

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

C/1419/23 BLUEVÍA / ACTIVOS EXCOM

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 31 de octubre de 2023 ha sido notificada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de Bluevía Fibra, S.L. (BLUEVÍA), empresa en participación con plenas funciones controlada conjuntamente por Telefónica, S.A. (TELEFÓNICA) y los fondos de inversión extranjeros *Predica Prévoyance Dialogue du Crédit Agricole*, S.A. (PREDICA) y *Vauban Infrastructure Partners SCA* (VAUBAN), del control exclusivo de un conjunto de activos (ACTIVOS ADQUIRIDOS) consistentes en dos redes de fibra óptica FTTH¹ situadas en Granada propiedad de la empresa Free Technologies Excom, S.L. (EXCOM).
- (2) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es el **30 de noviembre de 2023**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (3) La operación de concentración se implementa mediante un contrato de compraventa celebrado el 21 de septiembre de 2023 con la condición suspensiva de que la operación sea aprobada por la CNMC.
- (4) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (5) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
- (6) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales de cuota de mercado establecidos en el artículo 8.1.a) de la LDC.
- (7) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la concentración por la autoridad de defensa de la competencia de España.

¹ FTTH: *Fiber To The Home*.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. Adquirente: Bluevía Fibra, S.L. (BLUEVÍA)

- (8) BLUEVÍA es un operador español de red que ofrece servicios mayoristas de acceso FTTH y otros servicios de conectividad sobre tecnología de fibra en zonas rurales y otras zonas menos pobladas en España.
- (9) BLUEVÍA fue constituida el 5 de julio de 2022 inicialmente como una filial enteramente participada por Telefónica España Filiales, S.A.U., a su vez controlada por Telefónica S.A. (TELEFÓNICA).
- (10) A finales de diciembre de 2022 los fondos de inversión PREDICA² y VAUBAN³ adquirieron indirectamente una participación del 45% en BLUEVÍA⁴. Asimismo, Telefónica Infra S.L.U. ha adquirido una participación del 25% en BLUEVÍA. Por último, BLUEVÍA ha comprado parte del negocio de red de FTTH⁵ de Telefónica de España S.A.U. (TdE). Por consiguiente, BLUEVÍA está actualmente controlada conjuntamente por PREDICA y VAUBAN, y por TELEFÓNICA.
- (11) PREDICA es una compañía de seguros filial al 100% de Crédit Agricole Assurances S.A., a su vez filial al 100% de Crédit Agricole S.A. (CASA), cuyo principal accionista es SAS Rue la Boétie, un holding constituido por 39 bancos regionales. Ninguna persona física o jurídica controla SAS Rue la Boétie. Los 39 bancos regionales, CASA y sus filiales forman conjuntamente el Groupe Crédit Agricole (GCA), una institución financiera cooperativa.
- (12) PREDICA y GCA no controlan ninguna empresa [CONFIDENCIAL].
- (13) VAUBAN es una SCA⁶ autorizada por la Autoridad de los Mercados Financieros franceses como sociedad de gestión de carteras. Gestiona aproximadamente 7.000 millones de euros (principalmente en Francia, pero también en Alemania, Finlandia, Islandia, Noruega, Portugal, Italia y España) a través de cinco fondos. Los distintos fondos de inversión gestionados por VAUBAN tienen participaciones de control en varias empresas comerciales.
- (14) Por su parte, NATIXIS posee una participación de control en VAUBAN, y NATIXIS está, a su vez, directamente controlada por BPCE.
- (15) BPCE es la entidad central del Grupo BPCE, propiedad al 100% de Banques Populaires y Caisses d'Epargne: el 50% del capital de BPCE está en manos de

² Predica Prévoyance Dialogue du Crédit Agricole, S.A.

³ Vauban Infrastructure Partners SCA

⁴ M.10897 - Predica / Vauban / Telefónica / Bluevía

⁵ El negocio transferido a Bluevía engloba (a) el traspaso inicial de una huella de 3,5 millones de unidades inmobiliarias, y (b) la adquisición posterior de todas las unidades inmobiliarias que TdE desplegará dentro de la huella de hasta que Bluevía alcance los 5 millones de unidades inmobiliarias.

⁶ SCA: *société en commandite par actions*.

Banques Populaires (14 bancos) y el otro 50% en manos de Caisses d'Epargne (15 bancos). Desde el punto de vista de control de concentraciones, BPCE ejerce un control exclusivo sobre Banques Populaires y Caisses d'Epargne y sus filiales.

- (16) El Grupo BPCE no controla ninguna empresa [CONFIDENCIAL].
- (17) En la actualidad, BLUEVÍA cuenta con [>60.000] kilómetros de tendido y [>2 millones] kilómetros de pares de fibra desplegada a lo largo de todas las comunidades autónomas peninsulares.
- (18) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocio de BLUEVÍA y sus matrices en 2022⁷, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC⁸, fue de:

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BLUEVÍA. 2022 (euros) | | |
|---|----------------|---------------|
| MUNDIAL | U.E. | ESPAÑA |
| [<5.000.000.000] | [<250.000.000] | [<60.000.000] |
| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE TELEFÓNICA. 2022 (euros) | | |
| MUNDIAL | U.E. | ESPAÑA |
| [>5.000.000.000] | [>250.000.000] | [>60.000.000] |
| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE PREDICA (INCLUIDO GCA). 2022 (euros) | | |
| MUNDIAL | U.E. | ESPAÑA |
| [>5.000.000.000] | [>250.000.000] | [<60.000.000] |
| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE VAUBAN (INCLUIDO BPCE). 2021 (euros) | | |
| MUNDIAL | U.E. | ESPAÑA |
| [>5.000.000.000] | [>250.000.000] | [>60.000.000] |

Fuente: Notificante.

4.2. Adquiridas: Activos de Free Technologies Excom, S.L. (ACTIVOS ADQUIRIDOS)

- (19) Los Activos objeto de adquisición son dos redes de fibra óptica FTTH, de [>20] kilómetros de tendido y [>200] kilómetros de pares de fibra, ubicadas en los municipios de Castilléjar y Cuevas del Campo (Granada) propiedad, en el momento de la adquisición, de la empresa FreeTechnologies Excom, S.L. (EXCOM).

⁷ La información de facturación de Vauban para el año 2022 no se encuentra aún disponible, por lo que se aporta únicamente su facturación para el año 2021. En tanto que Bluevía empezó a operar a finales del año 2022, esta cifra refleja una estimación interna sobre la cifra de facturación generada a lo largo del año 2022 por los activos de fibra que Bluevía adquirió de Telefónica

⁸ Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia

- (20) EXCOM, por su parte, es un operador que presta servicios minoristas de telecomunicaciones (internet fijo, móvil y TV) y que, según la información facilitada, cuenta con una red de FTTH que permite acceso a cerca de [CONFIDENCIAL] de unidades inmobiliarias a lo largo del territorio nacional.
- (21) Actualmente, los ACTIVOS ADQUIRIDOS son utilizados internamente por el Vendedor para ofrecer servicios minoristas de comunicaciones electrónicas a clientes finales. La notificante estima que los ACTIVOS ADQUIRIDOS generan un volumen de negocios anual de alrededor de [<60 millones de euros].

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercado de producto

- (22) La operación propuesta tiene lugar entre dos empresas que operan en el sector de las telecomunicaciones en España con código NACE: Telecomunicaciones (J.61) y Otras actividades de telecomunicación (J.61.9).
- (23) Los ACTIVOS ADQUIRIDOS están constituidos fundamentalmente por dos redes de fibra óptica FTTH que pueden utilizarse para proveer servicios mayoristas de acceso a banda ancha fija, así como para prestar servicios en los mercados minoristas asociados.
- (24) Según la información facilitada por la notificante, BLUEVÍA ofrece principalmente servicios mayoristas de acceso a banda ancha, y de forma marginal servicios de fibra oscura [CONFIDENCIAL].
- (25) TELEFÓNICA, que tiene el control conjunto de BLUEVÍA, se halla verticalmente integrada desarrollando sus actividades a través de distintas sociedades en los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y entretenimiento, centradas en torno a diferentes servicios mayoristas y servicios minoristas de comunicaciones fijas y móviles acceso a internet, tráfico de datos, televisión de pago y otros servicios. TELEFÓNICA ofrece servicios mayoristas a otros operadores y servicios minoristas tanto a empresas como a particulares a través de diferentes marcas y está presente principalmente en Europa y América Latina.
- (26) A continuación, se analizan los mercados relevantes a efectos de la transacción. Cabe reseñar que, adicionalmente a lo señalado *infra*, la operación da lugar a un potencial solapamiento horizontal entre los ACTIVOS ADQUIRIDOS y BLUEVÍA en el mercado de servicios mayoristas de líneas alquiladas⁹. En todo caso, y de

⁹ El mercado de mayorista de alquiler de líneas de fibra óptica como aquel en el que se arrienda el uso del cable de fibra óptica para transmitir grandes volúmenes de información a media o larga distancia. Véanse casos M.10153 - Orange / Telekom Romania Communications;; M.10070 - Eurofiber / Proximus / JV y C/0575/14 - REI / Activos ADIF; C/1020/19 - Restel / Hispasat; y C/1031/19 - Lyntia / Activos Iberdrola. La Comisión Europea ha definido el

acuerdo con la notificante, la cuota conjunta de las partes sería, en cualquier caso, inferior al [0-5]%, por lo que no constituiría un mercado relevante a analizar en esta operación. La presencia de los **ACTIVOS ADQUIRIDOS** en el mercado mayorista de alquiler de líneas de fibra óptica se circunscribiría, en su caso, al de líneas de fibra oscura, donde la presencia de **BLUEVÍA** es residual y se concentraría en servicios prestados [CONFIDENCIAL].

5.1.1. Servicios de acceso mayorista a banda ancha fija

5.1.1.1. Mercado de producto

- (27) El mercado de servicios mayoristas de acceso a banda ancha fija (o mercado de acceso mayorista a internet) se define como aquel que permite a un operador final acceder a la infraestructura de otro operador para proveer servicios minoristas a sus clientes finales en una ubicación fija¹⁰. En España, estos servicios mayoristas se prestan prácticamente de forma exclusiva a través de la tecnología FTTH.
- (28) La Comisión Europea ha considerado que el mercado comprende cualquier tecnología que permita el acceso a conexiones fijas a través de las cuales los proveedores de servicios de comunicaciones electrónicas pueden prestar sus servicios a clientes finales¹¹, sin ulteriores segmentaciones del mercado.
- (29) Por su parte, en sus precedentes más recientes¹², la CNMC ha analizado este mercado de forma global sin segmentaciones adicionales por tecnología, tipología de cliente, etc.

5.1.1.2. Mercado geográfico

- (30) La Comisión Europea sostiene en sus precedentes que el mercado sería de alcance nacional¹³, aunque en general ha dejado abierta la definición exacta¹⁴.
- (31) Por su parte, la CNMC ha establecido que este mercado es de ámbito nacional, entre otras razones por la cobertura de las redes, las características lingüísticas, las políticas comerciales y la regulación nacional específica existente¹⁵.

mercado mayorista de alquiler de líneas (independientemente de que dicho mercado incluya o no fibra oscura) como nacional. Según la CNMC el mercado mayorista de líneas alquiladas puede segmentarse en un mercado nacional interurbano y en varios mercados metropolitanos, si bien ha dejado abierta la definición exacta

¹⁰ C/369/11, Telefónica / Acens.

¹¹ M.7421 – Orange / Jazztel; M.8808 – T-Mobile Austria / UPC Austria; M.9728 - Altice / Omers / Allianz / Covage; M.10153 - Orange / Telekom Romania Communications.

¹² C/1181/21 MásMóvil / Euskaltel y C/1067/19 Orange / Suma.

¹³ M.5532 – Carphone Warehouse / Tiscali UK y M.7421 – Orange / Jazztel,

¹⁴ M.9728 - Altice / Omers / Allianz / Covage.

¹⁵ C/1067/19, Orange / Suma y C/1181/21 MásMóvil / Euskaltel.

- (32) En el presente caso, además de analizar el mercado de servicios de acceso mayorista desde una perspectiva nacional, se analizará también la situación competitiva de los municipios donde se encuentran los ACTIVOS ADQUIRIDOS.

5.1.1.3. Conclusión sobre servicios de acceso mayorista a banda ancha fija

- (33) La operación daría lugar a un solapamiento horizontal marginal entre los ACTIVOS ADQUIRIDOS y BLUEVÍA y TELEFÓNICA, en el mercado de los servicios acceso mayorista a banda ancha fija.

5.1.2. Servicios minoristas prestados en una ubicación fija

5.1.2.1. Mercado de producto

- (34) A nivel minorista los precedentes comunitarios¹⁶ y nacionales¹⁷ han venido distinguiendo diferentes servicios minoristas de comunicaciones electrónicas prestados en una ubicación fija:

- Mercado minorista de servicios de telefonía fija.
- Mercado minorista de acceso de banda ancha fija (o acceso fijo a internet). En este mercado la Comisión Europea ha considerado una posible segmentación atendiendo al tipo de cliente: por un lado, clientes residenciales y pequeñas empresas (SOHO por sus siglas en inglés) y, por otro lado, grandes empresas¹⁸. Por su parte, la CNMC ha considerado una posible segmentación en función de la tecnología (ADSL, cable o fibra) o de la categoría de clientes (usuarios particulares y pequeños negocios o grandes compañías que requieren mayor sofisticación y capacidad de acceso)¹⁹.

- (35) Por otra parte, pueden identificarse mercados relacionados con servicios audiovisuales, en particular el mercado minorista de la televisión de pago.

- (36) Los servicios de comunicaciones electrónicas y los de televisión de pago se ofrecen también de manera habitual en forma de diferentes empaquetamientos (*multiple-play*). Se denominan ofertas 2P, 3P, 4P o 5P en función del número de servicios empaquetados²⁰. El acceso fijo a internet, los servicios de telefonía fija y los principales servicios de televisión de pago se prestan a través de una red fija como una infraestructura de cable, cobre o fibra²¹. La Comisión Europea ha considerado, aunque finalmente la ha dejado abierta, la posibilidad de que

¹⁶ M.10153 - Orange / Telekom Romania Communications

¹⁷ C/1181/21 MásMóvil / Euskaltel

¹⁸ M.7231 Vodafone / Ono y M.7421 Orange / Jazztel

¹⁹ C/0678/15, Zegona / Telecable y C/0635/15, MásMóvil Ibercom / Embou-Ebesi

²⁰ M.8864 – Vodafone / Certain Liberty Global Assets.

²¹ M.8864 – Vodafone / Certain Liberty Global Assets.

existan uno o varios mercados de ofertas empaquetadas distintos de cada uno de los servicios de telecomunicaciones individuales subyacentes²². La CNMC, por su parte, ha considerado la posible existencia de un mercado diferenciado de ofertas empaquetadas²³ (entre otros motivos, porque es la forma predominante de comercialización de servicios minoristas de telecomunicaciones electrónicas en España), si bien no ha llegado a cerrar este mercado.

5.1.2.2. Mercado geográfico

- (37) La Comisión Europea ha definido generalmente estos mercados como nacionales en sus precedentes relativos al territorio español²⁴. La CNMC, por su parte, ha considerado que estos mercados tienen una dimensión nacional dadas, entre otras circunstancias, las características lingüísticas, la necesidad de acceder a infraestructuras locales y el sometimiento al ordenamiento sectorial nacional²⁵.
- (38) Respecto a los empaquetamientos, la Comisión Europea ha considerado que la dimensión geográfica de cualquier eventual mercado minorista de ofertas empaquetadas sería nacional, pues los componentes de dichas ofertas se ofrecen individualmente a nivel nacional y la agrupación de los servicios no modificaría el ámbito geográfico de los componentes²⁶. Por su parte la CNMC, ha considerado que el posible mercado de ofertas empaquetadas tendría un ámbito nacional²⁷.

5.1.2.3. Conclusión sobre servicios minoristas prestados en una ubicación fija

- (39) La operación da lugar a un solapamiento vertical entre las actividades de los **ACTIVOS ADQUIRIDOS** en el mercado mayorista de acceso a banda ancha fija y las de **TELEFÓNICA** en los mercados de servicios minoristas de comunicaciones electrónicas prestados en una ubicación fija, en el mercado de televisión de pago y en el potencial mercado de ofertas empaquetadas. Puesto que la cuota de **TELEFÓNICA** supera el 25% en dichos mercados se analizarán los efectos en la competencia que la operación propuesta tiene en los mercados aguas abajo de servicios minoristas.

²² M.7978 – Vodafone / Liberty Global / Dutch JV y M.7421 – Orange / Jazztel.

²³ C/1181/21 Másmovil / Euskaltel.

²⁴ M.7421 – Orange / Jazztel.

²⁵ C/0678/15, Zegona / Telecable, C/0635/15, MásMóvil Ibercom/Embou-Ebesi y C/1181/21 Másmovil / Euskaltel.

²⁶ M.7978 – Vodafone / Liberty Global / Dutch JV; M.7000 - Liberty Global/Ziggo; M.6990 – Vodafone/Kabel Deutschland; M.10515 - Iliad / Upc Polska.

²⁷ C/1181/21 Másmovil / Euskaltel.

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de la oferta

6.1.1. Servicios de acceso mayorista a banda ancha fija

- (40) El marco regulatorio actual²⁸, que data del año 2021, impone a TELEFÓNICA la obligación de ofrecer al resto de operadores acceso mayorista a su red de fibra en condiciones reguladas en todo el territorio nacional salvo en 696 “municipios competitivos”²⁹, los cuales representan más del 70% de la población nacional y el 75% de la huella de fibra óptica de TELEFÓNICA. Muestra de la creciente dinámica competitiva de este mercado es el hecho de que en la anterior regulación del año 2016 únicamente se identificaron 66 municipios competitivos, que representaban el 35% de la población nacional³⁰. Cabe destacar que los ACTIVOS ADQUIRIDOS se hallan ubicados en dos municipios sujetos a regulación. Por tanto, en el caso de su adquisición, TELEFÓNICA se vería obligada a ofrecer servicios mayoristas de acceso a banda ancha fija a terceros bajo condiciones reguladas (acceso a las dos redes de fibra adquiridas)³¹.
- (41) Otro elemento relevante para el análisis es la existencia de la regulación *ex ante* MARCo³² que impone a TELEFÓNICA la obligación de proporcionar a otros operadores en condiciones reguladas acceso a sus infraestructuras de obra civil (conductos, registros, arquetas, postes, etc) en todo el territorio nacional. La amplia red de conductos existente a lo largo del territorio nacional, y las condiciones técnicas y económicas en las que debe proporcionarse el acceso facilitan el despliegue de redes NGA por parte de otros operadores.
- (42) Por otra parte, tienen relevancia en el análisis de la operación los regímenes de ayudas estatales, como PEBANG y UNICO-Banda Ancha, que asignan subvenciones públicas destinadas a incrementar el despliegue y la cobertura de

²⁸ ANME/DTSA/002/20/MERCADOS ACCESO LOCAL CENTRAL
<https://www.cnmc.es/expedientes/anmedtsa00220>

²⁹ Los municipios competitivos son aquellos en los que la cuota de Telefónica en el mercado minorista de banda ancha es inferior al 50% y en los que existen, al menos, tres redes de nueva generación con una cobertura mínima del 20%.

³⁰ Informe anual de la CNMC sobre Telecomunicaciones y Audiovisual de 2022,

³¹ La resolución ANME/DTSA/002/20/MERCADOS ACCESO LOCAL CENTRAL propone “identificar como operador con poder significativo en las zonas 1 y 2 del mercado de acceso local al por mayor facilitado en una ubicación fija (mercado 1_1 y mercado 1_2, respectivamente) a Telefónica de España, S.A.U., así como al grupo de empresas a que pertenece Telefónica en su conjunto, entendiéndose por tal a los efectos de este análisis, tanto a la empresa concreta identificada como operador con poder significativo de mercado a nivel individual, como a todas las empresas de su grupo que provean los servicios incluidos en los respectivos mercados de referencia”

³² <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/telecomunicaciones/concrecion-desarrollo-obligaciones>

redes de acceso a nueva generación (NGA), entre las que se encuentran las redes de acceso de fibra FTTH, en zonas rurales desatendidas.

- (43) Durante los últimos años se ha producido un amplio despliegue de redes de acceso de fibra FTTH en el territorio nacional por parte tanto de los principales operadores³³ como de otros de menor tamaño³⁴.
- (44) El acceso de los operadores a los servicios mayoristas regulados ofrecidos por TELEFÓNICA se complementa con acuerdos de acceso mayorista en condiciones comerciales entre los distintos operadores.
- (45) En el mercado de servicios de acceso mayorista a banda ancha las partes alcanzan una cuota conjunta en valor, en España, en 2022 del [60-70]% (adición del [0-5]%), estando en descenso en los últimos años la cuota de mercado de TELEFÓNICA.

| MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS DE ACCESO MAYORISTA DE BANDA ANCHA | | | | | | | | |
|--|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) |
| Activos adquiridos ³⁵ | - | - | - | - | - | - | [CONF.] | [0-5]% |
| Bluevía | - | - | - | - | - | - | [CONF.] | [0-5]% |
| Telefónica | [CONF.] | [80-90]% | [CONF.] | [70-80]% | [CONF.] | [70-80]% | [CONF.] | [60-70]% |
| Activos + Bluevía + Telefónica | [CONF.] | [80-90]% | [CONF.] | [70-80]% | [CONF.] | [70-80]% | [CONF.] | [60-70]% |
| Total mercado | 919,9 | 100% | 926,35 | 100% | 1.057,47 | 100% | 1.036,10 | 100% |

Fuente: CNMCData + información interna de la notificante

- (46) Por último, y con relación a la operación propuesta, conviene señalar que en los municipios donde se encuentran los **ACTIVOS ADQUIRIDOS** se hallan redes de fibra terceros operadores. En efecto, **ADAMO** cuenta con despliegue de fibra en Castilléjar, y **ORANGE** en Cuevas del Campo; si bien la notificante afirma desconocer con exactitud el nivel de despliegue de estos operadores en los dos municipios afectados.

³³ Tras TELEFÓNICA, destaca ORANGE, que cuenta con la segunda red de acceso de fibra FTTH más grande y extendida de España.

³⁴ AVATEL, ONIVIA, FINETWORK, ADAMO, LYNTIA o DIGI.

³⁵ Hasta la fecha, los **ACTIVOS ADQUIRIDOS** han sido utilizados exclusivamente de forma interna por EXCOM por lo que carecen de cuota de mercado. La notificante aporta una estimación sobre la base del número de clientes a los que presta servicios haciendo uso de los **ACTIVOS ADQUIRIDOS**.

- (47) Finalmente, cabe señalar que la documentación aportada por BLUEVÍA³⁶ muestra que la propia BLUEVÍA contemplaba entre sus posibles planes de [CONFIDENCIAL].

6.1.2. Servicios minoristas prestados en una ubicación fija

- (48) La estructura de la oferta del mercado de servicios minoristas de comunicaciones electrónicas prestados en una ubicación fija se caracteriza por una considerable competencia, como muestran aspectos como una paulatina reducción de los ingresos de los principales operadores, las sucesivas mejoras en las prestaciones de los servicios ofrecidos al cliente final y la proliferación en los últimos años de una amplia oferta por parte de nuevos operadores y de segundas marcas de los operadores tradicionales (por ejemplo, VODAFONE con su marca LOWI, ORANGE con sus marcas JAZZTEL o TELEFÓNICA con O2). Muchas de estas ofertas comerciales se centran en el denominado segmento “*low cost*”.
- (49) Por otro lado, las dinámicas competitivas del mercado mayorista (con la proliferación de acuerdos comerciales entre los distintos operadores además de los servicios regulados y el apreciable nivel de inversión en el despliegue de nuevas redes NGA por parte de diferentes operadores, véase párrafos (43) y (44)) impactan positivamente a su vez en la competencia aguas abajo.
- (50) En el **mercado nacional de servicios de telefonía fija** la cuota en valor de TELEFÓNICA es del [40-50]%, estando en notable descenso en los últimos años.

| MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS DE TELEFONÍA FIJA | | | | | | | | |
|---|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) |
| Telefónica | [CONF.] | [50-60]% | [CONF.] | [50-60]% | [CONF.] | [40-50]% | [CONF.] | [40-50]% |
| Orange | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% |
| Vodafone | [CONF.] | [20-30]% | [CONF.] | [10-20]% | [CONF.] | [20-30]% | [CONF.] | [20-30]% |
| MásMóvil | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [10-20]% | [CONF.] | [20-30]% |
| Euskaltel | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% | - | - |
| Otros | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% |
| Total mercado | 2.044,06 | 100% | 4.371,71 | 100% | 4.539,79 | 100% | 4.628,12 | 100% |

Fuente: CNMCData + información interna de la notificante

- (51) En el **mercado nacional de servicios minoristas de banda ancha fija (o acceso fijo a internet)**, la cuota nacional en valor de TELEFÓNICA en 2022 es del 41,5%, estando en ligero descenso en los últimos años.

| MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS MINORISTAS DE ACCESO FIJO A INTERNET | | | | | | | | |
|---|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) |
| Telefónica | [CONF.] | [40-50]% | [CONF.] | [40-50]% | [CONF.] | [40-50]% | [CONF.] | [40-50]% |
| Orange | [CONF.] | [30-40]% | [CONF.] | [20-30]% | [CONF.] | [20-30]% | [CONF.] | [20-30]% |
| Vodafone | [CONF.] | [10-20]% | [CONF.] | [10-20]% | [CONF.] | [10-20]% | [CONF.] | [10-20]% |
| MásMóvil | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [10-20]% |
| Euskaltel | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | - |
| Otros | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [0-5]% | [CONF.] | [5-10]% | [CONF.] | [5-10]% |
| Total mercado | 4.341,48 | 100% | 4.371,71 | 100% | 4.539,79 | 100% | 4.628,12 | 100% |

Fuente: CNMCData + información interna de la notificante

- (52) El mercado de servicios minoristas de acceso fijo a internet puede segmentarse, atendiendo a la naturaleza del cliente final, en residencial y empresarial. En este caso las cuotas de TELEFÓNICA, por número de líneas, en el mercado serían del 30% y del 53% respectivamente.

| SEGMENTO NACIONAL DE SERVICIOS MINORISTAS DE BANDA ANCHA FIJA PARA CLIENTES RESIDENCIALES | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| | Número de líneas | Número de líneas | Número de líneas | Número de líneas | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) |
| Telefónica | 4.450.219 | 34,55% | 4.444.643 | 32,91% | 4.488.847 | 31,69% | 4.463.099 | 30% |
| Orange | 3.508.134 | 27,23% | 3.441.807 | 25,48% | 3.442.518 | 24,30% | 3.391.232 | 23% |
| Vodafone | 2.520.164 | 19,56% | 2.571.853 | 19,04% | 2.489.495 | 17,58% | 2.449.475 | 17% |
| MásMóvil | 1.456.002 | 11,30% | 1.874.998 | 13,88% | 2.170.591 | 15,32% | 3.024.719 | 21% |
| Euskaltel | 516.058 | 4,01% | 581.835 | 4,31% | 642.488 | 4,54% | - | - |
| Otros | 431.303 | 3,35% | 590.655 | 4,37% | 930.985 | 6,57% | 1.307.856 | 9% |
| Total Mercado | 12.881.880 | 100,00% | 13.505.791 | 100,00% | 14.164.924 | 100,00% | 14.636.381,00 | 100,00% |

Fuente: CNMCData

| SEGMENTO NACIONAL DE SERVICIOS MINORISTAS DE BANDA ANCHA FIJA PARA EMPRESAS | | | | | | | | |
|---|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
| | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) | Número de líneas | Cuota número de líneas (%) |
| Telefónica | 1.490.970 | 54,52% | 1.437.665 | 53,59% | 1.311.416 | 52,26% | 1.316.955 | 53% |
| Orange | 427.980 | 15,65% | 443.206 | 16,52% | 448.407 | 17,87% | 460.089 | 19% |
| Vodafone | 651.675 | 23,83% | 636.131 | 23,71% | 571.122 | 22,76% | 512.631 | 21% |
| MásMóvil | 11.481 | 0,42% | 12.610 | 0,47% | 10.681 | 0,43% | 124.056 | 5% |
| Euskaltel | 108.593 | 3,97% | 110.091 | 4,10% | 112.310 | 4,48% | - | - |
| Otros | 44.012 | 1,61% | 43.008 | 1,60% | 55.323 | 2,20% | 65.103 | 3% |
| Total mercado | 2.734.711 | 100,00% | 2.682.711 | 100,00% | 2.509.259 | 100,00% | 2.478.834 | 100,00% |

Fuente: CNMCData

- (53) En el caso del **potencial mercado de ofertas empaquetadas**, en los paquetes 4P (telefonía fija y móvil, acceso a banda ancha mediante conexión fija y móvil) MASMOVIL y ORANGE³⁷ son los de mayor cuota (con cuotas en volumen del 33,6% y el 30,7%, seguidos con TELEFÓNICA con un 21,3% tras un refuerzo en los últimos años), destacando la fuerte posición de TELEFÓNICA en los paquetes 5P (que añaden al 4P televisión de pago) con una cuota en volumen en 2022 del 55,7% (aunque en descenso en los últimos años).

³⁷ Perdiendo peso ORANGE por la conversión de sus ofertas cuádruples a quíntuples

MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS MINORISTAS DE OFERTAS EMPAQUETADAS 4P

| Empresas | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| Telefónica | 16,0% | 18,9% | 17,5% | 21,3% |
| Vodafone | 21,4% | 16,0% | 12,0% | 10,2% |
| Orange | 43,1% | 41,5% | 38,2% | 30,7% |
| Másmovil | 17,4% | 21,1% | 29,9% | 33,6% |
| Resto | 2,2% | 2,6% | 2,4% | 4,2% |

Fuente: CNMCData

MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS MINORISTAS DE OFERTAS EMPAQUETADAS 5P

| Empresas | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| Telefónica | 62,7% | 59,4% | 62,5% | 55,7% |
| Vodafone | 21,1% | 24,5% | 25,8% | 23,6% |
| Orange | 10,9% | 10,7% | 11,7% | 20,7% |
| Euskaltel | 5,3% | 5,4% | - | - |

Fuente: CNMCData

- (54) Finalmente, en el ámbito de la **televisión de pago**, la cuota de TELEFÓNICA se situaba en 2021 (con los últimos datos disponibles en CNMCData, que podrían sobreestimar la cuota de TELEFÓNICA si no cubren a todos los operadores) en un 70% en valor y en un 44,7% en volumen, muy por encima del resto de operadores de comunicaciones electrónicas, aunque en tendencia descendente.

| MERCADO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE PAGO | | | | | | |
|--|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | |
| | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) | Ventas (millones de euros) | Cuota ventas (%) |
| Telefónica | 1.737,14 | 77,6% | 1.594,65 | 75,4% | 1.402,38 | 70,0% |
| Orange | 157,25 | 7,0% | 146,26 | 6,9% | 160,28 | 8,0% |
| Vodafone | 201,93 | 9,0% | 184,60 | 8,7% | 175,80 | 8,8% |
| Euskaltel | 35,48 | 1,6% | 36,72 | 1,7% | 18,83 | 0,9% |
| Otros | 106,00 | 4,7% | 151,98 | 7,2% | 246,37 | 12,3% |
| Total mercado | 2.237,79 | 100,0% | 2.114,22 | 100,0% | 2.003,67 | 100,0% |

Fuente: CNMCData

| MERCADO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE PAGO | | | | | | |
|--|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| Empresas | 2019 | | 2020 | | 2021 | |
| | Número de accesos | Cuota (%) | Número de accesos | Cuota (%) | Número de accesos | Cuota (%) |
| Telefónica | 4.088.316 | 56,7% | 3.930.866 | 47,7% | 3.712.835 | 44,7% |
| Orange | 675.606 | 9,4% | 673.974 | 8,2% | 654.582 | 7,9% |
| Vodafone | 1.368.496 | 19,0% | 1.609.686 | 19,5% | 1.521.758 | 18,3% |
| Euskaltel | 440.623 | 6,1% | 454.601 | 5,5% | - | - |
| Otros | 638.426 | 8,9% | 1.571.517 | 19,1% | 2.419.014 | 29,1% |
| Total mercado | 7.211.467 | 100,0% | 8.240.644 | 100,0% | 8.308.189 | 100,0% |

Fuente: CNMCData

- (55) Por tanto, la cuota de TELEFÓNICA se sitúa por encima del 25% en los servicios minoristas de telefonía fija, acceso a internet desde ubicación fija (o en sus posibles subsegmentos residencial y empresarial) y en un posible mercado de ofertas empaquetadas. Los ACTIVOS ADQUIRIDOS, que no participan en

ninguno de estos servicios minoristas, tienen en cualquier caso una presencia marginal ([0-5]%) en el mercado verticalmente relacionado de acceso mayorista de banda ancha (véase sección 6.1.1).

6.1.3. Canales de distribución

6.1.3.1. Canales de distribución para servicios de acceso mayorista a banda ancha

- (56) La comercialización de los servicios de acceso mayorista a banda ancha fija se realiza a través de acuerdos comerciales bilaterales entre los operadores oferentes de estos servicios y los operadores de telecomunicaciones que prestan servicios a clientes finales. Los servicios de acceso mayorista se ofrecen a través de distintas modalidades como el modelo *Indefeasible Rights of Use* (IRU) o a través de servicios de acceso virtual al bucle y servicios de acceso indirecto (*bitstream*)³⁸. A este respecto, la CNMC ha señalado que en determinadas ocasiones estos acuerdos comerciales entre operadores correspondientes a los mercados mayoristas en zonas competitivas comprenden tanto servicios mayoristas sobre redes fijas como sobre redes móviles.
- (57) Asimismo, TELEFÓNICA comercializa servicios mayoristas de acceso indirecto (NEBA fibra, NEBA local, NEBA empresas) en condiciones reguladas, de acuerdo con lo establecido en las correspondientes resoluciones de la CNMC³⁹. Entre estas condiciones se incluyen la transparencia (oferta de referencia) y no discriminación, o determinadas condiciones en relación con los precios de estos servicios.
- (58) Los acuerdos comerciales entre operadores tienen una gran relevancia en el sector, puesto que permiten a los operadores que no disponen de una red propia (normalmente, aquellos de menor tamaño y nuevos entrantes) ofrecer servicios a usuarios finales sin la necesidad de invertir en desplegar su propia infraestructura, lo que hace que exista una amplia variedad de ofertas en el mercado.
- (59) En este sentido, BLUEVÍA cuenta actualmente, entre otros, [CONFIDENCIAL] acuerdos con [CONFIDENCIAL].

³⁸ C/1181/21 MásMóvil/Euskaltel

³⁹ ANME/DTSA/002/20/MERCADOS ACCESO LOCAL CENTRAL
<https://www.cnmc.es/expedientes/anmedtsa00220>
ANME/DTSA/003/20: M2 AMPLIADO 2020
<https://www.cnmc.es/expedientes/anmedtsa00320>

6.1.3.2. Canales de distribución para servicios minoristas prestados en una ubicación fija

- (60) El mercado de servicios minoristas de banda ancha fija (o acceso fijo a internet) se caracteriza por la tendencia a la comercialización de servicios que progresivamente cuentan con mejores condiciones de calidad (en particular mayor velocidad de conexión y precio).
- (61) Los operadores suelen comercializar estos servicios, al igual que los servicios de telefonía fija y los servicios empaquetados, a través de canales de venta directa como tiendas físicas, páginas web o centros de atención al cliente.

6.2. Estructura de la demanda

6.2.1. Servicios de acceso mayorista a banda ancha fija

- (62) La demanda de servicios de acceso mayorista a banda ancha fija en España está integrada por los operadores que prestan servicios en los mercados minoristas. Estos operadores necesitan utilizar los servicios mayoristas de otros operadores para poder prestar servicios a sus clientes finales, bien sea porque los operadores minoristas carezcan de red propia o bien para complementar sus propias redes y ofrecer servicios minoristas en las zonas en las que no disponen de un despliegue propio. En general, la demanda de estos servicios está concentrada en los principales operadores de telecomunicaciones en el nivel minorista.
- (63) En el mercado coexisten relaciones de suministro no exclusivo con otras de carácter exclusivo, de tal forma que en algunos casos los demandantes pueden mantener contratos con distintos oferentes.

6.2.2. Servicios minoristas prestados en una ubicación fija

- (64) Los mercados de servicios minoristas prestados en una ubicación fija se encuentran en expansión gracias, fundamentalmente, al continuo despliegue de fibra óptica, lo que permite el acceso a internet a una alta velocidad en cada vez más municipios y entidades de población del territorio nacional.
- (65) La demanda de servicios de comunicaciones electrónicas prestados en una ubicación fija puede dividirse en dos categorías: el sector residencial o pequeño negocio y el empresarial. La principal diferencia radica en los servicios más especializados o de mejores prestaciones demandados por el segmento empresarial en lo que se refiere a los servicios de banda ancha fija⁴⁰.

⁴⁰ C/1181/21 Másmóvil / Euskaltel

- (66) El número de empaquetamientos también está en crecimiento⁴¹.
- (67) A nivel general, los contratos de servicios minoristas no están sujetos a condiciones de permanencia.

6.3. Barreras de entrada, competencia potencial e innovación

- (68) Las principales **barreras de entrada** al mercado de servicios mayoristas de comunicaciones electrónicas son las derivadas de los necesarios despliegues de redes e infraestructuras. No obstante, en muchos casos los acuerdos para la adquisición de servicios mayoristas permiten su reventa a terceros operadores en determinadas condiciones (párrafo (57)), lo cual contribuye a mejorar la oferta de servicios y la competencia en el mercado mayorista.
- (69) Existen factores (véase párrafos (40) y siguientes) que mitigan estas barreras de entrada y contribuyen a mejorar la oferta de servicios y la competencia en el mercado, tales como la posibilidad de que, para realizar los nuevos despliegues, los operadores tengan acceso a la amplia infraestructura de obra civil (conductos, registros, arquetas, postes) existente en España. Los operadores pueden acceder a la infraestructura civil de TELEFÓNICA en condiciones reguladas (oferta MARCo), así como a otras infraestructuras físicas susceptibles de alojar redes de comunicaciones electrónicas de alta velocidad⁴².
- (70) Cabe destacar también las obligaciones sobre TELEFÓNICA relativas al suministro en condiciones reguladas de servicios mayoristas de banda ancha fija sobre sus infraestructuras y redes fijas en zonas no competitivas antes citadas; la existencia de acuerdos entre operadores para desplegar fibra de forma conjunta o para compartir infraestructuras fijas en zonas de reducida población; así como las diferentes ayudas públicas para el despliegue de fibra óptica en zonas que carecen de estas redes (en especial zonas rurales).
- (71) Una muestra de todo ello es el notable crecimiento de los despliegues realizados por nuevos operadores en los últimos años, tales como DIGI, ADAMO y AVATEL. La siguiente tabla muestra un resumen de la entrada y posición de nuevos operadores, mayoristas y minoristas, de comunicaciones electrónicas en España.

⁴¹ Cabe destacar el incremento experimentado por la demanda de paquetes 3P, que excluyen telefonía fija, que ha pasado de 200.000 unidades en 2018 a más de 1.700.000 en 2022 y mantiene una tendencia creciente, sin perjuicio de que siguen siendo mucho más relevantes aún los paquetes 4P y 5P <https://www.cnmc.es/expedientes/estadcnmc00323>

⁴² El acceso a estas infraestructuras viene regulado en el Real Decreto 330/2016, de 9 de septiembre, relativo a medidas para reducir el coste del despliegue de las redes de comunicaciones electrónicas de alta velocidad.

| NUEVOS OPERADORES EN ESPAÑA DESDE 2005 | | | |
|--|------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| Nombre | Fecha de entrada | Cobertura aproximada | Nivel de mercado en el que opera |
| Onivia | 2019 | [>3] millones de UUll ⁴³ | Mayorista |
| Avatel | 2011 | [>2] millones de UUll | Mayorista y minorista |
| Adamo | 2010 | [>2] millones de UUll | Mayorista y minorista |
| Digi | 2008 | [>6] millones de UUll | Minorista |
| Lyntia | 2005 | [>2] millones de UUll | Mayorista |

Fuente: Estimación interna de la Notificante e información del Registro de Operadores de comunicaciones electrónicas de la CNMC

- (72) En cuanto a las barreras de entrada para la prestación de servicios minoristas, los operadores debene en primer lugar disponer de acceso a sus potenciales clientes, bien sea desplegando sus propias redes (con las barreras de entrada y señaladas para el caso de los mercados mayoristaso bien alcanzar acuerdos con operadores mayoristas (en condiciones reguladas o comerciales). Por otra parte existen otras barreras específicas de entrada en el mercado minorista como la necesaria inversión en marketing y publicidad y otros costes de captación de clientes, la necesidad de disponer de unos adecuados canales de distribución de servicios minoristas y unos adecuados servicios de atención al cliente, la subvención de terminales, etc.
- (73) Con relación a la **I+D+i**, el sector de las telecomunicaciones se caracteriza por un proceso de constante y rápida evolución de las tecnologías y los servicios prestados a los clientes. En la actualidad, existe un ciclo de inversión en proyectos de innovación y desarrollo relacionados con las nuevas redes fijas de fibra entre otros la mejora en la calidad y prestaciones de los servicios de acceso fijo a internet y de los servicios de televisión de pago, la implantación de nuevos servicios relacionados con la digitalización, la existencia de una redes y servicios más seguros y los objetivos de sostenibilidad o las inciativas para garantizar una gestión optimizada de las redes.
- (74) Es por ello que los operadores de telecomunicaciones, lo que incluye a los proveedores de servicios mayoristas de banda ancha fija, se ven abocados a invertir constantemente en innovación y desarrollo y, en particular, en nuevas tecnologías si quieren mantener y mejorar su competitividad y proveer un servicio de mayor calidad y en mejores condiciones a los consumidores.
- (75) TELEFÓNICA invierte significativamente en actividades de I+D. Entre las actividades de I+D del grupo se incluyen proyectos relacionados con el desarrollo

⁴³ UUll: Unidades Inmobiliarias.

de nuevas tecnologías y servicios, la mejora de la experiencia del consumidor, la ciberseguridad, la inteligencia artificial o el análisis de datos.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (76) La operación de concentración económica consiste en la adquisición por parte de BLUEVÍA del control de un conjunto de activos (ACTIVOS ADQUIRIDOS) consistentes en dos redes de fibra óptica FTTH situadas en dos municipios de Granada, Castilléjar y Cuevas del Campo.
- (77) BLUEVÍA se halla controlada conjuntamente por TELEFÓNICA y los fondos de inversión PREDICA y VAUBAN.
- (78) La operación afecta al sector de las telecomunicaciones en España donde ambas partes están presentes.
- (79) La concentración supone un ligero reforzamiento de TELEFÓNICA en el mercado nacional de **servicios de acceso mayorista a banda ancha fija** donde las partes alcanzan una cuota conjunta en valor, en España, en 2022 del [60-70]% (adición del [0-5]%)⁴⁴. En este mercado la adición de cuota es muy reducida por lo que no se vería alterada la estructura competitiva de forma apreciable. Por otro lado, TELEFÓNICA viene perdiendo de forma sostenida cuota de mercado ante la presión competitiva de otros operadores pasando de una cuota en valor del [80-90]% en 2019 al antedicho [60-70]% en 2022 (véase párrafo (45)).
- (80) Analizando de forma concreta los dos municipios afectados, cabe reseñar que además de las redes de la adquirida existen actualmente redes FTTH de terceros operadores, en concreto ADAMO en Castilléjar y ORANGE en Cuevas del Campo (párrafo (46)).
- (81) También es oportuno mencionar que BLUEVÍA contemplaba entre sus posibles planes de [CONFIDENCIAL].
- (82) Pero al mismo tiempo resulta relevante señalar que la adquisición de estos activos por parte de BLUEVÍA implica que TELEFÓNICA deberá ofrecer a otros operadores servicios mayoristas de banda ancha fija usando estos activos en condiciones reguladas por estar los activos en la zona no competitiva⁴⁵. Ello promueve la competencia en servicios minoristas (véase párrafo (40)).
- (83) De esta manera se facilita que cualquier operador interesado pueda ofrecer de una manera rápida servicios minoristas en la zona cubierta por las dos redes adquiridas usando los servicios mayoristas regulados. Este acceso por parte de

⁴⁴ La cuota de BLUEVÍA sería del [0-5]% siendo la cuota de TELEFÓNICA del [60-70]%.

⁴⁵ ANME/DTSA/002/20/MERCADOS ACCESO LOCAL CENTRAL
<https://www.cnmc.es/expedientes/anmedtsa00220>

terceros se producirá con una inmediatez temporal una vez completada la operación,[CONFIDENCIAL].

- (84) Por tanto, estos efectos procompetitivos compensarían el posible impacto negativo (mencionado en el párrafo (82)) por una eventual menor competencia en inversión en redes FTTH en los municipios afectados.
- (85) Por último, se descartan efectos verticales en los mercados de **servicios minoristas de telefonía fija, de acceso fijo a internet, de televisión de pago** y el potencial mercado de **servicios minoristas de ofertas empaquetadas (donde TELEFÓNICA ostenta cuotas superiores al 25%)**. Se descartan efectos verticales porque la presencia de los ACTIVOS ADQUIRIDOS en el mercado verticalmente relacionado de acceso mayorista de banda ancha es marginal, con una adición de tan solo el [0-5]%. Asimismo, cabe recordar que el acceso a la infraestructura de BLUEVÍA, incluidos los ACTIVOS ADQUIRIDOS, está sujeto a obligaciones regulatorias que recaen sobre TELEFÓNICA (véase párrafo (83)). Por todo ello la operación no altera en la práctica la capacidad ni el incentivo de BLUEVÍA para cerrar el acceso al mercado.
- (86) En consecuencia, esta Dirección de Competencia considera que la presente concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados afectados.

8. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración en primera fase**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se propone que quede fuera de la autorización la cláusula de no competencia recogida en el acuerdo de compraventa en lo que exceda a dos años quedando sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

Con relación al acuerdo de obligación de compra y suministro (denominado “Acuerdo de Servicios”), en tanto se halla pendiente de negociación y firma, esta Dirección de Competencia no tiene en estos momentos suficiente información para valorar su carácter accesorio, quedando sujeto a la normativa sobre acuerdos entre empresas en todo lo que exceda, tanto en su contenido como en su duración, lo establecido en la citada Comunicación. Elévese al Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.