MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA

SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05079 ONO / AUNA TLC

Con fecha 29 de agosto de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de GRUPO CORPORATIVO ONO, S.A. (en adelante ONO) del control exclusivo de AUNA TELECOMUNICACIONES, S.A.U. (en adelante AUNA TLC).

Dicha notificación ha sido realizada por ONO, 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 b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

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

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

Con fecha 31 de agosto de 2005 se solicitó informe sobre la operación a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) que fue evacuado con fecha 22 de septiembre de 2005 y recibido en el Servicio con fecha 28 de septiembre de 2005.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 20 de septiembre de 2005 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 30 de septiembre de 2004.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es de **10 de octubre 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 sobre AUNA TELECOMUNICACIONES, S.A.U. (AUNA TLC) por parte de GRUPO CORPORATIVO ONO, S.A. (ONO) mediante compra del 100% de las acciones representativas de su capital social a AUNA OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES, S.A. (Grupo AUNA).

Pº de la Castellana, 162, Planta 22ª
28071 MADRID
TEL.: 91 583 0056
FAX: 91 583 5570

La operación de concentración se instrumenta en un contrato de compraventa de acciones y en un acuerdo de accionistas suscritos con fecha 29 de julio de 2005. [1]

La operación se enmarca en el proceso de segregación y venta de Grupo AUNA: el negocio de telecomunicaciones móviles de Grupo AUNA se vende a Orange/France Télécom y el de telecomunicaciones sobre redes fijas a ONO.

La ejecución de la operación está condicionada a su autorización por parte de las autoridades de defensa de la competencia de España.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

La notificante advierte de la existencia de determinados pactos que considera necesarios para garantizar los flujos de suministro de servicios esenciales para el mantenimiento de la actividad económica objeto de la operación y el valor íntegro del negocio que se transfiere. Tales pactos son los siguientes:

II.1 Pacto de no competencia

El acuerdo de compraventa firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia, en virtud de la que la vendedora y sus accionistas de control se comprometen, durante un periodo de [no superior a tres años][2] desde la fecha de cierre, a no desarrollar actividades competidoras con las que actualmente realiza la sociedad adquirida en España.

II.2 Acuerdos de prestación de servicios

Asimismo, el acuerdo prevé determinados acuerdos de prestación de servicios que se desglosan a continuación:

a) Se mantendrán en vigor los contratos entre las sociedades del Grupo AUNA durante el periodo necesario para completar su segregación, que no podrá exceder de [no superior a un año] desde la fecha de cierre.

b) Se prevé prorrogar a AUNA TLC la condición de proveedor en determinados contratos de prestación de servicios[3] por Grupo AUNA a determinados clientes que son, a su vez, [……] por un período que en ningún caso excederá [no superior a cinco años].

c) Se contempla también la prórroga hasta el [no superior a tres años] del contrato de arrendamiento de […] entre AUNA TLC y […].

II.3 Otros pactos

Se contemplan, además, los siguientes pactos:

a) Reconocimiento por AUNA TLC hasta el [no superior a cinco años] del [...] como proveedor de servicios […] en similares términos a los reconocidos actualmente a […] por ONO.

---

1 En la misma fecha, los accionistas de AUNA OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES, S.A. proceden a la venta de ésta a ORANGE, S.A. (FRANCE TELECOM), previa segregación de las actividades ajenas al negocio de telefonía móvil, operación que ha sido notificada a la Comisión Europea con fecha 19-09-2005 (Caso M.3920 FRANCE TELECOM/AMENA).

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

3 Se trata de tres contratos de prestación de servicios entre Grupo AUNA, AUNA TLC y […] con […] (de fecha 17-12-2003), […] (1-1-2004) y […] (12-03-2004)

b) AUNA TLC y ONO prevén reconocer a […] hasta el [no superior a cinco años] el derecho a ser informada y poder optar a la ejecución de los contratos de […] de ambas sociedades cuando existiese una oferta firme por parte de otra entidad en las condiciones ofrecidas por la misma.

c) AUNA TLC realizará sus mejores esfuerzos para reconocer a […] y a […], hasta el [no superior a tres años], la condición de proveedor preferente respecto del servicio]…], así como respecto del servicio de […] para el caso de que AUNA TLC decidiera implantar un servicio de […] y siempre […] iguale la mejor oferta presentada.

II.4 Valoración

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

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de los pactos mencionados en los apartados II.1 y II.2 no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, considerándose, por tanto, los acuerdos antes mencionados como parte integrante de la operación.

Sin embargo, no se consideran parte integrante de la operación los pactos mencionados en el apartado II.3, ya que se estima que no están directamente vinculados a la operación ni son en absoluto necesarios para la continuidad del negocio.

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

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004), por lo que carece de dimensión comunitaria.

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

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1 GRUPO CORPORATIVO ONO, S.A. (ONO)

ONO opera, a través de sus filiales Cableuropa, S.A.U. y Spanish Cable Holding, S.A.U, en el sector audiovisual y de telecomunicaciones en España.

El Acuerdo de Accionistas de 29 de julio de 2005 dispone una ampliación del capital de ONO y la transmisión de parte de las acciones antiguas a favor de cuatro nuevos accionistas financieros[4]: Así, la estructura existente de control conjunto sobre ONO por parte de algunos de sus socios (General Electric, Bank of America y Caisse de Dépôt et de Placement du Québec[5])

[4] JP Morgan Partners (BHCA), L.P., Thomas H. Lee (Alternative) Fund V L.P., Providence Equity Offshore Partners V, L.P.y Quadrangle Capital Partners, LP..

[5] El Control conjunto se articula a través de Spain Telecomunications Ltd. S.a.r.l. como se desprende de la Decisión IV/M.939 BANKAMERICA/GENERAL ELECTRIC/CABLEUROPA.

dará lugar a una situación en que, de acuerdo con la notificante, ningún accionista podrá controlar ni individual ni conjuntamente la sociedad[6].

ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE ONO PREVIA A LA EJECUCIÓN DE LA OPERACIÓN (en % sobre total capital social)	
Grupo Multitel, S.A[7]	[…]
Telco Investment Europe, S.a.r.l.[8]	[…]
Val Telecomunicaciones, S.L.	[…]
Capital Riesgo Global, SCR, SA (SCH)[9]	[…]
Sodinteleco, S.L. .[10]	[…]
GE Structured Finance, Inc.	[…]
Caisse de Dépôt et Placement du Québec	[…]
Ferrovial Telecomunicaciones, S.A.	[…]
JP Morgan Partners (BHCA), L.P. [11]	[…]
Thomas H. Lee (Alternative) Fund V, L.P.	[…]
Quadrangle Capital Partners LP	[…]
Providence Equity Offshore Partners V, L.P. [12]	[…]
Total	100

Fuente: notificante, sujeto a posibles cambios porcentuales no significativos

ONO presta servicios globales de telecomunicaciones por cable (telefonía fija, televisión de pago e Internet) a clientes residenciales y empresariales. ONO contaba a 31 de diciembre de 2004 con más de 800.000 clientes (783.765 residenciales y 21.169 empresariales) y con 2.833.106 hogares "pasados"[13]. Dispone de una red propia basada en sistemas de fibra óptica de 9.110 km. de red troncal nacional y de 9.999 kilómetros de red local con concesiones en varias demarcaciones territoriales (Comunidad Valenciana, Mallorca, Cantabria, Murcia, Albacete, Huelva, Cádiz, Castilla-León y Castilla-La Mancha).

Desde mayo de 2004, ONO opera también en la producción y comercialización de canales temáticos a través de Neocon Multimedia, S.L. y Factoría de Canales, S.L. que controla conjuntamente con Mediapro y Mediapark, respectivamente.

[6] En particular, el acuerdo limita las coaliciones de voto así como el ejercicio de los derechos de voto por un accionista, de tal forma que ninguno podrá emitir un número de votos superior a […] de las acciones ordinarias de la sociedad independientemente del número de acciones que ostente, represente o cuyo voto tenga delegado. Adicionalmente, no existe acuerdo alguno al margen del Acuerdo de Accionistas, según la notificante, entre los cuatro nuevos accionistas, ni entre ellos ni ninguno de los antiguos accionistas.

[7] Controlada por Eugenio Galdón, Presidente de ONO. Grupo Multitel ostenta el […]% de Val Telecomunicaciones de la que Eugenio Galdón es Consejero Delegado.

[8] […].

[9] El BSCH tiene una participación de un […]% y el derecho a nombrar […] miembros del Consejo de Antena 3 Televisión, que emite TV en abierto y radio comercial y que, por tanto, opera en mercados distintos a los de la presente operación de concentración.

[10] Los socios de Sodinteleco S.L. (Caja España, Begar SA, Caja de Ahorros de Avila, Zener Comunicaciones S.A.) mantienen individualmente participaciones en Televisión Castilla y León, S.A. que totalizan un […]% del capital de ésta.

[11] Tiene una participación del […]% en Xfera, operador de telefonía móvil UMTS y de un […]% en Broadnet, operador de LMDS.

[12] Tiene una participación de un […]% en Recoletos Grupo de Comunicación, S.A., con limitadas actividades en el sector audiovisual, y del […]% en Crown Media International, distribuidora de canales de televisión de pago en Europa que no opera en España.

[13] A 30 de junio de 2005 ya contaba con 2.971.845 hogares pasados, 838.347 abonados residenciales y 24.214 empresariales.

El volumen de ventas de ONO en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE ONO (en millones de euros)			
	2002	**2003**	**2004**
Mundial	[>250]	[>250]	[>250]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>250]	[>250]	[>250]

Fuente: Notificación con base en Memorias Anuales

IV.2 AUNA TELECOMUNICACIONES, S.A.U. (AUNA TLC)

AUNA TLC es la filial de telecomunicaciones sobre red fija de AUNA OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES, S.A. (Grupo AUNA), controlada conjuntamente por Grupo Santander Central Hispano, Grupo Endesa y Grupo Unión Fenosa.

AUNA TLC cuenta con las filiales que se indican en el siguiente cuadro y diversas participaciones minoritarias. Además de éstas, previo a la realización de la operación, Grupo AUNA traspasará a AUNA TLC, según la notificante, la participación representativa del 3% del capital social del operador de telecomunicaciones vasco EUSKALTEL de la que actualmente es titular[14].

RELACIÓN DE SOCIEDADES FILIALES DE AUNA TLC		
SOCIEDAD	**% -**	**ACTIVIDAD**
Lanzarote de Cable S.A.U.	[…%]	Operador de cable
Industrias Tormec, S.L.U.	[…%]	Alquiler de inmuebles a AUNA
Tenaria, S.A.	[…%]	Operador de cable Navarra-La Rioja
Netco Redes, S.A.U.	[…%]	Construcción y arrendamiento de redes de telecomunicaciones
Xarxa Cinet, S.A.U.	[…%]	Servicios de conexión a Internet y otros de comercio electrónico
Estreno Digital A.I.E.	[…%]	Negociación de derechos de pago por visión

AUNA TLC presta servicios de telecomunicaciones por cable (telefonía, televisión de pago e Internet) y de telefonía y acceso a Internet en la red del operador histórico[15] a clientes residenciales, empresariales y a otros operadores de telecomunicaciones.

Según la Memoria Anual de 2004[16], AUNA TLC cuenta con 1.600.000 clientes, de los que 880.000 son de acceso directo. AUNA TLC opera una red de transporte de fibra óptica de 9.546

[14] Dicha operación está condicionada al no ejercicio del derecho de tanteo de los actuales accionistas de EUSKALTEL, procedimiento que a la fecha de conclusión de este Informe está en curso.

[15] Estos servicios se prestan en un ámbito nacional, a excepción del territorio del País Vasco, en el que en virtud de una alianza estratégica con Euskaltel, concluida en 1997 con ocasión de la privatización de Retevisión (hoy AUNA TLC), se estipuló la puesta a disposición de dicho operador, en exclusiva para el ámbito del País Vasco, del título habilitante otorgado a Retevisión para la prestación del servicio final de telefonía básica y el servicio portador soporte del mismo. La vigencia de la alianza queda condicionada al mantenimiento de las participaciones accionariales cruzadas entre ambas operadoras, o al mantenimiento por Euskaltel de los elementos básicos para la prestación del servicio en su ámbito territorial.

[16] A 30 de junio de 2005 el número de hogares pasados ascendía a 2.811.602 con 839.686 abonados.

kms de red troncal, 4.988 Kms de red regional y 1.143 Kms de red metropolitana. Cuenta con concesiones en varias demarcaciones territoriales (Madrid, Cataluña, Aragón, Andalucía -excepto Cádiz y Huelva-, Canarias, Navarra, La Rioja)[17].

El volumen de ventas correspondiente a la actividad de AUNA TLC conforme al Art. 3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE AUNA TLC (en millones de euros)			
	2002	**2003**	**2004**
Mundial	[>250]	[>250]	[>250]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>250]	[>250]	[>250]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

Los sectores económicos en los que se enmarca la operación notificada son los de servicios de telecomunicaciones y audiovisuales.

- Las partes prestan un conjunto de servicios de comunicaciones electrónicas, de ámbito minorista y mayorista, sobre redes fijas que se describirá a continuación.
- Además, en su condición de operadores de cable, prestan servicios en los mercados audiovisuales, siendo oferentes en el mercado de la televisión de pago y demandantes en mercados verticales de derechos de emisión de contenidos y de producción y comercialización de canales temáticos. Es éste último, ONO está también presente como oferente.

La determinación de mercados relevantes a los efectos del análisis de la operación notificada requiere analizar, en particular, los siguientes ámbitos de actividad:

V.1 Prestación de servicios minoristas de telefonía fija

Mercados de producto

Los servicios de telecomunicaciones se clasifican en dos grandes grupos atendiendo a la movilidad: los prestados a usuarios que operan desde una ubicación fija[18] y los prestados a usuarios que operan desde una ubicación móvil[19]. A su vez, los servicios básicos de telefonía fija se prestan en dos niveles: el minorista y el mayorista.

---

17 Tras la operación quedarían como operadores de cable independientes, Telecable Asturias (Asturias), R Cable (Galicia) y Euskaltel (País Vasco).

18 Dentro de los relativos a ubicaciones fijas, la CMT en su informe sobre la operación notificada distingue los servicios de acceso a la red telefónica pública (RTP) desde ubicación fija de los de tráfico telefónico fijo disponible al público (éste consiste en la realización de llamadas desde una ubicación fija a través de la RTP). En todo caso, la CMT señala que, en la práctica, se suelen vender de forma empaquetada, por lo que no todos los servicios enumerados dan lugar a diferentes mercados de producto.

19 Dentro de los primeros cabría diferenciar entre servicios de acceso y de tráfico. A su vez, cabría valorar la diferenciación entre servicios de tráfico de voz (telefonía fija), de datos o de difusión (televisión).

La Comisión, en diversos precedentes[20], ha definido el mercado al por menor de servicios de telefonía fija como el suministro de una conexión o un acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija a efectos de la realización y/o recepción de llamadas telefónicas y servicios conexos.

El servicio de acceso[21] a la red telefónica pública desde ubicación fija se define como la puesta a disposición de los usuarios de los recursos que permiten el disfrute del servicio telefónico desde un punto de terminación no móvil. Dicho servicio permite la recepción y envío de llamadas vocales con destino a terminales fijos o móviles así como otro tipo de servicios (acceso a redes de datos, servicios de fax, buzón de voz, etc)[22].

En el mercado español, desde el punto de vista de la oferta, distintos operadores suministran servicios del acceso: el operador histórico a través de su red de par de cobre trenzado y los operadores de cable a través de las redes desplegadas en distintas demarcaciones[23].

Por su parte, desde la perspectiva de la demanda, cabría una segmentación por tipo de cliente, distinguiendo entre residenciales y empresariales ya que las condiciones de los contratos de acceso y las tarifas del servicio pueden ser distintas. A su vez, atendiendo al tipo de servicio demandado, el mercado podría segmentarse en servicios de larga distancia (llamadas internacionales, interprovinciales y nacionales), llamadas locales, llamadas fijo-móvil y otras y servicio de acceso.

Adicionalmente, dentro de la actividad minorista de operadores de comunicaciones electrónicas está comprendida también la venta y alquiler de terminales a sus abonados y de servicios de información telefónica, ámbitos en la cuota conjunta de las partes es, de acuerdo con la notificante, reducida. Así, este Servicio no considera relevantes para el análisis los mercados que pudieran definirse en estos ámbitos.

A la luz de las consideraciones anteriores, este Servicio estima que la definición de los mercados minoristas de telefonía fija puede dejarse abierta ya que, incluso en la definición más estrecha de entre las posibles, la valoración de la operación no varía sustancialmente, criterio que comparte la CMT en su informe realizado a instancia del SDC.

Mercado geográfico

La Comisión, en los precedentes citados, ha definido el mercado de telefonía fija como de ámbito nacional.

En el mercado español, el consumidor de telefonía fija puede elegir libremente el prestador del servicio disponiendo, por un lado, de la red del par de cobre que es de ámbito nacional y, por otro lado, de la red de cable en las zonas en que hay despliegue.

---

20 Casos M.1439 Telia/Telenor (Decisión de 07-05-1999) y M. 2.803 Telia/Sonera (10-07-2002)

21 El Informe de la CMT distingue dos tipos de servicios, el de acceso a la red telefónica pública (RTP) desde ubicación fija y el de tráfico telefónico fijo disponible al público (éste consiste en la realización de llamadas desde una ubicación fija a través de la RTP), si bien señala que, en la práctica, se suelen vender de forma empaquetada, por lo que no todos los servicios enumerados dan lugar a diferentes mercados de producto.

22 La convergencia de redes hace que la distinción entre los servicios de transporte de voz y de datos cada vez tenga menos sentido. Así, la CMT señala que la única diferencia se centraría en la interpretación que los equipos terminales hacen de los datos recibidos.

23 A partir de la Ley 42/1995 de las Telecomunicaciones por Cable que facilitó el marco legal para el despliegue de redes de estos operadores.

Respecto a la limitación geográfica de las redes de cable, los operadores tienen la posibilidad de completarla haciendo uso de las modalidades de interconexión o alquiler del bucle de abonado de la red del par de cobre del operador histórico. En este sentido, como indica la notificante, tanto ONO como AUNA TLC prestan servicios de telefonía fija principalmente a través de sus respectivas redes de cable y, en menor medida, a través de la red del par de cobre[24].

Por ello, a pesar de las limitaciones territoriales impuestas en el pasado por el regulador en el despliegue de red a los operadores de cable, cabe entender que todos los operadores pueden ofrecer servicios de telefonía fija de ámbito nacional.

Por otra parte, los precios son de ámbito nacional y, en particular, los operadores de cable titulares de varias redes –las partes- aplican, de acuerdo con la notificante, los mismos precios independientemente de la demarcación en la que se ubique el abonado.

De lo anterior cabe concluir que el ámbito geográfico del mercado de prestación de servicios minoristas de telefonía fija es nacional.

V.2 Servicios de acceso a Internet

Mercado de producto

En distintos precedentes nacionales[25] se señala que la actividad de acceso a Internet consiste en la puesta a disposición de los medios técnicos necesarios para acceder a Internet, que se completan con ordenadores y servidores destinados a albergar los distintos servicios que se ofrecen (correo electrónico, transferencia de ficheros, alojamiento de páginas web, etc.)

El acceso puede producirse por diferentes redes como la conmutada de telefonía fija, la red de cable/fibra óptica, la red inalámbrica de telefonía móvil o redes basadas en tecnología radio punto-multipunto (por ejemplo, LMDS[26]).

Para poder prestar el servicio de acceso a Internet se precisa el acceso a una red de telecomunicaciones. En el mercado coexisten Proveedores de Servicio de Internet (PSI) vinculados a operadores de telecomunicaciones con redes propias así como proveedores independientes.

En línea con informes previos del SDC, la CMT, en el informe realizado sobre la presente operación, distingue entre servicios de acceso a Internet de banda estrecha y de banda ancha desde una ubicación fija en función de las velocidades de transmisión. La banda ancha permite determinados servicios de transmisión de datos[27], en forma de conexión continua, sin que ello suponga un consumo de recursos si no están transmitiendo información.

Dada la naturaleza y presencia de las partes, no se estima necesario cerrar definiciones más estrechas del mercado, dado que el análisis no varía sustancialmente en función de la mayor o menor amplitud de la misma. A los efectos del análisis de la presente operación, el Servicio

---

24 ONO tiene pocos clientes a los que llega mediante acceso indirecto. AUNA TLC genera aproximadamente el [40-50%] de sus ingresos de telefonía fija mediante acceso indirecto a través de la red de Telefónica basado en la preselección de operador (1050).

25 Caso N-275 Wanadoo/Eresmás y Caso N-280 Sogecable/Canal Satélite Digital/Vía Digital

26 Local Multipoint Distribution System

27 En estos momentos, distintos operadores se han introducido en el mercado de banda ancha con la estrategia de comercializar servicios de tarifa plana o coste fijo que integran, además del acceso a Internet, servicios de voz por Internet. La creciente demanda de servicios empaquetados de voz y datos, unido a la posible introducción de servicios de voz por Internet, podría dar lugar en un futuro a una convergencia de la oferta de ambos servicios.

analizará su incidencia en el mercado de servicios de acceso a Internet de banda ancha, dada la reducida presencia de las partes en el de banda estrecha.

Adicionalmente, al margen del acceso a Internet, los PSI ofrecen a los usuarios un conglomerado de contenidos y servicios que pueden definirse como "servicios de portal"[28]. Sin embargo, a los efectos del análisis de la presente operación no se estima relevante el análisis del mercado de tales servicios debido la escasa relevancia[29] de este negocio en las actividades de las partes de la operación.

Mercado geográfico

Cabe definir el mercado de servicios de acceso a Internet como de ámbito nacional dadas las características lingüísticas, la necesidad de acceder a infraestructuras locales y de sometimiento al ordenamiento sectorial nacional.

V.3 Servicios de comunicaciones electrónicas de empresa

Mercado de producto

Las comunicaciones de empresa engloban diferentes servicios de voz y tráfico de datos asociados al suministro de servicios de comunicaciones electrónicas dirigidos a empresas y organizaciones públicas y privadas.

Se trata de un mercado en continua evolución que comprende, básicamente, tres tipos de servicios que la CMT, en su Memoria Anual 2004, agrupa bajo las siguientes denominaciones: alquiler de circuitos, transmisión de datos y comunicaciones corporativas.

- El alquiler de circuitos o líneas comprende la cesión de un circuito de comunicaciones por un operador para la conexión permanente entre dos puntos a través de una red pública de telecomunicaciones con una determinada capacidad sin incluir funciones de conmutación que el usuario final pueda controlar. Dicho servicio permite conectar dos puntos para el envío y recepción de flujos de información. El operador no incorpora servicios de transmisión y la empresa cliente gestiona el circuito arrendado
- La transmisión de datos en accesos de conexión permanente consiste, en palabras de la CMT, "en el transporte, mediante redes de datos, de los datos que se transfieren en dicho acceso, sea con origen o con destino en él. La velocidad de transmisión suele ser superior a la necesaria para el servicio telefónico."

  En este caso, las empresas demandantes, en lugar de alquilar líneas o circuitos para crear redes locales que conecten sus diferentes centros para la transmisión de grandes cantidades de datos, solicitan el servicio transmisión de datos a un operador de telecomunicaciones que lo provee utilizando diferentes protocolos, tales como ATM, Frame Relay, IP, etc.

---

28 Información de interés general y temática (cultural, de ocio, noticias, etc.), herramientas de búsqueda (buscadores), *chats o* foros de encuentro de los usuarios para intercomunicación en tiempo real, hiperenlaces, publicidad *on-line,* directorios *on-line y* comercio electrónico.

29 Se citan los siguientes: ono.es, ono.com, onobox.com, auna.es, aunaocio.com y aunarena.com. Los ingresos que le reportan a ONO son inferiores [<1] M.€ y a AUNA inferiores a [<2] M.€.

- Las comunicaciones corporativas son servicios especializados de telefonía, fax y datos[30] prestados a empresas, corporaciones y organizaciones públicas y privadas a través de una Red Privada Virtual (RPV) en condiciones más sofisticadas que las ordinarias que constituyen el servicio telefónico fijo disponible al público. En líneas generales, mediante este servicio, la corporación dispone de una red privada que abarca diversas localizaciones con un diseño personalizado a través de la infraestructura del operador que preste el servicio (de ahí la denominación de virtual)[31].

Las grandes empresas suelen tener proveedores diferentes para, por un lado, servicios de alquiler de circuitos y de transmisión de datos y, por otro, servicios de comunicaciones corporativas. Sólo algunas empresas de menor tamaño tienen un único proveedor para los tres servicios.

La Comisión definió la prestación de servicios de comunicaciones de empresa en el asunto Telia/Sonera como una prestación integrada de servicios de comunicaciones. En otros precedentes[32] consideró que existe un mercado de servicios de datos a empresas distinto de la provisión de servicios de telefonía conmutada porque se emplean diferentes tecnologías, como Frame Relay, ATM, IP entre otras. Por último, la Comisión[33] también ha señalado que determinadas características de la demanda pueden determinar la existencia de un mercado separado de servicios globales de telecomunicaciones para empresas multinacionales.

Dada la naturaleza y presencia de las partes, este Servicio no estima necesario cerrar la definición de los mercados de servicios de comunicaciones electrónicas de empresa, puesto que la valoración de la operación no depende de una delimitación más o menos estrecha de los mismos. En todo caso, se analizará la incidencia de la operación, en línea con lo indicado por la CMT en su informe, en los mercados de alquiler de circuitos, transmisión de datos y comunicaciones corporativas.

Mercado geográfico

La prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas de empresa abarca, en general, el mercado nacional, si bien en el caso de grandes corporaciones de ámbito internacional, cuya demanda reviste características específicas, podría tener dimensión supranacional.

---

30 La notificante señala que los datos comunicados por los operadores a la CMT recogen en el segmento de comunicaciones corporativas los ingresos de servicios de voz a RPV y en el segmento de transmisión de datos los correspondientes a servicios de transmisión de datos en dichas redes.

31 La notificante señala que los principales ofertas que se realizan en este mercado son el servicio de telefonía en grupo cerrado, el servicio Ibercom que incluye servicios clásicos de telefonía en grupo cerrado con el servicio telefónico fijo disponible al público, el servicio de transmisión de datos y el servicio de centralita física corporativa, el servicio Centrex (centralita virtual que permite agrupar un conjunto de líneas diferenciándolas del resto de los abonados), entre otros.

32 Casos M.1.439 Telia/Telenor

33 La Comisión Europea, en el Caso M.3.641 BT/INFONET (Decisión de 25-1-2005) identificó un mercado de servicios globales de telecomunicaciones prestadas a compañías multinacionales para conectar localizaciones distintas en al menos dos continentes y en varios países. Ofrecen a la empresa soluciones empaquetas incluyendo redes virtuales privadas para voz y datos y prestaciones avanzadas. Las empresas suelen contratar mediante concursos.

V.4 Comunicaciones electrónicas de ámbito mayorista

Mercados de producto

En el nivel mayorista los operadores de telecomunicaciones se prestan diferentes servicios entre sí, tal y como señala la CMT en su Informe Anual:

a) Servicios de interconexión en red fija que comprende la originación de llamadas en una ubicación fija, servicios de tránsito y servicios de terminación de llamadas en redes telefónicas públicas individuales facilitadas en una ubicación fija.

b) Servicios mayoristas de alquiler de circuitos.

c) Servicios mayoristas de transmisión de datos[34].

Solamente AUNA tiene alguna actividad reseñable en los diferentes servicios mayoristas señalados. La actividad de ONO es irrelevante en el conjunto del mercado y su mayor presencia se da en el segmento de terminación de llamadas.

Por ello, la CMT no considera los mercados mayoristas como relevantes a los efectos de la operación notificada. En todo caso, en el informe se recogerá información sobre la posición de las partes en cada segmento.

Mercado geográfico

En atención a la extensión y cobertura de las redes, a la localización y cantidad de clientes que pueden ser atendidos por los operadores de manera rentable y al marco legal y regulatorio, se estima que los mercados citados pueden tener dimensión nacional[35].

V.5 Televisión de pago

Mercado de producto

El mercado de la televisión de pago en España ha sido analizado por las autoridades de competencia españolas[36]. En particular el TDC lo ha definido como aquél que incluye los servicios de televisión con tecnología analógica o digital mediante transmisión de señal encriptada por medio de cualquier tecnología: emisión de ondas herzianas, microondas, satélite, fibra óptica, cable telefónico o cable coaxial junto con los servicios interactivos comercializados conjuntamente con los anteriores y los servicios accesorios a este tipo de televisión tanto técnicos como administrativos[37].

---

34 Esta actividad comprende la prestación a otros operadores de servicios sobre líneas alquiladas dedicadas a datos, servicios de acceso a Internet distintos de los citados en el mercado de interconexión (por ejemplo, de tránsito de salida a Internet) y otros servicios de información.

35 Un caso particular es el de la terminación de llamadas: la entrega de una llamada por el operador de la red en la que se origina en la red del abonado que recibe la llamada. Cabe plantearse si cada red constituye un mercado separado que comprendería la extensión de la red individual de cada operador. En tal caso, la cuota de cada operador sería siempre del 100%.

Sin embargo, este Servicio estima que, en el ámbito del control de concentraciones a diferencia de la regulación ex ante, la terminación de llamadas solamente constituiría un mercado relevante si confluyeran en un único mercado todas las redes entendiendo que compiten entre sí en ausencia de regulación de precios. No es el caso, pues los precios de terminación de llamadas en las redes de los operadores declarados dominantes, tanto en telefonía fija como en telefonía móvil, están regulados. Por otra parte, las redes de las partes son muy reducidas en términos de abonados respecto al conjunto del mercado.

36 Informe del TDC Expediente C74/02 Sogecable/Vía Digital

37 No se estima necesario valorar si los distintos servicios técnicos y administrativos necesarios para la prestación de estos servicios tienen un carácter accesorio al servicio o conforman mercados separados.

En este mercado el operador que presta servicios hace llegar al público unos determinados contenidos codificados que sólo pueden verse por los consumidores abonados, mediante la suscripción y pago de una cuota de abono y una cuota mensual así como por servicios de pago por visión (*pay per* view) y la instalación de los dispositivos necesarios para la recepción y descodificación de la señal.

La televisión de pago se ofrece actualmente a través de cuatro medios de difusión: el satélite utilizado actualmente para las emisiones de Digital+ (Grupo Sogecable), la red de antenas de difusión terrestre utilizada por Canal+[38], las redes de cable coaxial y de fibra óptica desplegadas por los respectivos operadores de cable y el par de cobre con tecnología ADSL (proyecto Imagenio de Telefónica).

Por otra parte, la oferta de televisión de pago de los operadores de cable se puede integrar con otros servicios de telefonía fija y acceso a Internet de banda ancha. Esta estrategia ha sido adoptada también por Telefónica en su proyecto Imagenio, que se está comercializando desde 2005.

Tanto la Comisión como el TDC han considerado que la televisión de pago constituye un mercado separado del mercado de la televisión en abierto y que dicho mercado no debe segmentarse en función de la tecnología de retransmisión. No obstante, el Tribunal admitió cierta presión competitiva entre la televisión en abierto y la televisión de pago, en el sentido de que cuanto más amplia y atractiva resulte la oferta en abierto mayor habrá de ser el esfuerzo de los operadores de televisión de pago para atraer nuevos abonados y mantener los existentes. Por tanto, cabe mantener el criterio de que constituyen mercados separados, aunque porsiblemente conexos.

Por su parte, la CMT en el informe elaborado a instancias del SDC, también identifica esta actividad como un mercado separado, independientemente de la posibilidad de empaquetamiento con servicios de voz y datos.

A la luz de las consideraciones anteriores, este servicio analizará la incidencia de la operación notificada en el mercado de la televisión de pago, distinto del de la televisión en abierto, sin distinción en función de la tecnología de transmisión.

Adicionalmente, cabe señalar que la disponibilidad de canales temáticos y de contenidos *premium* (largometrajes y acontecimientos futbolísticos, principalmente) son elementos que tienen una influencia destacada en la configuración de una oferta de televisión de pago atractiva.

La edición y comercialización de canales temáticos constituye un mercado ascendente mayorista del de la televisión de pago. Sin embargo, la presencia de los operadores de cable como oferentes en este mercado ascendente es modesta. En efecto, ONO y AUNA[39] operan como demandantes en estos mercados pero únicamente ONO produce y comercializa canales

---

[38] Las emisiones codificadas de Canal+ se extinguirán próximamente tras haber sido modificadas las condiciones de la concesión a esta cadena para emitir 24 horas en abierto, con lo que a partir de ese momento, Canal+ no desplegará actividad en el mercado de la televisión de pago mediante antenas de difusión terrestre y Sogecable refuerza su presencia en el mercado de la televisión en abierto. El número abonados de Canal+ a 31 de diciembre de 2004 ascendía a 441.244. Se desconoce cuántos pasarán a Digital+.

[39] Su filial, Estreno Digital, no produce contenidos siendo su función la compra de contenidos audiovisuales y la gestión de la distribución, con empresas subcontratadas a tal efecto, de contenidos tales como el cine o el fútbol.

temáticos a terceros a través de Neocon Multimedia y de Factoría de Canales[40]. En consecuencia, si bien en este mercado no se produce acumulación de cuotas como consecuencia de la operación notificada, sí se da un incremento del poder de compra de la entidad resultante de la concentración tal y como se analizará posteriormente.

Por último, ONO y AUNA actúan como demandantes de derechos de retransmisión de contenidos *Premium*[41].

Mercado geográfico

Tanto la Comisión como el TDC definen el mercado de la televisión de pago de ámbito nacional debido a la existencia de barreras lingüísticas y culturales y a los diferentes regímenes regulatorios en cada Estado.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1 Regulación de los mercados relevantes

Los servicios de telecomunicaciones se prestan en régimen de libre competencia desde 1998, año en que la antigua Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones liberalizó[42]su prestación. La nueva Ley General de Telecomunicaciones actualmente vigente (en adelante LGT)[43] suprimió la exigencia de obtener títulos habilitantes y sustituyó éstos por autorizaciones, de manera que el operador que cumpla los requisitos para la prestación del servicio solamente requiere una inscripción previa en los registros de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).

La regulación de los operadores de cable se estableció en la Ley 42/1995, de Telecomunicaciones por Cable, que sometía al sector a un régimen de concesiones, limitando éstas por demarcaciones territoriales y estableciendo topes al crecimiento en número de abonados (excepto en telefonía). Posteriormente, la citada LGT y sus modificaciones derogaron la Ley del Cable y liberalizaron los servicios de difusión de radio y televisión por cable. Tales servicios han pasado a prestarse en régimen de libre concurrencia previa obtención de una autorización administrativa, si bien se introdujo inicialmente una moratoria para nuevas autorizaciones hasta el año 2007. Posteriormente, en junio de 2005 se ha suprimido la moratoria dejando a un desarrollo reglamentario las condiciones en que se desempeñará la libre actividad de los operadores.

---

40 Neocon produce un canal (Telecorazón) y Factoría de Canales cinco canales de cine (STAR, MGM, Cinematk, Showtime Extreme, Canal 18) y tres de entretenimiento (Buzz, SuperN y Natura). Próximamente se lanzará un nuevo canal: Somos.

41 El TDC, en el precedente citado identificó diferentes mercados de contenidos *premium:*

- Derechos de retransmisión en directo de acontecimientos futbolísticos celebrados durante el año y todos los años, como son los partidos de la Liga española, la Copa de S.M. El Rey de la Liga de Campeones y la Copa de la UEFA en los que participen equipos españoles;
- Derechos exclusivos para la retransmisión de largometrajes cinematográficos producidos por los "grandes estudios" de Hollywood (denominados "majors") en primera y segunda ventana, con exclusión del régimen de pago por visión.

42 De acuerdo con sus disposiciones transitorias, se procedió a la transformación parcial de las concesiones para la prestación del servicio de telecomunicaciones por cable para su adaptación a la nueva Ley quedando sujeto a concesión únicamente el derecho al establecimiento de la red de telecomunicaciones. El derecho a la prestación del servicio de telecomunicaciones quedó sujeto a los nuevos títulos habilitantes (licencias individuales tipo B1).

43 Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones –LGT) (BOE de 4-11-2003), modificada por la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, que derogó la hasta entonces vigente Ley 42/1999 de Telecomunicaciones por Cable, a excepción de las obligaciones de transmisión establecidas por el artículo 11 (párrafos e, f y g del apartado 1) de esta última.

Las competencias para la concesión de nuevas autorizaciones se reparten entre los órganos competentes de las respectivas comunidades autónomas y el órgano estatal, que deberá conceder autorización previa si el ámbito de prestación del servicio es superior al de una comunidad autónoma.

Finalmente, cabe señalar que la actual LGT mantiene las obligaciones impuestas a los operadores dominantes en los mercados de telefonía hasta tanto se realice el análisis de los mercados y la determinación de los operadores con poder significativo de mercado previsto en la misma. Así, el operador histórico, Telefónica de España, está sujeto a obligaciones de acceso e interconexión así como a regulación de precios. Por su parte, los tres operadores de móviles activos en el mercado solamente están sujetos a obligaciones regulatorias en lo que se refiere a la determinación directa del precio que el operador móvil cobra al operador fijo por terminar una llamada en su red.

Sin embargo, los operadores de cable tienen libertad para fijar sus precios, incluidos los de terminación de llamadas en sus redes de cable. La única limitación la constituye el principio general de no discriminación. El mismo principio rige con respecto a los precios de terminación aplicados por cualquier operador no dominante a Telefónica. Por otra parte, los operadores de cable no están sujetos a obligaciones de acceso a sus redes por parte de terceros operadores.

VI.2 Características y evolución de los mercados

Los mercados de comunicaciones fijas minoristas muestran índices de concentración elevados, siendo éstos mayores en términos de ingresos que de clientes.

La CMT estima que el mercado de servicios de telefonía fija es un mercado maduro, pero en el que existen fuerzas que propician una mayor agresividad de los operadores como son la innovación tecnológica, la posibilidad de prestar voz por Internet por banda ancha o las posibilidades de elección de prestador del servicio final establecidas en la regulación sectorial.

Así, los operadores están poniendo en marcha nuevas estrategias para atraer y fidelizar clientes a su plataforma mediante la combinación de servicios de voz y datos y la diferenciación de precios para llamadas entre abonados de la misma red.

Adicionalmente, la CMT señala en el informe sobre esta operación que el porcentaje de líneas en servicio sobre el total de líneas instaladas es significativamente inferior en los operadores de cable en relación con Telefónica de España. Esto se traduce en un importante potencial por parte de los operadores de cable para seguir captando clientes. En efecto, dado que las inversiones realizadas en los accesos instalados son costes hundidos y el coste marginal de poner en servicio un acceso instalado es muy reducido, los operadores de cable cuentan con un incentivo evidente a competir por atraer un cliente que aporte beneficios que contribuyan a amortizar tales costes hundidos.

Por su parte, los servicios de comunicaciones de empresa muestran una tendencia decreciente en el apartado de alquiler de circuitos, creciente en la transmisión de datos, el segmento que genera la mayor cifra de negocio, y estable en el segmento de comunicaciones corporativas en términos de negocio generado pero decreciente en número de clientes.

En el ámbito de los servicios de acceso a Internet, los ingresos de sus proveedores registran en los últimos dos años un crecimiento significativo. Por líneas de negocio, el acceso dedicado (ADSL y cablemodem principalmente) representa más de las tres cuartas partes del total con una clara regresión de los servicios de banda estrecha.

Se trata de mercados dinámicos con una demanda creciente y una fuerte competitividad, especialmente relevante en la banda ancha. El ADSL continúa siendo la tecnología más extendida, representando más de las tres cuartas partes del mercado en términos de ingresos frente a menos de una cuarta parte del cable.

En los mercados mayoristas, se observa una mayor contratación por parte de los operadores de más de un proveedor de circuitos y una alta concentración en ingresos percibidos por unos pocos grandes operadores en este mercado.

En el mercado mayorista de banda ancha el crecimiento de los servicios directos mediante el bucle desagregado experimentado en 2004 parece indicar que los operadores alternativos empiezan a apostar por prestar servicios de este tipo. Sin embargo el acceso indirecto sigue siendo el modelo más usado por los competidores en el mercado de banda ancha.

El mercado de la televisión de pago, según Memoria anual de la CMT de 2004, se ha caracterizado por una cierta ralentización en el número de abonados a los servicios.

Los operadores han tenido un comportamiento dispar: mientras Sogecable ha visto reducido su número total de clientes en aproximadamente 250.000 situándose en un total de 2.093.817, los operadores de cable continúan la senda de crecimiento del número de abonados iniciada años antes que totaliza ya más de 970.000 abonados.

Principalmente debido a esta caída, el ingreso medio por abonado (ARPU[44]) de Sogecable registra una mejora respecto al ejercicio anterior, siendo en cualquier caso en términos generales superior al de sus competidores[45].

En este mercado existen dos formas de competencia entre los diferentes operadores de televisión de pago: el elemento diferenciador de la televisión de pago vía satélite son los contenidos *premium*. A su vez, el elemento diferenciador en la televisión por cable lo constituye la disponibilidad de una tecnología con gran capacidad de transmisión de manera que pueden ofrecer otros servicios (voz y datos) conjuntamente con el de televisión: la llamada oferta *triple play*.

En la actualidad, otros operadores de telecomunicaciones están en condiciones de ofrecer servicios *triple play* además de los operadores de cable: es el caso del proyecto Imagenio[46] de Telefónica, que ofrece televisión de pago sobre tecnología ADSL con posibilidad de empaquetamiento de servicios de telefonía y acceso a Internet. El elemento diferenciador de Telefónica sobre el cable es que su red llega a la casi totalidad de los hogares puesto que utiliza la infraestructura del par de cobre con un coste de adaptación para la difusión de televisión menor que el despliegue de red de cable. Así, Telefónica cuenta con una cartera de potenciales clientes a los que dirigir su oferta para comercializar el nuevo servicio muy superior a la de AUNA TLC y ONO.

---

44 *Average revenue per user*

45 La CMT en su Memoria 2004 señala que el menor ARPU de los operadores de cable se debe a la comercialización empaquetada de los servicios.

46 El servicio está disponible en Madrid, Barcelona, Comunidad Valenciana y País Vasco y contaba a 31 de diciembre de 2004 con 6.024 clientes, de los cuales más del 63% han contratado algún servicio adicional de suscripción además de Internet. Noticias de prensa recientes cifran el número de abonados al servicio en alrededor de 70.000 y un número creciente de ciudades en las que está disponible.

VI.3 Estructura de la oferta

Las redes de ONO y AUNA TLC se complementan geográficamente[47] y abarcan la casi totalidad del territorio español a excepción de las CC.AA. de Galicia, Asturias y País Vasco en las que están operadores independientes y la Comunidad Autónoma de Extremadura que no cuenta con despliegue de red de cable.

El siguiente cuadro recoge las cuotas de mercado de las partes en los distintos mercados en los últimos tres años y las del operador histórico en los mercados de servicios de telecomunicaciones en 2004.

EVOLUCIÓN DE LAS CUOTAS DE MERCADO DE ONO y AUNA TLC – en % -										
MERCADOS	**ONO**			**AUNA TLC**			**ONO + AUNA TLC**			**Telefónica**
	2002	**2003**	**2004**	**2002**	**2003**	**2004**	**2002**	**2003**	**2004**	**2004**
MINORISTAS										
TELEFONÍA BÁSICA FIJA[48]	1,6	2,4	**2,7**	5,8	5,3	**6,4**	7,4	7,7	**9,1**	**79,0**
Llamadas metropolitanas	1,2	1,8	**2**	10	7,9	**8,1**	11,2	9,7	**10,1**	**76,8**
Llamadas provinciales	-	<1	**-**	7,6	6,5	**7**	7,6	<7,5	**7**	**74,7**
Llamadas interprovinciales	-	<1	**-**	8,5	7,2	**7,7**	8,5	<8,2	**7,7**	**72,2**
Llamadas internacionales	-	<1	**-**	6,1	5,2	**5**	6,1	<6,2	**5**	**66,1**
Acceso directo			**4,5**			**5,2**			**9,7**	**86,5**
Segmento residencial (clientes)	2,8	3,7	**4,2**	15,4	10,1	**8,8**	18,2	13,8	**13**	**70,3**
Segmento empresarial (clientes)	0,6	0,5	**0,6**	26,7	8,3	**7**	27,3	8,8	**7,6**	**74,1**
INTERNET										
Acceso a Internet B.A.	n.d.	6,9	**6,4**	n.d.	8,5	**9,4**	n.d.	15,4	**15,8**	**62,3**
Servicios PSI	4,3	5	**4,9**	4,3	5,7	**7**	8,6	10,7	**11,9**	**57,5**
COMUNIC. DE EMPRESA										
Alquiler de circuitos			**<1**	1,3	3,2	**5**	1,3	3,2	**<5,2**	**73,2**
Transmision de datos			**<1**	4,2	3,2	**3,2**	4,2	3,2	**<4,2**	**69,7**
Comunicaciones corporativas[49]	2,1	6,3	**5**	2,85	22	**24,8**	4,95	28,3	**29,8**	**55,3**
MAYORISTAS										
Interconexión red fija	n.d.	<1%	**<1%**	n.d.	9,0	**10,5**	n.d.	<10%	**<11,5**	**64**
Alquiler de circuitos	n.d.	n.d.	**<1%**	8,7	12,3	**13,2**	8,7	12,3	**<14,2**	**67,7**
Transmisión de datos			**<1%**			**14,1**			**<15,1**	**65,1**
AUDIOVISUAL										
TV de pago (abonados)	8,1	9,7	**13,5**	7,4	8,5	**11,4**	15,5	18,2	**24,9**	**-**
TV de pago (ingresos)	4,2	4,5	**6,5**	3,2	4,1	**5,3**	7,4	8,6	**11,8**	**-**

Fuente: Notificante con base en datos CMT

En el mercado minorista del servicio telefónico básico, la cuota combinada de ONO y AUNA TLC en 2004 fue inferior al 10%. Sólo en determinados segmentos como el de llamadas metropolitanas (10,1%) o clientes residenciales (13%) se supera dicho porcentaje. En todos los

47 Las redes de ambos operadores solamente coinciden en Elche y Alicante, como consecuencia de la adquisición de operadores de cable históricos presentes en dichos territorios con anterioridad a las adjudicaciones de las concesiones de cable por la Ley 42/1995.

48 Incluye ingresos por tráfico (incluido tarjetas prepago), cuotas de alta y abono, servicios de inteligencia de red y otros.

49 La notificante señala que incluye ingresos por servicios de voz a Redes Privadas Virtuales (RPV), quedando excluidos los de prestación del servicio de transmisión de datos. Los ingresos de telefonía básica fija a empresas que no tienen RPV están comprendidos en el correspondiente mercado en el segmento empresarial.

segmentos posibles lidera el operador histórico, Telefónica de España, con cuotas que oscilan entre 66 y 87%.

En el mercado global de los Proveedores de Servicios de Internet la cuota conjunta de ONO y AUNA TLC es de un 11,9% por ingresos, frente a un 57,5% de Telefónica/Terra. En el segmento de acceso a Internet en banda ancha, en el que la tecnología ADSL sigue siendo la forma de acceso más extendida (78% del mercado), las partes obtienen una cuota conjunta en términos de ingresos de un 15,8% (19,14% por número de clientes) frente al 62,3% del líder (Telefónica).

En el ámbito de los servicios de comunicaciones de empresa, la entidad resultante registra cuotas superiores al 10% sólo en el segmento de comunicaciones corporativas: AUNA ostenta una cuota de un 24,8% y ONO un 5%. La notificante señala que los productos y servicios prestados por AUNA TLC y ONO difieren por los distintos tipos de clientes a los que se dirigen las ofertas respectivas.

Sin embargo, los ingresos de este segmento presentan una importante inestabilidad debido a que la demanda es reducida, de tal forma que la pérdida de un cliente puede suponer fuertes oscilaciones en las cuotas. Así, AUNA TLC en los tres últimos años obtuvo cuotas de un 2,85%, 22% y 24,8%[50].

En los mercados mayoristas, en el conjunto del mercado de interconexión en red fija, la actividad de la adquirente en los últimos tres años es irrelevante y la de la adquirida oscila en torno al 10%. Solamente es de reseñar la adición de cuota en el ámbito de terminación de llamadas, en el que las cuotas respecto a la totalidad de ingresos de todos los operadores de redes fijas de son de un [0-10]% para ONO y un [10-20]% para AUNA[51].

El cuadro siguiente recoge la estructura del mercado de la televisión de pago:

CUOTAS DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES EN EL MERCADO DE LA TV DE PAGO -2002-2003-2004

OPERADOR	2002				2003				2004			
	ABONADOS	CUOTA %	INGRESOS M.€	CUOTA %	ABONADOS	CUOTA %	INGRESOS M.€	CUOTA %	ABONADOS	CUOTA %	INGRESOS M.€	CUOTA %
SOGECABLE	2.715.868	77,0	1.318	89,8	2.500.736	71,5	1.614	87,9	2.093.817	65,1	1.418	83,8
ONO	**286.536**	**8,1**	**61**	4,2	**339.378**	9,7	**83**	4,5	**434.368**	13,5	**110**	6,5
AUNA TLC	**260.102**	**7,4**	**47**	3,2	**296.132**	8,5	**74**	4,0	**367.849**	11,4	**91**	5,3
RESTO	264.740	7,5	40	2,7	361.176	10,3	65	3,5	321.832	10,0	74	4,4
TOTAL	3.527.246	100,0	1.466	100,0	3.497.422	100	1.836	100,0	3.217.866	100,0	1.693	100,0

Fuente: Memoria Anual CMT y estimación propia

En el mercado de la televisión de pago, el Grupo Sogecable, que transmite principalmente vía satélite, lidera con una cuota cercana al 84% en términos de ingresos y del 65% por clientes. ONO y AUNA TLC obtienen una cuota conjunta de un 11,8% por ingresos y un 25% por número de clientes, si bien su participación relativa ha seguido una senda claramente ascendente en los últimos años.

Respecto a la presencia de los operadores de televisión de pago en mercados ascendentes, cabe señalar que tanto ONO[52] como SOGECABLE[53] operan como oferentes en el

50 Según la notificante, esta cuota se reducirá significativamente en 2005 por la pérdida de un cliente […] que representaba el [70-80]% de los ingresos de AUNA TLC en este apartado.

51 Sin embargo, en términos de minutos de terminación la suma de sus cuotas no supera un [<1]% del total.

52 A través de Factoría de Canales y Neocon, aunque actualmente […].

mercado de producción y edición de canales temáticos. De acuerdo con la Memoria Anual de la CMT, el Grupo Sogecable tiene una cuota del 24,2% en términos de número de canales, mientras que la de ONO es inferior al 7,1%. AUNA TLC no es oferente en este mercado.

En relación con los mercados de derechos de retransmisión de contenidos *premium*, cabe mencionar que el principal operador es Sogecable. ONO y AUNA TLC contratan, en régimen de sublicencia, derechos de retransmisión de fútbol para su explotacion en régimen de pago por visión.

VI.4 Estructura de la demanda

La demanda en servicios de voz y datos fija está muy atomizada y proviene de clientes residenciales y clientes empresariales. La de servicios de televisión de pago proviene principalmente del segmento residencial.

Así, ONO obtiene el 90% de sus ingresos del segmento de clientes residenciales, en el que aproximadamente la mitad del negocio se produce en servicios de telefonía y el resto se reparte aproximadamente a partes iguales en televisión de pago e Internet. Hay que señalar que un 63% de sus clientes tenía contratados dos o más servicios y sólo un 20% disfrutaba de un paquete completo.

Por su parte, AUNA TLC, obtiene el […]% de sus ingresos del segmento de clientes residenciales, del que un […]% procede de servicios telefónicos, un […]% de servicios de Internet y sólo un […]% de televisión de pago. Aproximadamente el […]% de los abonados residenciales de AUNA TLC contaban con el servicio de televisión de pago. El resto del negocio corresponde en un […]% al segmento empresas y un […]% se genera en los mercados mayoristas.

En comunicaciones corporativas, la demanda de ONO proviene de pequeñas y medianas empresas, mientras que AUNA TLC tiene como principales clientes a administraciones públicas ([…], […] y […]) así como diversas grandes y medianas empresas.

En servicios mayoristas a otros operadores, en alquiler de circuitos el principal cliente de ONO es […] y en menor medida otros operadores como […], […], […], etc. Por su parte, AUNA TLC tiene como principal cliente a […] y, en menor medida, […], […] y […], entre otros.

VI.5 Estructura de la distribución – Fijación de precios y otras condiciones comerciales

La CMT señala en su Memoria Anual 2004 la proliferación de paquetes de servicios de comunicaciones que combinan ADSL con telefonía fija, fundados en la oferta de acceso al bucle y en la interconexión por capacidad.

Los precios nominales de los servicios de voz de Telefónica han continuado regulados mediante el sistema de *price cap*. Telefónica ha desplegado una intensa actividad comercial para hacer frente a la presión competitiva ejercida por los operadores alternativos que siguen una estrategia basada en el empaquetamiento de servicios tanto de operadores de cable como de

---

53 Sogecable está sujeta a ciertas condiciones impuestas en el Acuerdo de Consejo de Ministros que autorizó la concentración de los dos únicos operadores de televisión de pago que transmitían vía satélite, Vía Digital y Canal Satélite Digital. Así, entre otras condiciones cabe señalar que hasta noviembre del año 2007 Sogecable está obligada a comercializar un canal que incluya cine de los grandes estudios en primera ventana (canal equivalente a Gran Vía), los canales temáticos que producen las empresas de su grupo y la prestación de los servicios relacionados con la comercialización. Adicionalmente, tiene prohibido operar en régimen de exclusiva como distribuidor de los canales temáticos producidos por los grandes estudios u otros productores internacionales.

operadores con capacidad de desagregación del bucle y las continuas reducciones de precios de los operadores con acceso indirecto.

Dada la competencia por el cliente de las tres formas de acceso – cable, par de cobre y bucle desagregado -, la CMT señala un creciente dinamismo en la, hasta ahora, escasa actividad promocional en el acceso. Así, los operadores han lanzado campañas de promoción de las cuotas de alta y nuevas modalidades del servicio tales como el prepago o la permuta de la cuota de abono por un consumo mínimo.

Por su parte, los operadores de acceso indirecto han fomentado la contratación del servicio de preselección y los de acceso directo han ofertado descuentos para llamadas con destino a la misma red del operador (*on net)* para fidelizar clientes.

Por tipo de llamada, cabe señalar que las llamadas internacionales y las de fijo-móvil son las más onerosas, aunque los precios medios descendieron a lo largo de 2004. Se trata de dos servicios que normalmente no se incluyen en las ofertas empaquetadas.

En los servicios minoristas de Internet, la estructura de la tarifa al consumidor se compone, de forma general, de una cuota de alta única y una cuota de abono mensual, si bien está sufriendo modificaciones como consecuencia de la enorme variedad de ofertas comerciales (por ejemplo, tarifas en tres partes, incluyendo cuota de alta a menudo subvencionada, cuota mensual para un número limitado de descargas y pagos variables por unidad adicional consumida)[54].

En el mercado de la televisión de pago los operadores suelen utilizar una estructura tarifaria que incluye cuota de entrada, cuota en concepto de alquiler de descodificador, cuota mensual dependiente del número y tipo de canales contratados y una cantidad determinada para los consumos puntuales de los servicios de pago por visión[55]. En este mercado, el operador principal, Sogecable tiene limitada hasta 2006 su capacidad para incrementar los precios[56].

En relación con la oferta *triple play*, hay que señalar que la contratación de paquetes de ONO[57] se beneficia de cuotas de instalación y de conexión gratuitas, además de un descuento sobre las tarifas individuales de cada servicio.

La distribución de estos servicios por los operadores de cable se realiza, según la notificante, a través de su propia red de ventas, llegando en ocasiones a acuerdos de venta con grandes superficies.

---

54 A título de ejemplo, ONO ofrece acceso mediante banda ancha ONO 24H (3 Megas) por 29,95€ para clientes con teléfono ONO o cuota mensual de 35,90€ en contratación individual y con precio de alta de 45,90€ y precio de instalación 60,90€ (ambos gratis con promoción). AUNA TLC ofrece servicios de acceso a Internet con 1 mega y 2 megas por una cuota mensual de 39,9€ y 42€ respectivamente (con cuotas de alta e instalación de 60€ cada una).

55 Ambas modalidades de prestación del servicio (cable y satélite) incluyen actualmente el pago por visión, en el caso del cable porque dispone de capacidad suficiente para la vía de retorno, mientras que del satélite (unidireccional) la vía de retorno se facilita por Sogecable a través de la línea de teléfono.

56 En virtud de la condición decimoctava del Acuerdo de Consejo de Ministros relativo a la concentración Sogecable-Vía Digital, los precios que paga el abonado no pueden subir más allá de un límite fijado por la condición establecido en IPC-x. Adicionalmente, los precios han de ser iguales en todo el territorio español.

57 A título de ejemplo, se menciona que ONO ofrece “Televisión Oro” que permite acceder a más de 100 canales por el precio de 45,90 Euros más cuota de 18,90 €, siendo gratuita, en la actualidad, la cuota de instalación. También ofrece “Televisión Platinum” con más de 150 canales por 45,90 € más 33,90 € de cuota y la instalación gratis. El producto básico ofrecido por AUNA TLC se denomina “AUNA TV” y se obtiene por una cuota mensual de 18 € al mes, pudiéndose añadir canales Premium, mirador y bonos y televisión interactiva.

VI.6 Aspectos verticales

Como se ha señalado anteriormente, ONO está presente en el mercado ascendente de edición y comercialización de canales temáticos a través de Neocon y Factoría de Canales, que controla conjuntamente con Mediapro y Mediapark[58], respectivamente, y cuya producción se destina mayoritariamente a autoconsumo[59]. Sin embargo, de acuerdo con la CMT, la cuota de Mediapark es inferior al 8%[60], por detrás del 24,2% correspondiente a Sogecable.

Como demandante, ONO contrató en 2004 con más de […] operadores un total de […][61] canales no exclusivos. La facturación de ninguno de sus proveedores supera el [10-20]% del total de […] millones de euros facturado por el conjunto de proveedores a ONO. Su principal suministrador en términos de número de canales es […] ([…] canales) y en término de gasto es […] ([…] canales). Otros proveedores relevantes son […] con […] canales, […] con […] y […] con […].

Por su parte, la situación de AUNA TLC es similar: en 2004 contrató […] canales no exclusivos con más de […] proveedores siendo los principales […], […], […] y […].

Así, como consecuencia de la unión de ONO y AUNA TLC se une en un único operador la suma de sus abonados, de manera que obtiene un mayor poder de negociación como demandante en dicho mercado, en el que están presentes sociedades pertenecientes a importantes grupos empresariales, como las del Grupo Sogecable, Telefónica, Telecinco así como operadores extranjeros, como MTV, Turner y Lagardère, entre otros.

Dicho poder debería reflejarse también en la adquisición de derechos de retransmisión de contenidos *premium.*

VI.7 Barreras a la entrada – competencia potencial

Desde la entrada en vigor de la antigua Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, se liberalizó la prestación de servicios y el establecimiento y explotación de redes de telecomunicaciones. Por otra parte, la nueva Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones dispone un sistema de autorizaciones regladas para la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas mediante notificación a la CMT, en sustitución del sistema de licencias establecido en la normativa anterior.

Asimismo, las Directivas de la Unión Europea sobre redes y servicios de comunicaciones electrónicas propician un marco legal más homogéneo donde los operadores establecidos en un Estado Miembro de la UE pueden prestar sus servicios en otro Estado Miembro[62].

En todo caso, en cuanto a los servicios de acceso a la red telefónica pública, debe señalarse que el despliegue de redes alternativas entraña importantes costes hundidos. En este

---

58 Los canales producidos por Mediapark forman parte del negocio traspasado a Factoría de Canales, en la que Mediapark y ONO detentan control conjunto.

59 La producción de las compañías controladas por ONO, Neocon y Factoría de Canales se destina a autoconsumo en un […]% y un […]% respectivamente.

60 Neocon produce un único canal, por tanto su cuota en el conjunto del mercado es irrelevante.

61 Se ha descontado el canal Gran Vía de Sogecable, ya que según la notificante no se ha renovado el contrato y actualmente no se emite.

62 Por otra parte, el Cuarto Protocolo del Acuerdo General de Servicios de la Organización Mundial del Comercio establece un marco de apertura para los operadores de servicios de telecomunicaciones de los países miembros.

sentido, la regulación de los servicios de interconexión y la oferta de acceso al bucle de abonado ofrecen posibilidades alternativas a operadores que no disponen de red.

La notificante señala, sin embargo, que no existen tales barreras para la prestación del servicio de tráfico: el establecimiento del sistema de preselección de operador por parte del consumidor final, la regulación de los servicios de interconexión y la existencia de precios elevados en los servicios de llamadas de larga distancia, han permitido la entrada en el mercado de nuevos operadores.

Por otra parte, Telefónica está obligada a ofrecer el servicio de acceso indirecto al bucle del abonado GigADSL, lo que permite que terceros operadores puedan proveer dichos servicios, evitando los costes de la inversión inicial para configurar una red propia.

En el mercado de comunicaciones de empresa, en particular en el segmento de alquiler de circuitos, la CMT señala que, si bien no se identifican obstáculos legales, desde un punto de vista estructural los nuevos entrantes han de incurrir en unos costes hundidos muy elevados de manera que el equilibrio de la industria se organiza de modo natural alrededor de unas pocas empresas.

Por su parte, en relación con el mercado de la televisión de pago caben las siguientes consideraciones. La televisión vía satélite se encuentra liberalizada en España desde la entrada en vigor de la Ley 37/1995, de Telecomunicaciones por Satélite. Los operadores requieren sólo una autorización administrativa para operar. Por su parte, la televisión digital terrestre se presta en régimen de concesión administrativa por la escasez del espectro, pero actualmente no hay operadores activos en televisión de pago (tras la desaparición de Quiero TV). En relación con el cable, las posibilidades legales de acceso al mercado a nuevos operadores no están limitadas legalmente, si bien la efectividad de la liberalización depende del desarrollo y entrada en vigor del correspondiente reglamento que establezca las condiciones para la concesión de autorizaciones y las obligaciones de los titulares de las mismas.

Aunque no existan barreras legales, es indudable que las económicas derivadas de los importantes costes hundidos que comporta la entrada en el mercado y, consiguientemente, de la necesidad de contar con una escala (número de abonados) mínima eficiente, suponen límites reales a la entrada de nuevos operadores en el mercado de televisión de pago. No obstante, la barrera es claramente inferior para aquellos operadores que disponen de una red de difusión y pueden prestar este servicio conjuntamente con otros de telecomunicaciones (como es el caso de los operadores de cable y de telefonía fija hasta el momento y podría ser de operadores de comunicaciones electrónicas sobre otras tecnologías en el futuro). Adicionalmente, la entrada en el mercado exige el acceso a contenidos atractivos.

En el ámbito de la televisión de pago cabe señalar la reciente entrada de de Telefónica a través de la plataforma Imagenio, con oferta *triple play* basada en tecnología ADSL.

Asimismo hay que señalar, desde una perspectiva dinámica, el desarrollo de la televisión digital terrestre, que podría introducir potencialmente servicios interactivos competidores de los de los operadores de televisión de pago.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de AUNA TELECOMUNICACIONES, S.A.U. (AUNA TLC) por parte de GRUPO CORPORATIVO ONO (ONO).

VII.1 Posición en el mercado

Mediante la operación notificada se concentran los dos principales operadores titulares de redes de cable en España, hasta ahora presentes en diferentes demarcaciones geográficas. Ambos operadores prestan servicios de telecomunicaciones y de televisión de pago y sólo ONO, aunque con una presencia modesta, opera en el mercado ascendente de producción y comercialización de canales temáticos.

La cuota conjunta resultante de la operación es inferior al 16% en todos los mercados de telecomunicaciones considerados (servicios minoristas de telefonía fija, servicios de acceso a Internet, servicios de comunicaciones de empresa y servicios mayoristas de comunicaciones electrónicas, en el que la presencia de ONO es residual), con la excepción del segmento de comunicaciones corporativas en el que la cuota conjunta alcanza el 29,8%. Este es un segmento caracterizado por la inestabilidad de las cuotas de los operadores en la medida en que el negocio depende de la contratación con un número reducido de clientes.

En todos los **mercados de telecomunicaciones** considerados Telefónica es el operador principal, con cuotas que oscilan entre un máximo del 79% en telefonía básica fija y un mínimo del 55% en comunicaciones corporativas.

Asimismo, es preciso tomar en consideración que, como señala la CMT en el informe elaborado sobre esta operación, el porcentaje de líneas en servicio sobre el total de líneas instaladas es significativamente inferior en los operadores de cable en relación con Telefónica de España. La entidad resultante dispondría de unos 5,7 millones de hogares “pasados” y alrededor de 1,7 millones de abonados.

Esto se traduce en un importante incentivo por parte de los operadores de cable a competir para seguir captando clientes. En efecto, dado que las inversiones realizadas en los accesos instalados son costes hundidos y el coste marginal de poner en servicio un acceso instalado es muy reducido, los operadores de cable cuentan con un estímulo evidente a competir por atraer clientes que aporten beneficios que contribuyan a amortizar tales costes hundidos.

Igualmente, la cuota de la entidad resultante en el **mercado de televisión de pago** se acerca al 25% por número de abonados pero, a pesar de la tendencia creciente registrada en los últimos años, sigue estando a gran distancia del líder, Sogecable, que registra una cuota cercana al 65% en términos abonados.

En cuanto a los posibles efectos unilaterales, como consecuencia de la operación notificada no desaparece una presión competitiva importante en este mercado ya que las posibilidades de ONO y AUNA de ganar nuevos clientes se centran en los ámbitos en que tienen redes desplegadas y el despliegue territorial de sus respectivas redes de cable sólo coincide en Elche y Alicante.

Es indudable que sí desaparece una cierta competencia “referencial” en tanto en cuanto se trata de los dos principales operadores de cable con ofertas comparables del *triple play*. No obstante, dadas las cuotas en sus respectivos mercados de producto y la existencia en todas ellas de operadores con un peso muy superior, no cabe esperar que la operación puede resultar en un deterioro de la competencia efectiva por la desaparición de un referente para el consumidor a la hora de comparar precios y servicios.

Finalmente, en cuanto a los efectos conglomerado, la posición en el mercado de la entidad resultante está vinculada a la estrategia de empaquetamiento de servicios de telefonía fija, acceso

a Internet y televisión de pago, característica de los operadores de cable. Si se alcanzara una posición de dominio en el mercado de alguno de los servicios pudiendo así transferir beneficios entre unos y otros mercados relacionados o si la estrategia de empaquetamiento no fuese replicable cabría valorar la posibilidad de amenazas para la competencia efectiva en tales mercados.

Sin embargo, como ya se ha apuntado, las cuotas de la entidad resultante están muy alejadas de una hipotética posición de dominio en cualquiera de los mercados analizados. Además, el operador líder en telefonía fija, Telefónica, ya está comercializando servicios empaquetados de características similares incorporando televisión de pago mediante el proyecto Imagenio.

VII.2 Aspectos verticales

Por otra parte, en relación con las implicaciones verticales de la operación en el ámbito audiovisual cabe señalar que sólo ONO está presente en el mercado ascendente de edición y comercialización de canales temáticos, con una cuota inferior al 8% en términos de canales.

Así, dada la naturaleza y posición de las partes, no es previsible que la operación notificada propicie una situación de dependencia por parte de competidor alguno respecto de la entidad resultante para el acceso a canales temáticos que ofrecer en su parrilla de programación.

Además, dada la escasa presencia de ONO como oferente de canales que, en todo caso, dedica en su mayor parte al autoconsumo, y dado que dicho autoconsumo supone una parte reducida de la parrilla de ONO, es previsible que terceros proveedores sigan suministrando una parte mayoritaria de los canales incorporados a la parrilla de la entidad resultante. No cabe esperar un deterioro de la competencia derivado de la posible reducción del número de canales demandados por la entidad resultante en relación con la suma de los actualmente demandados por ambas partes.

En este mismo terreno, la operación dará lugar a un operador con mayor poder de negociación del que disponían las partes individualmente en los mercados ascendentes de edición y comercialización de canales temáticos y de derechos de emisión de contenidos *premium* frente a oferentes de contenidos. No obstante, ello tampoco debería resultar en un deterioro de la competencia efectiva teniendo en cuenta la reducida participación relativa en la demanda de partida, la existencia de otros operadores de televisión con un poder de negociación comparable y, sobre todo, la presencia de importantes grupos nacionales e internacionales, algunos también integrados verticalmente, en la oferta de estos mercados ascendentes de contenidos.

VII.3 Conclusión

A la luz de las consideraciones anteriores, no cabe considerar que la operación de referencia pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado español.

Esta conclusión es consistente con la manifestada por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el informe evacuado a petición del Servicio de Defensa de la Competencia. La CMT estima que la operación no parece reducir el nivel de competencia en los mercados puesto que no disminuyen las posibilidades de elección de los consumidores ya que las redes de las partes no se superponen. La CMT añade que, dado el diferencial de cuotas con los principales operadores en los distintos mercados, la empresa resultante está lejos de disfrutar de una posición tal que le permita comportarse de manera independiente de sus competidores,

proveedores o consumidores. Así, la CMT concluye que no percibe indicios de que la operación pueda tener efectos anticompetitivos.

VIII.- PROPUESTA

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

Todo ello sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa sectorial aplicable.