



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05076

ADOBE / MACROMEDIA

Con fecha 23 de agosto de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición de control exclusivo de la empresa MACROMEDIA, INC (en adelante "MACROMEDIA") por parte de la sociedad ADOBE SYSTEMS, INCORPORATED (en adelante "ADOBE").

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

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

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

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, con fecha 13 de septiembre de 2005, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente. El plazo para la contestación del requerimiento fue ampliado a petición de la notificante con fecha 23 de septiembre de 2005. La información requerida fue cumplimentada el 30 de septiembre de 2005. Con fecha 30 de septiembre y 14 y 21 de octubre el Servicio de Defensa de la competencia requirió del notificante nueva información de carácter necesario, que fue cumplimentada el 13 y el 18 de octubre y el 3 de noviembre de 2005, respectivamente.

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

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **10 de noviembre de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la adquisición por parte de ADOBE del control exclusivo sobre MACROMEDIA.

En virtud del Acuerdo y Plan de Fusión y Reorganización suscrito por las empresas partícipes el 17 de abril de 2005, ADOBE se compromete a adquirir la totalidad del capital social y el control exclusivo de MACROMEDIA, a través de su filial al 100% Avner Acquisition Sub, Inc.

Según la adquirente, una de las razones básicas de la operación es mejorar la capacidad de Adobe para competir con Microsoft. Microsoft trata de promover productos para el conjunto de actividades que conforman el flujo de trabajo de diseño y desarrollo de sitios (D+D Web) y de diseño e ilustración (D+I) ofreciendo un formato común y unificado para todas ellas. Las nuevas herramientas que desarrolla Microsoft son, según la notificante, competidoras directas de las de la entidad resultante de la operación.

Por separado, ni Adobe ni Macromedia cuentan con capacidad para dar soporte al flujo de trabajo D+D Web y D+I completo. Según la notificante, las herramientas de Adobe están dirigidas esencialmente a los diseñadores y carecen del grado de sofisticación requerido por los desarrolladores. Por su parte, Macromedia carece de herramientas para la creación de contenido con una difusión equiparable a las de Adobe.

Adicionalmente, la notificante señala que las nuevas herramientas de Microsoft cuentan con el atractivo adicional de que se integran en una gama de productos que son ampliamente utilizados y, en particular, con el sistema operativo dominante que esta empresa ofrece.

La operación también se ha notificado en Alemania, Portugal, Reino Unido, Brasil y Estados Unidos¹. Su ejecución está, por tanto, condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de estos países y de España².

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

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

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

III. EMPRESAS PARTÍCIPIES

III.1. ADOBE SYSTEMS INCORPORATED (“ADOBE”)

ADOBE es una sociedad domiciliada en los Estados Unidos, cuyos valores cotizan en el Nasdaq National Market. Ninguno de sus accionistas controla individual ni conjuntamente la sociedad.

¹ La operación fue notificada en mayo en EEUU y autorizada con fecha 13 de octubre de 2005.

² La operación se encuentra en la segunda fase del procedimiento de control de concentraciones en Alemania.

ADOBE dispone de 33 filiales en 19 países de Europa, América y Asia, entre ellas, ADOBE SYSTEMS IBÉRICA, S.L., domiciliada en España, que se dedica a la comercialización y distribución de las herramientas informáticas del grupo en España.

ADOBE fabrica una línea de herramientas lógicas para el funcionamiento de un sistema informático (“*software*”³ de sistema”⁴) y una línea de herramientas lógicas de aplicación (“*software* de aplicación”⁵). La adquirente ofrece dichas líneas de *software* y un conjunto de servicios relacionados para particulares, creativos profesionales⁶ y empresas.

En el área del *software* de aplicación ADOBE produce y comercializa los siguientes productos o aplicaciones⁷:

- *GoLive*: herramienta para para Diseño y Desarrollo de sitios *Web* (*software* D+D *Web*) empleada básicamente por diseñadores gráficos y artistas, normalmente para la reutilización de material impreso en la *Web*. Sus usuarios se centran más en el contenido gráfico que en las aplicaciones *Web*. Permite producir y mantener el contenido de una página *Web* sin utilizar lenguajes de programación complejos. Las ventas de *GoLive* en España como producto individual ascendieron a menos de [...] euros en 2004.
- *Illustrator*: herramienta para el diseño y la ilustración (D+I) basada en trazados vectoriales (imágenes que pueden ser reproducidas a distinta escala sin perder calidad). Se emplea para trabajos de arte gráfico con fines de impresión o uso en la *Web*.
- *Photoshop*: herramienta para creación de imágenes digitales (*software* ID) que permite diseñar con fotografías y mejorar la capacidad de edición de las imágenes para su impresión o publicación en una página *Web* u otros medios (por ejemplo, teléfonos móviles).
- *Acrobat*: herramienta para la transformación de documentos al formato PDF (Portable Document Format), inventado por Adobe⁸. El formato PDF es un estándar de amplia aceptación para la representación de documentos de forma independiente al *software* de aplicación, *hardware* y sistema operativo usados para crear el documento en cuestión⁹.

³ Software es un término genérico que designa el conjunto de programas o elementos lógicos de distinto tipo (sistema operativo y aplicaciones diversas) que hacen posible operar con el ordenador.

⁴ El software del sistema (sistema operativo, productos de servidor y otros) está formado por el conjunto de programas o elementos lógicos que administran los recursos del hardware o conjunto de elementos físicos del sistema informático (ordenadores, servidores, periféricos...).

⁵ El software de aplicación es el conjunto de programas que permiten al usuario realizar una tarea específica en la computadora (un determinado trabajo o proceso administrativo). Requiere del software de sistema para operar. Cabe citar como ejemplo el software para procesar un texto o para generar una hoja de cálculo. El software de aplicación suele venderse o licenciarse en copias idénticas que no pueden ser objeto de modificación sustancial por parte del usuario.

⁶ Los creativos profesionales comprenden diseñadores gráficos, artistas, ilustradores y otros profesionales que desarrollan contenidos gráficos complejos a través de algún software de aplicación.

⁷ Son aplicaciones cada uno de los programas que, una vez ejecutados, permiten trabajar con el ordenador. Son aplicaciones los procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos, programas de dibujo, paquetes estadísticos, etc.

⁸ La notificante señala que existe gran número de herramientas de software, algunas de ellas gratuitas, que pueden crear, modificar y ver formatos PDF.

⁹ PDF es un estándar abierto, es decir, cualquiera puede desarrollar aplicaciones que pueden leer y escribir en PDF sin tener que pagar canon alguno. Lo que no es gratuito es el programa para creación de documentos en PDF que Adobe comercializa.

- *InDesign*: herramienta para el diseño y la composición profesional para medios impresos como revistas o periódicos.
- *Creative Suite*: paquete integrado de herramientas para la creación de páginas *Web* dirigido a creativos profesionales. Permite modificar y mejorar imágenes digitales, crear contenidos gráficos, producir publicaciones de calidad para impresión, crear y mantener páginas *Web* dinámicas, crear contenido visual complejo para su utilización en terminales con conexión sin cable a Internet, así como compartir contenidos para su visualización en pantalla o su impresión. *GoLive* es un componente de *Creative Suite 2 premium*, si bien, según estudios de la notificante, sólo un [...] % de los usuarios de este paquete integrado utiliza ese producto regularmente.

Adicionalmente, la adquirente fabrica otras herramientas de aplicación en edición de documentos (*In Copy CS2*, *PageMaker* y *FrameMaker*), elaboración de gráficos (*SVG Viewer*, *After Effects*), contenidos audiovisuales (*Video Collection*, *Premiere Pro*, *Encore DVD*, *Audition* y *Premiere Elements*) e impresión (*Adobe Extreme* y *PostScript*).

Por último, en el ámbito de *software* de sistema, ADOBE produce herramientas dirigidas a administrar servidores (productos de servidor). Los productos comprendidos en esta categoría son *Acrobat Distiller Server*, *FrameMaker Server* y *Graphics Server*.

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

VOLUMEN DE VENTAS DE ADOBE (millones de Euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	1.231,3	1.144,8	1.339,7
Unión Europea	>240	>240	>240
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación

III.2. MACROMEDIA INC (“MACROMEDIA”)

MACROMEDIA es una sociedad domiciliada en los Estados Unidos cuyas acciones cotizan en el Nasdaq National Market. Ninguno de sus accionistas ejerce individual o conjuntamente control sobre MACROMEDIA.

MACROMEDIA dispone de 30 filiales en 20 países de América, Europa y Asia, incluida una filial en España, MACROMEDIA SOFTWARE, S.A., activa en la comercialización y distribución de los productos de su grupo.

La adquirida suministra *software* dirigido a diseñadores, desarrolladores y otros usuarios para la creación de páginas *Web* y otras actividades relacionadas con Internet.

En todo caso, MACROMEDIA centra su negocio en el área del *software* para desarrollo de sitios *Web* y, en particular:

- *Dreamweaver*: herramienta de diseño y desarrollo de sitios *Web* (D+D *Web*) suficientemente avanzada como para permitir a los desarrolladores profesionales la creación de una amplia gama de soluciones para el comercio *online*, servicios de atención al cliente, contenidos educativos *online* y, en general, diseño profesional para la creación de gráficos interactivos para páginas *Web*. El [...] % de las unidades vendidas corresponden a ventas en formato individual y el [...] % a ventas en paquetes integrados.
- *Fireworks*: herramienta profesional de diseño gráfico para la creación de imágenes digitales (ID) interactivas para uso en la *Web*. Se emplea casi exclusivamente en el desarrollo de páginas *Web* para la optimización de las imágenes más pequeñas y de fácil descarga. Sus funciones son más limitadas que *Photoshop*. Proporciona a los desarrolladores funcionalidades para la optimización de imágenes para uso en la *Web* que se visualizan mediante un explorador o con el *Macromedia Flash Player*.
- *Contribute*: editor visual simple para el mantenimiento de sitios *Web* por el usuario final.
- *Flash*: herramienta de animación para crear aplicaciones ricas en medios¹⁰ para Internet.
- *FlashPaper*: herramienta que transforma documentos a formato tanto PDF como SWF (también conocido por formato Flash). El formato SWF es de amplio uso en la transmisión de publicidad en la *Web* y en determinados tipos de páginas *Web*.
- *Studio 8*: Se trata de una nueva suite o paquete integrado de MACROMEDIA, lanzada el 13 de septiembre de 2005. Contiene los siguientes productos: Dreamweaver 8, Flash, Fireworks 8, Contribute 3 y FlashPaper 2.
- *Studio MX*: es un paquete integrado de aplicaciones para el desarrollo de páginas *Web*. Integra los siguientes productos: Dreamweaver MX, Flash MX, Macromedia Fireworks MX, FreeHand MX y Coldfusion MX.

Adicionalmente, la adquirida ofrece una gama amplia de aplicaciones orientadas a Internet, entre ellos un editor de HTML¹¹ (*Homesite*), un programador de creación multimedia (*Director*) y un dispositivo para la creación de demos interactivas (*Captivate*). Por último, dentro del segmento de dibujo e ilustración (D+I), MACROMEDIA comercializa *FreeHand*.

Por último, en el ámbito de *software* de sistema, MACROMEDIA fabrica los siguientes productos de servidor: *FlashCast*, *Breeze*, *Flex*, *Coldfusion*, *Jrun* y *Flash Communication Server*.

¹⁰ Las aplicaciones para Internet ricas en medios combinan recursos de animación, audio y video, de modo que permiten la creación de contenidos dinámicos para Internet.

¹¹ HTML (HyperText Markup Language) es el lenguaje estándar para describir el contenido y la apariencia de las páginas *Web*.

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

VOLUMEN DE VENTAS DE MACROMEDIA (millones de Euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	340,2	315,3	347,3
Unión Europea	<240	<240	<240
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

La operación notificada se enmarca en el ámbito del desarrollo y la comercialización de productos de *software* y servicios relacionados.

En atención a su uso, la Comisión¹² no considera sustitutivos los productos de *software* de sistema y de *software* de aplicación.

En el ámbito del *software* de sistema, tanto ADOBE como MACROMEDIA comercializan productos de servidor, si bien su presencia en este segmento es muy reducida¹³.

Dentro del *software* de aplicación, la Comisión Europea distingue entre (i) *software* de gestión y de negocio; (ii) aplicaciones estándar (que pueden ser adaptadas a las necesidades particulares de un cliente); (iii) aplicaciones para educación y formación; (iv) aplicaciones para almacenamiento de datos; y (v) aplicaciones para automatización industrial.

Ambas partes ofrecen aplicaciones estándar para el diseño y desarrollo de páginas *Web* (D+D *Web*), diseño e ilustración (D+I), imagen digital (ID) y tecnología de documentos (TD) y prestan servicios relacionados con sus aplicaciones.

En el ámbito del *software* para creación de imagen digital (ID), Adobe comercializa *Photoshop* en una amplia gama de sectores ligados o no a Internet. *Photoshop* permite editar, manipular y optimizar imágenes. Según la notificante se trata del producto de referencia de la industria para la mayoría de los profesionales del diseño de impresión y de la imagen. Por su parte, *Macromedia Fireworks* se usa casi exclusivamente en la optimización de imágenes pequeñas y de fácil descarga en el desarrollo de sitios *Web*, siendo sus funcionalidades mucho más limitadas que las de *Photoshop* y su precio en Europa tres veces inferior. Por ello, la notificante estima que uno y otro producto no compiten entre sí.

En el segmento de la Tecnología de Documentos, Adobe comercializa *Acrobat* que permite crear documentos en el estándar abierto PDF. Macromedia, por su parte, comercializa

¹² Asuntos M.2365 SCHLUMBERGER/SEMA, de 5 de abril de 2001 y M.2024 INVENSYS/BAAN, de 7 de julio de 2000.

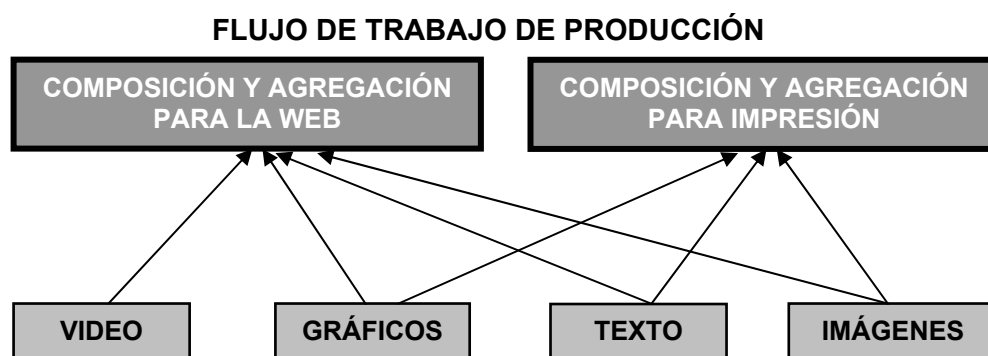
¹³ La cuota de mercado conjunta de las empresas partícipes a nivel mundial estaría en ambos casos por debajo del 1%, frente a operadores destacados como SAP y Oracle.

FlashPaper que permite convertir documentos al formato *Flash* (o SWF) y al formato PDF. *FlashPaper* tiene funcionalidades mas limitadas que *Acrobat* y carece de capacidad de edición. Adicionalmente, *Flashpaper* se usa en el ámbito del desarrollo de sitios *Web* y para mejorar la impresión en formato SWF, mientras que *Acrobat* es una herramienta general de portabilidad de documentos. Adicionalmente, el precio de *Acrobat Professional* es de unos 650€ mientras que el de *Flashpaper* ronda los 80. Por tanto, la notificante estima que ambos productos no compiten entre sí.

Adicionalmente, ADOBE y MACROMEDIA ofrecen determinados servicios de mantenimiento y soporte del producto, y servicios técnicos y de formación a sus respectivos clientes. La prestación de tales servicios supone para ADOBE el [<5]% y para MACROMEDIA menos del 10% de su cifra de negocios. Ninguna de las partes presta servicios relacionados con *software* desarrollado por terceros.

Por otra parte, ambas partes también desarrollan aplicaciones estándar en los ámbitos del diseño y desarrollo de sitios *Web* (*D+D Web*)¹⁴, y en el de herramientas de dibujo e ilustración (*D+I*)¹⁵.

Los usuarios de *software* para Diseño y Desarrollo de sitios *Web* (*software D+D Web*) y para Dibujo e Ilustración (*D+I*) combinan diversas aplicaciones para la creación y tratamiento de vídeos, texto, gráficos e imágenes para su integración y composición en páginas *Web* o medios impresos. El flujo de trabajo de la producción e integración de estos contenidos se recoge en el diagrama siguiente:



Las distintas herramientas que se emplean en este flujo de trabajo tradicionalmente se han venido comercializando de forma individualizada. De esta forma es frecuente que los diseñadores y los desarrolladores (programadores) de sitios *Web* utilicen herramientas de distintos

¹⁴ En la pagina 10 del Informe Anual de Macromedia se dice: “El mercado de aplicaciones para el desarrollo de páginas web es muy competitivo. Si bien creemos que somos una empresa líder en el mercado de herramientas para el desarrollo de páginas web profesionales, nos enfrentamos a la competencia de Adobe GoLive, así como a la competencia de productos de gama media, como FrontPage de Microsoft.”(Traducción del SDC).

Por su parte, el Informe Anual de Adobe señala: “La demanda de productos de diseño para las páginas web evoluciona de manera constante y es altamente volátil. Creemos que Adobe GoLive se enfrenta a la competencia directa e indirecta de aplicaciones para diseño de páginas web de empresas como Arbortext, Bare Bones Software, Macromedia y Microsoft.”(Traducción del SDC)

¹⁵ En la página 17 del Informe Anual de Adobe se dice: “Nuestro producto Adobe Illustrator se enfrenta a la competencia de empresas como Alias, Corel, Deneba, Macromedia y Mediascape. [...]”. (Traducción del SDC).

productores, lo que obliga a realizar la conversión entre diferentes aplicaciones y formatos dirigidos a un tipo de trabajo o a otro.

Sin embargo, se observa una tendencia¹⁶ hacia la integración de productos que permite ofrecer a los usuarios plena compatibilidad entre distintas herramientas y eliminar la necesidad de conversión alguna. De esta forma, los productos se comercializan en la actualidad de manera independiente y en paquetes integrados o suites. Así, es procedente considerar si las suites de las partes forman o no parte de un único mercado de paquetes integrados.

De esta forma, resulta oportuno analizar la posible delimitación de los siguientes mercados de producto :

a) Mercado de herramientas de desarrollo y diseño de páginas Web (D+D Web).

Este mercado comprende el conjunto de herramientas diseñadas para la configuración de la arquitectura y la administración y mantenimiento del contenido de páginas *Web*. Estas herramientas son empleadas por distintos colectivos:

- Usuarios básicos (domésticos, profesionales y asalariados) que añaden contenidos a páginas *Web* como parte de sus actividades diarias.
- Diseñadores tradicionales, que trabajan con contenidos gráficos, impresiones y/o publicaciones. Con frecuencia se les pide que reelaboren sus contenidos para la *Web*, si bien ésta no es su tarea principal.
- Diseñadores de páginas *Web*, que se dedican profesionalmente a esta actividad. Muchos de ellos tienen experiencia en diseño tradicional.
- Desarrolladores profesionales (programadores) que escriben *software*, incluyendo los desarrollos que permiten añadir funcionalidades dinámicas a páginas *Web*.

La notificante incluye dentro de este mercado productos como los desarrollados por las Partes: *GoLive* de Adobe y *Dreamweaver* de Macromedia.

- *GoLive* es una herramienta para para Diseño y Desarrollo de sitios *Web* (*software* D+D *Web*) empleada básicamente por diseñadores gráficos y artistas, normalmente para la reutilización de material impreso en la *Web*. Sus usuarios se centran más en el contenido gráfico que en las aplicaciones *Web*. Permite producir y mantener el contenido de una página *Web* sin utilizar lenguajes de programación complejos.
- *Dreamweaver* es una herramienta más orientada a desarrolladores y diseñadores de páginas *Web* y permite obtener soluciones más complejas. Así, permite desarrollar aplicaciones de páginas *Web* con las tecnologías de Páginas de Servidor Activas¹⁷ (ASP) y Páginas de Servidor Java (JSP)¹⁸ que no están disponibles en las versiones más recientes de *ADOBE GoLive*.

¹⁶ La operación notificada o, de acuerdo con la notificación, los productos que está desarrollando Microsoft ilustran esta tendencia.

¹⁷ ASP es una tecnología de Microsoft que permite los diseñadores de páginas *Web* introducir en éstas contenidos dinámicos e interactivos.

¹⁸ JSP es una tecnología de Sun Microsystems que permite la generación dinámica de páginas *Web* y simplifica el proceso de desarrollo de aplicaciones basadas en la *Web*.

La notificante considera a Microsoft como el principal competidor de la entidad resultante de la operación mediante *FrontPage*: se trata de una aplicación tradicionalmente posicionada en un segmento técnicamente menos sofisticado que Dreamweaver. Está diseñado para ser utilizado por cualquier usuario no profesional, y por profesionales que pretendan crear páginas *Web* sencillas. Sin embargo, FrontPage 2003 incorporó cambios significativos respecto a versiones anteriores que lo hacen más adecuado para profesionales.

Además, Microsoft ha lanzado recientemente¹⁹ *Visual Studio 2005 Standard Edition* y *Visual Web Developer 2005 Express Edition* orientados al segmento técnicamente más sofisticado del mercado.

Por último, Microsoft lanzará próximamente, dentro de la familia Expression una nueva aplicación, denominada con el código provisional *Quartz*, orientada a diseñadores y desarrolladores de sitios *Web*.

En suma, las aplicaciones D+D *Web* abarcan un conjunto de productos con diferentes rasgos y aplicaciones que se dirigen a diferentes usuarios en función de la dificultad de la página o *Web* que se debe crear y de la capacidad técnica del usuario, si bien no hay una correspondencia perfecta entre el tipo de usuario y el producto preferido, por lo que cabe considerar un único mercado que comprende, básicamente productos como los señalados²⁰.

b) Mercado de herramientas de diseño e ilustración.

El *software* de diseño e ilustración comprende un conjunto de aplicaciones que permiten, esencialmente, la creación de contenidos para medios impresos, imágenes en red, material gráfico y animaciones.

Las ilustraciones pueden basarse en dos tecnologías diferentes: la tecnología de vectores, que permite modificar la escala sin merma de calidad, y la tecnología de píxeles²¹ particularmente adecuada para ciertos efectos visuales

En este mercado compiten los productos de las Partes, *Illustrator* de ADOBE y *FreeHand* de MACROMEDIA, herramientas basadas en vectores que se emplean tanto para publicaciones impresas como para la *Web*. En todo caso, Macromedia no ha lanzado una nueva versión de Freehand desde 2003.

Estos productos compiten con otros como CorelDraw y, en un futuro cercano, con la herramienta Acrylic (denominación aún provisional) perteneciente a la gama Expression de Microsoft.

c) Mercado de paquetes de herramientas o “suites” para el diseño web

En el mercado existen, básicamente, dos paquetes o suites orientadas a creativos profesionales que incorporan distintas herramientas susceptibles de ser empleadas en la creación

¹⁹ Por tanto no figura en las cuotas de 2004

²⁰ Por otra parte, otras herramientas como el software libre (por ejemplo yahoo sitebuilder), el de código abierto o las herramientas de codificación manuales de bajo coste pueden constituir, en algunos casos, alternativas viables para ciertos usuarios y ejercen, por tanto, cierta presión competitiva.

²¹ Un píxel (Picture Element) es un punto, y actúa como la unidad de medida para expresar la capacidad de la pantalla de un monitor. En la pantalla cada imagen es el resultado de la luminiscencia de una determinada configuración y cantidad de estos puntos.

y mantenimiento de páginas Web. Ambos paquetes son producidos por las partes, de forma que si se definiera un mercado de estas características, su cuota sería del 100%

- ADOBE comercializa *Creative Suite 2* que contiene *Photoshop*, *Illustrator*, *Indesign*, *GoLive* y *Acrobat Professional*. Adicionalmente *Creative Suite* incorpora otros dos productos que no pueden ser adquiridos de manera individual: *Versión Cue* y *Bridge*²². *Creative Suite* se comercializa en versión estándar y *premium*, siendo únicamente ésta la que incorpora *GoLive* y *Acrobat*.
- Por su parte, MACROMEDIA comercializa *Studio 8*²³, que incluye: *Dreamweaver 8*, *Flash*, *Fireworks 8*, *Contribute 3* y *FlashPaper 2*. *Studio 8*, en su última versión, no incluye la aplicación D+I *Freehand*.

Las suites son percibidas por los usuarios como un producto con un valor añadido más allá de la mera suma de las herramientas que las componen. Se trata de productos nuevos y no de meras adiciones de los productos que las componen²⁴. Además, existe cierta migración por parte de los usuarios desde productos individuales a paquetes de herramientas²⁵. Por último, existe la posibilidad por parte del usuario de complementar la suite de un proveedor con herramientas individuales de otro para aplicaciones específicas.

Sin embargo, la notificante estima que los paquetes de las partes no compiten entre sí, de forma que sus actividades no serían coincidentes en un mismo mercado de suites. En efecto, no todos los usuarios de un paquete utilizan con la misma frecuencia las herramientas que la integran, por lo que las ventas de los paquetes no reflejarían el uso real que los usuarios hacen de los productos individuales²⁶. En este sentido, cabe señalar la decisión de MACROMEDIA de excluir *FreeHand* de su última versión de *Studio*, debido a que sus clientes no percibían *FreeHand* como una aplicación principal del paquete.

²² VERSIÓN CUE es un software para la gestión y administración avanzada de archivos y BRIDGE es el nuevo centro de control de navegación para el software Adobe Creative Suite 2 y sus componentes. Permite organizar, explorar, localizar y ver en poco tiempo los archivos que el usuario necesita, mediante previsualizaciones gráficas

²³ *Freehand*, que estaba incluida en anteriores versiones de *Studio*, ya no se incluye en esta última.

²⁴ En el Asunto M.3216 ORACLE/PEOPLESOFT, de 26 de octubre de 2004, donde las partes estaban presentes en el segmento de software de aplicación para empresa ("enterprise application software"), en concreto en los productos de software para la gestión de recursos financieros y para recursos humanos, la Comisión Europea sostiene que los productores de dicho software pueden dividirse entre aquéllos que comercializan el software en suites ("suites suppliers"), y aquéllos que comercializan una herramienta concreta y puntual ("best of breed suppliers"). En dicho mercado se observó que ambos proveedores no competían entre sí, puesto que un número significativo de consumidores que adquirirían una aplicación puntual de un proveedor (para una tarea especialmente sofisticada o un uso muy particular) adquirirían simultáneamente una suite de otro proveedor. En consecuencia, en el análisis del mercado, la Comisión excluyó a los proveedores de herramientas puntuales como competidores.

²⁵ En el informe anual de 2004 de ADOBE, se señala que durante ese ejercicio muchos de sus usuarios decidieron migrar desde los productos individuales hacia el paquete integrado de productos, *Creative Suite*. Esto ha supuesto que el peso de los ingresos del segmento para "profesionales creativos" se haya incrementado, perdiendo peso otros segmentos como el de "imagen digital y vídeo". Las previsiones de ADOBE para el año 2005 son de continuidad de esta tendencia. En consecuencia, ADOBE, pretende potenciar el uso de *Creative Suite* buscando una mejor integración entre herramientas para fomentar este flujo desde los productos individuales hacia la suite.

²⁶ Así, la notificante estima que el [...] % de los compradores de *Creative Suite* utiliza regularmente *Illustrator*, y sólo el [...] % emplea regularmente *GoLive*. En relación con la suite de MACROMEDIA, sólo el [...] % de los usuarios de *Studio* utilizaba regularmente *Freehand* (aplicación que no se incluye en la última versión de esta suite), mientras que *Dreamweaver* es utilizado por más del [...] %.

Por otra parte, el 14 de septiembre de 2005 Microsoft presentó *Expression*, una nueva familia de herramientas para la *Web*. La nueva familia de productos *Expression* de Microsoft combina características clave de productos de Adobe y Macromedia. Estará integrada según la notificante por tres componentes que, a la espera de su nombre comercial, se denominan con los siguientes códigos: *Quartz*, la herramienta D+D *Web*; *Acrylic*, la herramienta de gráficos dirigida al mercado D+I y al de la imagen digital; y *Sparkle*, la herramienta para el diseño de interfaces de usuario para contenido multimedia y desarrollo de aplicaciones.

Así, la estrategia de Microsoft se orientaría a la promoción de un flujo de trabajo de desarrollo de contenido que permitirá al diseñador la creación de imágenes, gráficos, e interfaces de usuario interactivas, trasladar este contenido a herramientas de creación de *Web* dirigidas a dichos diseñadores y, en su caso, entregar de un modo integrado el contenido creado a un desarrollador profesional (programador), empleando en todo el proceso herramientas desarrolladas por la propia Microsoft. La integración de todas las herramientas que se emplean en este flujo de trabajo es también el objetivo, que según la notificante, persigue la operación notificada.

El siguiente cuadro muestra las similitudes entre los paquetes de las empresas partícipes y la nueva familia de productos de Microsoft:

Herramientas	Studio 8 de Macromedia	Creative Suite 2 Premium de Adobe	Expression de Microsoft
Desarrollo y diseño de páginas <i>Web</i>	Dreamweaver	GoLive	Quartz
Diseño e ilustración	--*	Illustrator	Acrylic Graphic Designer
Imagen digital	Fireworks	Photoshop	Acrylic Graphic Designer
Tecnología de documentos	Flash Paper	Acrobat	---
Animación para la <i>Web</i>	Flash	---**	Sparkle Interactive Designer

* FreeHand ya no se comercializa en la última versión de Studio, aunque sí como producto independiente. No se actualiza desde 2003.

** Las inversiones en I+D para el desarrollo de la próxima versión de GoLive, GoLive CS3 se centrarán, entre otras mejoras, en añadir soporte para contenido dinámico.

Dada la relevancia que la gama *Expression* de Microsoft podría tener en la estructura de este mercado, este Servicio estima que es precisa una aproximación dinámica, puesto que la consideración del mercado en su configuración actual no recoge la posición competitiva de las partes y de sus competidores.

En conclusión este Servicio considera que la existencia de un mercado de estas características puede dejarse abierta ya que la valoración de la operación no está ligada a la existencia o no del mismo.

d) Conclusiones

A la luz de las consideraciones anteriores este Servicio analizará la incidencia de la operación notificada, en línea con lo propuesto por la notificante, en los mercados de herramientas de desarrollo y diseño de páginas *Web* y de herramientas de diseño e ilustración.

IV.2. Mercado geográfico

Las partes, sobre la base de precedentes comunitarios, señalan que el **mercado geográfico** para el *software* tiene una dimensión mundial. En efecto, las condiciones de competencia son esencialmente las mismas en todo el mundo y los principales productores de *software* operan a nivel mundial. No existen restricciones a la importación, ni costes de transporte, ni diferencias en las exigencias técnicas sustanciales que permitan segmentaciones geográficas del mercado. Las diferencias lingüísticas se salvan mediante la adaptación de la presentación de los productos y, en todo caso, las especificidades lingüísticas se ven superadas por el dominio del inglés como lenguaje de uso extendido en la informática²⁷.

Por su parte, la Comisión Europea ha señalado en distintos precedentes que los mercados de *software* abarcan al menos el EEE²⁸, siendo posible que tengan una dimensión mundial²⁹.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

Es relativamente común en la industria que los desarrolladores de *software* tengan acuerdos de colaboración que se limitan generalmente a proyectos específicos que buscan la compatibilidad de productos, promover la adopción de éstos o facilitar su distribución.

Adobe y Macromedia tienen acuerdos de desarrollo de *software* con Microsoft, propietaria del entorno operativo Windows, y con Apple, propietaria del entorno operativo MAC OS X TIGER. Tales acuerdos pretenden asegurar que las herramientas desarrolladas por las Partes sean compatibles y funcionen adecuadamente en dichos entornos operativos.

Microsoft cuenta con el entorno operativo dominante (Windows) y, según la notificante, con el 90% del lado de cliente de reproducción en la Web con *Internet Explorer*. Además, Microsoft está mejorando su gama de herramientas para la creación de contenidos (D+D Web, D+I e ID) con herramientas recién lanzadas en 2005 y otras que tiene previsto lanzar en breve (Expression).

Además Microsoft lanzará en 2006 el nuevo entorno operativo *Vista* que mejorará la integración de la familia Expression con otras herramientas de Microsoft y que podría permitirle apuntar a las plataformas tecnológicas básicas de Adobe y Macromedia, es decir, a los formatos PDF (*Acrobat*) y SWF (*Flash*)³⁰.

²⁷ No obstante, de acuerdo con la notificante, las partes han observado que un número significativo de clientes españoles prefieren productos adaptados a las especificidades lingüísticas locales. Por esta razón, MACROMEDIA ha ofrecido desde el principio en España un producto de D+I en español.

²⁸ Véase los asuntos M.2365 SCHLUMBERGER/SEMA, de 5 de abril de 2001, M.3866 SUN/STORAGETEK, de 26 de agosto de 2005, M.2609 HP/COMPAQ, de 31 de enero de 2002 y M.3697 SYMANTEC/VERITAS, de 15 de marzo de 2005.

²⁹ Véase M.3216 ORACLE/PEOPLESOFT, de 26 de octubre de 2004.

³⁰ Microsoft podría incluir en el nuevo entorno la tecnología XAML, un lenguaje de marca propio y exclusivo, que pretende sustituir los estándares de aplicaciones Web como HTML y SWF (Macromedia). Esta tecnología proporcionará también la base del formato XPS de Microsoft, un formato de documento electrónico portable para impresión, colaboración y archivo, competidor directo del estándar PDF. Según la notificante, en el futuro los documentos creados con las principales aplicaciones de Microsoft serán automáticamente documentos con formato XPS. Microsoft podrá emplear su sistema operativo para que incluya la opción “guardar como” documento XPS. Los competidores dependerán de la información de acceso que Microsoft proporcione sobre las interfaces de su nuevo sistema operativo para ser capaces o no de crear aplicaciones *Vista* que presenten la opción de “guardar como” un formato competidor.

V.1. Estructura de la oferta

Mercado de software de desarrollo y diseño de páginas web. ³¹

Macromedia es el primer operador del mercado mundial de *software* de desarrollo y diseño de páginas *Web*, con una cuota del [30-40]%, seguida de Microsoft³² ([20-30]%) y , a gran distancia, de Adobe ([0-10]%), Net Objects y una serie de desarrolladores de *software* japoneses bajo la denominación de Japan Only Tools. Además de las empresas mencionadas, algunas compañías que suministran *software* de código abierto³³, y *software* gratuito (*Yahoo Sitebuilder*, por ejemplo) cuya presencia en el mercado no ha sido estimada por la notificante.

Con la operación Adobe asume y consolida la condición de primer operador de la adquirida, tal y como refleja el cuadro siguiente:

MERCADO MUNDIAL DE SOFTWARE DE DESARROLLO Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB						
	2002		2003		2004	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Adobe	---	---		[0-10]	[...]	[0-10]
Macromedia	---	---	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
Acumulada	---	---	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]
Microsoft	---	---	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Net Objects	---	---	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Japan Only Tools	---	---	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
TOTAL MUNDO	---	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: notificación

La estructura de la oferta en el mercado europeo, es similar a la observada a nivel mundial, si bien la posición de las partes es aún más fuerte. Así, la entidad resultante dispone de una cuota del [70-80]%, de la que [0-10] puntos corresponden a la adquirente, a gran distancia de Microsoft ([20-30]%).

³¹ Las cuotas presentadas por la notificante para el mercado de software de desarrollo diseño de páginas *Web* y el mercado de diseño e ilustración han sido calculadas sobre la base de las ventas de los productos individuales.

³² Tal y como se ha señalado en el apartado V de este informe, la competencia de Microsoft proviene de su producto FrontPage, si bien hay que señalar que Microsoft podría competir también en el segmento más sofisticado de software DDW con su producto *Visual Studio 2005 Standard Edition* y *Visual Web Developer 2005 Express Edition*. Estos productos acaban de ser lanzados al mercado, por lo que no se incluyen en los datos disponibles para el cálculo de las cuotas de mercado.

³³ El software de código abierto es aquél cuyo código está disponible en unos términos de licencia que varían con respecto al uso que se vaya a hacer de ese código. Algunas empresas que suministran software de código abierto en el mercado de software DDW son: Mozilla Foundation (Nvu), SJ Namu Interactive (Namu) o Sun Microsystems (Java Studio Creator)

MERCADO EUROPEO DE SOFTWARE DE DESARROLLO Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB						
	2002		2003		2004	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Adobe	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Macromedia	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]
Acumulada	[...]	[70-80]	[...]	[60-70]	[...]	[70-80]
Microsoft	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Otros	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL EUROPA	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Contestación a requerimiento de información

En el mercado español³⁴ el líder es Microsoft ([70-80]%). MACROMEDIA es el segundo operador con una cuota del [20-30]%, que se reforzaría en un [0-10]%, manteniéndose a gran distancia del líder.

MERCADO ESPAÑOL DE SOFTWARE DE DESARROLLO Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB						
	2002		2003		2004	
	€	%	€	%	€	%
Adobe GoLive	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Macromedia Dreamweaver	[...]	[40-50]	[...]	[30-40]	[...]	[20-30]
Acumulada	[...]	[50-60]	[...]	[30-20]	[...]	[20-30]
Microsoft Frontpage	[...]	[40-50]	[...]	[60-70]	[...]	[70-80]
TOTAL ESPAÑA	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

No obstante, el próximo lanzamiento de Microsoft *Quartz Web Designer* por Microsoft podría suponer un cambio significativo en la estructura del mercado, de forma que las cuotas aquí recogidas no ilustren la verdadera posición competitiva de las partes. Esta nueva herramienta vendrá a completar la gama de productos de D+D Web ofrecida por Microsoft, junto con Visual Studio.NET (en el segmento sofisticado del mercado), con el que los productos de la familia Expression a la que pertenece Quartz son compatibles, y con FrontPage (en el segmento menos sofisticado).

La notificante señala que el grueso de la innovación de las partes se destina a [...]. Así, por ejemplo, de acuerdo con un estudio de mercado de Adobe de 2004 sólo un [...] % de los usuarios encuestados que no adquirirían actualizaciones de GoLive lo hacían porque se habían pasado a un producto de la competencia. De esta forma, [...], de acuerdo con la documentación aportada por la notificante.

³⁴ Equivalente a un 3% del mundial.

Mercado de software de diseño e ilustración

ADOBE es el líder mundial con una cuota del [70-80]% seguido de Macromedia ([10-20]%), Corel ([10-20]%) y ACD Systems³⁵. Así Adobe dispondrá, tras la operación, de una cuota del [80-90]%, desapareciendo su principal competidor.

MERCADO MUNDIAL DE SOFTWARE DE DISEÑO E ILUSTRACIÓN						
	2002		2003		2004	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Adobe	---	---	[...]	[60-70]	[...]	[70-80]
Macromedia	---	---	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Acumulada	---	---	[...]	[70-80]	[...]	[80-90]
Corel	---	---	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]
ACD Systems	---	---	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL MUNDO	---	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Contestación a requerimiento de información

En Europa, la cuota conjunta de las partes es del [50-60]% del que [20-30] puntos corresponden Macromedia. La cuota de Corel, el único competidor efectivo que permanecería tras la operación, es del [40-50]%.

MERCADO EUROPEO DE SOFTWARE DE DISEÑO E ILUSTRACIÓN						
	2002		2003		2004	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Adobe	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
Macromedia	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]
Acumulada	[...]	[50-60]	[...]	[40-50]	[...]	[50-60]
Corel	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]
TOTAL EUROPA	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Contestación a requerimiento de información

³⁵ Esta empresa de software libre compite en el mercado de herramientas software de diseño e ilustración con el producto Canvas.

El mercado español de herramientas de *software* de diseño e ilustración representa un 5,3% del mercado mundial. En España, Corel es el primer operador con una cuota del [50-60]%. La entidad resultante pasaría a ser el único competidor con una cuota del [40-50]%.

MERCADO ESPAÑOL DE SOFTWARE DE DISEÑO E ILUSTRACIÓN						
	2002		2003		2004	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Adobe	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Macromedia	[...]	[30-40]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Acumulada	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]
Corel	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]
TOTAL ESPAÑA	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Contestación a requerimiento de información

En conclusión, tanto en Europa como en España, la operación transformará la estructura de la oferta resultando en un duopolio, siendo la entidad resultante la empresa líder en Europa y segundo operador en España. En todo caso, la introducción en el mercado del producto de Microsoft *Acrylic Graphic Designer* podría modificar significativamente su estructura, de forma que, por similares razones a las señaladas en el análisis del mercado D+D *Web* las cuotas pueden no reflejar la posición competitiva de las partes.

Por último, según la notificante, la diferencia en las cuotas mundiales, europeas y españolas podría explicarse por variaciones en los patrones de consumo entre las distintas regiones³⁶.

V.2. Estructura de la demanda.

Los principales clientes de ADOBE en España para cada uno de los productos relevantes se recogen en la tabla siguiente:

PRINCIPALES CLIENTES DE ADOBE GoLive	
	% sobre ventas Adobe GoLive
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
PRINCIPALES CLIENTES DE ADOBE Illustrator	
	% sobre ventas Adobe Illustrator
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]

Fuente: notificación

³⁶ La notificante afirma que los consumidores del Sur de Europa son especialmente sensible al precio y, en consecuencia, tienen una mayor predisposición que los clientes de otras regiones para aceptar CorelDraw como una alternativa a los productos de las empresas partícipes.

Por su parte, los principales clientes de MACROMEDIA se detallan en el siguiente cuadro:

PRINCIPALES CLIENTES DE MACROMEDIA Dreamweaver	
	% sobre ventas Macromedia Dreamweaver
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
PRINCIPALES CLIENTES DE MACROMEDIA Freehand	
	% sobre ventas Macromedia Freehand
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]

Fuente: notificación

ADOBE distribuye sus productos a través de distintos canales de ventas, que incluyen distribuidores, minoristas, desarrolladores de software, integradores de sistemas, vendedores independientes de software y revendedores de valor añadido, así como a través de fabricantes de equipos originales, y clientes de hardware. Además, ADOBE comercializa también sus productos de manera directa, a través de su fuerza de ventas y de su página *Web*.

La adquirente ha desplegado una red de oficinas fuera de los EEUU, para la comercialización y suministro a consumidores finales en otros países³⁷.

Por lo que se refiere a la red de distribución de MACROMEDIA, ésta también vende sus productos a través de varios canales de distribución, entre ellos, distribuidores de software tradicionales, catálogos, revendedores de valor añadido, fabricantes de equipos originales, grandes superficies de hardware y software, minoristas y su página *Web* propia.

Es importante señalar que la notificante añade que Microsoft cuenta con una posición que le facilita el lanzamiento de cualquier producto mediante fórmulas de distribución diversas que ya ha empleado en el pasado y que le permiten ganar cuota de mercado con gran rapidez. Entre ellas destacan las siguientes: (i) descarga gratuita (como *Visual Web Developer*), (ii) distribución gratuita con el paquete de herramientas de productividad más popular en el mercado (en el pasado Microsoft ha incluido en *Office* su herramienta *FrontPage*, que compite directamente con *GoLive* y *DreamWeaver*), (iii) distribución de bajo coste a través del servicio de suscripción MSDN de Microsoft al que está abonado un grupo de desarrolladores sustancial, (iv) distribución a bajo coste a través de contratos de licencia (Microsoft distribuye habitualmente software para el mercado educativo con licencias especiales que comprenden el uso de *Office* en una plataforma Windows incluyendo, en ocasiones, productos como *Frontpage* de forma gratuita o a bajo coste), (v) incentivos de distribución de canal (dada la posición de Office, Microsoft puede influir sobre las decisiones de los distribuidores acerca de la promoción o posición en el punto de venta de otros de sus productos), (vi) actualizaciones del software de la base de usuarios de Windows XP (los denominados Service Pack para XP) que permitirán disponer de forma gratuita e inmediata a los usuarios de las funcionalidades de Vista que Microsoft estime oportuno (por ejemplo, el formato de documento de Microsoft competidor de PDF).

³⁷ En concreto, ADOBE tiene oficinas en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, La India, Irlanda, Italia, Japón, México, Holanda, Noruega, Portugal, Singapur, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza, Taiwan y Reino Unido.

V.3 Determinación de precios

Según la notificante, los precios se determinan sobre la base de diferentes estrategias de tarificación que dependen del cliente al que se dirige el producto en cuestión y del nivel de sofisticación de la herramienta.

Además, los precios de las distintas herramientas varían en función de su comercialización como producto individual o de su integración en suites. En efecto, los paquetes integrados se ofrecen a precios inferiores a los que resultarían de sumar los precios de cada uno de los productos que lo integran. Creative Suite 2 de ADOBE es la suite más cara, como también lo es su actualización.

En el ámbito del software D+D Web, según la notificante, la estrategia de Microsoft en el caso de *FrontPage* pasa por la ubicuidad por lo que estaría dispuesta a aceptar márgenes menores para conseguir un mayor uso de su producto. Por el contrario esta misma empresa ha posicionado su producto *Visual Studio* en el segmento más cualificado del mercado, siendo sus precios, en consonancia con la sofisticación del mismo, superiores. Por su parte, las herramientas de código abierto (*Webeditor*, de SJ Namu y *Net Object Fusion* de Website Pros) se ofrecen a precios muy inferiores.

En el mercado de software de diseño e ilustración, *ADOBE Illustrator* es el producto con el precio más elevado, seguido por Corel y por *MACROMEDIA FreeHand*. Sin embargo, el mayor precio de las actualizaciones de Corel, hace que su política de precios se acerque a la de ADOBE.

PRECIOS DE HERRAMIENTAS D+D WEB, D+I Y SUITES		
Desarrollo y diseño de páginas web	Unidad completa	Actualización
MACROMEDIA Dreamweaver	479	239
ADOBE GoLive	479	199
Microsoft FrontPage	288	147
Diseño e Ilustración	Unidad completa	Actualización
ADOBE Illustrator	649	249
MACROMEDIA FreeHand	449	115
Corel Draw Graphic Suite	599	299
Web Design	Unidad completa	Actualización
Creative Suite 2 (ADOBE)	1.399	529
Studio 8 (MACROMEDIA)	999	449
Expresión	No disponible	No disponible

Fuente: Contestación a requerimiento de información

V.4 Barreras a la entrada

La notificante sostiene que no existen barreras significativas ni físicas, ni legales ni tecnológicas en los mercados de software.

Sin embargo, esta industria se caracteriza por la presencia de costes hundidos derivados del desarrollo de productos y por la presencia de economías de escala. Los costes de las

primeras versiones de los productos de software son elevados, mientras que los costes de la duplicación de los programas y de su distribución son muy reducidos, constantes o incluso decrecientes.

Así, los gastos en I+D de ADOBE en los años 2002, 2003 y 2004 supusieron el [...], [...] y [...]%, respectivamente, de su facturación mundial. Por su parte, los gastos en I+D de MACROMEDIA, supusieron en dichos años, respectivamente, el [...], [...] y [...] de su facturación total³⁸. En conclusión, los recursos de los que gozan las grandes empresas del sector les permiten llevar a cabo grandes inversiones en I+D, lanzando nuevos productos y actualizándolos, de manera regular, lo que puede suponer una barrera a la entrada para empresas pequeñas que no se encuentran respaldadas por dichos recursos.

Por último, en un mercado crecientemente integrado de herramientas de software para el diseño de páginas Web, un nuevo entrante deberá hacerse con un abanico de aplicaciones tan extenso como sea posible a los de las empresas incumbentes (fundamentalmente MACROMEDIA, ADOBE y Microsoft). Esta circunstancia puede suponer una barrera a la entrada para competidores potenciales que no cuenten con la gama de productos precisa para ofrecer un paquete competitivo.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación analizada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre MACROMEDIA INC, por parte de ADOBE SYSTEMS INC. Las ventas de la adquirida en España ascienden a [<60 millones de euros].

Las partes son productoras de software con una presencia simultánea significativa únicamente en los mercados de herramientas para diseño y desarrollo de páginas Web y para diseño e ilustración. Las partes, además, comercializan los únicos paquetes integrados de herramientas para diseño Web o “suites” existentes en el mercado. Se trata, en todos los casos, de mercados de dimensión supranacional.

En el mercado de software para desarrollo y diseño de páginas Web, la cuota conjunta de las partes es del [40-50]% en el ámbito mundial y del [70-80]% en el europeo. Por su parte, su principal competidor, Microsoft, registra cuotas no superiores al [20-30]% en esos ámbitos geográficos, si bien en España su presencia alcanza el [70-80]% de las ventas.

Por su parte, Adobe es el principal operador del mercado mundial de software de diseño e ilustración con una cuota del [70-80]%, seguido de Macromedia ([10-20]%), Corel ([10-20]%) y ACD Systems³⁹. En el mercado europeo la cuota conjunta de las partes es del [50-60]%, frente al [40-50]% de Corel, y en España del [40-50]%, frente al [50-60]% de Corel. Debe señalarse que la herramienta comercializada por la adquirida en este mercado, *Freehand*, no se ha actualizado desde 2003, al contrario que las de otros competidores. De hecho, *Freehand* es un producto maduro que no forma parte del último paquete integrado de herramientas para diseño Web de Macromedia. Sólo se comercializa como producto independiente.

³⁸ ADOBE desarrolla la investigación en sus instalaciones de San José (California). Las actividades de desarrollo del producto son realizadas no sólo en esta sede sino también en las instalaciones de la compañía en Seattle (EEUU), Ottawa (Canadá), Noida (La India), Tokio (Japón) y Hamburgo (Alemania). Por su parte, la adquirida realiza la mayor parte de las actividades de I+D en EEUU.

³⁹ Esta empresa de software libre compite en el mercado de herramientas software de diseño e ilustración con el producto Canvas.

En todo caso, las cuotas de mercado no reflejan exactamente la posición competitiva de las partes. En efecto, Microsoft dispone de una gama de productos D+D *Web* y D+I que próximamente ampliará con la familia *Expression*. De acuerdo con la notificante, Microsoft está en disposición de ofrecer un conjunto completo de herramientas Web con un formato común y unificado. En particular, las nuevas herramientas que desarrolla Microsoft son competidoras directas de las de la entidad resultante de la operación. En definitiva, Microsoft está mejorando su gama de herramientas para la creación de contenidos (D+D *Web*, D+I e ID) con herramientas recién lanzadas u otras que tiene previsto lanzar en breve (*Expression*).

Por separado, ni Adobe ni Macromedia cuentan con capacidad para dar soporte al flujo de trabajo D+D *Web* y D+I completo. Según la notificante, las herramientas de Adobe están dirigidas esencialmente a los diseñadores y carecen del grado de sofisticación requerido por los desarrolladores. Por su parte, Macromedia carece de herramientas para la creación de contenido con una difusión equiparable a las de Adobe. La gama de Microsoft abarca un abanico de clientes más amplio que la de las partes.

Adicionalmente, la notificante señala que las nuevas herramientas de Microsoft cuentan con el atractivo adicional de que se integran en una gama de productos que son ampliamente utilizados como el paquete de herramientas de productividad Office, con el 90% del lado de cliente de reproducción en la *Web* (*Internet Explorer*) y, en particular, con el sistema operativo dominante que esta empresa ofrece (Windows).

Por último, la posición competitiva de Windows le facilita el lanzamiento de cualquier producto mediante fórmulas de distribución diversas que ya ha empleado en el pasado y que le permiten ganar cuota de mercado con gran rapidez.

De esta forma, la presión competitiva fundamental de las partes en el mercado procede de Microsoft. Así, no parece probable que, como consecuencia de la desaparición de un competidor, la entidad resultante pueda comportarse de forma independiente de Microsoft.

En particular, no parece previsible que la desaparición de Macromedia como competidor independiente resulte en una reducción del esfuerzo en I+D de la entidad resultante. Por una parte, de acuerdo con la información suministrada, las actividades de I+D de las partes parecen destinarse fundamentalmente a producir innovaciones que [...]. En efecto, la migración de usuarios entre herramientas de las partes es limitada. En consecuencia, no es probable que se vaya a producir una reducción del esfuerzo de innovación. Por otra parte, independientemente de lo vinculado que esté el esfuerzo de innovación de una parte a la estrategia de la otra, el desarrollo de la cartera de productos de Microsoft en el lado de creación de contenidos en la Web constituye un incentivo manifiesto a, por lo menos, no reducir el esfuerzo en I+D del que depende críticamente la evolución y aceptación de los productos de la entidad resultante.

Tampoco parece probable que como consecuencia de la operación aumente el riesgo de coordinación en el mercado. En efecto, la gama de productos de las partes es mucho más limitada que la de Microsoft, cuya implantación en distintos mercados de software, como se ha señalado, es muy destacada. Además, Microsoft está desarrollando productos que serán competidores directos de alguno de los más populares de las partes (el estándar PDF de Adobe, por ejemplo). Por otra parte, el volumen de ventas mundial de las partes es de 1.787M€ ([...]M€ en España) frente a los 36.835 de Microsoft. Las asimetrías entre ésta y el resto de competidores son considerables.



Desde el punto de vista de las barreras a la entrada, cabe señalar que se trata de una industria intensiva en I+D caracterizada por la presencia de economías de escala significativas. Adicionalmente, el éxito de las herramientas software está ligado a que éstas funcionen adecuadamente en entornos operativos que, básicamente, han sido desarrollados por competidores potenciales o efectivos en el mercado, como Microsoft y, en menor medida, Apple. Por último, existe una tendencia hacia la comercialización de las aplicaciones en forma de paquetes integrados, lo que dificulta el acceso de nuevos entrantes.

Sin embargo, estas barreras son fácilmente soslayables por operadores que, como Microsoft, pueden servirse de su posición en algunos mercados de software para entrar con ciertas garantías en otros en los que no están presentes como el de las herramientas para diseño e ilustración.

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

VII. 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.