



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05081

UNIÓN RADIO / ANTENA 3 RADIO

Con fecha 5 de septiembre de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la integración de ANTENA 3 DE RADIO, S.A. (en adelante ANTENA 3 RADIO) en SOCIEDAD DE SERVICIOS RADIOFÓNICOS UNIÓN RADIO, S.L. (en adelante UNIÓN RADIO).

Dicha notificación ha sido realizada por UNIÓN RADIO 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 51.1 de la Ley 16/1989, con fecha 6 de septiembre de 2005 se solicitó informe de la Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Dicho informe fue evacuado el 21 de septiembre.

Con fecha 3 de octubre de 2005 se dirigió nuevo escrito a la Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información solicitando aclaración sobre determinados aspectos relativos a la competencia de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información en relación con el cumplimiento de la disposición adicional sexta de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, cuya respuesta tuvo entrada con fecha 19 de octubre.

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 fechas 12, 29 de septiembre y 27 de octubre de 2005 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada el 23 de septiembre, el 10 de octubre y el 31 de octubre, respectivamente.

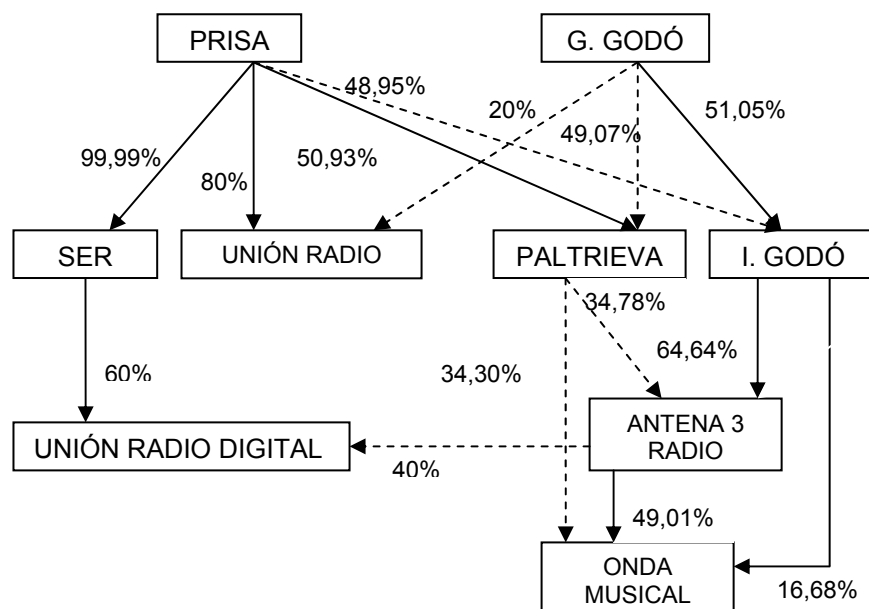
Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **2 de noviembre de 2005** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo por parte del Grupo PRISA, a través de UNIÓN RADIO, sobre ANTENA 3 RADIO.

Simultáneamente, se producirá una reorganización interna del grupo adquirente por la que la SER pasará a integrarse en UNIÓN RADIO, que seguirá bajo el control exclusivo de PRISA. De esta forma, tras la ejecución de la operación, la SER y ANTENA 3 RADIO se integrarán en UNIÓN RADIO.

La situación de las partes previa a la operación notificada, de acuerdo con la notificante, se recoge en el cuadro siguiente¹:

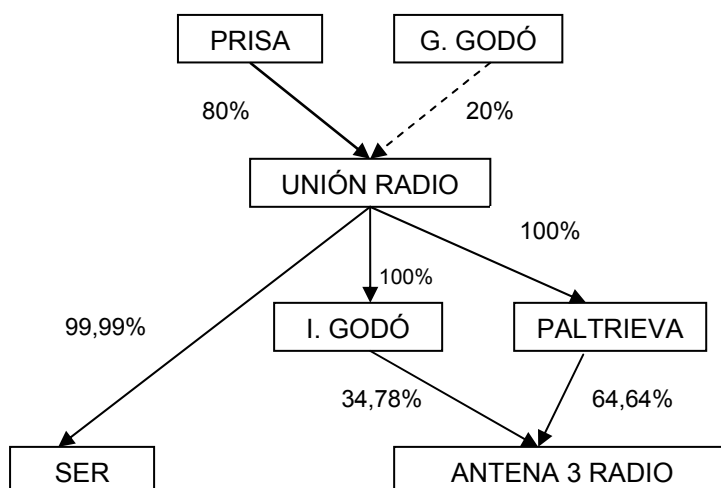


La operación se instrumenta mediante una ampliación de capital de UNIÓN RADIO que será suscrita por sus socios (PRISA y GRUPO GODÓ) y pagada mediante la aportación de las participaciones que los mismos mantienen en las sociedades SER², PALTRIEVA e INVERSIONES GODÓ.

¹ Las flechas continuas indican relación de control.

² La sociedad SER, que antes de la operación era filial directa de PRISA, tras la operación pasa a depender directamente de UNIÓN RADIO pero sigue estando controlada exclusivamente por PRISA.

Así, tras la ejecución de la operación notificada y la integración de la SER y ANTENA 3 RADIO en UNIÓN RADIO, la situación de las partes será la que se recoge en el diagrama siguiente:



La operación de concentración notificada el 5 de septiembre de 2005 tiene como antecedente directo otra, notificada el 1 de diciembre de 1993 al Servicio de Defensa de la Competencia (SDC), consistente en la cesión de la gestión de las respectivas emisoras de ANTENA 3 RADIO y de la SER a UNIÓN RADIO, S.A. Dicha operación se instrumentaba a través de la firma de tres acuerdos entre los Grupos PRISA y GODÓ, accionistas de las empresas concentradas.

El 20 de mayo de 1994, el Consejo de Ministros decidió, siguiendo el dictamen³ del Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC), subordinar la autorización de dicha operación al cumplimiento de determinadas condiciones.

Dicho Acuerdo fue recurrido ante el Tribunal Supremo⁴ (TS) cuya Sala Tercera dictó Sentencia el 9 de junio de 2000 estimando parcialmente el recurso interpuesto por vulneración de lo establecido en la Disposición Adicional sexta de la Ley 31/1987 de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones en cuanto al pluralismo informativo. El TS no admitió los argumentos del recurso dirigidos contra el análisis desde el punto de vista de la competencia. El Tribunal Supremo anuló el Acuerdo, que tuvo efecto desde que se dictó la Sentencia⁵.

El 2 de noviembre de 2001, se dictó Acuerdo de Consejo de Ministros por el que se acordó llevar a puro y debido efecto la Sentencia del Tribunal Supremo de 9 de junio de 2000. Para ello

³ Expediente C-13/93 del TDC

⁴ Recurso nº 533/1994

⁵ El 5 de julio de 2000, la SER, ANTENA 3 RADIO y UNIÓN RADIO promovieron recurso de amparo ante el Tribunal Constitucional, solicitando la anulación de la sentencia de 9 de junio de 2000, que fue inadmitido mediante Auto de 26 de abril de 2001.



se estableció que las partes debían presentar al SDC un plan detallado de actuaciones y plazos para instrumentar el cumplimiento de dicha Sentencia.

En la propuesta presentada el 15 de enero de 2002, las partes entendían que la ejecución de la sentencia se produciría dejando sin efecto los acuerdos en los que se instrumentaba la concentración y solicitaban un plazo para ello. El Tribunal de Defensa de la Competencia indicó a este respecto que “la anulación [...] de los acuerdos y contratos que soportan esta operación, reponiendo la situación anterior a la misma, significa dejar sin efecto la concentración operada”. Por su parte, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información confirmó que la anulación de los acuerdos que dieron lugar a la concentración era una vía para la desconcentración. En respuesta a un incidente de ejecución de la Sentencia de 9 de junio de 2000, el Tribunal Supremo indicó mediante Auto de 25 de septiembre de 2002 que “la resolución de los negocios jurídicos [...] es una medida necesaria y adecuada para llevar a puro y debido efecto la sentencia”. El TS también afirmó que para poder pronunciarse sobre si la sentencia ha sido debidamente ejecutada, el órgano obligado a llevar a puro y debido efecto la sentencia debe analizar si “queda o no algo que practicar para preservar lo que aquella operación de concentración puso en riesgo”.

En ejecución de la Sentencia, el Director del SDC resolvió el 14 de octubre de 2002 ordenar a las partes que procediesen a la desconcentración en dos fases. En la primera, deberían resolver los negocios jurídicos en los que se instrumentó la operación de concentración anulada. En la segunda, deberían realizar las actuaciones necesarias para garantizar la separación real y efectiva de la gestión operativa y económica de la SER y ANTENA 3 RADIO⁶.

A solicitud de las partes de la concentración, el Tribunal Supremo abrió un trámite incidental para valorar la resolución del Director General del Servicio. Mediante Auto de 5 de marzo de 2003, el Tribunal Supremo confirmó la adecuación de dicha resolución y declaró, entre otras cuestiones, que la desconcentración había de llevarse a cabo para que deje de existir la ilicitud que la sentencia apreció, esto es, para que PRISA dejase de ostentar simultánea y acumuladamente el poder de control en la toma de decisiones de las dos sociedades.

Las partes presentaron el 13 de junio de 2003 un informe sobre el cumplimiento de las actuaciones requeridas por el Director del SDC en el que se detallan las modificaciones realizadas en ANTENA 3 RADIO a raíz de la celebración de la Junta General Extraordinaria de accionistas y de la reunión del Consejo de Administración el 14 de mayo de 2003 y de la suscripción por la SER en la misma fecha de sendos acuerdos de intercambio de programación con ANTENA 3 RADIO y ONDA MUSICAL.

Mediante Auto de 18 de febrero de 2004 el TS estableció que correspondía al SDC determinar si las actuaciones de las partes “garantizan la separación de la gestión operativa y económica de las dos sociedades (ANTENA 3 RADIO, S.A., respecto de la SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.) y, en concreto, si [...] aquella separación es real y efectiva”.

⁶ Las partes presentaron recurso de alzada contra esta resolución que fue inadmitida por el Subsecretario del Ministerio de Economía por considerar que esta actuación se enmarcaba en la ejecución de la sentencia y era susceptible de revisión jurisdiccional por el propio Tribunal Supremo.



A la vista de la información aportada por las partes a requerimiento del SDC, éste elaboró un informe con fecha 2 de abril de 2004 y un apéndice⁷ al mismo con fecha 29 de julio de 2004. Finalmente, el 30 de julio de 2004 el SDC consideró que, a la vista de la información disponible, “dicha separación es real y efectiva, puesto que de la información disponible no cabe deducir que PRISA o las Sociedades de su GRUPO ejerzan una influencia decisiva sobre las decisiones de A3RADIO”. Esta resolución fue notificada a las partes, a los recurrentes y al Tribunal Supremo. Con posterioridad se han producido determinadas actuaciones ante el Tribunal Supremo⁸.

La ejecución de la operación notificada el pasado 5 de septiembre está condicionada a la autorización por parte de las autoridades de competencia de España y de las autoridades administrativas competentes en materia de concesiones radiofónicas: el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo respecto a las concesiones de Onda Media, y las Comunidades Autónomas competentes en materia respecto de concesiones de Frecuencia Modulada.

II. 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, de 20 de enero de 2004, 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.

III. EMPRESAS PARTÍCIPIES

III.1 SOCIEDAD DE SERVICIOS RADIOFÓNICOS UNIÓN RADIO, S.L. (UNIÓN RADIO)

UNIÓN RADIO, constituida el 3 de noviembre de 1993, es una sociedad de gestión de servicios radiofónicos, excluidos los de programación y emisión, que presta servicios a la SER y a sus sociedades participadas. Está controlada por PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. (PRISA), que detenta el 80% de su capital. El 20% restante está en manos de GRUPO GODÓ DE COMUNICACIÓN, S.A..

PRISA es una sociedad cotizada en bolsa que encabeza el principal grupo multimedia español, con intereses en terceros países, principalmente, en América Latina. El Grupo PRISA cuenta con los siguientes negocios:

- **El País:** DIARIO EL PAÍS, S.L. y DIARIO EL PAÍS INTERNACIONAL.
- **Sogecable:** CANAL SATÉLITE DIGITAL; COMPAÑÍA INDEPENDIENTE DE TELEVISIÓN; AUDIOVISUAL SPORT⁹; SOGECINE y SOGEPAQ, etc.

⁷ Dicho Apéndice cierra determinadas cuestiones que en el Informe de 2 de abril de 2004 quedaron abiertas a la espera de recibir informaciones adicionales.

⁸ En concreto, el Tribunal Supremo ha rechazado la solicitud de UNIPREX de ser considerada como parte interesada en el expediente de ejecución de Sentencia y, mediante Auto de 6 de octubre de 2005, ha resuelto determinados extremos relativos a la confidencialidad de documentos que forman parte del Expediente de Ejecución de la Sentencia de 9 de junio de 2000, dando un plazo de diez días a los recurrentes para que formulen alegaciones acerca de la ejecución de dicha Sentencia.

⁹ Controlada conjuntamente por SOGECABLE y TELEVISIÓ DE CATALUNYA (TV3)



- **Unidad de Medios de Comunicación en España**, que comprende:
 - **Radio:** SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN (SER Convencional; 40 Principales; Cadena Dial; M80; y Máxima FM) y GRAN VÍA MUSICAL (PLANET EVENTS, EL DIABLO y las editoras NOVA y LIRICS & MUSICS), entre otras.
 - **Grupo de Medios Impresos:** DIARIO AS; ESTRUCTURA, DIARIO CINCO DÍAS; PROMOTORA GENERAL DE REVISTAS, S.A.; BOX NEWS COMUNICACIONES; EJE DE EDITORES MEDIA, DOMINICAL; ESPACIO EDITORIAL ANDALUZA HOLDING; DÉDALO GRUPO DE IMPRESIÓN; REDPRENSA; GMP.
- **Unidad de Medios de Comunicación Internacional:** CARACOL RADIO (Colombia); SISTEMA RADIOPOLIS (Méjico); Participaciones de Radio Latinoamericanas (Chile, Costa Rica, Panamá, EE.UU, Francia); PROGRESA MÉXICO; INVESTISSEMENTS PRESSE REGIONALES; “LA RAZÓN” (Bolivia).
- **Educación y Formación:** GRUPO SANTILLANA EDICIONES, S.L.
- **Internet y Nuevas Tecnologías:** PRISACOM, S.A. (INFOTECNIA; SANTILLANA en Red); IBERBANDA.
- **Televisión y Producción Audiovisual:** PLURAL ENTERTAINMENT (TESELA); PRETESA (LOCALIA; SOCATER), entre otras.
- **Publicidad:** GERENCIA DE MEDIOS, S.A.
- **Otros:** OFICINA DEL AUTOR, S.A.; PRISA DIVISIÓN INMOBILIARIA, etc.

En particular, dentro del Grupo Prisa, la SER es la cabecera del grupo del mismo nombre. El Grupo SER es el primer operador de radiodifusión sonora comercial en España. Está presente en radio generalista, a través de la Cadena SER y ONA generalista y en radio fórmula musical a través de las cadenas “40 Principales”, “Cadena Dial”, “M80”, “Máxima FM” y “Ona Música”. El cuadro siguiente recoge las sociedades participadas por el Grupo SER:

SOCIEDADES PARTICIPADAS POR LA SER			
Empresas del grupo	Población	Participación	
		Direc.	Indirec.
AVANTE RADIO, S.A.	Madrid	93,34%	5,94%
COMPAÑÍA ARAGONESA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	Zaragoza	97,03%	-
COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA, S.A.	Madrid	-	50,54%
INICIATIVAS RADIOFÓNICAS, S.A.	Madrid	-	93,42%
ONDAS, S.A.	Barcelona	100,00%	-
ONDAS GALICIA, S.A.	Santiago de Compostela	42,42%	-
RADIO BURGOS, S.L.	Burgos	100,00%	-
RADIO CLUB DE CANARIAS, S.A.	Tenerife	95,00%	-
RADIO ESPAÑA DE BARCELONA, S.A. (REBSA)	Barcelona	99,32%	-
RADIO GIBRALFARO, S.A.	Granada	100,00%	-
RADIO MURCIA, S.A.	Murcia	83,33%	-
RADIO ZARAGOZA, S.A. (RAZASA)	Zaragoza	34,00%	64,04%
SOCIEDAD DE RADIODIFUSIÓN ARAGONESA, S.A.	Zaragoza	50,00%	-
TELESER, S.A.	Madrid	71,64%	-
UNION RADIO DIGITAL, S.A.*	Madrid	60,00%*	-
RADIO 30, S.A.	Murcia	-	83,33%

* El 40% restante es detentado por el Grupo GODÓ, a través de ANTENA 3 RADIO, S.A.
Fuente: Cuentas Anuales e Informe de Gestión del Ejercicio 2004 de la SER.



El Grupo SER es titular de 181 concesiones de radiodifusión, de las que 10 emiten la programación de Radiolé en condición de asociadas. Además, mantiene contratos de asociación, afiliación o prestación de servicios con 280 emisoras, de las que 189 pertenecen a empresas independientes y 91 pertenecen a ANTENA 3 RADIO.

Por su parte, dentro del ámbito de la radiodifusión digital, la SER, a través de UNIÓN RADIO DIGITAL, S.A. se encuentra presente en la explotación de una concesión de radio digital (DAB) de ámbito nacional.

Por último, el cuadro siguiente recoge la relación de sociedades participadas por UNIÓN RADIO:

SOCIEDADES PARTICIPADAS POR UNIÓN RADIO			
Empresas del grupo	Población	Participación	
		Direc.	Indirec.
ALGARRA, S.A.	Córdoba	100%	
CORPORACIÓN CANARIA DE INFORMACIÓN Y RADIO, S.A.	Las Palmas	100%	
FRECUENCIA DEL PRINCIPADO, S.A.	Gijón	100%	
INICIATIVAS RADIOFÓNICAS DE CASTILLA LA MANCHA, S.A.	Toledo	50%	20%
SOGECABLE MUSICA, S.L.	Madrid	50%	
VALDEPEÑAS COMUNICACIÓN, S.L.	Ciudad Real	50%	
EDICIONES LM, S.L.	Ciudad Real	50%	
ONDA LA FINOJOSA, S.A.			100%
TALAVERA VISIÓN, S.L.			50%

Fuente: Notificación

La facturación del Grupo PRISA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001 fue la siguiente:

Volumen de ventas Grupo PRISA (Millones de euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	1.216	1.305	1.426
Unión Europea	966	1.073	1.177
España	936	1.044	1.155

Fuente: Notificación

III.2 ANTENA 3 DE RADIO, S.A. (ANTENA 3 RADIO)

ANTENA 3 RADIO tiene como objeto principal la explotación del negocio radiofónico a través de emisoras. ANTENA 3 RADIO está controlada por el GRUPO GODÓ DE COMUNICACIONES a través de INVERSIONES GODÓ, S.A., sociedad instrumental cuya única actividad es la titularidad del 64,637% del capital de ANTENA 3 RADIO.

GRUPO GODÓ es la sociedad holding de un grupo de empresas activas en el sector de los medios de comunicación. En particular, cuenta con las siguientes unidades de negocio:

- **Prensa:** diario "La Vanguardia",
- **Editorial:** publicaciones especializadas en deportes ("Mundo Deportivo") y revistas ("Interiores", "Historia y Vida")
- **Radiofónico:** ANTENA 3 RADIO y la cadena de ámbito catalán RAC. RAC emite programación generalista a través de RAC1 y programación de radio fórmula a través de RAC 105.



- **Televisión local:** Citytv Barcelona.

ANTENA 3 RADIO es titular de 93 concesiones de radiodifusión, de las que 91 emiten alguna de las programaciones del grupo SER, como asociadas a esta cadena. Las otras 2 emisoras de su propiedad emiten la radio fórmula musical Radiolé, especializada en música de raíz española.

Asimismo, ANTENA 3 RADIO mantiene contratos de asociación con 17 emisoras que emiten programación de Radiolé, de las que 10 pertenecen a la SER.

El cuadro siguiente recoge la relación de sociedades participadas por ANTENA 3 RADIO a 31 de diciembre de 2004:

SOCIEDADES PARTICIPADAS POR ANTENA 3 RADIO			
Empresas del grupo	Población	Participación	
		Direc.	Indirec.
ANTENA 3 DE RADIO DE MELILLA, S.A.	Madrid	100%	
CADENA ONDA OLIVA, S.A.	Madrid	100%	
LA PALMA DIFUSIÓN, S.A.	Tenerife	100%	
RADIODIFUSORA NAVARRA, S.A.	Pamplona	100%	
ANTENA 3 DE RADIO DE LEÓN, S.A.	Madrid	99,56%	
TELERADIO PRES, S.L.	Albacete	75,10%	
TELEVISIÓN CIUDAD REAL, S.L.	Ciudad Real	75,10%	
SOC. INDEP. COMUNICACIÓN CASTILLA LA MANCHA, S.A.	Albacete	73,53%	
SONIDO E IMAGEN DE CANARIAS, S.A.	Lanzarote	50,00%	
ONDA MUSICAL, S.A.*	Madrid	49,01%	
UNIÓN RADIO DIGITAL, S.A.**	Madrid	40,00%	
RADIO VOZ, S.A.			18,62%

* El 34,3% del capital está en manos de Paltreiva y el 16,68% restante en manos de I. Godó.
** El 60% restante es detentado por el Grupo SER.
Fuente: Cuentas Anuales e Informe de Gestión del Ejercicio 2004 de ANTENA 3 DE RADIO, S.A..

La facturación de ANTENA 3 RADIO en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001 fue la siguiente:

Volumen de ventas de ANTENA 3 RADIO (Millones de euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	23,4	26,2	32,1
Unión Europea	23,4	26,2	32,1
España	23,4	26,2	32,1

Fuente: Notificación

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

La operación notificada tiene lugar en el ámbito de los servicios de radiodifusión sonora, en el que operan ambas partes.

La adquirente actúa en radio generalista y radio fórmula musical mediante las siguientes programaciones: "SER convencional", "40 Principales", "Cadena Dial", "M-80", "Máxima FM" "Ona Música" y "Ona generalista". Por su parte, ANTENA 3 RADIO programa la radio fórmula musical "Radiolé".



Como se ha señalado en distintos precedentes nacionales, en el mercado de los servicios radiofónicos el consumidor no paga por los servicios que recibe (los programas emitidos), por lo que los ingresos de las empresas que prestan servicios de radiodifusión son de carácter indirecto y se obtienen de la venta de espacios publicitarios en los programas que emiten. En efecto, dicha publicidad constituye la principal vía de financiación de las empresas privadas radiofónicas y, en distinta medida, de las denominadas radios públicas comerciales¹⁰. Por ello se ha venido considerando como relevante a los efectos del análisis de concentraciones en este ámbito el mercado de la publicidad en radio.

Se trata de un mercado específico y distinto del de la publicidad en cualquier otro medio de comunicación, como entendió en su momento el TDC¹¹ que rechazó la consideración de mercados más amplios como, por ejemplo, el de la publicidad en la radio y televisión o el de la publicidad de la radio y la prensa o el de la publicidad en todos los medios de comunicación¹².

El TDC se planteó en su momento¹³ la posible existencia de un mercado de producto específico para la radio fórmula musical, diferenciado del de la radio generalista. Esta segmentación se justificaría en que en el caso de la radio fórmula la variable más importante para retener a la audiencia sería la marca, y no los locutores estrella como en el caso de la radio generalista. Esto parece ser corroborado por la experiencia de las radio fórmulas con mayor cuota de mercado: “Los 40 Principales” (con una cuota del 22,4% según el Estudio General de Medios de octubre 2004 a mayo 2005), “Dial” (13,3%), “Kiss FM” (10,9%) o “Cadena 100” (6,4%).

Así, el propio estudio INFOADEX de la Inversión Publicitaria en España 2004 distingue entre inversión publicitaria en radio convencional y en radio fórmula. En concreto, otorga el 57,4% de la inversión publicitaria a la radio convencional y el 35,8% a la radio fórmula, habiendo un 6,8% no atribuido a ningún segmento radiofónico.

Sin embargo, la notificante defiende la inexistencia de un mercado de publicidad en radio fórmulas, dado que la práctica totalidad de las emisoras y/o cadenas emiten, en mayor o menor medida, novedades discográficas y ofrecen espacios para la promoción de dichas novedades. Además, consideran que hay radio fórmulas como “Kiss FM” o “M-80”, cuya programación se basa fundamentalmente en un selección de temas pop/rock de las tres últimas décadas y no en novedades discográficas.

La notificante admite que se puede observar cierto grado de especialización en función de la audiencia (por ejemplo, más anuncios de coches en programas dedicados al motor), pero ello no implica que no exista sustituibilidad entre cadenas y programas. La asignación de los espacios publicitarios en radio presenta una elevada flexibilidad que impide hacer segmentaciones en función del tipo de producto publicitario. Así, ante un incremento del precio de las cuñas en las radio fórmulas de música moderna las casas de discos podrían intensificar su promoción en otros programas de radio, como los de la programación generalista, y en otros soportes en detrimento de aquéllas.

¹⁰ En contraste con las cadenas públicas financiadas íntegramente con cargo a los presupuestos de la Administración correspondiente y, por tanto, sin publicidad.

¹¹ Expediente C-13/93 del TDC.

¹² El TDC admitió el hecho de que la publicidad en radio, aunque pueda ser sustituible por la publicidad en otros medios, no lo es en grado suficiente para que quien controlara la totalidad del mercado de radio no pudiera subir los precios por encima de los de un escenario con competencia.

¹³ Expediente C-13/93 del TDC



Por otra parte, la notificante indica que los espacios publicitarios de los programas de las radio fórmula no se asignan en exclusiva o preferentemente a la promoción de música moderna. Por el contrario, la publicidad discográfica representa un porcentaje cada vez menor de los ingresos de las cadenas de radio fórmula de la adquirente. Así, el peso de la inversión publicitaria de las casas discográficas en 2004 apenas supera el 6% de los ingresos publicitarios de las cadenas musicales del grupo SER¹⁴.

Por otra parte, de acuerdo con la notificante, la presencia de PRISA en el sector discográfico se encuentra en clara fase de retroceso, ya que en 2004 vendió a Universal Music España el catálogo discográfico de Gran Vía Musical.

Finalmente, la notificante califica su posición en el ámbito de la organización de eventos musicales como marginal, puesto que, de acuerdo con datos de la SGAE, el número de conciertos que se celebró en España en 2004 fue de 114.418. Las cadenas musicales de la SER habrían organizado no más de 200 eventos musicales. Por su parte, Radiolé no pasó de la docena.

A la luz de las consideraciones anteriores, este Servicio estima como relevante a los efectos del análisis de la presente operación el mercado de la publicidad en radio. Por su parte, la posibilidad de diferenciar un mercado de la publicidad en radio fórmula musical es una cuestión que puede quedar abierta ya que el análisis de la operación no se ve afectado por esta cuestión. En todo caso, también se analizará la incidencia de la operación en el segmento de la publicidad en radio fórmula musical.

IV.2 Mercado geográfico

Atendiendo a las particularidades de la publicidad en radio y a su ámbito de difusión (nacional, regional o local), cabe considerar distintos marcos geográficos con condiciones de competencia homogéneas dentro de cada uno.

A estos efectos, se entiende por publicidad de alcance nacional (o publicidad en cadena) aquella que es difundida por todas las emisoras cuando emiten programación nacional. La publicidad de alcance regional es aquella que todas las emisoras de una Comunidad Autónoma emiten durante la programación regional de esas emisoras o durante las desconexiones regionales de la programación nacional. La publicidad de alcance local, a su vez, es la emitida durante la programación local de cada emisora y en los tiempos de desconexión local de la programación nacional o regional.

Por otro lado, desde el punto de vista de la capacidad de emisión, la distribución de postes emisores se realiza por el Gobierno o la Comunidad Autónoma, de acuerdo con el reparto competencial y conforme a la normativa sectorial aplicable, por términos municipales¹⁵. Esta circunstancia puede generar el establecimiento de condiciones de competencia distintas en

¹⁴ En el informe N-05048 del Servicio de Defensa de la Competencia se subrayaba la disminución del peso de la inversión publicitaria por parte de las compañías discográficas en España como consecuencia, entre otros, del desarrollo de nuevas fórmulas de promoción (descargas de Internet) y del impacto de la piratería en el sector. De esta forma, el peso de las discográficas en los ingresos por publicidad de las radio fórmulas de la SER ha registrado un significativo retroceso.

¹⁵ Real Decreto 169/1989, que aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia; Real Decreto 1388/1997, de 5 de septiembre, por el que se aprueba un incremento de frecuencias para gestión indirecta de emisoras, dentro del Plan Técnico Nacional anterior; Real Decreto 765/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Medias.



mercados geográficos inferiores al nacional, como los correspondientes a una localidad, una provincia o comunidad autónoma.

Estas distintas condiciones de competencia pueden venir dadas, entre otras cuestiones, por la distinta implantación de las cadenas públicas autonómicas de radio que, aún estando sujetas a una restricción presupuestaria diferente a la de las privadas, se financian en mayor o menor medida por la venta de espacios publicitarios (radios públicas comerciales).

No se tiene en cuenta a efectos de la delimitación de los mercados relevantes la radio digital¹⁶, dado que se encuentra en una situación embrionaria tanto en el ámbito nacional como en el ámbito regional. La contabilización de las emisoras digitales no contribuye a la valoración de la situación real del mercado.

En su informe de 1993, el Tribunal de Defensa de la Competencia consideró que los mercados geográficos relevantes son los locales. Estos están determinados por los municipios recogidos en el Anexo 3 del Real Decreto 169/1989¹⁷, por el que se adjudican las emisoras de gestión indirecta (también denominadas comerciales). No obstante, en el caso de localidades que cuentan con una única concesión entendió que la cuota debía cuantificarse por Comunidad Autónoma.

En el presente caso, y puesto que el grupo adquirente es líder de la radiodifusión generalista y temática en España y, dadas las características de la adquirida, se analizará la incidencia de la operación notificada en el ámbito local y autonómico, en función de la disponibilidad de datos, y en el nacional.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1 Características y evolución de los mercados

Una característica de la estructura de las emisoras comerciales es el sistema de “cadenas de radiodifusión”, por el que se agrupan, mediante contratos de asociación, afiliación u otros, un conjunto de emisoras propias y ajenas. Con ello se busca una mayor cuota de audiencia y, por consiguiente, mayor ámbito de divulgación de publicidad, cuyos ingresos a nivel nacional y local se reparten entre los asociados mediante fórmulas diversas.

El tamaño del mercado de la publicidad en radio viene tradicionalmente determinado por tres variables: capacidad de emisión, índices de audiencia y nivel de captación de la inversión publicitaria. Estas tres magnitudes están interrelacionadas entre sí y constituyen los elementos fundamentales para que los agentes económicos aprecien la dimensión del mercado.

En este sentido, el TDC¹⁸ estimó que la facturación en publicidad y los índices de audiencia de cada operador radiofónico son indicadores poco estables para medir el poder de dominio en este mercado y centró su análisis en la capacidad de emisión de cada empresa dado que el limitado número de concesiones puede funcionar como una barrera a la entrada que otorgue posición de dominio en el mercado de la publicidad.

¹⁶ En cuanto a la radio digital DAB, de las 12 concesiones de ámbito nacional a operadores privados (existen adicionalmente otras 6 otorgadas a RNE), la SER es adjudicataria de una a través de UNIÓN RADIO DIGITAL.

¹⁷ Ampliados mediante Real Decreto 1388/1997.

¹⁸ Expediente C-13/93 del TDC.



a) Inversión publicitaria.

De acuerdo con el informe INFOADEX¹⁹, la inversión publicitaria en radio concentró el 8,8% del total del gasto publicitario en medios convencionales, alcanzando en 2004 la cifra de 540,2 millones de euros. Ello representa un 6,3% más que en 2003, pero sigue muy por detrás de la televisión, como se observa en el cuadro siguiente:

REPARTO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN VALOR EN MEDIOS CONVENCIONALES EN EL EJERCICIO 2004	
Medios	Cuota
Diarios	25,7%
Suplementos y Dominicales	1,8%
Revistas	10,8%
Televisión	43,5%
Radio	8,8%
Cine	0,7%
Publicidad exterior	7,2%
Internet	1,5%
Total	100%

Fuente: INFOADEX

El reparto de ingresos publicitarios entre los principales operadores españoles de radiodifusión sonora se recoge en el siguiente cuadro:

INGRESOS POR PUBLICIDAD DE RADIO EN ESPAÑA ESTIMADOS ¹						
Operadores/Cadenas	2002		2003		2004	
	Millones euros	%	Millones euros	%	Millones euros	%
UR-SER	208,2	42,9	218,2	42,9	235,1	43,5
Antena 3 Radio	13,2	2,7	16,6	3,3	20,4	3,8
UR-SER+Antena 3 Radio	221,4	45,6	234,8	46,2	255,5	47,3
Onda Cero	115,2	23,7	123,5	24,3	136,5	25,3
COPE	98,7	20,4	101,8	20,0	104,7	19,4
Punto Radio ²					6,8	1,3
Otros	49,8	10,3	48,1	9,5	36,7	6,8
TOTAL	485,0	100,0	508,2	100,0	540,2	100,0

¹ Los ingresos estimados por INFOADEX incluyen toda la publicidad, tanto la nacional emitida "en cadena" como la local emitida durante las desconexiones, sin diferenciar entre emisoras propias de la cadena y asociadas.

² Según INFOADEX, la estimación de los ingresos publicitarios de Punto Radio sólo incluye la programación "en cadena" y la local emitida en Madrid

Fuente: INFOADEX

Tras la operación, se refuerza la posición de la adquirente como principal operador del mercado al sumar a su cuota los 3,8 puntos correspondientes a ANTENA 3 RADIO. No obstante, hay que destacar que aunque la mayoría de las emisoras de ANTENA 3 RADIO ya se encontraban asociadas a la SER y emitían la programación de este grupo, tras la operación se produce un cambio en su control.

¹⁹ Fuente: "Estudio INFOADEX de la Inversión Publicitaria en España 2005".



Si se toman los ingresos publicitarios en 1992²⁰ incluidos en el informe C-13/93 del TDC se observa que la cuota conjunta de las partes fue del 69,9% en aquel año.

Dentro de los factores que explican los cambios habidos desde 1992 cabe destacar la importante presión competitiva que ejercen las emisoras públicas municipales y autonómicas comerciales, el surgimiento de nuevas emisoras consecuencia de la ampliación de frecuencias que tuvo lugar en 1997, la aparición de nuevas cadenas radiofónicas y, finalmente, la competencia de las emisoras ilegales (piratas).

No se dispone de cuotas de mercado ni por Comunidad Autónoma ni por localidad. No obstante, la notificante ha proporcionado los ingresos publicitarios de las partes desglosados por publicidad en cadena nacional, publicidad en cadena autonómica²¹ y publicidad local²², como recoge el cuadro siguiente:

INGRESOS PUBLICITARIOS EN EL EJERCICIO 2004 (euros)						
	Grupo SER	%	A3R	%	SER+A3R	%
Nivel nacional	[...] ²³	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nivel autonómico	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nivel local	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	100,0	[...]	100,0	[...]	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir datos Notificante

En el cuadro se observa que casi todos los ingresos publicitarios de ANTENA 3 RADIO provienen de la publicidad local. Ello resulta coherente con el hecho de que ANTENA 3 RADIO gestiona la publicidad en cadena de la programación de Radiolé (que sólo emiten 19 emisoras -2 propias y 17 asociadas-) y la publicidad local de las 93 emisoras de su propiedad (las dos que emiten Radiolé y las 91 asociadas a la SER).

La notificante indica que no es posible estimar cuotas de mercado a nivel autonómico o local.

Por otra parte, en el segmento de publicidad en radio fórmulas no se dispone de datos ni de ingresos desagregados por radio fórmula ni de cuotas de mercado. INFOADEX estima que dicho mercado tuvo un tamaño de 193.307.742€ en el 2004. La notificante señala que los ingresos de publicidad “en cadena” a nivel nacional²⁴ de 2004 de las radio fórmulas implicadas en la concentración son de [...] para las del Grupo SER y de [...] para la de ANTENA 3 RADIO.

b) Índices de audiencia.

La audiencia se mide en función del tipo de contenidos, distinguiéndose entre radio convencional o de programación generalista, radio fórmula o de contenido temático y mixta que combina ambos tipos.

²⁰ Según consta en el informe del TDC C-13/93, la fuente de los datos de 1992 es el Anuario Repress 93.

²¹ De las emisoras del grupo SER, emiten publicidad “en cadena” a nivel autonómico las que se encuentran en las CC.AA. de [...].

²² [...]

²³ Se insertan en corchetes las partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

²⁴ Por lo tanto, en estas cifras no se incluyen los ingresos de publicidad “en cadena” a nivel autonómico ni los de publicidad local. Esto impide la comparación con los datos de INFOADEX, que estiman todos los tipos de ingresos publicitarios.

Como señala el Tribunal²⁵ la audiencia es un parámetro muy inestable puesto que, especialmente en el caso de la radio generalista, la audiencia no es fiel a las cadenas, sino a los locutores.

AUDIENCIA DE RADIO MEDIA DIARIA DE LUNES A VIERNES*						
Operadores/Cadenas	2002		2003		2004	
	Miles oyentes	%	Miles oyentes	%	Miles oyentes	%
RADIO GENERALISTA						
SER	4.498	40,4	5.096	43,5	5.446	44,6
COPE	1.728	15,5	1.653	14,1	2.014	16,5
Onda Cero	2.340	21,0	2.206	18,8	2.219	18,2
RNE/Radio1	1.925	17,3	1.650	14,1	1.650	13,5
Autonómicas generalis.	1.453	13,1	1.568	13,4	1.615	13,2
Otras caden. generalis.	263	2,4	336	2,9	365	3,0
Otras emis. Generalistas	911	8,2	655	5,6	508	4,2
TOTAL CONVENCIONAL	11.133	100,0	11.716	100,0	12.195	100,0
R. FÓRMULA MUSICAL						
SER	5.381	61,6	5.187	52,4	5.051	51,0
40 Principales	2.841		2.782		2.669	
Cadena Dial	1.644		1.687		1.507	
M80	721		533		624	
Máxima FM	146		159		219	
ONA Música	29		26		32	
Radiolé/Antena 3 Radio	440	5,0	390	3,9	320	3,2
Cadena 100 (COPE)	783	9,0	831	8,4	873	8,8
Kiss FM	510	5,8	1.206	12,2	1.377	13,9
Europa FM (Onda Cero)	118	1,4	283	2,9	280	2,8
RNE/Radio 3	316	3,6	205	2,1	205	2,1
Top Radio	85	1,0	82	0,8	58	0,6
Autonómicas musicales	585	6,7	603	6,1	650	6,6
Otras cadenas musicales	885	10,1	948	9,6	903	9,1
Otras emisoras musicales	693	7,9	1.207	12,2	1.267	12,8
TOTAL MUSICAL	8.740	100,0	9.898	100,0	9.900	100,0
TOTAL						
Total Grupo SER	9.879	48,8	10.283	47,9	10.497	47,9
Total Antena 3 Radio	440	2,2	390	1,8	320	1,5
COPE	2.511	12,4	2.484	11,6	2.887	13,2
Onda Cero	2.458	12,1	2.489	11,6	2.499	11,4
RNE	2.241	11,1	1.855	8,6	1.855	8,5
TOTAL RADIO	20.235	100	21.482	100	21.922	100
*Dado que un mismo oyente puede escuchar varias emisoras en un mismo día, los totales no son necesariamente la suma de los oyentes de cada emisora.						
<i>Fuente: Elaboración propia a partir notificación y EGM</i>						

²⁵ Expediente C-13/93 del TDC.



En el total de la radio, la cuota conjunta de audiencia de las partes se verá incrementada sólo en un 1,5%, dado que la única cadena que se incorporaría al grupo SER sería Radiolé.

En radio convencional no se produce ninguna modificación de la estructura de la audiencia tras la operación dado que Antena 3 Radio no participa en la misma. La cadena SER tiene una cuota del 44,6%. Sin embargo, en el caso de que se considerara la existencia de un mercado de producto específico para la radio temática musical, la cuota conjunta se vería incrementada en un 3,2%.

La cuota combinada sobre la audiencia total de radio asciende al 49,4%. Según los datos de la audiencia en 1992²⁶, se observa que la cuota conjunta de las partes en el total alcanzaba el 57,9%.

No se ha analizado la audiencia a nivel regional y local dado que el EGM no tiene suficiente fiabilidad estadística a esta escala.

c) Capacidad de emisión

La capacidad de emisión de las partes viene determinada por el número de emisoras que emiten los programas de las cadenas radiofónicas que gestionan, independientemente de que sean titulares o no de dichas emisoras.

EMISORAS EN ESPAÑA SEGÚN PROGRAMACIÓN EMITIDA							
Emisoras	1993		2005 (septiembre)				
	Total	Total/a %	Propias	Asociadas*	Total	Total/d %	Total/a %
A) LEGALES							
SER	268	31,9	171	280	451	16,0	35,5
ANTENA 3 RADIO	113	13,4	2	17	19	0,7	1,5
COPE			148	65	213	7,5	16,7
Onda Cero			150	45	195	6,9	15,3
Kiss FM			62	5	67	2,4	5,3
Punto Radio			23	31	54	1,9	4,2
RAC					24	0,8	1,9
Flaix					20	0,7	1,6
Otras legales	460	54,7			229	8,1	18,0
Total privadas comerciales (a)	841	100,0			1.272	45,0	100,0
Municipales comerciales (b)	600				1.074	38,0	
Autonómicas comerciales (c)	179				479	17,0	
COMERCIALES (d=a+b+c)					2.825	100,0	
RNE	401				1.001		

²⁶ Fuente: informe del TDC C-13/93. Hay que tener en cuenta que el TDC no segmentó entre radio generalista y radio temática musical. Aunque para los principales grupos se puede realizar tal segmentación, esto no es posible para RNE y las autonómicas. En estos dos casos se han atribuido todos los oyentes a la radio generalista por lo que puede suceder que este grupo se encuentre sobreestimado en detrimento del de radio temática musical.



EMISORAS EN ESPAÑA SEGÚN PROGRAMACIÓN EMITIDA

Emisoras	1993		2005 (septiembre)				
	Total	Total/a %	Propias	Asociadas*	Total	Total/d %	Total/a %
NO COMERCIALES (e)	401				1.001		
TOTAL LEGALES	2.021				3.826		
B) ILEGALES							
Emisoras ilegales (f)					2.369		
TOTAL EMISORAS (g=e+f)					6.195		

* Se incluyen dentro de las asociadas a la SER las 91 emisoras de ANTENA 3 RADIO que emiten programación del grupo SER y dentro de las asociadas a ANTENA 3 RADIO las 10 emisoras de la SER que emiten Radiolé.

Fuente: Elaboración propia con base en la Notificación e Informe TDC C-13/93

De esta forma, como consecuencia de la operación la adquirente suma a su cuota sobre el conjunto de emisoras comerciales y de las privadas, respectivamente, 0,7 y 1,5 puntos correspondientes a ANTENA 3 RADIO. Con ello, se hace con una cuota del 16,7% y del 37%, respectivamente.

En el cuadro se observa que desde 1993 las emisoras de las partes se han incrementado en un 23,4%, mientras que las emisoras privadas comerciales han crecido un 51,2% fruto, principalmente, del incremento de frecuencias en ondas métricas con modulación de frecuencia acaecido en 1997²⁷. La notificante indica que está prevista la aprobación en lo que resta del año 2005 o principios de 2006 de un nuevo plan técnico por el que serán otorgadas unas 300 nuevas concesiones radiofónicas.

Adicionalmente, el reparto de capacidad de emisión entre cadenas ha registrado cambios por la aparición reciente de nuevas cadenas y el cierre de otras. Así, la notificante indica, por ejemplo, que Kiss FM (67 emisoras) inició su andadura en 2002, Punto Radio (54 emisoras) en 2004 y Canal Fiesta en 2001 en Andalucía. Por otro lado, Hit Radio nació en 2002 en Cataluña y dejó de existir en 2004.

Si se analiza la capacidad de emisión local de las partes teniendo en cuenta únicamente las emisoras de su propiedad, se observa que la SER y ANTENA 3 RADIO tienen presencia simultánea en 35 localidades, de las que 26 son capitales de provincia. Sólo en tres de estas 35 localidades la cuota conjunta de las partes supera el 50% de las emisoras privadas locales:

- Puertollano: junto a las 3 emisoras de las partes, existen otras 2 de la cadena COPE y 1 emisora municipal.
- Valdepeñas: Junto a las 2 emisoras de las partes, existe 1 de la cadena Onda Cero y 1 emisora municipal.
- Los Llanos de Aridane: Junto a las 2 emisoras de las partes, existe otra cuya programación no ha sido identificada por la notificante.

Sin embargo, es preciso remitirse a la metodología empleada por el TDC en el informe C-13/93, en que analizó la capacidad de emisión diferenciando entre las emisoras que son susceptibles de ser captadas por terceros de las que no lo son. El TDC consideró que el problema

²⁷ Real Decreto 1388/1997.



principal de las concentraciones en el ámbito radiofónico no surge de la cuota de mercado adquirida sino de la posibilidad de impedir que otros operadores compitan con los notificantes con las mismas armas, esto es, con las mismas posibilidades de emisión y esto se debe a que las posibilidades de emisión son limitadas y actúan como una barrera de entrada.

Para realizar este análisis el TDC estima que es preciso diferenciar los vínculos que poseen las emisoras con las cadenas cuya programación emiten. Es decir, si se tienen en cuenta únicamente las emisoras en propiedad no se valora adecuadamente la presencia de las partes en la medida en que mediante otro tipo de vínculos pueden hacer inaccesible para terceros cierta capacidad de emisión. Por el contrario, si se considera toda la capacidad de emisión en propiedad o vinculada se olvida que algunas de las emisoras vinculadas son susceptibles de ser captadas por terceras cadenas. Por ello, el TDC analiza los distintos vínculos entre emisoras y cadenas para determinar las barreras de entrada, metodología que se seguirá en este informe.

Este análisis se ha visto confirmado por la realidad del mercado en los últimos once años. En efecto, la evolución de las emisoras propiedad de o vinculadas a las partes permite constatar que existe cierta flexibilidad en la capacidad de emisión, dado que en el período 1994-2005 (septiembre) se han producido altas y bajas de las emisoras que emiten programación de las partes.

En 1993 la SER disponía de 158 emisoras asociadas²⁸ y en 2005 dispone de 280, incluyendo las 91 propiedad de ANTENA 3 RADIO. De estos datos se desprende que se han producido en el período considerado 138 altas brutas. En igual periodo, se han producido 17 bajas (9 en el período 2002-2005) lo que representa el 6,1% de las asociadas actuales o el 12,2% de las altas brutas. Así, las altas netas han sido 122. De las 17 emisoras que han dejado de estar asociadas a la SER, 4 han ido a la cadena Punto Radio, otras 4 a Kiss FM, 2 a la cadena COPE, 2 a Onda Cero, 4 a otras y 1 no emite.

Por su parte, en 1993 ANTENA 3 RADIO disponía de 34 emisoras asociadas y en 2005 dispone de 17, incluyendo las 10 asociadas propiedad de la SER, lo que resulta en 17 emisoras menos emitiendo su programación.

En consecuencia, en línea con la metodología empleada por el TDC en el informe C-13/93 este Servicio procederá al análisis de la capacidad de emisión local de las partes en el ámbito de las barreras de entrada diferenciando entre los distintos tipos de vínculos entre emisoras y cadenas.

V.2 Estructura de la demanda y de la distribución

Los principales demandantes de espacios publicitarios son las empresas interesadas en anunciar productos y servicios. No obstante, con independencia de los clientes de ámbito local o comarcal –por lo general pequeños– que se dirigen directamente a la emisora de que se trate para contratar la publicidad, en la mayoría de los casos las sociedades que ofertan espacio publicitario radiofónico (las cadenas de radio comercial) no suelen entrar en contacto directo con los clientes finales. Lo usual es que éstos utilicen agencias publicitarias para diseñar campañas y éstas, a su vez, contratan el espacio publicitario a través de centrales de medios.

²⁸ En el cuadro nº 7 del Informe TDC C-13/93 se indica que la SER disponía de 268 emisoras. Por su parte, en la página 49 se indica que la SER disponía de 110 emisoras en propiedad y 155 emisoras asociadas. Aunque existe una pequeña inconsistencia en los datos, se ha optado por considerar la cifra del cuadro en cuanto a la totalidad de emisoras y la de propiedad, por lo que quedarían 158 emisoras en régimen de asociación.

Es decir, las centrales de medios vienen a constituir los principales clientes de las empresas proveedoras de espacio publicitario, todo ello sin perjuicio de que grandes clientes contraten directamente con la cadena de que se trate. Tanto las centrales de medios como estos grandes clientes tienen un elevado poder de negociación.

Así, los principales clientes de SER son centrales de compras. De acuerdo con la información facilitada por la notificante, se incluyen los porcentajes que representan los principales clientes sobre el total de ventas en el último ejercicio.

PRINCIPALES CLIENTES DE LA SER EN EL EJERCICIO 2004	
Clientes	Cuota
MEDIA PLANING GROUP, S.A.	8,26%
CARAT ESPAÑA, S.A.	5,81%
THE MEDIA PARTNERSHIP, S.A.	4,42%
STARCOM WORLDWIDE MEDIA ESTRATEGIA	4,05%
MAGNA GLOBAL	4,03%

Fuente: Notificación

Considerando los ingresos publicitarios²⁹ de ANTENA 3 RADIO, sus principales clientes son:

PRINCIPALES CLIENTES DE ANTENA 3 RADIO EN EL EJERCICIO 2004	
Clientes	Cuota
MEDIA PLANING GROUP, S.A.	[<10%]
ZENITH MEDIA, S.A.	[<10%]
CARAT ESPAÑA, S.A.	[<10%]
MAHERSOL VIVIENDAS, S.A.	[<10%]
GESTIÓN Y COMPRA, S.A.	[<10%]

Fuente: Notificación

Se ha considerado, asimismo, relevante incorporar los clientes de ONDA MUSICAL dado que esta empresa produce la programación de Radiolé y gestiona la publicidad de cadena correspondiente a esta cadena.

PRINCIPALES CLIENTES DE ONDA MUSICAL EN EL EJERCICIO 2004	
Clientes	Cuota
ZENITH MEDIA, S.A.	[>10%]
MAHERSOL VIVIENDAS, S.L.	[<10%]
GESTION Y COMPRA, S.A.	[<10%]
AHORRAMAS, S.A.	[<10%]
ORGANIZACION NACIONAL DE CIEGOS DE ESPAÑA	[<10%]

Fuente: Notificación

La notificante indica que el elevado poder de negociación de las centrales de medios y de los grandes clientes les permite obtener importantes descuentos sobre las tarifas establecidas por cada emisora.

²⁹ De acuerdo con la información suministrada por la notificante, los ingresos consolidados de ANTENA 3 RADIO en 2004 se elevaron a 32,093 millones de euros de los que [...] proceden de ingresos publicitarios y [...] de los ingresos procedentes de la SER en concepto del contrato de programación firmado entre ambas empresas y de las prestaciones en cadena, fundamentalmente.



V.3 Fijación de precios y otras condiciones comerciales

A efectos de realizar una comparación de tarifas relativamente homogénea entre los distintos operadores, se han seleccionado las tarifas en cadena cobradas a nivel nacional por cada una de las tres cadenas de las que se dispone de información (SER, COPE y ONDA CERO) en los siguientes programas de tipo generalista:

1) Programa informativo emitido en día laborable en la misma franja horaria. En este apartado se han seleccionado los siguientes programas:

- SER: Hoy por hoy; laborable; entre 6 y 7 de la mañana;
- ONDA CERO: Herrera en la onda; laborable; entre 6 y 7 de la mañana
- COPE: La mañana; laborable; entre 6 y 7 de la mañana

2) Programa deportivo emitido en día laborable. En este apartado se han seleccionado los siguientes programas:

- SER: El larguero (00.00-01.30)
- ONDA CERO: Al primer toque (00.00-01.30)
- COPE: El tirachinas (00.00-01.30)

3) Programa de entretenimiento fin de semana. En este apartado se han seleccionado los siguientes programas:

- SER: A vivir que son dos días (sábados y domingos de 8.00-12.00)
- ONDA CERO: Te doy mi palabra (sábados y domingos 8.00-12.00)
- COPE: Al sur de la semana (sábados de 10.00-14.00 y domingos de 10.30-14.00)

TARIFAS PUBLICITARIAS 2004/2005 (euros)						
Programa	10"	15"	20"	1"+	Mención 20"	Audiencia (miles)
Informativo						
Hoy por hoy (a)		[...]	[...]	[...]	[...]	384
Herrera en la onda (b)			[...]		[...]	146
La mañana (c)	[...]	[...]		[...]		279
(a)/(b) %			26,9		-34,2	163,0
(a)/(c) %		3,6				37,6
Deportivo						
El larguero (d)		[...]	[...]	[...]	[...]	716
Al primer toque (e)			[...]		[...]	112
El tirachinas (f)	[...]	[...]		[...]		145
(d)/(e) %			85,2		-4,4	539,3
(d)/(f) %		85,1				393,8
Entretenimiento						
A vivir que son dos días (g)		[...]	[...]	[...]	[...]	1.044

TARIFAS PUBLICITARIAS 2004/2005 (euros)						
Programa	10"	15"	20"	1"+	Mención 20"	Audiencia (miles)
Te doy mi palabra (h)			[...]		[...]	415
Al sur de la semana (i)	[...]	[...]		[...]		357
(g)/(h) %			14,5		-41,0	151,6
(g)/(i) %		11,3				192,4
Fuente: Elaboración propia con base en la notificación						

En el cuadro se observa que las tarifas de la SER son, en general, superiores a las de sus competidores excepto en lo que se refiere a la tarifa por mención³⁰. En este caso, las tarifas de la SER son inferiores a las de ONDA CERO en todos los programas seleccionados.

La superioridad de las tarifas de la SER resulta coherente con la mayor audiencia de que dispone. Sin embargo, la relación que existe entre tarifas y audiencia no es directamente proporcional. Así, por ejemplo, la tarifa de 20 segundos que se cobra en el programa "Hoy por hoy" (SER) es sólo un 3,6% superior a la tarifa del programa "La mañana" (COPE) en tanto que la audiencia de la SER en esa franja horaria supera en un 37,6% a la de la COPE. Las diferentes características socioeconómicas del oyente medio de cada programa en la misma franja horaria, y las necesidades particulares de cada anunciante, pueden contribuir a explicar estas diferencias.

V.4 Barreras a la entrada

La principal barrera a la entrada para un operador privado en el mercado de la publicidad en radio se deriva de la necesidad de repartir un recurso limitado como es el espectro radioeléctrico, que obliga a que las emisiones radiofónicas estén reguladas tanto en el plano nacional como en el internacional.

De conformidad con la normativa aplicable³¹, dentro de la radiodifusión analógica, los servicios de radiodifusión sonora de onda media (OM) pueden ser explotados en concurrencia, de acuerdo con dos modalidades:

- (a) gestión directa del Estado o de sus entes públicos, y
- (b) gestión indirecta mediante concesión administrativa estatal a través de personas físicas o jurídicas.

En el caso de servicios de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia (FM) pueden ser explotados en concurrencia también mediante dos modalidades:

- (a) Directamente por las Administraciones Públicas (Comunidades Autónomas) o sus entes públicos con competencia en la materia o indirectamente, mediante concesión administrativa, por las corporaciones locales; y
- (b) Por gestión indirecta mediante concesión administrativa a personas físicas y jurídicas.

En España, el régimen jurídico de las concesiones radiofónicas a personas físicas y jurídicas se recoge en una serie de normas sectoriales, fundamentalmente la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT)³².

³⁰ Según la notificante, la mención es un espacio publicitario, con una duración media de veinte segundos, en el que el conductor, animador o uno de los colaboradores de un programa anuncia, en directo, un determinado producto o servicio.

³¹ Artículo 26 de la Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones.



La transmisión de estas concesiones administrativas, que son de larga duración, también se somete a un régimen de autorización previa basado en la Disposición Adicional Sexta de la citada LOT.

Las concesiones administrativas para gestión indirecta por parte de personas físicas y jurídicas privadas de emisoras en el territorio nacional son básicamente las que figuran en el Real Decreto 1388/1997, de 5 de septiembre, para ondas métricas con modulación de frecuencia y el Real Decreto 765/1993, de 21 de mayo, para ondas medias. Solamente mediante asignación de nuevas frecuencias del espectro radioeléctrico se produce una ampliación de la oferta existente.

Así, un operador privado puede acceder o ampliar su posición en el mercado por varias vías:

- o obteniendo la concesión administrativa correspondiente, bien mediante compra a otro titular, o acudiendo a los respectivos concursos;
- o firmando acuerdos de asociación o asimilables con los titulares de las concesiones existentes.

Esta circunstancia ha permitido a los operadores la configuración de cadenas de radiodifusión, la ampliación de su negocio y el aumento de su rentabilidad mediante el aprovechamiento de las economías de escala derivadas de la gestión de un número de emisoras mayor. En todo caso, las limitaciones del espacio radioeléctrico concedido a emisoras privadas supone una barrera a la entrada al mercado.

En efecto, dado que el número de emisoras está limitado y que los planes técnicos son excepcionales, la vía más utilizada para la creación o ampliación de una cadena es la firma de contratos de asociación o asimilables.

El propio TDC³² señaló que el principal problema de las concentraciones entre cadenas de radio es precisamente la barrera a la entrada derivada de la limitación del número de emisoras disponibles. De esta forma, una entidad que sea titular de un elevado número de emisoras puede tener una posición de dominio en el mercado de la publicidad. De igual forma, esta posición puede alcanzarse mediante la firma de contratos de asociación, en la medida que éstos establezcan vínculos de larga duración, de difícil rescisión, condiciones de exclusividad o de no competencia. A efectos del análisis de la competencia en el mercado de la publicidad en radio, estos contratos fueron asimilados por el TDC a la propiedad y se denominaron contratos de asociación “fuerte”.

A estos efectos, el Acuerdo del Consejo de Ministros de 20 de mayo de 1994, estableció, sobre la base de lo señalado por el TDC, una serie de criterios para determinar cuándo hay asociación “fuerte”³⁴.

Pueden, en cambio, ser consideradas emisoras en asociación “débil”³⁵ aquellas que están vinculadas mediante contratos que no contuvieran cláusula alguna de las anteriormente citadas.

³² Modificada en última instancia por la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo (BOE, nº 142, de 15.6.2005).

³³ Expediente C-13/93 del TDC

³⁴ Los contratos son de asociación “fuerte” cuando contienen alguna de las siguientes cláusulas: validez por tiempo indefinido; rescisión necesariamente acordada por las dos partes o por un tercero; penalizaciones por renuncia unilateral, sin derecho a preaviso que las elimine; cláusulas penales por denuncia voluntaria del contrato; pactos de no competencia posteriores a la eventual separación.

Para el TDC, este tipo de afiliación no constituye una barrera de entrada porque es atacable por otra cadena competidora que tenga una mejor oferta.

Dada la elevada importancia de las barreras a la entrada en el mercado de publicidad en radio, el TDC, teniendo en cuenta todas las condiciones del mercado, consideró necesario limitar el número máximo de emisoras por localidad que podía tener en propiedad o asociación “fuerte” cualquier empresa que quisiera concentrarse, conforme a los siguientes criterios:

- Localidades con más de 8 emisoras comerciales: la entidad resultante no podrá tener más de cuatro emisoras en propiedad o asociación “fuerte”.
- Localidades con menos de 8 emisoras: la entidad resultante no podrá tener más del 50% de las emisoras de la localidad en propiedad o asociación “fuerte”.
- Localidades con 1 sola emisora: la entidad resultante no podrá tener en propiedad o asociación fuerte mas del 40% de las emisoras correspondientes a localidades con una sola emisora dentro de una misma Comunidad Autónoma.

La notificación hace un análisis de las barreras a la entrada, basado en los criterios de regulación del pluralismo informativo establecidos en la disposición adicional sexta de la Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones. Además, al interpretar la disposición adicional sexta, la notificante considera que las emisoras municipales, fruto de una concesión administrativa de las Comunidades Autónomas en favor de las corporaciones locales, deben ser tomadas en cuenta para delimitar el número de emisoras que hay en una localidad o en una Comunidad Autónoma. Para ello argumenta que la letra d) de dicha disposición, en la redacción dada por la Ley 10/2005³⁶, establece que “no se computarán las emisoras de radiodifusión sonora gestionadas de forma directa por entidades públicas” y que las emisoras municipales no quedan excluidas por ser objeto de una concesión de las Comunidades Autónomas.

Sin embargo, la Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (DGDSI) dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha emitido informe con fecha 21 de septiembre de 2005 en el que indica que no debe aceptarse la interpretación de la notificante dado que lo que recoge la disposición adicional sexta de la Ley 31/1987 en la letra d), párrafo cuarto, es que no se computarán las emisoras gestionadas de forma directa por entidades públicas “sin referencia alguna al título que para ello les asista”.

El artículo 3.1 de la Ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión establece que “el servicio público de radiodifusión sonora cuya gestión se otorgue a los Ayuntamientos, será gestionado directamente (...)”.

Por su parte, el Real Decreto 169/1989 regula la prestación de los servicios de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia (FM) y distingue entre:

- Emisoras gestionadas por el Estado (art.3)
- Emisoras gestionadas por las CCAA (art.4)
- Emisoras gestionadas por las Corporaciones Locales (art.5) y

³⁵ El TDC no habla expresamente de asociación “débil”, sino de “empresas...vinculadas...por simple contrato de afiliación”. Dado que define el anterior vínculo como aquello que no es asociación “fuerte”, por simplicidad se emplea la expresión asociación “débil”.

³⁶ Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre



- Emisoras gestionadas mediante concesión administrativa por personas físicas o jurídicas (art.6, hoy derogado y sustituido por el Real Decreto 1388/1997).

Al margen de la interpretación de la regulación sectorial, el análisis de las barreras a la entrada desde la perspectiva de competencia exige diferenciar las emisoras municipales de las privadas en régimen de concesión administrativa. En efecto, de la lectura del informe C-13/93 del TDC se desprende que lo relevante es valorar qué emisoras se encuentran al alcance del resto de operadores privados a la hora de crear una cadena de radiodifusión. Conforme al Real Decreto 1388/1997 sólo están al alcance de tales operadores las emisoras recogidas en su Anexo. Adicionalmente, conforme al art. 3.3 de la Ley 11/1991, ninguna emisora municipal puede formar parte de cadenas de radiodifusión sonora. Por ello, legalmente, ninguna empresa privada tiene acceso a ellas a la hora de crear una cadena de radiodifusión.

En conclusión, el hecho de que haya más o menos emisoras municipales en una localidad o Comunidad Autónoma no altera la naturaleza de la barrera de entrada. Lo que este Servicio entiende que se debe valorar es la naturaleza de la barrera legal que impide a empresas de radio privadas acceder a concesiones administrativas de emisión. En consecuencia, a los efectos de este análisis no se tendrán en cuenta las emisoras municipales que emplean un espectro no accesible a empresas privadas ni como titulares ni como beneficiarias de posibles fórmulas que permitan el uso de este espectro para programación en cadena. Únicamente se valorará el espectro accesible a entidades privadas.

El cuadro siguiente recoge las localidades en las que, operando simultáneamente ambas partes, se superan los umbrales establecidos en su día por el TDC. De acuerdo con la notificante, todas las emisoras asociadas al grupo SER en dichas localidades lo están en régimen de asociación “débil”.

EMISORAS EN LOCALIDADES CON COINCIDENCIA DE LAS PARTES							
	CADENA SER	ANTENA 3 RADIO	SER+A3R (A)	Total privadas (B)	Criterio 1 TDC	Criterio 2 TDC (A)/(B) %	Criterio 3 TDC
ANDALUCIA							
Zaragoza	3	2	5	12	X		
CASTILLA MANCHA							
Puertollano	2	1	3	5		60,0	
Valdepeñas	1	1	2	3		66,7	
<i>Municipios 1 emisora*</i>							
La Roda		1	1				
Daimiel	1		1				
Herencia	1		1				
Socuéllamos	1		1				
Azuqueca	1		1				
Molina de Aragón	1		1				
Madridejos	1		1				
Torrijos	1		1				
<i>Subtotal (C)</i>			8				
<i>Total munic. 1 emisora* (D)</i>				17			
<i>(C)/(D) %</i>			47,1				X



EMISORAS EN LOCALIDADES CON COINCIDENCIA DE LAS PARTES							
	CADENA SER	ANTENA 3 RADIO	SER+A3R (A)	Total privadas (B)	Criterio 1 TDC	Criterio 2 TDC (A)/(B) %	Criterio 3 TDC
CANARIAS							
Llanos de Aridane	1	1	2	3		66,7	
* Se incluyen aquellos municipios en los que existe sólo 1 emisora no municipal y aquellos en los que coexisten 1 privada y 1 municipal. Criterio 1: En localidades con nº emisoras > 8, no más de 4 en propiedad o asociación fuerte Criterio 2: En localidades con nº emisoras < 8, no más del 50% en propiedad o asociación fuerte Criterio 3: En localidades con una sola emisora, no más del 40% de las localidades de la Comunidad Autónoma que se encuentren en tal circunstancia Fuente: elaboración propia con base en notificación							

De la lectura del cuadro se desprende que se incumple alguno de los criterios del TDC en las siguientes localidades:

- Zaragoza: se incumpliría el criterio 1 del TDC dado que las partes poseen 5 emisoras y el umbral del TDC se situaría en 4.
- Puertollano: se incumpliría el criterio 2 del TDC dado que las partes disponen de 3 de las 5 emisoras existentes, por lo que se superaría el 50%.
- Valdepeñas: se incumpliría el criterio 2 del TDC dado que las partes disponen de 2 de las 3 emisoras existentes, por lo que se superaría el 50%.
- Los Llanos de Aridane: se incumpliría el criterio 2 del TDC dado que las partes disponen de 2 de las 3 emisoras existentes, por lo que se superaría el 50%.

Además, en la Comunidad Autónoma de Castilla La Mancha se incumpliría el criterio 3 del TDC dado que las partes conjuntamente disponen de las únicas emisoras existentes en 8 municipios de los 17 que se encuentran en esta situación en esa Comunidad Autónoma, por lo que se excedería el 40% previsto por el TDC.

V.5 Pluralismo informativo y competencia

Este Servicio no es competente para valorar la incidencia de esta operación de concentración sobre el pluralismo de la oferta radiofónica, y en concreto, no es quien debe determinar si esta operación vulnera los límites establecidos en la Disposición Adicional Sexta de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. Esta competencia corresponde, en el ámbito de la Administración General del Estado, a la Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (DGDSI), de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Por ello, con fecha de 6 de septiembre, este Servicio solicitó informe sobre la operación a la DGDSI. En su respuesta, la DGDSI afirma, tras un análisis preliminar, y a espera de verificar los datos notificados por las partes, lo siguiente:

“Así, para computar uno de los límites impuestos por la Ley, el de no sobrepasar el 50 por ciento de las concesiones que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura, con un máximo de 5, en todo caso los comunicantes, como en el resto de los supuestos, incluyen las emisoras municipales. Descontadas éstas, se aprecia que la concentración vulneraría la Ley en



las localidades de Puertollano (del total de 5 emisoras pasarían a controlar 3), Valdepeñas (controlarían 2 de las 3 existentes) y los Llanos de Aridane, donde, aunque no existe ninguna municipal que descontar, controlarían 2 de las tres concesiones.

Tampoco se puede sobrepasar el 40 por ciento de las concesiones existentes en una misma Comunidad Autónoma en ámbitos en los que sólo tenga cobertura una concesión. Conforme a la información facilitada por los comunicantes, descontadas las emisoras municipales, únicamente se sobrepasaría el 40% en Castilla La Mancha”.

Adicionalmente, con fecha de 3 de octubre, este Servicio solicitó aclaración a la DGDSI sobre si es la SETSI el órgano competente para pronunciarse sobre el cumplimiento de la Disposición Adicional Sexta de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, y sobre cuál es el procedimiento que seguiría en tal caso.

La DGDSI informó que la SETSI se considera competente en esas atribuciones, sin perjuicio de que las CCAA competentes deban pronunciarse sobre la modificación de la titularidad de las concesiones. No obstante, esta competencia de la SETSI no ha sido reconocida por todas las CCAA y está pendiente de una decisión del Tribunal Constitucional³⁷.

Como se puede observar, el análisis de la DGDSI, en interpretación de la regulación sectorial, coincide parcialmente con el análisis de competencia. De la aplicación de los criterios del TDC de 1993 resulta que, además, se superarían los umbrales entonces establecidos en Zaragoza. Ello es coherente con lo señalado por el TDC en su Informe C-13/93 Unión Radio que “la defensa del pluralismo y de la libre competencia en el ámbito de las emisiones radiofónicas, aunque tienen puntos de coincidencia y en ocasiones los objetivos del pluralismo se pueden alcanzar a través de la defensa de la competencia, no son dependientes uno del otro”.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo por parte del Grupo PRISA, a través de UNIÓN RADIO, sobre ANTENA 3 RADIO. Tras la ejecución de la operación los grupos SER y ANTENA 3 RADIO se integrarán en UNIÓN RADIO.

VI.1 Posición en el mercado

Como consecuencia de la operación notificada el Grupo PRISA refuerza su posición y la de sus marcas en el mercado de la publicidad en radio.

En cuanto a ingresos por publicidad, como resultado de la operación la cuota nacional de la adquirente aumenta ligeramente con la incorporación del 3,8% correspondiente a ANTENA 3 RADIO, pasando a alcanzar un 47,3% del total. El siguiente operador sería ONDA CERO, con un 25,3%, seguido de la COPE con un 19,4%.

En términos de audiencia, en el conjunto de la radio generalista y temática, la cuota conjunta de UNIÓN RADIO se verá incrementada sólo en un 1,5%, hasta alcanzar el 49,4% dado que la única cadena que se incorporaría al grupo adquirente sería Radiolé.

En radio convencional, no se produce ninguna modificación de la estructura de la audiencia tras la operación dado que Antena 3 Radio no opera en este segmento. Así, la cuota de audiencia de la adquirente se mantendría en un 44,6% siendo sus principales competidores Onda Cero y la COPE con cuotas del 18,2% y 16,5%, respectivamente.

³⁷ Sobre un conflicto positivo de competencias presentado por la Comunidad Autónoma de Andalucía (nº 655/2000).



Por su parte, en caso de que se concluyera la existencia de un mercado de producto específico de publicidad en radio fórmula musical, la cuota del grupo adquirente se incrementaría en un 3,2% hasta alcanzar el 54,2%. Los principales competidores serían Kiss FM, con una cuota del 13,9%, y Cadena 100 (COPE) con una cuota del 8,8%.

Por último, en relación con la capacidad de emisión, de acuerdo con los datos suministrados por la notificante, UNIÓN RADIO pasaría tras la operación a contar con 470 emisoras (181 en propiedad) que emitirían los programas de sus cadenas radiofónicas, seguida de COPE (213 emisoras, de las que 148 son en propiedad) y ONDA CERO (195 emisoras de las que 150 son en propiedad).

Así, como consecuencia de la operación la adquirente suma a su cuota del 16% sobre el total nacional de emisoras comerciales y del 35,5% de las privadas, respectivamente, 0,7 y 1,5 puntos correspondientes a ANTENA 3 RADIO, seguida de la COPE (7,5% de las emisoras comerciales y 16,7% de las emisoras privadas) y ONDA CERO (6,9% de las emisoras comerciales y 15,3% de las emisoras privadas).

VI.2 Barreras a la entrada

La principal barrera a la entrada para un operador privado en el mercado de la publicidad en radio se deriva de la necesidad de repartir un recurso limitado como es el espectro radioeléctrico.

En efecto, como señala el TDC en su informe C-13/93, el problema principal de las concentraciones en el ámbito radiofónico no se deriva de la cuota de mercado adquirida sino de la posibilidad de impedir que otros operadores compitan con las partes con las mismas armas, esto es, con las mismas posibilidades de emisión y esto se debe a que las posibilidades de emisión son limitadas y actúan como una barrera de entrada.

Por ello, es preciso diferenciar los vínculos que poseen las emisoras con las cadenas cuya programación emiten. Es decir, si se tienen en cuenta únicamente las emisoras en propiedad no se valora adecuadamente la posición de las partes en la medida en que mediante otro tipo de vínculos pueden hacer inaccesible para terceros cierta capacidad de emisión. Por el contrario, si se considera toda la capacidad de emisión en propiedad o vinculada se olvida que algunas de las emisoras vinculadas son susceptibles de ser captadas por terceras cadenas.

Tras la operación, las 93 emisoras propiedad de ANTENA 3 RADIO, de las que 91 estaban, según la notificante, débilmente asociadas a la SER, pasan a ser propiedad del grupo adquirente.

Dada la elevada importancia de las barreras a la entrada en el mercado de publicidad en radio, el TDC, teniendo en cuenta todas las condiciones del mercado, consideró necesario en su informe C-13/93 limitar el número máximo de emisoras por localidad que podía tener en propiedad o asociación “fuerte” cualquier empresa que quisiera concentrarse, conforme a los siguientes criterios:

- Localidades con más de 8 emisoras comerciales: la entidad resultante no podrá tener más de cuatro emisoras en propiedad o asociación “fuerte”.
- Localidades con menos de 8 emisoras: la entidad resultante no podrá tener más del 50% de las emisoras de la localidad en propiedad o asociación “fuerte”.



- Localidades con 1 sola emisora: la entidad resultante no podrá tener en propiedad o asociación fuerte mas del 40% de las emisoras correspondientes a localidades con una sola emisora dentro de una misma Comunidad Autónoma.

De esta forma, siguiendo los criterios expuestos por el Tribunal de Defensa de la Competencia en 1993, y de acuerdo con la información suministrada por la notificante, se superan los umbrales establecidos en Zaragoza, Puertollano, Valdepeñas y Los Llanos de Aridane. Además, la entidad resultante dispondría de más del 40% de las emisoras de Castilla La Mancha ubicadas en localidades con una única concesión.

VI.3 Conclusión

El sector radiofónico ha registrado cambios importantes desde 1993 derivados, entre otros, de la aparición de las emisoras públicas municipales y autonómicas comerciales, de la aparición de nuevas emisoras como consecuencia de la ampliación de frecuencias que tuvo lugar en 1997, de la creación de nuevas cadenas radiofónicas (Kiss FM o Punto Radio, por ejemplo) y, finalmente, de la competencia de las emisoras ilegales. En este contexto se enmarca la reciente reforma de la normativa aplicable en materia de pluralismo informativo.

La propia modificación de la posición actual de las partes en el mercado en relación con la que detentaban en 1993 ilustra estos cambios.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, este Servicio estima preciso un análisis en profundidad de la operación notificada a la luz de las circunstancias actuales de los mercados con el fin de descartar que, como consecuencia de la misma, se pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva.

VII. PROPUESTA

En atención al análisis anterior, se propone **remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del artículo 15 bis, 1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

Dicha propuesta se entiende sin perjuicio del cumplimiento de la normativa sectorial aplicable y, en particular, de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre de Ordenación de las Telecomunicaciones, y de su Disposición Adicional Sexta, recientemente modificada por la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo



ANEXO 1

EMISORAS PROPIEDAD GRUPO SER				
LOCALIDAD	TITULAR	FREC	PROG	VÍNCULO
ANDALUCÍA				
Algeciras	S.E.R.	1260	Conv	Propia
Algeciras	S.E.R.	95.7	40 P.	Propia
Almería	S.E.R.	101.8	40 P.	Propia
Almonte	S.E.R.	95.6	Dial	Propia
Alora	S.E.R.	93.9	Olé	Asoc. A3R
Arahal	S.E.R.	99.2	Dial	Propia
Baeza	S.E.R.	98.9	Dial	Propia
Benalmádena	S.E.R.	101.1	M-80	Propia
Cabra	Teleser, S. A.	102.1	Olé	Asoc. A3R
Cádiz	S.E.R.	990	Conv	Propia
Cádiz	S.E.R.	89.4	40 P.	Propia
Cádiz	S.E.R.	99.9	Dial	Propia
Fernán Núñez	S.E.R.	93.5		Propia
Granada	S.E.R.	92.8	Conv-2	Propia
Huelva	S.E.R.	98.1	Conv	Propia
Jaén	S.E.R.	100.0	Conv-2	Propia
Jódar	Teleser, S. A.	95.3	Conv	Propia
La Carolina	S.E.R.	93.5		Propia
Linares	S.E.R.	1602	Conv	Propia
Linares	S.E.R.	94.9	40 P.	Propia
Málaga	Radio Gibralfaro, S. A.	102.8	40 P.	Propia
Málaga	S.E.R.	93.1	Dial	Propia
Níjar	S.E.R.	88.8	Conv	Propia
Puerto Santa María	S.E.R.	90.8	Conv-2	Propia
Sevilla	Ediciones Bidasoa, S. A.	103.2	Conv-2	Propia
Sevilla	S.E.R.	792	Conv	Propia
Sevilla	S.E.R.	97.1	40 P.	Propia
Sevilla	Iniciativas Radiofónicas, S. A.	102.5	Dial	Propia
Tarifa	S.E.R.	92.8		Propia
Vejer de la Frontera	Teleser, S. A.	106.0	Olé	Asoc. A3R
Vélez Málaga	S.E.R.	91.9	Conv	Propia
Córdoba	Algarra, S. A.	1575	Conv	Propia
Córdoba	Algarra, S. A.	96.6	40 P.	Propia
Ecija	Algarra, S. A.	95.4	Dial	Propia
Hinojosa Duque	Algarra, S.A.	106.5	Conv	Propia
La Línea	Avante Radio, S. A.	90.2	Dial	Propia
ARAGÓN				
Binefar	Radio Zaragoza, S.A.	92.3	Dial	Propia
Calatayud	Radio Zaragoza, S. A.	101.0	Conv	Propia
Ejea Caballeros	Radio Zaragoza, S. A.	105.7	Conv	Propia
Tarazona	Radio Zaragoza, S. A.	91.8	40 P.	Propia
Teruel	Radio Zaragoza, S. A.	91.6	Conv	Propia
Zaragoza	Ediciones Bidasoa, S. A.	97.1	Dial	Propia



EMISORAS PROPIEDAD GRUPO SER				
Zaragoza	Radio Zaragoza, S. A.	873	Conv	Propia
Zaragoza	Radio Zaragoza, S. A.	95.3	40 P.	Propia
Zuera	Radio Zaragoza, S.A.	103.2	Olé	Asoc. A3R
ASTURIAS				
Gijón	S.E.R.	96.5	Conv	Propia
Pola de Laviana	Frecuencia del Principado, S.A.	87.6	Conv	Propia
Villaviciosa	Frecuencia del Principado, S.A.	88.3	M-80	Propia
BALEARES				
Ciudadela	S.E.R.	96.2	40 P.	Propia
Ibiza	S.E.R.	98.1	40 P.	Propia
Mahón	S.E.R.	95.7	Conv	Propia
Palma Mallorca	S.E.R.	1080	Conv	Propia
Palma Mallorca	S.E.R.	94.1	40 P.	Propia
CANARIAS				
Arona	Radio Club de Canarias, S. A.	93.3	40 P.	Propia
Arrecife	Corp Canaria de Inform y Radio, S.A.	104.0	40 P.	Propia
La Laguna	Radio Club de Canarias, S. A.	101.1	Conv-2	Propia
La Laguna	Radiodifusión Tenerife, S. A.	87.8	Dial	Propia
La Orotava	Radio Club de Canarias, S. A.	99.8	Conv	Propia
Las Palmas	Corp Canaria de Inform y Radio, S.A.	99.8	Olé	Asoc. A3R
Los Llanos Aridane	Radio Club de Canarias, S. A.	104.1	Dial	Propia
Los Realejos	Radio Club de Canarias, S. A.	91.6	Dial	Propia
Puerto de la Cruz	Radio Club de Canarias, S. A.	99.1	40 P.	Propia
S. Sebas. Gomera	Radiodifusión Tenerife, S. A.	95.9	Conv	Propia
Sta. Cruz Palma	Corp Canaria de Inform y Radio, S.A.	97.4	40 P.	Propia
Sta. Cruz Tenerife	Radio Club de Canarias, S. A.	93.2	40 P.	Propia
Sta. Cruz Tenerife	Radio Club de Canarias, S. A.	1179	Conv	Propia
Telde	Radio Club de Canarias, S. A.	101.4	Dial	Propia
Valverde Hierro	Radio Club de Canarias, S. A.	92.0	Conv	Propia
CANTABRIA				
Torrelavega	S.E.R.	94.7	Conv	Propia
CAS-LEÓN				
Aranda Duero	S.E.R.	96.6	Dial	Propia
Burgos	Radio Burgos, S. L.	89.1	40 P.	Propia
Burgos	S.E.R.	1287	Conv	Propia
Miranda Ebro	S.E.R.	90.5	Conv	Propia
Palencia	S.E.R.	96.2	Conv	Propia
Soria	S.E.R.	99.9	Conv	Propia
Tordesillas	S.E.R.	106.7	Conv-2	Propia
Valladolid	S.E.R.	90.9	40 P.	Propia
Valladolid	S.E.R.	1044	Conv	Propia
CAS-MANCHA				
Albacete	S.E.R.	89.6	40 P.	Propia
Albacete	S.E.R.	1116	Conv	Propia
Alcázar de San Juan	Valdepeñas Comunicación, S.L.	88.4	Conv	Propia
Azuqueca	S.E.R.	99.8	40 P.	Propia
Ciudad Real	Ediciones L.M., S.L.	100.1	40 P.	Propia



EMISORAS PROPIEDAD GRUPO SER				
Cuenca	Inic Radiofónicas de Castilla-Mancha, SA	95.3	40 P.	Propia
Daimiel	S.E.R.	100.4	Conv	Propia
Guadalajara	S.E.R.	95.5	Conv	Propia
Herencia	S.E.R.	103.2	Dial	Propia
Madridejos	Ediciones L.M., S. L.	87.8	40 P.	Propia
Molina de Aragón	Ediciones L.M.	88,7		Propia
Puertollano	Ediciones L.M., S. L.	104.1	Conv	Propia
Puertollano	Inic Radiofónicas de Castilla-Mancha, SA	105.8	Olé	Asoc. A3R
Socuéllamos	S.E.R.	90.5	Olé	Asoc. A3R
Talavera Reina	Telecomunicaciones Empresariales Sur, S.A.	90.0	40 P.	Propia
Toledo	Inic Radiofónicas de Castilla-Mancha, S.A.	93.6	M-80	Propia
Toledo	S.E.R.	92.9	Conv	Propia
Torrijos	Telecom. Empresariales Sur, S.A.	88.5	Olé	Asoc. A3R
Valdepeñas	Valdepeñas Comunicación, S.L.	104.5	Conv	Propia
CATALUÑA				
Amposta	Avante Radio, S. A.	93.2	Dial	Propia
Barcelona	Ondas, S. A.	99.4	Dial	Propia
Barcelona	Radio España de Barcelona, S.A.	96.9	Conv-2	Propia
Barcelona	S.E.R.	666	Conv	Propia
Barcelona	S.E.R.	93.9	40 P.	Propia
Berga	Bergadana de Radio y Televisión	95,7 / 95,8	Ona Gener.	Propia
Calella (PPG)	Ona Catalana	96,2	Ona Gener.	Propia
Cambrils	Ona Catalana	97,7	Ona Música	Propia
Castell Patja de Aro (PPG)	Ona Catalana	101,9	Ona Gener.	Propia
Cervera	Ona Catalana	99,2	Ona Gener.	Propia
Figueres	Ona Catalana	104,4	Ona Gener.	Propia
Gandesa	Ona Catalana	95,7	Ona Gener.	Propia
Girona	Radio España de Barcelona, S.A.	1008	Conv	Propia
Girona	Radio España de Barcelona, S.A.	88.1	40 P.	Propia
Girona	Gironina de Radio	95,1	Ona Gener.	Propia
Lleida	Radio España de Barcelona, S.A.	1287	Conv	Propia
Lleida	Radio España de Barcelona, S.A.	92,6	40 P.	Propia
Lleida -Alpicat (PPG)	Ona Catalana	102,2	Ona Gener.	Propia
Martorell	Ona Catalana	96.0	Ona Música	Propia
Olot (PPG)	Ona Catalana	95,5	Ona Música	Propia
Palamós	Radio Costa Brava	96,3	Ona Música	Propia
Puigcerdá	Radio La Cerdanya	89,8	Ona Gener.	Propia
Puigcerdá (PPG)	Ona Catalana	99,1	Ona Música	Propia
Reus	S.E.R.	1026	Conv	Propia
Reus	S.E.R.	101.4	40 P.	Propia
Ripoll (PPG)	Ona Catalana	94,9	Ona Gener.	Propia
Rosas	Avante Radio, S. A.	94.4	Conv-2	Propia
Sitges (PPG)	Ona Catalana	98,8	Ona Gener.	Propia
Sitges (PPG)	Ona Catalana	89	Ona Música	Propia
Sta. Coloma de Farnet	Ona Catalana	92,3	Ona Gener.	Propia
Tortosa	Catalana de Comunicació y Publicitat	105,6	Ona Música	Propia



EMISORAS PROPIEDAD GRUPO SER				
Vic	Ona Catalana	92,1 / 92,3	Ona Gener.	Propia
Vilaseca i Salou	Sdad Estudios de Radio y TV, S.A.	92.5	Dial	Propia
CEUTA				
Ceuta	S.E.R.	96.2	Conv	Propia
Ceuta	S.E.R.	1548	Olé	Asoc. A3R
EXTREMADURA				
Badajoz	S.E.R.	96.9	40 P.	Propia
Badajoz	S.E.R.	1008	Conv	Propia
Cáceres	S.E.R.	94.4	Conv	Propia
Coria	S.E.R.	106.3	Conv-Dial	Propia
Mérida	S.E.R.	95.6	Conv	Propia
Plasencia	S.E.R.	91.4	Conv	Propia
Villafranca Barros	S.E.R.	89.3	Olé	Asoc. A3R
GALICIA				
Bayona	S.E.R.	96.8	Dial	Propia
Ferrol	S.E.R.	98.5	Dial	Propia
Mondoñedo	S.E.R.	99.3	Conv	Propia
Santiago	S.E.R.	873	Conv	Propia
Santiago	S.E.R.	90.6	40 P.	Propia
Xinzo Limia	S.E.R.	89.1	Conv	Propia
La Coruña	Ondas Galicia, S.A.	97.6	M-80	Propia
Lugo	Ondas Galicia, S.A.	90.8	Dial	Propia
Orense	Ondas Galicia, S.A.	96.1	Dial	Propia
Pontevedra	Ondas Galicia, S.A.	105.1	M-80	Propia
Vigo	Ondas Galicia, S.A.	101.2	M-80	Propia
MADRID				
Fuenlabrada	S.E.R.	92.1	Dial	Propia
Madrid	Promotora de Emisoras,S.L.	105.4	Conv-2	Propia
Madrid	S.E.R.	93.9	40 P.	Propia
Madrid	S.E.R.	810	Conv	Propia
Móstoles	Sdad Estudios de Radio y TV, S.A.	102.3	Conv	Propia
MELILLA				
Melilla	S.E.R.	96.3	40 P.	Propia
Melilla	S.E.R.	1485	Conv	Propia
MURCIA				
Cartagena	Radio Murcia, S.A.	102.3	40 P.	Propia
Cartagena	S.E.R.	1602	Conv	Propia
Lorca	Radio Murcia, S.A.	95.3	Conv	Propia
Murcia	Radio 30, S. A.	103.9	Dial	Propia
Murcia	Radio Murcia, S. A.	91.3	40 P.	Propia
Murcia	Radio Murcia, S. A.	1260	Conv	Propia
Yecla	S.E.R.	89.4	Dial	Propia
NAVARRA				
Tafalla	S.E.R.	93.9	Conv	Propia
PAIS VASCO				
Bilbao	S.E.R.	990	Conv	Propia
Bilbao	S.E.R.	89.5	40 P.	Propia



EMISORAS PROPIEDAD GRUPO SER				
San Sebastián	S.E.R.	1044	Conv	Propia
San Sebastián	S.E.R.	97.2	40 P.	Propia
Vitoria	Avante Radio, S. A.	100.4	40 P.	Propia
Vitoria	S.E.R.	88.2	Conv	Propia
VALENCIA				
Alcira	S.E.R.	95.7	Maxi	Propia
Alicante	S.E.R.	91.0	40 P.	Propia
Alicante	S.E.R.	1008	Conv	Propia
Benicassim	S.E.R.	97.1	Dial	Propia
Burriana	S.E.R.	105.8	M-80	Propia
Elche	Avante Radio, S. A.	99.1	Dial	Propia
Valencia	Ediciones Bidasoa, S. A.	98.4	Dial	Propia
Valencia	S.E.R.	94.2	40 P.	Propia
Valencia	S.E.R.	1179	Conv	Propia
Villena	S.E.R.	87.8	Conv	Propia



ANEXO 2

EMISORAS PROPIEDAD ANTENA 3 RADIO				
LOCALIDAD	TITULAR	FREC	PRODUCTO	VÍNCULO
ANDALUCÍA				
Almería	Antena 3 Radio, S.A.	96.2	DIAL	Asoc. SER
Arcos de la Frontera	Antena 3 Radio, S.A.	88.5	DIAL	Asoc. SER
Córdoba	Antena 3 Radio, S.A.	88.4	DIAL	Asoc. SER
Baza	Antena 3 Radio, S.A.	89.2	SER	Asoc. SER
Granada	Antena 3 Radio, S.A.	89.3	M-80	Asoc. SER
Ayamonte	Antena 3 Radio, S.A.	93.1	SER	Asoc. SER
Palma del Condado	Antena 3 Radio, S.A.	100.9		Asoc. SER
Alcaudete	Antena 3 Radio, S.A.	92.5	DIAL	Asoc. SER
Martos	Antena 3 Radio, S.A.	94.7	SER	Asoc. SER
Villacarrillo	Antena 3 Radio, S.A.	90.6	DIAL	Asoc. SER
Archidona	Antena 3 Radio, S.A.	100.1		Asoc. SER
Estepona	Antena 3 Radio, S.A.	93.3	SER	Asoc. SER
Málaga	Antena 3 Radio, S.A.	100.4	SER	Asoc. SER
Ronda	Antena 3 Radio, S.A.	88.9	DIAL	Asoc. SER
Dos Hermanas	Onda Musical, S.A.	96.5	MAXI	Propia
Morón Frontera	Antena 3 Radio, S.A.	100.0	OLÉ	Asoc. SER
ARAGÓN				
Fraga	Antena 3 Radio, S.A.	106.7	M-80	Asoc. SER
Huesca	Antena 3 Radio, S.A.	88.9	SER-2	Asoc. SER
Sabiñánigo	Antena 3 Radio, S.A.	89.1	M-80	Asoc. SER
Alcañiz	Antena 3 Radio, S.A.	95.9	SER	Asoc. SER
Teruel	Antena 3 Radio, S.A.	97.4	40 P	Asoc. SER
Zaragoza	Antena 3 Radio, S.A.	98.6	M-80	Asoc. SER
Zaragoza	Antena 3 Radio, S.A.	92.0	MAXI	Asoc. SER
ASTURIAS				
Langreo	Antena 3 Radio, S.A.	100.9	M-80	Asoc. SER
Oviedo	Antena 3 Radio, S.A.	91.1	DIAL	Asoc. SER
BALEARES				
Mahón (Menorca)	Antena 3 Radio, S.A.	98.2	DIAL	Asoc. SER
Palma de Mallorca	Antena 3 Radio, S.A.	102.3	M-80	Asoc. SER
Palma de Mallorca	Antena 3 Radio, S.A.	103.2	SER-2	Asoc. SER
CANARIAS				
Arrecife [Lanzarote]	Sonido e Imagen Canarias, S.A.	89.7	SER	Asoc. SER
Las Palmas	Antena 3 Radio, S.A.	94.4	40 P	Asoc. SER
Los Llanos Aridane [Palma]	La Palma Difusión, S.A.	101.6	SER	Asoc. SER
Sta. Cruz Tenerife	Antena 3 Radio, S.A.	91.1	MAXI	Asoc. SER
CANTABRIA				
Castro Urdiales	Antena 3 Radio, S.A.	90.3	SER	Asoc. SER
Santander	Antena 3 Radio, S.A.	101.1	M-80	Asoc. SER
CAS-LEÓN				
Ávila	Antena 3 Radio, S.A.	94.2	SER	Asoc. SER
Burgos	Antena 3 Radio, S.A.	94.3	DIAL	Asoc. SER
Burgos	Antena 3 Radio, S.A.	97.1	SER-2	Asoc. SER



EMISORAS PROPIEDAD ANTENA 3 RADIO				
León	Antena 3 Radio, S.A.	94.3	DIAL	Asoc. SER
León	Antena 3 Radio, S.A.	92.6	SER-2	Asoc. SER
Palencia	Antena 3 Radio, S.A.	89.6	DIAL	Asoc. SER
Béjar	Antena 3 Radio, S.A.	96.5	SER	Asoc. SER
Salamanca	Antena 3 Radio, S.A.	99.3	DIAL	Asoc. SER
Segovia	Antena 3 Radio, S.A.	94.8	DIAL	Asoc. SER
Segovia	Antena 3 Radio, S.A.	104.1	SER-2	Asoc. SER
Medina del Campo	Antena 3 Radio, S.A.	89.2	SER	Asoc. SER
Valladolid	Antena 3 Radio, S.A.	100.4	DIAL	Asoc. SER
Valladolid	Antena 3 Radio, S.A.	98.1	M-80	Asoc. SER
Benavente	Antena 3 Radio, S.A.	93.7	DIAL	Asoc. SER
Zamora	Antena 3 Radio, S.A.	103.1	SER-2	Asoc. SER
CAS-MANCHA				
Albacete	Antena 3 Radio, S.A.	98.3	DIAL	Asoc. SER
La Roda	Sdad. Indep. Comunic. Castilla-Mancha	100.3	SER-2	Asoc. SER
Ciudad Real	Antena 3 Radio, S.A.	96.2	DIAL	Asoc. SER
Puertollano	Antena 3 Radio, S.A.	89.2	DIAL	Asoc. SER
Valdepeñas	Sdad. Indep. Comunic. Castilla-Mancha	93.4	DIAL	Asoc. SER
Cuenca	Teleradio Pres, S.L.	103.8	SER	Asoc. SER
Tarancón	Antena 3 Radio, S.A.	105.2	DIAL	Asoc. SER
Guadalajara	Teleradio Pres, S.L.	96.2	DIAL	Asoc. SER
Talavera Reina	Teleradio Pres, S.L.	96.7	SER	Asoc. SER
Toledo	Antena 3 Radio, S.A.	94.2	40 P	Asoc. SER
Toledo	Antena 3 Radio, S.A.	95.4	DIAL	Asoc. SER
CATALUÑA				
Villafranca Penedés	Antena 3 Radio, S.A.	103.1	SER	Asoc. SER
Lleida	Antena 3 Radio, S.A.	101.3	DIAL	Asoc. SER
Tarragona	Antena 3 Radio, S.A.	96.2	SER	Asoc. SER
Tortosa	Antena 3 Radio, S.A.	101.9	SER	Asoc. SER
EXTREMADURA				
Badajoz	Antena 3 Radio, S.A.	93.5	DIAL	Asoc. SER
Don Benito	Antena 3 Radio, S.A.	100.0	DIAL	Asoc. SER
Villanue Serena	Antena 3 Radio, S.A.	98.4	40 P	Asoc. SER
Cáceres	Antena 3 Radio, S.A.	92.6	40 P	Asoc. SER
Trujillo	Antena 3 Radio, S.A.	95.5	SER	Asoc. SER
GALICIA				
La Coruña	Antena 3 Radio, S.A.	93.4	SER-2	Asoc. SER
Ribadavia	Antena 3 Radio, S.A.	96.6	SER	Asoc. SER
Vigo	Antena 3 Radio, S.A.	100.6	SER-2	Asoc. SER
LA RIOJA				
Haro	Antena 3 Radio, S.A.	100.7	SER	Asoc. SER
MADRID				
Alcalá Henares	Antena 3 Radio, S.A.	103.1	SER	Asoc. SER
Aranjuez	Antena 3 Radio, S.A.	89.3	SER	Asoc. SER
Madrid	Onda Musical, S.A.	92.4	OLÉ	Propia
Parla	Antena 3 Radio, S.A.	94.4	SER	Asoc. SER



EMISORAS PROPIEDAD ANTENA 3 RADIO				
MURCIA				
Caravaca	Antena 3 Radio, S.A.	97.2	SER	Asoc. SER
Cieza	Antena 3 Radio, S.A.	88.0	Mix-40P	Asoc. SER
La Unión	Antena 3 Radio, S.A.	95.4	DIAL	Asoc. SER
Murcia	Antena 3 Radio, S.A.	100.3	SER-2	Asoc. SER
NAVARRA				
Pamplona	Radiodifusora Navarra, S.A.	92.2	40 P	Asoc. SER
Pamplona	Radiodifusora Navarra, S.A.	1.575	SER	Asoc. SER
Tudela	Antena 3 Radio, S.A.	90.4	SER	Asoc. SER
VALENCIA				
Alcoy	Antena 3 Radio, S.A.	100.8	DIAL	Asoc. SER
Alicante	Antena 3 Radio, S.A.	90.0	M-80	Asoc. SER
Alicante	Antena 3 Radio, S.A.	91.7	SER-2	Asoc. SER
Benicarló	Antena 3 Radio, S.A.	106.2	SER	Asoc. SER
Castellón	Antena 3 Radio, S.A.	91.2	SER-2	Asoc. SER
Vall D'Uxó	Antena 3 Radio, S.A.	93.6	SER	Asoc. SER
Gandía	Antena 3 Radio, S.A.	104.3	DIAL	Asoc. SER
Játiva	Antena 3 Radio, S.A.	94.6	SER	Asoc. SER
Valencia	Antena 3 Radio, S.A.	96.1	M-80	Asoc. SER



ANEXO 3

EMISORAS EN LOCALIDADES CON PRESENCIA SIMULTÁNEA DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS PARTES									
	SER		ANTENA 3 RADIO		PROP.SER+ A3R (A)	TOTALSER +A3R (B)	Total privadas (C)	A/C (%)	B/C (%)
	Prop.	Asoc.	Prop.	Asoc.					
ANDALUCÍA									
Almería	101,8 FM		96.2 FM		2	2	7	28,6	28,6
Córdoba	96.6 FM 1575 OM		88.4 FM		3	3	8	37,5	37,5
Granada	92.8 FM	95.4 FM 1080 OM	89.3 FM		2	4	9	22,2	44,4
Málaga	102.8 FM 93.1 FM		100.4 FM		3	3	7	42,9	42,9
Sanlúcar Barr.		105.8 FM		88.8 FM		2	2		100,0
Linares	94.9 FM 1602 OM			89.3 FM	2	3	4	50,0	75,0
Ronda		88.3 FM	88.9 FM		1	2	2	50,0	100,0
Morón		87.9 FM	100.0 FM		1	2	3	33,3	66,7
Sevilla	97.1 FM 103.2 FM 102.5 FM 792 OM	94.8 FM		101.5 FM	4	6	11	36,4	54,5
ARAGÓN									
Teruel	91.6 FM	93.0 FM	97.4 FM		2	3	6	33,3	50,0
Zaragoza	95.3 FM 97.1 FM 873 OM	93.5 FM	98.6 FM 92.0 FM		5	6	12	41,7	50,0
Huesca		96.9 FM 95.8 FM 1080 OM	88.9 FM		1	4	7	14,3	57,1
Alcañiz		102.9 FM	95.9 FM		1	2	2	50,0	100,0
ASTURIAS									
Oviedo		97.5 FM 1026 OM	91.1 FM		1	3	5	20,0	60,0
BALEARES									
Palma de Mallorca	94.1 FM 1080 OM	106.1 FM	103.2 FM 102.3 FM		4	5	13	30,8	38,5
Mahón	95.7 FM		98.2 FM		2	2	5	40,0	40,0
CASTILLA LEÓN									
Burgos	89.1 FM 1287 OM		97.1 FM 94.3 FM		4	4	9	44,4	44,4
Palencia	96.2 FM	94.7 FM	89.6 FM		2	3	6	33,3	50,0
Valladolid	90.9 FM 1044 OM		100.4 FM 98.1 FM		4	4	10	40,0	40,0
León		95.3 FM 88.2 FM 1341 OM	92.6 FM 94.3 FM		2	5	9	22,2	55,6
Béjar		88.3 FM	96.5 FM		1	2	3	33,3	66,7
Segovia		93.6 FM 1602 OM	104.1 FM 94.8 FM		2	4	7	28,6	57,1
Benavente		90.5 FM	93.7 FM		1	2	3	33,3	66,7



EMISORAS EN LOCALIDADES CON PRESENCIA SIMULTÁNEA DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS PARTES									
	SER		ANTENA 3 RADIO						
Ávila		96.4 FM	94.2 FM		1	2	5	20,0	40,0
Salamanca		96.9 FM 1026 OM	99.3 FM		1	3	8	12,5	37,5
Zamora		89.8 FM 1485 OM	103.1 FM		1	3	8	12,5	37,5
CASTILLA MANCHA									
Albacete	89.6 FM 1116 OM	96.4 FM	98.3 FM		3	4	7	42,9	57,1
Ciudad Real	100.1 FM		96.2 FM		2	2	7	28,6	28,6
Puertollano	104.1 FM 105.8 FM		89.2 FM		3	3	5	60,0	60,0
Valdepeñas	104.5 FM		93.4 FM		2	2	3	66,7	66,7
Cuenca	95.3 FM		103.8 FM		2	2	4	50,0	50,0
Guadalajara	88.6 FM		96.2 FM		2	2	5	40,0	40,0
Talavera de la Reina	90.0 FM		96.7 FM		2	2	5	40,0	40,0
Toledo	92.9 FM 93.6 FM		94.2 FM 95.4 FM		4	4	9	44,4	44,4
Tarancón		88.0 FM	105.2 FM		1	2	2	50,0	100,0
CANARIAS									
Arrecife	104.0 FM		89.7 FM		2	2	4	50,0	50,0
Las Palmas	99.8 FM		94.4 FM		2	2	12	16,7	16,7
Santa Cruz Tenerife	93.2 FM 1179 OM	100.1 FM	91.1 FM		3	4	7	42,9	57,1
Llanos de Aridane	104.1 FM		101.6 FM		2	2	3	66,7	66,7
CANTABRIA									
Santander		87.7 FM 90.9 FM 1485 OM	101.1 FM		1	4	11	9,1	36,4
CATALUÑA									
Lérida	92.6 FM 1287 OM 102.2 FM	104.5 FM	101.3 FM		4	5	15	26,7	33,3
Tortosa	105.6 FM		101.9 FM		2	2	8	25,0	25,0
Tarragona		89.3 FM	96.2 FM		1	2	10	10,0	20,0
EXTREMADURA									
Badajoz	96.9 FM 1008 OM		93.5 FM		3	3	7	42,9	42,9
Cáceres	94.4 FM	97.0 FM	92.6 FM		2	3	6	33,3	50,0
Villanueva Serena		91.8 FM	98.4 FM		1	2	3	33,3	66,7
GALICIA									
La Coruña	97.6 FM	91.0 FM 1080 OM	93.4 FM		2	4	8	25,0	50,0
Vigo	101.2 FM	104.7 FM 99.4 FM 1026 OM	100.6 FM		2	5	9	22,2	55,6
LA RIOJA									
Haro		91.4 FM	100.7 FM		1	2	3	33,3	66,7
MADRID									



EMISORAS EN LOCALIDADES CON PRESENCIA SIMULTÁNEA DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS PARTES									
	SER		ANTENA 3 RADIO						
Madrid	93.9 FM 810 OM 105.4 FM	89.0 FM 91.7 FM 104.3 FM	92.4 FM		4	7	19	21,1	36,8
MURCIA									
Murcia	91.3 FM 1260 OM 103.9 FM		100.3 FM		4	4	9	44,4	44,4
VALENCIA									
Alicante	91.0 FM 1008 OM	93.2 FM	91.7 FM 90.0 FM		4	5	9	44,4	55,6
Castellón		94.8 FM 1521 OM	91.2 FM		1	3	8	12,5	37,5
Valencia	94.2 FM 1179 OM 98.4 FM	100.4 FM	96.1 FM		4	5	12	33,3	41,7
Alcoy		96.3 FM 1485 OM	100.8 FM		1	3	4	25,0	75,0
Gandía		96.5 FM 1584 OM	104.3 FM		1	3	4	25,0	75,0
Fuente: elaboración propia con base en notificación									



ANEXO 4

EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES									
	CADENA SER*		ANTENA 3 RADIO*		PROP. SER+A 3R (A)	PROP. + ASOC. SER+A 3R (B)	Total privadas (C)	A/C (%)	B/C (%)
	Prop.	Asoc.	Prop.	Asoc.					
ANDALUCÍA									
Adra		100.4 FM				1	1		100,0
Albox		104.3 FM				1	1		100,0
Nijar	88,8 FM				1	1	1	100,0	100,0
Mojacar		91.8 FM				1	1		100,0
El Ejido		87.7 FM				1	2		50,0
Roquetas		99.0 FM				1	2		50,0
Arcos Frontera			88.5 FM		1	1	1	100,0	100,0
Cádiz	89.4 FM 99.9 FM 990 OM	93.2 FM			3	4	6	50,0	66,7
Jerez		97.8 FM 1026 OM				2	6		33,3
Puerto S. María	90.8 FM				1	1	1	100,0	100,0
Tarifa	92.8 FM				1	1	1	100,0	100,0
Vejer Frontera	106.0 FM				1	1	1	100,0	100,0
Baena			104.5 FM		1	1	1	100,0	100,0
Cabra	102.1 FM				1	1	1	100,0	100,0
Fernan Núñez	93.5 FM				1	1	1	100,0	100,0
Hinojosa Duque	106.5 FM				1	1	1	100,0	100,0
Palma Río		91.9 FM				1	1		100,0
Peñarroya		90.2 FM				1	1		100,0
Villanueva Cord.		93.5 FM				1	1		100,0
Loja				93.2 FM		1	1		100,0
Almonte	95.6 FM				1	1	1	100,0	100,0
Aracena		93.3 FM				1	1		100,0
Ayamonte			93.1 FM		1	1	1	100,0	100,0
Lepe				89.2 FM		1	1		100,0
Palma Condado			100.9 FM		1	1	1	100,0	100,0
Valeverde Camino		90.2 FM				1	1		100,0
Alcaudete			92.5 FM		1	1	1	100,0	100,0
Jaen	100.0 FM	96.9 FM 1026 OM			1	3	6	16,7	50,0
Baeza	98.9 FM				1	1	1	100,0	100,0
Cazorla		88.3 FM				1	1		100,0
Jódar	95,3 FM				1	1	1	100,0	100,0
La Carolina	93.5 FM				1	1	1	100,0	100,0
Martos			94.7 FM		1	1	1	100,0	100,0
Pozo Alcón		91.8 FM				1	1		100,0
Úbeda		101.5 FM				1	1		100,0
Villacarrillo			90.6 FM		1	1	1	100,0	100,0
Baza			89.2 FM		1	1	2	50,0	50,0



EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES									
	CADENA SER*		ANTENA 3 RADIO*						
Guadix		101.8 FM				1	2		50,0
Motril		102.0 FM				1	3		33,3
Alora	93.9 FM				1	1	1	100,0	100,0
Archidona			100.1 FM		1	1	1	100,0	100,0
Benalmádena	101.1 FM				1	1	1	100,0	100,0
Coín		91.4 FM				1	1		100,0
Estepona	93.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Velez Málaga	91.9 FM	94.5 FM			1	2	2	50,0	100,0
Arahal	99,2 FM				1	1	1	100,0	100,0
Dos Hermanas			96.5 FM		1	1	1	100,0	100,0
Estepa		98.3 FM				1	1		100,0
Pilas		105.5 FM				1	1		100,0
Osuna				97.7 FM		1	1		100,0
ARAGÓN									
Barbastro		91.2 FM				1	2		50,0
Benabarre		101.1 FM				1	1		100,0
Binéfar	92.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Caspe		105.5 FM				1	1		100,0
Fraga			106.7 FM		1	1	2	50,0	50,0
Jaca		92.3 FM				1	2		50,0
Monzón		103.3 FM				1	2		50,0
Sabiñánigo			89.1 FM		1	1	2	50,0	50,0
Ejea Caballeros	105.7 FM	94.1 FM			1	2	2	50,0	100,0
Tauste		101.3 FM				1	1		100,0
Zuera	103.2 FM				1	1	1	100,0	100,0
ASTURIAS									
Castropol		97.2 FM				1	1		100,0
Langreo			100.9 FM		1	1	2	50,0	50,0
Llanes		91.5 FM				1	2		50,0
Pola Laviana	87.6 FM				1	1	1	100,0	100,0
Villaviciosa	88.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
BALEARES									
Ciudadela	96.2 FM	93.6 FM			1	2	4	25,0	50,0
Ibiza	98.1 FM	102.8 FM 97.2 FM			1	3	7	14,3	42,9
Inca		103.9 FM				1	3		33,3
CASTILLA LEÓN									
Aranda Duero	96.6 FM	87.8 FM			1	2	3	33,3	66,7
Miranda Ebro	90.5 FM	103.0 FM			1	2	5	20,0	40,0
Bembibre		98.7 FM				1	1		100,0
Cuéllar		90.6 FM				1	2		50,0
Sepúlveda		94.1 FM				1	1		100,0
Medina Campo			89.2 FM		1	1	3	33,3	33,3
Peñafiel		105.8 FM				1	1		100,0
Ponferrada		90.4 FM				1	4		25,0
Soria	99.9 FM	97.7 FM			1	2	5	20,0	40,0
Toro			93.9 FM			1	1		100,0



EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES										
	CADENA SER*		ANTENA 3 RADIO*							
CASTILLA MANCHA										
La Roda			100.3 FM		1	1	1	100,0	100,0	
Almadén		103.8 FM				1	1		100,0	
Alcazar S. Juan	88.4 FM				1	1	3	33,3	33,3	
Daimiel	100.4 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Herencia	103.2 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Socuéllamos	90.5 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Las Pedroñeras		92.2 FM				1	1		100,0	
Motilla Palancar		90.0 FM				1	1		100,0	
Azuqueca	99.8 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Molina Aragón	88.7 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Madridejos	87.8 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Torrijos	88.5 FM				1	1	1	100,0	100,0	
CANARIAS										
Los Realejos	91.6 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Arucas		105.4 FM				1	2		50,0	
Maspalomas		99.6 FM				1	3		33,3	
S. Lucía Tirajana		102.4 FM				1	3		33,3	
Telde	101.4 FM	100.3 FM			2	2	4	50,0	50,0	
Arona	93.3 FM				1	1	2	50,0	50,0	
La Laguna	87.8 FM 101.1 FM				2	2	6	33,3	33,3	
La Orotava	99.8 FM				1	1	3	33,3	33,3	
Puerto de la Cruz	99.1 FM				1	1	2	50,0	50,0	
S. Cruz la Palma	97.4 FM				1	1	4	25,0	25,0	
Valverde Hierro	92.0 FM				1	1	2	50,0	50,0	
Sebastián Gomera	95.9 FM	88.9 FM			1	2	3	33,3	66,7	
CANTABRIA										
Castro Urdiales			90.3 FM		1	1	3	33,3	33,3	
Torrelavega	94.7 FM				1	1	3	33,3	33,3	
CATALUÑA										
Berga	95.7 FM				1	1	1	100,0		
Gerona	95.1 FM 88.1 FM 1008 OM	98.9 FM 98.5 FM			3	5	12	25,0	41,6	
Olot	95.5 FM	90.6 FM			1	2	5	20,0	40,0	
Ripoll	94.9 FM	98.1 FM			1	2	5	20,0	40,0	
Martorell	91.4 FM				1	1	1	100,0		
Sant Celoni		102.5 FM				1	1		100,0	
Villufr. Penedés			92.6 FM		1	1	1	100,0	100,0	
Castell Aro	101.9 FM				1	1	5	20,0	20,0	
Figueras	104.4 FM				1	1	3	33,3	33,3	
Palamós	96.3 FM				1	1	1	100,0	100,0	
Puigcerdá	89.8 FM 99.1 FM				2	2	10	20,0	20,0	
Rosas	94.4 FM				1	1	1	100,0	100,0	
S. Coloma Farners	92.3 FM				1	1	1	100,0	100,0	



EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES									
	CADENA SER*		ANTENA 3 RADIO*						
Solsona		104.8 FM				1	1		100,0
Tremp		95.8 FM				1	3		33,3
Cervera	99.2 FM				1	1	1	100,0	100,0
Amposta	93.2 FM	106.0 FM			1	2	2	50,0	100,0
Barcelona	93.9 FM 96.9 FM 99.4 FM 666 OM	90.5 FM 104.2 FM 103.5 FM			4	7	16	25,0	43,8
Manresa		91.8 FM 106.8 FM 1539 OM				3	10		30,0
Sitges	89.0 FM 98.8 FM				2	2	8	25,0	25,0
Tarrasa		828 OM				1	4		25,0
Vic	92.1 FM	90.3 FM 89.6 FM			1	3	10	10,0	30,0
Cambrils	97.6 FM				1	1	1	100,0	100,0
Gandesa	95.7 FM				1	1	1	100,0	100,0
Mora Ebro		87.6 FM				1	1		100,0
El Vendrell		104 FM				1	1		100,0
Reus	101.4 FM 1026 OM	97.1 FM			2	3	6	33,3	50,0
Salou	92.5 FM				1	1	1	100,0	100,0
CEUTA									
Ceuta	96.2 FM 1584 OM				2	2	5	40,0	40,0
EXTREMADURA									
Villaf. Barros	89.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Zafra		93.0 FM				1	1		100,0
Coria	106.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Miajadas				90.8 FM		1	1		100,0
Almendralejo		105.7 FM				1	3		33,3
Don Benito			100.0 FM			1	2		50,0
Llerena		106.7 FM				1	2		50,0
Mérida	95.6 FM				1	1	3	33,3	33,3
Plasencia	91.4 FM				1	1	3	33,3	33,3
Trujillo			95.5 FM			1	1		100,0
GALICIA									
Ponteceso		95.4 FM				1	1		100,0
Vimianzo		92.2 FM				1	1		100,0
Chantada		93.5 FM				1	2		50,0
Santiago	90.6 FM 873 OM				2	2	5	40,0	40,0
Lugo	90.8 FM	95.6 FM 91.8 FM 1287OM			1	4	9	11,1	44,4
Mondoñedo	99.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Monforte Lemos		97.0 FM				1	1		100,0
Vivero		90.2 FM 94.8 FM				2	2		100,0



EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES									
	CADENA SER*		ANTENA 3 RADIO*						
Ferrol	98.5 FM				1	1	6	16,7	16,7
Cambados		97.8 FM				1	1		100,0
Marín		98.7 FM				1	1		100,0
Noya		95.2 FM				1	2		50,0
Orense	96.1 FM	87.6 FM 1584 OM			1	3	9	11,1	33,3
Ribadavia			96.6 FM		1	1	2	50,0	50,0
Xinzo Limia	89.1 FM				1	1	1	100,0	100,0
Bayona	96.8 FM				1	1	2	50,0	50,0
Pontevedra	105.1 FM	89.1 FM 1116 OM			1	3	7	14,3	42,9
Villalba		87.7 FM				1	2		50,0
Villagar. Arosa		95.6 FM 89.6 FM				2	3		66,7
LA RIOJA									
Arnedo		95.2 FM				1	2		50,0
Calahorra		93.7 FM				1	3		33,3
Logroño		99.8 FM 91.7 FM 1179 OM				3	7		42,9
S. Domingo Calz.		100.1 FM				1	1		100,0
MADRID									
Cercedilla		92.1 FM				1	1		100,0
Alcalá Henares			103.1 FM		1	1	4	25,0	25,0
Aranjuez			89.3 FM		1	1	2	50,0	50,0
Móstoles	102.3 FM				1	1	1	100,0	100,0
Fuenlabrada	92.1 FM				1	1	2	50,0	50,0
Parla			94.4 FM		1	1	1	100,0	100,0
Pinto		97.7 FM				1	1		100,0
S. Sebast. Reyes		89.6 FM				1	1		100,0
MELILLA									
Melilla	96.3 FM 1485 OM	101.1 FM			2	3	5	40,0	60,0
MURCIA									
Caravaca			97.2 FM		1	1	1	100,0	100,0
Aguilas		88.4 FM				1	2		50,0
Cieza			88.0 FM		1	1	2	50,0	50,0
La Unión			95.4 FM		1	1	1	100,0	100,0
Mula		104.5 FM				1	1		100,0
Lorca	95.3 FM				1	1	3	33,3	33,3
Yecla	89.4 FM				1	1	2	50,0	50,0
Totana		98.9 FM				1	1		100,0
NAVARRA									
Tafalla	93.9 FM	96.3 FM			1	2	2	50,0	100,0
Tudela			90.4 FM		1	1	4	25,0	25,0
Pamplona			92.2 FM 1575 OM		2	2	10	20,0	20,0



EMISORAS EN LOCALIDADES SIN COINCIDENCIA DE LAS PARTES									
		CADENA SER*	ANTENA 3 RADIO*						
PAÍS VASCO									
Gernika		88.3 FM				1	1		100,0
Eibar		104.0 FM				1	3		33,3
Getxo		93.2 FM				1	1		100,0
Llodio		98.8 FM				1	1		100,0
Vitoria	100.4 FM 88.2 FM				2	2	8	25,0	25,0
San Sebastián	97.2 FM 1044 OM				2	2	8	25,0	25,0
Bilbao	89.5 FM 990 OM				2	2	8	25,0	25,0
Irún		88.1 FM				1	1		100,0
VALENCIA									
Benissa		102.5 FM				1	1	1	100,0
Elche	99.1 FM	94.8 FM 1539 OM				1	3	5	20,0
Elda		90.2 FM 100.5 FM					2	2	100,0
Morella		89.0 FM					1	1	100,0
Villena	87.8 FM					1	1	1	100,0
Benidorm		103.8 FM					1	3	33,3
Benicarló			106.2 FM				1	1	100,0
Denia		92.5 FM					1	2	50,0
Orihuela		90.5 FM					1	2	50,0
Benicassim	97.1 FM					1	1	1	100,0
Vall d'Uxó			93.6 FM				1	1	100,0
Alcira	95.7 FM					1	1	2	50,0
Játiva			94.6 FM			1	1	1	100,0
Onteniente		95.3 FM 89.5 FM 1602 OM					3	3	100,0
Utiel		105.1 FM					1	1	100,0
*En la SER no se incluyen las emisoras asociadas de ANTENA 3 RADIO ni en ésta las de la SER.									
Fuente: elaboración propia con base en notificación									