandes empresas que requieren mayor sofisticación y capacidad de acceso⁸;
- el medio utilizado: Diferenciando el acceso vía ordenador, teléfono móvil o televisión, o incluso considerando un mercado de oferta de servicio multiacceso;
- la capacidad del acceso⁹ según la tecnología utilizada: en este ámbito cabría distinguir dos mercados diferenciados para banda estrecha (*dial up*) y banda ancha. Esta última puede prestarse mediante diversas tecnologías: cable coaxial (HFC), fibra óptica, bucle por radio (*wireless local loop*, MMDS, LMDS), xDSL (se aplica a la red de par de cobre) y, en el futuro, UMTS. En principio, por las características tecnológicas del producto (la banda ancha ofrece mayor capacidad y velocidad de transmisión imprescindible para poder acceder a determinados productos o servicios con una calidad mínima), por el precio (la banda ancha se comercializa a un precio superior) y la limitación por zonas en el acceso a banda ancha, podrían constituir mercados separados.

En todo caso, dado que la operación no obstaculiza de modo significativo la competencia en el mercado español, no se considera necesario en estos momentos establecer definiciones de mercado más estrechas

b) Mercados de servicios de portal

Al margen del acceso a Internet, los PSI ofrecen a los usuarios un conglomerado de contenidos y servicios que pueden agruparse dentro de “servicios de portal”. En función de los contenidos, cabe distinguir portales horizontales (con contenidos variados de interés general) o portales verticales (de contenido temático especializado). En cualquier caso, un portal puede ofrecer :

⁴ Dentro del concepto “banda ancha” se incluye la tecnología ADSL

⁵ Caso IV/M1069 Worldcom/MCI, apartado 60

⁶ Caso COMP/M1439 Telia/Telenor apartado 106

⁷ Conviene señalar que la adquirente presta servicios a nivel mayorista en España a través de Equant, pero esta actividad se encuentra totalmente separada de la de Wanadoo

⁸ Caso IV/JV.1 Telia/Ytelenor/Schibsted; Asunto COM/M1838 BT/ESAT

⁹ Caso COMP/M1845 AOL/Time Warner



- información de interés general (cultural, de ocio, noticias, etc.),
- canales temáticos especializados (automóvil, concursos, financiero, música, empleo, etc.),
- herramientas de búsqueda (buscadores),
- *chats* o foros de encuentro de los usuarios para intercomunicación en tiempo real,
- hiperenlaces,
- publicidad *on-line*,
- directorios *on-line*,
- comercio electrónico.

Los portales son mucho más numerosos que los PSI y la competencia entre ellos se basa en el atractivo de sus contenidos y funcionalidad, obteniendo ingresos de diferentes fuentes: por la venta de espacio publicitario a empresas anunciantes o a centrales de medios, por los servicios de comercio electrónico a través del portal tanto a oferentes como a demandantes, y por la venta de contenidos de pago a los usuarios.

En atención a los precedentes en el ámbito comunitario, cabría diferenciar **varios mercados en relación con los portales**:

- **la publicidad *on-line***¹⁰: Diferenciándola de la publicidad que se realiza a través de otros medios de comunicación;
- **servicios de directorio *on-line***: la Comisión ha sugerido que los directorios *on-line* y electrónicos constituyen un mercado de producto diferente de los impresos o en *hard copy*;
- **portales horizontales y verticales**: la Comisión ha sugerido que pueden existir mercados separados según se trate de portales horizontales o verticales, respectivamente, y que el mercado de portales horizontales puede segmentarse en función del medio de acceso¹¹;
- **comercio electrónico**: Aunque la Comisión ha considerado en anteriores asuntos que los sitios web de comercio electrónico compiten con otras formas tradicionales de distribución en las mismas zonas geográficas¹².

En la presente operación, la principal fuente de ingresos en la actividad de servicios de portal es la publicidad *on-line*, ya que la actividad de la adquiriente en el resto de servicios es mínima o inexistente, por lo que sería éste el principal mercado a los efectos del análisis.

V. 2 Mercado geográfico

El mercado geográfico del conjunto de actividades de los PSI se define de ámbito nacional dadas las características lingüísticas, la necesidad de acceder a infraestructuras locales y de sometimiento al ordenamiento sectorial nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

¹⁰ Caso COMP/M1439 Telia/Telenor, apartado 107

¹¹ Caso COMP/M.2050 Vivendi/Canal+/Seagram

¹² Caso COMP/M1969 UTC/Honeywell/i2/Mayaircraft.com; Caso COMP/M.2259 Terra/Amadeus/1travel.com entre otros



VI.1 Características y evolución

Según datos e información facilitada por la CMT en su Memoria Anual 2001, Internet cuenta en España con aproximadamente 7,4 millones de usuarios a 31 de agosto de 2001, registrando la utilización en el hogar el mayor crecimiento en el último ejercicio. Aunque el mercado de proveedores de acceso se encuentra fuertemente atomizado desde su origen, se observa una sustancial reducción del número de PSI, que han pasado de 198 en el año 2000 a 146 en el 2001, ganando peso los vinculados a las grandes operadoras de telecomunicaciones y grupos de comunicación. El volumen de ingresos de los PSI en el año 2001 asciende a 465,55 millones de Euros, con un crecimiento de un 65,49% respecto al ejercicio anterior, siendo el principal responsable de este comportamiento los ingresos por el servicio de acceso.

El modelo de funcionamiento inicialmente adoptado por los PSI permitía ofrecer gratuitamente a los usuarios los servicios propios, generando ingresos por los pagos de interconexión que realiza el operador de acceso según duración de la llamada. Este modelo está en regresión ya que los ingresos por tráfico inducido que obtiene el PSI del operador de red y los ingresos por publicidad se están revelando como insuficientes, imponiéndose cada vez más el cobro por acceso. Modificaciones regulatorias, como la introducción de la tarifa plana de acceso¹³, propician la competencia en este sector.

Por otro lado, hay que hacer mención específica de la evolución del segmento de banda ancha, que, tras un tímido inicio, penetra en los hogares españoles a partir de la segunda mitad del 2001 y está cristalizando en el presente año, impulsada por la competencia de los operadores de cable a la oferta minorista de servicios ADSL de Telefónica que, no obstante, sigue ostentando el liderazgo en este ámbito.

De cara al futuro, el tipo de servicios que pueden prestarse dependerá de las condiciones de cada tecnología en cuanto a bidireccionalidad (posibilidad de prestación de servicios interactivos), capacidad, y existencia o facilidad de despliegue (penetración geográfica). Frente a un escenario marcado por tecnologías con capacidad limitada que permitían únicamente la prestación de un servicio determinado (soporte de señales audiovisuales por una parte, telefonía vocal o transmisión de datos por otra), las nuevas permiten la prestación simultánea de varios servicios y, en particular, la transmisión de señales audiovisuales, el acceso a internet, y la transmisión de voz y datos.

Este proceso de convergencia tecnológica supone que los operadores de telecomunicaciones presten cada vez más paquetes de servicios integrados, que incluyen telefonía, televisión de pago y acceso a Internet.

VI.2 Estructura de la oferta

Los proveedores de servicios de Internet se caracterizan por una intensa actividad de movimientos empresariales y concentraciones en la búsqueda por la rentabilidad. Las cifras históricas que se obtienen de esta actividad están ya obsoletas cuando salen a la luz pública y el análisis se dificulta por la existencia de un gran volumen de clientes con acceso gratuito que no generan ingresos directos en las cuentas de los proveedores y la problemática de obtener datos

¹³ Introducida mediante Real Decreto-Ley 7/2000 de 24 de junio



de abonados reales, dado que éstos ante la gratuidad de la oferta pueden tener cuentas en más de un proveedor generando doble contabilización.

a) Mercados de acceso a Internet

Las cuotas del mercado de servicios de acceso a Internet quedan reflejadas en los cuadros que se exponen a continuación:

Ingresos y cuotas de mercado Proveedores de Servicios de Internet		
Año 2001		
PSI	Millones de Euros	% Total
Terra Networks España	127,08	27,30
Telefónica Data España	56,86	12,21
Wanadoo España	46,94	10,08
Eresmas Interactiva	34,68	7,45
Telefónica de España	31,72	6,81
Cableuropa	20,30	4,36
Yacom Internet Factory	16,94	3,64
IBM Global Services	12,29	2,64
BT Ignite E. (Arrakis)	11,28	2,42
Euskaltel	9,08	1,95
Resto	98,37	21,13
Total	465,55	100,00
Fuente: Memoria Anual CMT 2001		

Cuotas de mercado por minutos cursados por Proveedores de Servicios Internet		
Año 2001		
PSI	Millones de minutos	% Total
Terra Networks España	14.283	37,04
Wanadoo España	6.513	16,89
Eresmas Interactiva	6.460	16,75
Airtel Móvil	2,034	5,27
Telefónica Data España	1.739	4,51
Telefónica de España	1.705	4,42
BT Ignite España	967	2,51
Yacom Internet Factory	906	2,36
Retevisión I	870	2,26
Euskaltel	744	1,93
Resto	2.338	6,06
Total	38.558	100,00
Fuente: Memoria Anual CMT 2001		



De acuerdo con la información facilitada por las partes, la cuota de mercado combinada sería de un [20-35]% en función de los ingresos totales de los PSI en España y de un [30-45]% en función del número total de abonados .

No hay datos oficiales disponibles sobre cuotas de mercado por operador, por servicios en banda ancha y en banda estrecha. La notificante estima que el volumen de ingresos totales en España por acceso telefónico en banda estrecha a Internet en 2001 ascendió a [300 – 350] millones de Euros, siendo la cuota combinada de las partes por volumen de ingresos de un [25-40]% aproximadamente (frente a un [35-50]% indicado para Telefónica/Terra). Alternativamente cabe mencionar la cifras recogidas en el Memoria Anual de la CMT del ejercicio 2001 sobre minutos de tráfico cursados por los PSI, que arrojan una cuota conjunta de las partes de un 33,6%¹⁴.

En cuanto a la banda ancha, las partes estiman que el total de ingresos en este segmento del mercado en el año 2001 ascendió a aproximadamente [50-100] millones de Euros, siendo la cuota combinada de las partes inferior al [0-5]% y en termino de abonados un [0-5]%. En el negocio de banda ancha, con mayor perspectiva de desarrollo futuro, el líder es Telefónica, que cuenta con un 61% de los abonados, frente al 13,8% a accesos ADSL de otros operadores, y el 25% a accesos de los operadores de cable.

b) Mercados de servicios de portal

En el ejercicio 2001 se estima que el volumen de inversión publicitaria ¹⁵ fue de 51,6 millones de Euros, representando un 0,97% del total de inversión en medios convencionales. Esta cifra ha sufrido un ligero retroceso respecto a ejercicios anteriores.

En cuanto a la presente operación, Eresmas obtuvo en el ejercicio 2001 unos ingresos de aproximadamente [...] por publicidad *on-line*, en parte procedente del propio grupo, y Wanadoo España solamente [...]. Las cuotas de mercado estimadas serían de un [25-40]% y un [0-10]%, si bien las partes indican un [15-30]% y un [0-10]%. El aumento de cuota sería en todo caso, insignificante.

Los ingresos de las partes en España correspondientes a la actividad de comercio electrónico y de directorios *on-line* son muy reducidos, de [...] y [...] Euros respectivamente. Lo mismo sucede respecto a los contenidos de pago, ya que la exigua actividad de Wanadoo solamente se ha producido en el ejercicio 2002.

VI.3 Estructura de la demanda

Por lo que se refiere a la presente operación, la demanda de servicios de acceso procede de los clientes residenciales, colectivo que incluye a profesionales y PYMES. Está creciendo con rapidez en España y, según las partes, se espera que en el año 2002 se incremente alrededor de un 20%. La mayor parte de este crecimiento procederá de usuarios de banda ancha. Se espera que en la medida que se vaya desplegando la red de cable la oferta de banda ancha de los operadores de cable penetre en los hogares.

¹⁴ suponiendo que los minutos cursados se refieren al acceso en banda estrecha

¹⁵ según un estudio de INFOADEX de la inversión publicitaria en España



VI.4 Estructura de la distribución

La distribución de los servicios de acceso se produce a través de puntos de venta, de los propios portales, mediante marketing telefónico o a través de *call centers*. En el caso de PSI pertenecientes a operadores de telefonía, se utilizan en parte las redes de distribución del grupo.

VI.5 Fijación de precios

Existe un alto grado de transparencia en la oferta de precios de los distintos proveedores que está disponible a través de Internet y por teléfono. Los consumidores son muy sensibles al precio, por lo que se producen frecuentes cambios de un proveedor a otro, especialmente los abonados al servicio gratuito, que representan un [45-60]% del total.

El análisis de la formación del precio de los servicios de acceso y posibles comparaciones no se puede hacer de forma directa por la incidencia del acceso gratuito, cuyo coste suplen los operadores mediante los ingresos por publicidad. Además, cada compañía ofrece distintas opciones a través de bonos, tarifas semiplanas, tarifas planas o tarifas "premium", entre otros, basadas en esquemas de consumo en franjas horarias determinadas o un abono por x horas durante un periodo.

No obstante, cabe señalar que el principal componente del coste de un ISP es el del suministro de red que puede representar alrededor de un [>60]% del coste total. De ahí la relevancia de los contratos de suministro con los operadores de red telefónica, cable o ADSL.

En la medida en que se vaya consolidando el uso de Internet irá cambiando la política de precios empleada por los PSI, de manera que podría extenderse el pago por el acceso y las condiciones de acceso.

En cuanto los precios por el espacio publicitario, no se dispone de información ya que éstos se fijan en negociaciones caso por caso, aunque la posición negociadora de los portales es en general reducida frente a las centrales de medios.

VI.6 Competencia potencial - Barreras a la entrada

Los potenciales entrantes en este mercado no encuentran barreras tecnológicas ni normativas significativas: la infraestructura de red se obtiene del operador dominante (Telefónica) o de otros operadores (Retevisión, Uni2, Jazztel) y las redes de operadores de móviles y de cable. La disponibilidad de sistemas y equipos es incuestionable. La obtención del título habilitante no constituye una barrera ya que se otorga de forma no discriminatoria cumpliendo los requisitos. Finalmente, Internet se configuró como sistema libre por lo que los ISP no encuentran dificultad en obtener las conexiones a los operadores que dan acceso a la red.

La principal barrera a la entrada es la derivada de las economías de red, de la integración vertical de los operadores en grupos vinculados a telecomunicaciones, y de las ofertas de paquetes integrados de servicios por parte de los operadores de cable, a los que se unirá previsiblemente a corto plazo el proyecto IMAGENIO, de Telefónica, con tecnología ADSL. Estos paquetes incluyen conjuntamente servicios de telefonía, televisión de pago y acceso a Internet, lo que incrementa para cualquier competidor potencial los costes de entrar a operar en el acceso a internet, dada la necesidad de contar con una oferta completa y atractiva en los tres ámbitos o bien competir con servicios de alto valor añadido.



VI.7 Aspectos verticales

No cabe apreciar posibles incidencias por la relación de dependencia de la adquirente con el operador Lince Telecomunicaciones, ya que la actividad de telefonía fija de la red de éste (UNI2) representa un 2% del mercado, dominado por Telefónica.

Tampoco cabe esperar efectos sustanciales derivados del mantenimiento de la relación entre ERESMAS y RETEVISION como consecuencia de los acuerdos de suministro ya analizados en el informe (apartado II). En este ámbito, es preciso recordar que en el año 2001 del tráfico total por llamada de acceso a Internet, según Memoria de la CMT, un 83,2% correspondió a Telefónica España y un 15,13% a Retevisión.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VII.1 Posición en el mercado

El principal efecto de la operación es el refuerzo de la posición en el mercado de servicios de acceso a Internet de Wanadoo, que se consolida como segundo proveedor de servicios de acceso a Internet en España, con una cuota combinada que, de acuerdo con el informe anual de la CMT, es del 17,5% en términos de ingresos y, de acuerdo con la información de las partes, ascendería al [20-35]%. Esta posición es más destacable en el segmento de banda estrecha, donde la cuota combinada podría llegar al 33,6% según los minutos de tráfico cursados y, según las partes, al [25-40]% en función del volumen de ingresos.

Los efectos en los mercados relacionados con servicios de portal no son significativos.

VII.2 Competencia actual

Con carácter general, cabe señalar que se trata del mercado que presenta una mayor intensidad de competencia dentro de las telecomunicaciones. En efecto, el Índice Herfindahl que mide la concentración en el mercado de todos los operadores de servicios telemáticos arroja un valor de 0,1162¹⁶ en el año 2001 a pesar de la reducción en el número de operadores. Por tanto se trata de un mercado poco concentrado, ascendiendo a 21 el número de empresas que concentran el 90% de la cuota de mercado.

El principal competidor y líder en el mercado sigue siendo Telefónica/Terra, con una cuota del 56,3% en términos de ingresos y del 46% en términos de tráfico en 2001, que ascendería al 61% de los abonados en el segmento de la banda ancha, según cifras de la CMT.

Además de Telefónica, se pueden citar otros competidores como Yacom perteneciente a T-Online, mayor PSI europeo, Tiscali, que está tomando posiciones en el mercado español a través World Online y según noticias recientes de prensa a través de Inicia/Vizzavi y Arrakis perteneciente a BT. También hay que mencionar la competencia de los operadores de cable con una mayor actividad de PSI, como ONO, AunaCable y Euskaltel, cuya influencia en banda ancha irá aumentando a medida que se vaya desplegando la red de cable.

¹⁶ un valor cercano a 0 indica baja concentración mientras que un valor cercano a 1 indica concentración alta



Finalmente, no cabe esperar que el refuerzo del segundo operador como resultado de esta operación pueda favorecer la colusión con el líder del mercado, dada la integración vertical de Telefónica, la dinámica del mercado y las expectativas de crecimiento y competencia de operadores entrantes.

VII.3 Competencia potencial - Barreras a la entrada

Según indica la notificante, se espera la entrada en el mercado español de PSI globales como AOL, mayor operador de acceso a Internet en el mundo, y de Microsoft/MSN que está presente en Estados Unidos y en el Reino Unido. Ambos cuentan con importantes recursos para competir en el mercado español.

Además de la competencia a través de paquetes de servicio triple (telefonía, televisión y acceso a Internet) mediante cable o par de cobre con ADSL, cabría mencionar por último la competencia potencial a medio plazo en el acceso a Internet vía móviles a través de tecnología WAP y en el futuro de la tecnología UMTS.

Como ya se ha mencionado, las barreras a la entrada, principalmente económicas, no han impedido el acceso a estos mercados de numerosos operadores, que compiten tanto en precios como en calidad y capacidad de la oferta.

VII.4 Otras consideraciones – análisis dinámico

La dinámica de este mercado y la evolución tecnológica apuntan hacia la regresión de la banda estrecha en un medio plazo, ante la insuficiente capacidad de ésta para prestar una oferta de contenidos atractiva y a velocidad aceptable. La demanda en este mercado muestra una clara tendencia hacia la banda ancha, segmento en el que las partes tienen una posición relativamente más débil.

VII.5 Conclusiones

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, cabe considerar que la operación proyectada no obstaculizará el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado nacional analizado.

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.