II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 28 de junio de 2000

por la que una operación de concentración se declara incompatible con el mercado común y con el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo

(Asunto COMP/M.1741 — MCI WorldCom/Sprint)

[notificada con el número C(2000) 1693]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2003/790/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, y, en particular, su artículo 57,

Visto el Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo de 21 de diciembre de 1989 sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas [1], cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 1310/97 [2] y, en particular, el apartado 3 de su artículo 8,

Vista la decisión de la Comisión de 21 de febrero de 2000 de iniciar un procedimiento en este asunto,

Tras haber dado a las empresas afectadas la oportunidad de responder a las objeciones formuladas por la Comisión,

Visto el dictamen del Comité consultivo de concentraciones [3],

Considerando lo siguiente:

(1) El 11 de enero de 2000, la Comisión recibió una notificación de conformidad con el artículo 4 del Reglamento (CEE) nº 4064/89 sobre un proyecto de concentración, por la cual MCI WorldCom, Inc. («MCI WorldCom»), se fusionará, en el sentido de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 del Reglamento de concentraciones, con Sprint Corporation («Sprint») mediante un intercambio de acciones.

I. LAS PARTES

(2) Tanto MCI WorldCom como Sprint son empresas de comunicaciones a escala mundial. MCI WorldCom presta una amplia gama de servicios de telecomunicaciones a empresas y clientes particulares, especialmente comunicaciones locales, interurbanas e internacionales, tarjetas telefónicas, tarjetas de débito y servicios de Internet. Sprint presta en EE UU servicios de comunicaciones locales e interurbanas, comunicaciones móviles y servicios de Internet. Hasta la retirada de Sprint de su participación en GlobalOne, una empresa en participación con Deutsche Telekom y France Télécom, las actividades de Sprint en Europa se realizaron a través de GlobalOne.

[1] DO L 395 de 30.12.1989, p. 1; corrección de errores en el DO L 257 de 21.9.1990, p. 13.

[2] DO L 180 de 9.7.1997, p. 1; corrección de errores en el DO L 40 de 13.2.1998, p. 17.

[3] DO C 277 de 18.11.2003.

II. **LA OPERACIÓN Y LA CONCENTRACIÓN**

(3) El 4 de octubre de 1999, MCI WorldCom y Sprint firmaron un acuerdo y un plan de concentración en virtud del cual se intercambiarán acciones entre Sprint y MCI WorldCom. Sprint se fusionará con MCI WorldCom y perderá su condición de sociedad independiente, mientras que MCI WorldCom continuará como la sociedad superviviente. La concentración propuesta es por tanto una concentración plena en el sentido de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 del Reglamento (CEE) nº 4064/89, en su versión rectificada.

III. **DIMENSIÓN COMUNITARIA**

(4) Las empresas en cuestión tienen un volumen de negocios conjunto a escala mundial superior a los 5 000 millones de euros ([4])[...] (*) ([5]). Tanto MCI World como Sprint tienen un volumen de negocios a escala comunitaria superior a los 250 millones de euros [...]*, si bien no alcanzan más de dos tercios de su volumen de negocios a escala comunitaria en un único Estado miembro.

(5) Las partes notificantes cuestionaron la dimensión comunitaria de esta operación mediante cartas enviadas el 20 de octubre de 1999 y el 26 de octubre de 1999, y de nuevo en su respuesta al pliego de cargos. Según las partes, la participación de Sprint en el volumen de negocios de GlobalOne no debería incluirse en los cálculos del volumen de negocios a la hora de computar el volumen de negocios de Sprint de conformidad con el artículo 5 del Reglamento de concentraciones.

(6) En aplicación del apartado 1 del artículo 4 del Reglamento de concentraciones, esta operación debía notificarse en el plazo de siete días tras la firma de un acuerdo vinculante de fusión. Por tanto, el cálculo de los volúmenes de negocios a efectos de determinar la dimensión comunitaria debe hacerse en el momento y en las circunstancias correspondientes a la firma del acuerdo de concentración, o a más tardar en el momento en que surge el deber de notificar ([6]). El volumen de negocios correspondiente a determinadas actividades sólo puede excluirse cuando el acuerdo notificado establezca irrevocablemente como condición previa la venta de dichas actividades, o si dichas actividades han sido vendidas entre el cierre de las cuentas y la firma del acuerdo final de concentración.

(7) Como la salida de Sprint de GlobalOne no se había efectuado en el momento de la firma del acuerdo de concentración, ni constituía una condición previa para la concentración notificada, la operación notificada tiene por tanto una dimensión comunitaria.

IV. **PROCEDIMIENTO**

A. *CUESTIONES DE PROCEDIMIENTO*

(8) El 2 de febrero de 2000, las partes notificantes presentaron, de conformidad con el apartado 2 del artículo 6 del Reglamento de concentraciones, un compromiso en el sentido de que Sprint trataría por todos los medios de concluir, con la mayor brevedad, su retirada de la empresa en participación GlobalOne. Mientras tanto, Sprint no participaría en ningún caso en la gestión de las operaciones cotidianas de GlobalOne. Las partes alegaron que la retirada de Sprint de GlobalOne no sólo reducirá considerablemente el solapamiento de competencia entre el mercado de servicios de transporte internacional y el mercado de servicios de telecomunicaciones corporativas globales a sociedades multinacionales, sino que el compromiso propuesto disipará, además, cualquier preocupación relativa a la compatibilidad de la concentración notificada por lo que se refiere a los mercados afectados.

(9) El 21 de febrero de 2000, tras examinar la notificación, la Comisión concluyó que el compromiso propuesto no era suficiente para suprimir los problemas de competencia suscitados por la operación propuesta, por lo que la operación entraba en el ámbito de aplicación del Reglamento de concentraciones, suscitando dudas fundadas en cuanto a su compatibilidad con el mercado común. Así pues, la Comisión decidió incoar el procedimiento establecido en la letra c) del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento de concentraciones.

(10) El 9 de marzo de 2000 y el 14 de marzo de 2000, la Comisión envió solicitudes de información adicional a las partes de conformidad con el artículo 11 del Reglamento (CEE) nº 4064/89. El plazo fijado para facilitar la información solicitada expiró el 17 de marzo de 2000 a las 12.00 horas (hora de Europa Central). En la fecha de expiración de los plazos establecidos por la Comisión, las partes no habían proporcionado todas las respuestas a las solicitudes de información.

(*) Algunas partes de este texto han sido eliminadas para no desvelar información confidencial; figuran entre corchetes y han sido señaladas con un asterisco.

([4]) Volumen de negocios calculado de conformidad con el apartado 1 del artículo 5 del Reglamento de concentraciones y la Comunicación de la Comisión sobre el cálculo del volumen de negocios (DO C 66 de 2.3.1998, p. 25). En la medida en que las cifras incluyen el volumen de negocios del período anterior al 1 de enero de 1999, se calculan sobre la base de los tipos de cambio medios del ecu y se traducen individualmente en euros.

([5]) El volumen de negocios de Sprint incluye una tercera parte del volumen de negocios de GlobalOne, pues era uno de los tres accionistas mayoritarios en esta empresa en participación.

([6]) Comunicación de la Comisión relativa al cálculo del volumen de negocios (DO C 66 de 2.3.1998, p. 25, punto 27).

(11) Mediante Decisión, de 20 de marzo de 2000, la Comisión requirió a MCI WorldCom y Sprint que proporcionasen la información pendiente necesaria para finalizar su investigación, a más tardar el 24 de marzo de 2000 a las 8.00 horas (hora del Europa Central). El 24 y 27 de marzo de 2000, las partes proporcionaron la información pendiente. Esto tuvo como efecto, conforme al artículo 9 del Reglamento de aplicación ([7]), que el plazo final en el que la Comisión tiene que adoptar una decisión del artículo 8, pasara del 4 de julio al 12 de julio. En su respuesta al pliego de cargos, las partes impugnaron la fecha del 27 de marzo de 2000, alegando que habían proporcionado la información solicitada mediante correo electrónico el viernes 24 de marzo. Sin embargo, en una carta con fecha de 26 de mayo alegaron que la versión electrónica de la respuesta a la Decisión del artículo 11 no podía considerarse completa hasta que la respuesta a la Decisión del artículo 11 se presentase en varias copias impresas el 27 de marzo. Dada la fecha de adopción de la presente Decisión, no es necesario concluir sobre la fecha válida de presentación de la respuesta.

(12) La Comisión envió un pliego de cargos a las partes notificantes el 3 de mayo de 2000. Las partes contestaron el 22 de mayo, y el 30 de mayo se celebró una audiencia oral a petición de terceros. El 27 de junio de 2000, las partes informaron a la Comisión de su intención de retirar formalmente la notificación, pues ya no se proponían realizar la concentración propuesta en la forma presentada en la notificación. Sin embargo, esto no supuso una retirada formal del acuerdo de concentración firmado el 4 de octubre de 1999, que es el objeto de la notificación. Además, las partes dejaron abierta la posibilidad de realizar la concentración propuesta de forma diferente a la notificación. Por estas razones, la Comisión no podía aceptar tal comunicación como una retirada formal de la operación.

B. *COOPERACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE JUSTICIA DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA*

(13) La concentración propuesta entre MCI WorldCom y Sprint también se notificó, entre otras entidades, a la División de Defensa de la Competencia del Departamento de Justicia de Estados Unidos. Las partes ofrecieron los permisos oportunos para que el Departamento de Justicia y la Comisión pudiesen intercambiar la información y los documentos facilitados por ellas a los dos organismos. Muchas de las empresas que respondieron a investigaciones paralelas de ambos organismos estaban dispuestas a permitir que éstos intercambiasen información, o facilitaron la misma información a ambos.

(14) En el curso de la investigación y del análisis de la propuesta de concentración, hubo un alto grado de cooperación entre los dos organismos, que se tradujo en intercambios preliminares de opinión sobre el marco analítico, la coordinación de las solicitudes de información, la asistencia de observadores del Departamento de Justicia de Estados Unidos a la audiencia y de funcionarios de la Comisión a una reunión del Departamento de Justicia, así como en reuniones conjuntas con las partes notificantes.

(15) El 15 de mayo de 2000, el Director General de Competencia envió una carta al Procurador General Adjunto de Justicia de Estados Unidos solicitando la cooperación del Departamento de Justicia de Estados Unidos en la evaluación del impacto de la concentración en el mercado de llamadas de larga distancia de EE UU y sus consecuencias en el sector de la telefonía internacional.

V. **EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA**

A. *INTERNET*

ANTECEDENTES

(16) Internet es una «red de redes» interconectadas que transporta bits de datos entre dos o más ordenadores a través de miles de redes interconectadas. Aproximadamente 300 redes que proporcionan acceso a Internet gestionan redes de transmisión de larga distancia que, juntas, forman la «espina dorsal» internacional de Internet. Algunas de estas estructuras gestionan redes que se conectan con múltiples países y varias regiones. Se calcula que los diez principales proveedores de acceso a Internet controlan el 70 % del ancho de banda internacional de Internet ([8]). Por debajo de estos proveedores principales se encuentran varios proveedores de acceso a Internet que operan a escala regional (Europa, Estados Unidos y Asia). Hay también un número cada vez mayor de proveedores nacionales. Además, las redes universitarias y de investigación funcionan como proveedores internacionales de conexión a escala regional ([9]).

(17) El acceso a Internet de los usuarios finales procede, entre otros, de los proveedores de servicios de Internet (PSI), que proporcionan acceso a Internet y servicios afines, así como de empresas de telecomunicaciones y empresas de comunicación de datos, y empresas de otros sectores que proporcionan gratuitamente acceso a Internet como medio para vender sus propios productos. Los principales proveedores de acceso a Internet proporcionan la conexión básica entre los diversos PSI, los proveedores de contenidos, los sitios *web* y otros proveedores de redes. Los usuarios finales pueden ser particulares, sociedades, instituciones gubernamentales y universidades. Dado que los usuarios necesitan y exigen conexión universal, los proveedores de acceso a Internet necesitan interconexión a todas las partes de Internet.

([7]) Reglamento (CE) nº 447/98 de la Comisión, de 1 de marzo de 1998, relativo a las notificaciones, plazos y audiencias contemplados en el Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas (DO L 61 de 2 de marzo de 1998, p. 1).

([8]) TeleGeography 2000, p. 106.

([9]) [...]*.

Interconexión

(18) Los proveedores de (redes de) acceso a Internet obtienen la conexión a través de uno de dos medios: a) acuerdos de tránsito, que proporcionan acceso a Internet global y b) acuerdos de intercambio de tráfico entre redes homólogas (*peering* o interconexión), que prevén el intercambio, en determinados puntos, de cantidades comparables de tráfico entre dos redes de cobertura geográfica aproximadamente equivalente.

a) **Tránsito**

(19) El tránsito es un servicio comercial que proporciona acceso a Internet mediante el pago de una cuota. El tránsito puede adoptar tres formas: acceso dedicado (una línea específica con otro proveedor de redes o gran cliente), acceso por conexión telefónica al por menor (para consumidores y clientes particulares y empresas) o acceso por conexión telefónica al por mayor a proveedores de servicios de Internet ([10]).

b) **Acuerdos de interconexión entre redes homólogas (*peering*)**

(20) Los acuerdos de interconexión suponen un acuerdo entre dos operadores, mediante el cual cada uno acepta el tráfico de los clientes del otro operador cuyo destino final sea su propia red.

(21) Los acuerdos de interconexión se clasifican a su vez en «públicos» o «privados» (también denominados acuerdos de interconexión «directos»). Los acuerdos de interconexión públicos se dan en puntos de interconexión públicos establecidos donde varios proveedores de acceso a Internet pueden acordar intercambiar tráfico en un punto determinado, denominado punto de acceso a la red (PAR). Los acuerdos de interconexión privados se dan entre grandes proveedores de acceso a Internet en puntos designados que convienen a las dos redes.

(22) La base histórica de los acuerdos de interconexión se desarrolló cuando redes de tamaño aproximadamente equivalente acordaron intercambiar tráfico. Los primeros puntos de interconexión fueron los PAR creados después de la privatización de Internet por el Gobierno de Estados Unidos. La propiedad y gestión de estos PAR está en manos de entidades comerciales tales como MCI WorldCom y Sprint. La comercialización de Internet en los años noventa significó que muchos de los PAR se congestionaron durante la transición a un mercado totalmente comercial. Los PAR continúan congestionados y son utilizados principalmente por proveedores de segundo nivel que no tienen la misma necesidad de interconexiones de alta capacidad. En respuesta a las congestiones de los PAR, las redes más grandes que habían intercambiado un considerable volumen de tráfico entre sí en los PAR se cambiaron a acuerdos de interconexión directos, y establecieron interconexión en puntos convenientes para las dos redes. Esta ha seguido siendo la práctica preferida de las redes más grandes. Normalmente, las redes más grandes utilizan puntos de interconexión privados (con cierta presencia de interconexión pública), mientras que las redes más pequeñas utilizan la interconexión pública.

(23) La importancia de los acuerdos de interconexión privados también ha quedado patente por la demanda de puntos de interconexión privados por parte de grandes empresas. En sus invitaciones a presentar propuestas para la prestación de servicios de telecomunicaciones globales, las grandes empresas insisten en que los candidatos posean un determinado volumen de interconexión privada (tanto por número de puntos como por el tamaño de las interconexiones) con proveedores principales concretos de acceso a Internet. Esta exigencia va destinada a garantizar una mayor fiabilidad.

(24) Los principales proveedores de acceso tienen un incentivo para establecer puntos de interconexión privada y gratuita con operadores que tienen redes de similar tamaño, volumen de tráfico, alcance geográfico y calidad. Esto permite que las principales redes retengan la totalidad de los ingresos de sus abonados sin tener que hacer pagos a otros proveedores de redes. Si el tráfico es simétrico, este acuerdo beneficia por igual a ambas partes. El equilibrio geográfico también aporta una mayor paridad en términos de costes de la red (los proveedores de red tienen un incentivo económico para trasladar su tráfico a sus homólogos en el punto de interconexión más próximo posible, a fin de limitar los costes de red). Esto significa que los principales proveedores de acceso tienen un incentivo para establecer acuerdos de interconexión solamente con otros operadores que tengan los mismos volúmenes de tráfico y una cobertura geográfica equivalente. En cuanto el tráfico se vuelve demasiado asimétrico, sería más beneficioso para los principales proveedores cobrar por la interconexión [...]* ([11])[...]* ([12]) [...]*.

c) **Diferencias entre los acuerdos de interconexión y de tránsito**

(25) Los acuerdos de tránsito difieren de los de interconexión en tres aspectos:

— la parte que recibe los servicios de tránsito obtiene una conexión global dedicada (conectada permanentemente), es decir, capacidad para enviar y recibir tráfico por medio de todas las rutas disponibles para el proveedor y para aquellos con los que el proveedor tenga acuerdos de interconexión, virtualmente en cualquier lugar de Internet, y no el mero acceso a clientes del propio proveedor de tránsito,

([10]) La conexión pasa por un puerto de módem y se factura a los PSI según el uso. Los PSI importantes como AOL, Earthlink, Mindspring, MNS y Prodigy compran acceso por conexión telefónica al por mayor.

([11]) [...]*.
([12]) [...]*.

— el tránsito se presta como un servicio comercial, es decir, mediante el pago de una cuota, e incluye servicio técnico y atención al cliente,

— los gastos relativos de la infraestructura que une las dos redes se asignan de forma diferente que en los acuerdos de interconexión (en el caso de los acuerdos de interconexión, cada parte soporta su cuota de los gastos de infraestructura, mientras que en el caso del tránsito, el proveedor de tránsito soporta los gastos fijos de infraestructura por proporcionar la conexión, y el cliente paga por el servicio).

(26) Los acuerdos de interconexión son esencialmente acuerdos de trueque (aunque algunos proveedores de acceso a Internet proporcionan interconexión mediante el pago de una cuota). En términos de tráfico, esto significa que ambas partes tienen básicamente el mismo tamaño. Ambas redes intercambian los beneficios obtenidos de sus clientes. El equilibrio de interés entre ambas redes en una relación de interconexión también exige que ninguna de las dos partes pueda elegir a la otra como alternativa de último recurso. Si el operador A recibe tráfico del operador B, A no podrá, en virtud del acuerdo de interconexión con B, trasladar el tráfico de B a otro operador con quien A tenga un acuerdo de interconexión, el operador C. Para transmitir tráfico a C, B deberá establecer un acuerdo de interconexión con C o bien comprar tránsito a C o a otro proveedor de acceso a Internet.

(27) La interconexión es más económica que el tránsito, siempre que no haya de establecerse un número excesivo de acuerdos de interconexión; de ahí la naturaleza jerárquica de Internet. Esto está también implícito en las propias estrategias empresariales de los operadores. Si les resultase más barato adquirir tránsito que establecer acuerdos de interconexión, lo harían. La investigación de la Comisión muestra que ninguna de las dos partes de la operación paga por la conexión. En cambio, se les paga por proporcionar conexión. [...]* ([13]).

(28) Además, sin una conexión directa, el tráfico tiene que pasar por etapas adicionales (es decir, etapas intermedias en el tránsito) y la calidad del servicio disminuye, llevando a un aumento de la latencia (es decir, se retrasa el transporte del tráfico) y a una mayor probabilidad de pérdida de paquetes. Las relaciones de interconexión directas permiten a los operadores minimizar estos problemas de calidad del servicio. La división de Internet de MCI WorldCom, llamada UUNet, está obligada, en virtud de sus propios acuerdos sobre el nivel de servicio, a no superar una latencia mensual media de 85 milisegundos para recorrer toda la red de UUNet en Norteamérica, y no superar los 120 milisegundos entre Nueva York y su propia pasarela internacional de entrada en Londres. [...]* ([14]). La importancia de las etapas para la calidad del servicio fue impugnada por las partes notificantes en su respuesta al pliego de cargos, pero esta posición fue refutada por las declaraciones de terceros durante la audiencia oral (véase el considerando 63 más adelante).

Intranets y extranets

(29) Una intranet es una red privada de una empresa u organización. Puede consistir en muchas redes de área local (LAN) conectadas y también puede incluir líneas arrendadas en la red de área más amplia. Una intranet incluye normalmente conexiones efectuadas a través de uno o más ordenadores pasarela a Internet exterior. El principal propósito de una intranet es que los empleados compartan los recursos de información e informáticos de una empresa. Una intranet puede también utilizarse para facilitar el trabajo en grupo y para teleconferencias. Una intranet es como una versión privada de Internet, que permite a las empresas y organizaciones enviar mensajes privados a través de la red pública, utilizándola con una codificación y descodificación especial y otras salvaguardias de seguridad para conectar una parte de su intranet con la otra.

(30) Las grandes empresas y organizaciones permiten que los usuarios de su intranet puedan acceder a Internet pública a través de servicios de cortafuego, capaces de ocultar el tráfico en ambas direcciones a fin de mantener la seguridad de la empresa.

(31) Cuando parte de una intranet se amplía a clientes, socios, proveedores u otras entidades situadas fuera de la empresa, esta parte se convierte en la extranet. Las extranets requieren una gestión de servidores con cortafuegos, la emisión y utilización de diferentes sistemas de autenticación de los usuarios, la codificación de mensajes y el uso de redes privadas virtuales que abren camino a través de la red pública. Las extranets pueden utilizarse para intercambiar amplios volúmenes de datos, para compartir catálogos de productos, o para proporcionar o acceder a servicios prestados por una empresa u organización a un grupo de otras empresas, como por ejemplo aplicaciones bancarias en línea gestionadas por una empresa en nombre de los bancos afiliados.

([13]) Véanse las notas 11 y 12 a pie de página.

([14]) [...]*.

Servicios de* web hosting *(hospedaje de sitios* web*) y centros de datos

(32) Los proveedores de *web hosting* ofrecen acceso a centros de datos que consisten en instalaciones de acceso controlado, equipadas con servidores supervisados desde un centro de operaciones. Los centros de datos se crean especialmente para acoger a los servidores de Internet y al equipamiento. De esta manera, los usuarios se conectan con el centro de datos y el *web host* principal garantiza el acceso a Internet a través de sus propios servidores, que están directamente conectados con el eje principal de Internet ([15]).

(33) Los servicios de *web hosting* pueden utilizarse, por ejemplo, por los sitios *web* que pretendan garantizar que los datos sean seguros, que su equipo esté seguro y que el acceso al sitio Internet sea rápido y fiable. También permite más flexibilidad para expandirse cuando se necesite más capacidad, o para disminuir la capacidad cuando la demanda sea menor. En la actualidad, los principales proveedores de acceso a Internet ofrecen a sus clientes centros de datos y *web hosting*, como parte de sus servicios integrados de Internet.

EVOLUCIÓN DESDE 1998

(34) Durante el último par de años, se han desarrollado nuevas técnicas tales como la distribución controlada de contenidos, el *mirroring* (réplica de un sitio *web*) y el *caching* (creación de copias temporales), con el fin de acercar los contenidos a los usuarios finales. Además, se ha desarrollado la práctica del *multihoming* por la que los proveedores de acceso a Internet y los proveedores de conexión a Internet se conectan con más de una red.

Multihoming *(utilización de varias conexiones con varios PSI)*

(35) Se llama *multihoming* a la práctica de los proveedores de red y los proveedores de acceso a Internet de conectarse con más de una red. Una red en *multihoming* mantiene la conexión a Internet cuando se interrumpe una conexión, y puede dirigir el tráfico a cualquier destino a través de otra conexión, ofreciendo mejor servicio y evitando la congestión en el destino en cuestión.

(36) Habida cuenta de la importancia de la calidad de la conexión (velocidad, fiabilidad, y redundancia), una manera de que los proveedores de acceso y de red de Internet se aseguren el acceso universal a Internet es el *multihoming*. La investigación de la Comisión ha puesto de manifiesto que el *multihoming* se utiliza principalmente para fines de duplicación de seguridad y de redundancia, con vistas a garantizar la calidad del servicio. Sin embargo, el *multihoming* no evita necesariamente que el tráfico pase por una red con una conexión de calidad reducida. La ruta del tráfico de salida puede influenciarse hasta cierto punto para evitar el paso por una red de calidad reducida. Pero el tráfico de retorno no puede controlarse de manera eficaz. El *multihoming* puede también utilizarse para garantizar conexiones con ciertas regiones (por ejemplo, EE UU o Europa). El *multihoming* también brinda a los nuevos operadores la oportunidad de conectarse con los clientes.

(37) Las redes con *multihoming* suelen tener un proveedor principal de conexión y uno o más proveedores de reserva. Normalmente, los clientes de los proveedores de conexión a Internet tienen su conexión principal con el proveedor que puede conectar con la mayor cantidad de clientes, y la reserva con el proveedor o proveedores más pequeños. Esto se ve confirmado por la investigación de la Comisión, que muestra que la mayoría de proveedores de acceso y de red de Internet de segundo nivel están en *multihoming* con una de las partes de la fusión o con ambas.

Caching, mirroring *y redes de distribución de contenidos*

(38) La principal función del *caching* y del *mirroring* es distribuir contenidos a los extremos de Internet, más cercanos al usuario final. Estas tecnologías mejoran la calidad de la distribución de contenidos, dado que reducen los plazos de entrega, la congestión de la red y los costes de ancho de banda, y trasladan los contenidos más cerca de los usuarios finales. Sin embargo, estas técnicas aún no están muy extendidas, y tienen sus limitaciones técnicas (véase el considerando 172). En especial, son más eficaces respecto del material estático y estable que está menos sujeto a alteraciones.

Caching

(39) El *caching* es la más antigua de estas técnicas. El *caching* crea copias temporales de información, tales como páginas *web*, ficheros de imagen o ficheros multimedia

([15]) Según UUNet, los siguientes elementos son los más importantes a considerar al seleccionar un proveedor de *web hosting*: a) la velocidad del acceso del servidor, b) las conexiones redundantes de Internet (más de una conexión de alta velocidad), c) el control del *website* por los propietarios, d) la seguridad del servidor, e) el ancho de banda y conexiones suficientes para cubrir un incremento de la demanda, f) conexión de seguridad, g) disponibilidad del servidor 24 horas h) el rendimiento de los servidores *web* utilizados, i) elección de la codificación, j) experiencia del proveedor en el ámbito de Internet, k) personal de apoyo y ventas competente, l) informe mensual de tráfico con registro del número de visitantes al sitio Internet, y m) precios asequibles. Un servidor en un centro de datos debe tener una buena relación coste/beneficio (según UUNet, los costes corresponden a la cuarta parte de la gestión por cuenta propia. La cuota mensual mínima del *web hosting* de UUNet es de 750 dólar estadounidense al mes (véase http://www.us.uu.net/productos/recibimiento/keystrengths/selecting.html).

(denominados globalmente «objetos»), que residen en ordenadores («cachés») distintos al servidor principal del que procede la información («servidor de origen»). Los cachés no copian todo el contenido del sitio Internet, sino sólo las partes del sitio Internet de contenido dinámico, con el fin de reducir la carga del ancho de banda en estos servidores centralizados. Los cachés son instalados por el dueño o administrador de la red en lugares seleccionados de una red concreta.

(40) Un caché puede ser un PC ordinario que ejecute programas informáticos disponibles públicamente, o un ordenador muy especializado (o una red de ordenadores) que ejecute programas informáticos diseñados para dichos ordenadores. Cuando está instalado en una red, el caché intercepta las peticiones de los servidores principales a la red de origen de objetos situados en otras redes, y comprueba si el objeto está almacenado en el caché. Si éste determina que el objeto solicitado está almacenado en él (*hit*), el servidor del caché envía el objeto al servidor principal solicitante. Si el objeto no está situado en el caché (*miss*), el servidor del caché permite que la solicitud de información continúe hacia el servidor de origen.

(41) Hay tres tipos de cachés, el tradicional, el transparente y el de precarga. Los cachés tradicionales, los más antiguos, vulgarmente conocidos como servidores *proxy*, requieren que el servidor solicitante haya configurado su navegador para enviar peticiones de objetos al servidor *proxy*, en vez de hacerlo directamente al sitio Internet en cuestión. Los cachés transparentes, a diferencia de los tradicionales, pueden instalarse directamente en la red y capturar los pedidos de objetos que pasen por ella. Son «transparentes» por cuanto el servidor principal solicitante no necesita configurar su navegador para utilizar un servidor *proxy* y no sabe que puede recibir objetos de un servidor caché. Normalmente, los cachés solamente almacenan la información pedida previamente por un usuario anterior. Sin embargo, existen algunos cachés tradicionales y transparentes que buscan los objetos antes de que éstos sean pedidos, es decir, piden información a sitios *web* según criterios predefinidos, y actualizan esa información regularmente. Esto permite al servidor caché anticiparse a los pedidos, mejorando el rendimiento del caché. Los cachés de precarga son particularmente útiles en caso de contenidos relativamente «dinámicos» (por ejemplo, páginas *web* que se actualizan diariamente o con mayor frecuencia).

(42) El *caching* como tal no se presta como servicio independiente. Se trata de una mejora de la red instalada por el operador o administrador para mejorar la calidad y la velocidad de transmisión de la red, y los PSI adquieren e instalan cachés en sus redes por dos razones: a) para suprimir los requisitos de ancho de banda, y b) para mejorar los tiempos de respuesta a los clientes. Ambas consideraciones son importantes para todos los compradores de caché, pero el orden de prioridades dependerá de cada PSI.

(43) El *caching* es especialmente atractivo para las empresas, pero no para los proveedores de contenidos, puesto que no permite que estos últimos cuenten el número de aciertos (visitas al sitio *web*), lo que es necesario para calcular y generar ingresos de publicidad. [...]*.

Mirroring (réplica de un sitio *web*)

(44) El *mirroring* es básicamente lo mismo que el *caching*. Los datos que se piden o pedirán repetidamente se reproducen en varios ordenadores, y se sirven a cualquiera que los pida desde un ordenador más cercano que el proveedor de contenidos original. El objetivo es reducir la dependencia de los servidores centrales, y servir los contenidos de forma más eficaz y rápida a los destinatarios locales.

(45) Mientras que el *caching* es una técnica de gestión de red por la cual un operador de red instala un ordenador que ejecuta *software* especial de caché para mejorar la velocidad de transmisión de la red y reducir los requisitos de ancho de banda, el *mirroring* es una técnica mediante la cual los contenidos se reproducen en servidores geográficamente dispersos.

(46) El *mirroring* no se ofrece generalmente como servicio independiente. En algunos casos, un proveedor de contenidos puede decidir situar sus propios servidores en otras redes más cercanas a los usuarios finales. Esto es frecuente cuando un proveedor de contenidos tiene un pequeño número de ficheros grandes que desea situar más cerca de grupos específicos de usuarios finales. Por ejemplo, Microsoft y Netscape utilizan servidores de descarga separados para permitir que los clientes europeos descarguen los programas informáticos con más rapidez de lo que lo harían si tuvieran que transferir los ficheros desde el servidor de origen en EE UU.

(47) Generalmente, sin embargo, el *mirroring* se ofrece como parte del paquete de *web hosting* (véase los considerandos 32 y 33) o por empresas de coubicación. Estas empresas mantienen centros de datos situados en todo el mundo, que se conectan con múltiples ejes principales de Internet. Todos los grandes proveedores de conexión a Internet proporcionan servicios de *web hosting* (alojamiento de páginas *web*) y de coubicación. Por ejemplo, MCI WorldCom anunció el 31 de mayo de 2000 la construcción de 13 grandes centros de datos en Europa dirigidos a PSI, a proveedores de servicios de aplicaciones (PSA) y a grandes multinacionales. Los nuevos centros se añadirán a los 28 centros más pequeños que WorldCom ya tiene en Europa [16]. El servicio de *mirroring* proporcionado por estos operadores de centros de datos implica la instalación de múltiples servidores en zonas geográficamente dispersas, cada uno de las cuales es capaz de tratar los mismos pedidos y proporcionar la misma información. La dispersión geográfica permite a los proveedores de *web hosting* utilizar el sistema de nombres de dominio para enviar pedidos al servidor más cercano, o para distribuir pedidos entre distintos servidores con el fin de equilibrar la carga de los mismos.

[16] «WorldCom plans European data center roll-out», de Emily Bourne, Total Telecom, 31 de mayo de 2000.

Redes de distribución de contenidos (RDC)

(48) La combinación de las técnicas de *caching* y de *mirroring* ha dado lugar a una forma más avanzada de distribución de contenidos, las RDC. Éstas actúan a través de la instalación de servidores caché o de dispositivos similares en redes múltiples y en distintas situaciones geográficas. Estas redes de distribución de contenidos proveen al cliente (un proveedor de contenidos) de programas informáticos que automáticamente reconfiguran las páginas *web* del cliente de forma que los pedidos de grandes objetos realizados por el usuario final se orientan al servidor RDC más cercano a éste o, en algunos casos (mediante supervisión de la red en tiempo real y a través de algoritmos de encaminamiento) es capaz de distribuir el contenido lo más rápidamente posible al usuario final (por ejemplo, si la congestión del tráfico reduce la velocidad del servidor más cercano).

(49) Las RDC desempeñan una función similar al *caching*, pero mientras que los PSI utilizan el *caching* para mejorar su capacidad de «atraer» contenidos a sus redes (de modo que estén más cercanos a sus clientes), las RDC permiten a los proveedores de contenidos «empujar» su contenido a otras redes. Como tal, los dos planteamientos son complementarios en cuanto a sus efectos en el uso de redes principales de Internet.

(50) Los proveedores de contenidos, por encima de todo, desean entregar su contenido a los usuarios finales lo antes posible. El gran crecimiento del volumen de información transportada por Internet ha dado lugar a limitaciones de capacidad y a mayores tiempos de respuesta de las redes. Las RDC reducen los tiempos de respuesta reduciendo la cantidad de datos que deben atravesar las diversas redes. La utilización de una RDC reduce el ancho de banda de los proveedores de contenidos y los costes de equipo para la misma cantidad de datos. Un proveedor de contenidos que utiliza un servicio de RDC requiere menos capacidad y utiliza un menor número de sus propios servidores, pues deja de servir la mayoría de sus contenidos directamente. La RDC debe hacer frente a parte de estos costes, pero puede imputarlos nuevamente al proveedor de contenidos. Sin embargo, para un proveedor de contenidos puede resultar más económico utilizar una RDC que proporcionar contenidos a partir de sus propios servidores o de servidores situados en los centros de datos de un servicio de alojamiento de páginas *web*.

(51) Además de las técnicas anteriormente mencionadas, Internet está experimentando actualmente el desarrollo de nuevos servicios tales como el comercio electrónico, el vídeo en línea, la voz sobre IP, etc. que necesitan mucha más capacidad que la requerida hasta ahora, y que también se proporcionan en tiempo real. Para poder prestarse, estos servicios deben transportarse por redes que no presenten ningún riesgo de fallos o de «pérdida de paquetes» (de otro modo, la calidad del vídeo o de la transmisión de voz se vería gravemente afectada).

B. *MERCADOS DE PRODUCTO DE REFERENCIA*

CONEXIÓN A INTERNET DE MÁXIMO NIVEL O UNIVERSAL

(52) En la Decisión WorldCom/MCI de 8 de julio de 1998 ([17]) («WorldCom/MCI»), la Comisión determinó la existencia de tres mercados distintos: i) servicios de acceso desde el servidor central al punto de presencia, ii) prestación de servicios de acceso a Internet y iii) provisión de conexión de máximo nivel o universal. La Comisión concluyó que había una gran competencia en el mercado de acceso a Internet, y el análisis se centró por tanto en el mercado de provisión de conexión de máximo nivel o universal, en el que ambas partes de la operación eran activas. La investigación de mercado llevada a cabo en el caso actual confirma que a efectos de esta operación, procede centrarse de nuevo en el mercado de conexión de máximo nivel o universal evaluada en la Decisión WorldCom/MCI.

(53) En la Decisión WorldCom/MCI, la Comisión definió la provisión de conexión de máximo nivel o universal como un mercado separado, puesto que observó que las únicas organizaciones capaces de proporcionar conexión a Internet exclusivamente con sus propios recursos eran los proveedores de conexión a Internet de máximo nivel (o principales) y que la conexión se proporcionaba enteramente mediante acuerdos de interconexión entre dichas redes de máximo nivel o en el ámbito interno. Los proveedores de conexión a Internet de nivel secundario podían garantizar una parte de su servicio a través de acuerdos de interconexión, pero habían de complementarla con tránsito comprado a terceros. Se constató que los PSI de segundo nivel no podían evitar seguir comprando tránsito a las redes de máximo nivel, y no podían ejercer una presión competitiva sobre los precios establecidos por dichas redes. La misma conclusión podía sacarse para los revendedores. Así pues, se puede concluir que el mercado de referencia en el que operan MCI y WorldCom es el de la prestación de conexión universal o de máximo nivel.

(54) En aquel momento, MCI y WorldCom cuestionaron la afirmación de la Comisión de que Internet tiene una estructura jerárquica. Sin embargo, Sprint afirmó

([17]) Asunto M.1069 (DO L 116 de 4.5.1999, p. 1).

entonces que Internet tiene características jerárquicas, y no ha retirado esas afirmaciones ([18]). En la operación actual, las partes alegan que Internet no es jerárquica. [...]* ([19])[...]*. No obstante, la investigación de la Comisión ha confirmado su conclusión en la Decisión WorldCom/MCI de que Internet es una estructura jerárquica y de que existe una parte de proveedores de red de máximo nivel que garantizan su conexión enteramente mediante acuerdos de interconexión entre las redes de máximo nivel o en el ámbito interno. La investigación también muestra que los proveedores de red de máximo nivel siguen estableciendo entre ellos acuerdos de interconexión en puntos de interconexión privados. Por otra parte, los proveedores de red más pequeños (de segundo nivel) continúan basándose en acuerdos de interconexión nacionales o regionales (incluidas las filiales europeas de MCI WorldCom) para obtener conexión nacional, regional, y quizás europea. Sin embargo, para obtener la conexión global, incluso los grandes proveedores de red europeos compran el tránsito a uno o más proveedores de conexión a Internet de máximo nivel. Los siguientes segmentos están constituidos por proveedores de red regionales y proveedores de acceso a Internet que compran conexión para sus clientes al por menor. Otros clientes de los grandes proveedores de acceso a Internet son los sitios *web* y las empresas que solicitan conexiones o accesos dedicados [...]*. En resumen, todas las empresas implicadas en la prestación de servicios de Internet compran tránsito y son clientes directos o indirectos de los proveedores de conexión de máximo nivel. Nadie puede lograr una conexión global sin tener acceso a las redes de proveedores de conexión de máximo nivel.

(55) La propia declaración de las partes también confirma la jerarquía geográfica de Internet, en el sentido de que las redes de EE UU se consideran más importantes que las otras. MCI WorldCom tiene tres redes regionales principales: AS 701 (Norteamérica), AS 702 (Europa) y AS 703 (Asia Pacífico). [Para obtener interconexión a escala mundial, el proveedor de red debe cumplir los criterios establecidos por UUNet para acceder mediante acuerdos de interconexión a Norteamérica.]*. Sprint presta servicios de Internet solamente en EE UU. En los acuerdos de Sprint con otros operadores, Sprint ofrece conexión a su red de EE UU solamente si estos operadores cuentan con una red de ámbito mundial.

(56) Las partes alegan que un análisis del mercado de producto de referencia debe tener en cuenta los recientes progresos en la naturaleza y el alcance de Internet. Sostienen que el incremento de la demanda de conexión universal ha dado lugar a una mayor oferta tanto en EE UU como en Europa. En especial, la liberalización de los mercados de telecomunicaciones de la UE ha dado lugar a la instalación de un número significativo de nuevos proveedores de red, y ha consolidado el papel desempeñado por los proveedores de red europeos. La aparición de la distribución controlada de contenidos, los acuerdos de interconexión regionales y el mayor uso del *mirroring*, el *caching* y el *multihoming* también han desempeñado un papel crítico en los últimos dos años, reduciendo la dependencia de los PSI y de los proveedores de contenidos de Internet en relación con los principales proveedores establecidos en Estados Unidos.

(57) La investigación llevada a cabo por la Comisión muestra que, a pesar de la importante entrada de nuevos PSI en el nivel de venta al por menor en Europa y otras partes, no se ha producido una entrada significativa de nuevos proveedores de red Internet de máximo nivel. Los dos únicos grandes proveedores de máximo nivel que se han incorporado al mercado son Cable&Wireless ([20]), que compró la actividad de Internet de MCI, y AT & T, a través de su adquisición, entre otros, de IBM Global Networks. Estas operaciones no alteraron el nivel de concentración en el mercado, pues las redes adquiridas ya pertenecían al máximo nivel de proveedores de acceso a Internet.

(58) La investigación de la Comisión también ha puesto de manifiesto que, aunque ha habido un cambio de los flujos de tráfico y menos tráfico originario de Europa hacia EE UU, la dependencia de los proveedores de red europeos respecto de los proveedores de conexión de EE UU sigue siendo significativa. Incluso los principales proveedores de red europeos envían entre el 50 y 80 % del tráfico de Internet procedente de sus redes a EE UU [...]* ([21]). Los terceros suelen coincidir en que es probable que este coeficiente descienda en cierta medida en los próximos años, debido al aumento de los contenidos nacionales. Sin embargo, a pesar de esta tendencia, se espera que se mantenga una fuerte dependencia de los grandes proveedores de red de EE UU por lo que respecta a la conexión. Ello se debe a que los clientes europeos siguen requiriendo acceso a los sitios de Internet más populares del mundo, que están situados en EE UU. No es probable que el mayor uso del *mirroring* y del *caching* modifiquen esta situación de forma significativa, dado que existe también un fuerte crecimiento de los sitios *web* y contenidos en EE UU. A pesar del uso cada vez mayor de tales técnicas, la conexión global universal seguirá dependiendo de los proveedores de máximo nivel.

(59) En cualquier caso, mientras que gran parte del tráfico que antes se enviaba a EE UU se dirige ahora a otras partes, o se utiliza el *mirroring* de forma limitada en

([18]) Solicitud de Sprint Corporation y MCI WorldCom Inc. ante la Comisión Federal de Comunicaciones de EE UU, de 20 de marzo de 2000, página 90, nota 142 a pie de página.

([19]) [...]*.

([20]) Comentarios de Cable & Wireless a la Comisión Federal de Comunicación de EE UU, de 18 de febrero de 2000.

([21]) [...]*.

Europa, gran parte del tráfico originario de Europa continuará enviándose a las filiales europeas de los proveedores de red de EE UU, puesto que muchos de estos proveedores están estableciendo redes en Europa y otras regiones, dirigiendo por tanto el tráfico a estas redes. Así pues, incluso con un cambio de los flujos de tráfico, continuaría la dependencia respecto de los proveedores de conexión de máximo nivel norteamericanos. El *multihoming* tampoco parece haber tenido un impacto significativo en los flujos de tráfico. La investigación de mercado ha puesto de manifiesto que los PSI europeos adquieren conexión de proveedores de conexión regionales de segundo nivel (europeos), pero siguen dependiendo del tránsito con al menos uno de los proveedores de conexión de máximo nivel para obtener la conexión universal.

(60) La Comisión, por tanto, concluyó en su pliego de cargos que a pesar de la evolución de Internet desde 1998, existe un mercado separado para la provisión de conexión a Internet de máximo nivel o universal. El uso cada vez mayor del *caching*, del *mirroring* y del *multihoming* no altera esta conclusión.

Respuesta de las partes

(61) En su respuesta al pliego de cargos, las partes cuestionaron la definición de la Comisión sobre el mercado de producto y la estructura jerárquica del mercado. Según las partes, los proveedores secundarios podían evitar a los proveedores de máximo nivel para obtener conexión universal. Además, los últimos progresos tecnológicos conducirían a la alteración de la naturaleza jerárquica del sector.

(62) Debe considerarse, en primer lugar, que las partes reconocen en su respuesta conjunta al pliego de cargos, que «los proveedores secundarios» (...) no forman parte del núcleo «infalible» de Internet. Es decir, no pueden expedir tráfico a todos los destinos de Internet sin depender del tránsito adquirido a otro PSI ([22]). Además, las partes tienen una percepción diferente del mercado de producto de referencia. En la respuesta, Sprint considera que cuatro empresas adicionales deben añadirse a las clasificadas por la Comisión como operadores de máximo nivel en el mercado. Sin embargo, Sprint no cuestiona el orden jerárquico de Internet. MCI WorldCom continúa alegando que el mercado de referencia es mucho más amplio que el establecido por la Comisión.

(63) Un tercero también presentó pruebas, durante la audiencia, de la disminución de la calidad de sus servicios debido a la ausencia de interconexiones directas con MCI WorldCom en Europa.

([22]) Respuesta conjunta al pliego de cargos, apartado 264 y nota 235 a pie de página.

(64) Las partes alegaron que las relaciones de interconexión secundarias (interconexión entre proveedores de conexión locales y regionales) permiten a los clientes de los proveedores de conexión de máximo nivel ejercer una presión competitiva sobre estos proveedores. Según las partes, en caso de que todos los proveedores de conexión de máximo nivel subiesen los precios de tránsito en un 5-10 %, los proveedores secundarios podrían desviar el tráfico con éxito y eficacia de tal modo que el aumento de los precios de tránsito no generaría beneficios. Además, como argumento complementario de la ausencia de una estructura jerárquica de Internet, las partes alegaron en su respuesta que la definición de la Comisión sobre el mercado no tiene en cuenta la evolución registrada fuera de Estados Unidos ni la aparición de operadores fuertes en Europa.

(65) Las partes no tienen en cuenta que los clientes de tránsito de los proveedores de conexión de máximo nivel no tendrían ninguna otra fuente para obtener conexión universal. Para poder proporcionar un substituto a la conexión ofrecida por los proveedores de máximo nivel, los proveedores de segundo nivel tendrían que establecer un gran número de acuerdos de interconexión y de tránsito con aquéllos PSI a los que antes sólo podían acceder a través de los proveedores de máximo nivel. Dado que existen miles de PSI en todo el mundo, esta tarea no sería rentable, en comparación con el aumento relativo de los precios del tránsito ([23]).

(66) Además, las partes alegan que la Comisión no ha tenido debidamente en cuenta los efectos de las tecnologías de almacenamiento y distribución de contenidos al evaluar el mercado de referencia. Según las partes, estas técnicas no son servicios independientes, sino que proporcionan un substituto parcial para el transporte principal. Estas técnicas acercan los contenidos a los usuarios, permitiendo así que la mayoría del tráfico evite las redes principales.

(67) Según se ha señalado en el considerando 38, y como también se expone en el considerando 172, la investigación de la Comisión ha mostrado que el uso cada vez mayor de tales técnicas no ha tenido un impacto significativo en la estructura del mercado. La mayoría del tráfico sigue realizándose a través de los proveedores de conexión de máximo nivel. Además, dado que estas técnicas no permiten eludir totalmente a los proveedores de conexión de máximo nivel, existe una dependencia continuada e inevitable de los proveedores de conexión de máximo nivel para garantizar la conexión universal. En cualquier caso, estas técnicas no sólo son utilizadas por los proveedores de contenidos y por los pequeños proveedores de conexión, sino también por los principales proveedores de conexión en su calidad de proveedores de servicios de coubicación y de centros de datos.

([23]) Las partes reconocen que hay miles de PSI en todo el mundo. Véase, por ejemplo, la página 119 de la respuesta al pliego de cargos.

(68) Las partes también alegaron que la definición de la Comisión respecto del mercado no tiene en cuenta que el mercado de conexión «de máximo nivel» ha llegado a ser sustancialmente más competitivo a medida que ha disminuido la posición relativa de cada uno de los principales actores identificados en la Decisión WorldCom/MCI.

(69) Este argumento no es relevante a efectos de la definición de los mercados de referencia, pues se refiere a la evaluación del nivel de competencia en el mercado. Por otra parte, contrariamente a las opiniones de las partes, no ha habido ninguna entrada significativa en el mercado desde 1998. En primer lugar, en su Decisión WorldCom/MCI de 1998, la Comisión consideró un mercado de referencia compuesto por 16 proveedores de conexión de máximo nivel. Estos operadores eran aquéllos que tenían acuerdos de interconexión con los cuatro proveedores principales. En el presente procedimiento, la Comisión ha considerado que existen 17 proveedores de máximo nivel. Éstos fueron seleccionados entre los que tienen acuerdos de interconexión con ambas partes notificantes, y tomando a la vez en consideración los citados por los terceros. De ello se desprende que el grupo de operadores establecido en el proceso actual se ha determinado sobre la base de criterios más generosos que los utilizados en el procedimiento WorldCom/MCI. En cualquier caso, la entrada de AT & T en el mercado (especialmente a través de la adquisición de los principales proveedores existentes) no ha tenido un efecto significativo en la cuota de mercado de MCI WorldCom. La cuota de mercado de MCI WorldCom durante los últimos dos años ha sido relativamente estable dependiendo de la metodología utilizada para el cálculo de las cuotas de mercado.

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES GLOBALES

(70) Los servicios de telecomunicaciones globales son servicios de telecomunicaciones que unen diferentes ubicaciones de los clientes, generalmente en al menos dos continentes diferentes y en varios países. Suelen ser adquiridos por empresas multinacionales con presencia en muchos países y varios continentes. Los servicios prestados son servicios mejorados, que van más allá de la prestación de servicios sencillos tales como voz y fax, proporcionando a los clientes soluciones globales con inclusión de redes privadas virtuales que engloban voz, servicios de datos y funciones avanzadas.

Características de la demanda

(71) Las partes explicaron en el curso de la investigación de mercado que el suministro de servicios de telecomunicaciones globales es un procedimiento de dos fases ([24]). En la primera fase, los clientes que requieren tales servicios publican una invitación de presentación de propuestas, con una descripción detallada de sus necesidades específicas, destinada a una serie de posibles proveedores a los que se invita a presentar una oferta. La segunda fase, tras la presentación de las candidaturas, corresponde al período en que el cliente lleva a cabo unas negociaciones breves con un pequeño número de proveedores preseleccionados, antes de escoger al ganador. Posteriormente, se negocia detalladamente el contrato con este último.

(72) Los clientes de servicios de telecomunicaciones globales exigen que su proveedor pueda proporcionar redes y servicios a la medida y de manera fluida. Los clientes esperan que las redes cubran una gama amplia de ubicaciones geográficamente dispersas, algunas de las cuales pueden estar situadas en zonas alejadas, por ejemplo en instalaciones petrolíferas en regiones desérticas. También esperan que se les proporcione el suficiente ancho de banda para soportar el tráfico de ida y vuelta desde todas las ubicaciones de manera fiable. Los mayores proveedores de tales servicios deben ser capaces de ofrecer los servicios en sus propias redes. Sin embargo, en el caso de la mayoría de los proveedores o en algunas ubicaciones geográficas, el operador puede verse en la necesidad de tener que utilizar (arrendar) redes de otras empresas para cubrir áreas a las que no sirve e intentar garantizar la fiabilidad de esa red.

(73) La mayoría de los clientes requieren que se les suministre un paquete de servicios, mientras que un pequeño número adquiere servicios individuales para necesidades específicas y realizan ellos mismos la integración. Sin embargo, los contratos no se dividen de modo que se permita a los proveedores individuales presentar una oferta para «lotes» diferentes.

(74) Al preguntársele por los principales parámetros que se aplican para seleccionar a un proveedor de servicios de telecomunicaciones globales, un encuestado citó un estudio del Yankee Group ([25]) donde se indica que el precio es solamente el cuarto criterio más importante al evaluar la oferta de un producto, por detrás de la fiabilidad, del servicio y la asistencia, y de la conexión, compatibilidad e infraestructura. Otros parámetros son la cultura, lengua y zonas horarias; el ancho de banda y la capacidad; la gestión de la red; el tiempo y plazos de instalación; el alcance global; el personal y cuestiones de personal; y la coordinación y la competencia. Los clientes que respondieron a la investigación de mercado de la Comisión confirmaron que el precio no era el único criterio que tenían en cuenta al decidir sobre los proveedores. Sin embargo, el precio no se considera normalmente el primer y principal criterio en el proceso inicial. La cuestión del precio reviste más importancia en la segunda etapa del procedimiento (al establecerse una comparación entre los proveedores preseleccionados).

(75) Para que un proveedor del mercado de servicios de telecomunicaciones globales resulte creíble, debe contar con sus propias instalaciones (esto es, debe tener sus propias redes para que la mayoría de su tráfico cuente con un alto nivel de fiabilidad y calidad del servicio; debe poder proporcionar el suficiente ancho de banda; y debe controlar los costes); deben tener un alcance mundial y servicios de asistencia al cliente (algunos clientes requieren que las instalaciones de servicio al cliente estén ubicadas muy cerca del mismo, aunque su situación puede no ser una consideración técnica fundamental). La existencia de una cartera de clientes también es importante para convencer a los futuros clientes de que el proveedor tiene capacidad para prestar sus servicios adecuadamente.

([24]) Página 20 del memorándum sobre el mercado de servicios de telecomunicaciones globales, presentado el 17 de marzo de 2000.

([25]) Documento de síntesis del informe del Yankee Group sobre «The Bell(e) of the Ball Give Their Hands: Qwest/US West and Global Crossing/Frontier», sacado de www.yankeegroup.com.

Características de la oferta

(76) Los proveedores tienen diversas formas de cubrir las necesidades de los clientes. Los clientes pueden adquirir elementos básicos del paquete global de telecomunicaciones, tal como una red de datos y las aplicaciones específicas que se utilizan en esa red, por ejemplo el servicio internacional de código 800, y encargarse ellos mismos del montaje de esos servicios adquiridos a distintos proveedores, con el fin de crear servicios mejorados y proporcionar el mantenimiento y los instrumentos de asistencia al cliente internamente. Otra posibilidad es que los clientes adquieran de proveedores especializados paquetes a la medida, proporcionado el proveedor el montaje del paquete y el mantenimiento y la asistencia al cliente, con la posibilidad de que el proveedor pueda ofrecer garantías de mayor rendimiento a un coste menor debido a la naturaleza integrada del paquete. Una última opción de oferta es la total contratación con el proveedor de las actividades del cliente. Esto suele incluir la transferencia de personal al proveedor, y no sólo el suministro del paquete integrado de servicios.

(77) Cualesquiera que sean las necesidades exactas del cliente, los servicios solicitados siempre conllevarán una combinación de elementos similares tales como una red, un protocolo de datos (por ejemplo, X.25, *Frame Relay*, ATM o IP), otros servicios que se ejecutan sobre ese protocolo, así como elementos cualitativos importantes tales como el alcance geográfico, la capacidad para garantizar una calidad del servicio (a través de la continuidad, apoyo próximo al cliente, alta fiabilidad, etc.), con costes similares. Los proveedores deberán estar en condiciones de prestar todos estos servicios. El contar con la gama completa de servicios también supone beneficios en cuanto al control del coste y la fiabilidad del paquete total de servicios, mejorándose así la opinión del cliente respecto del proveedor.

El proceso de selección

(78) Las partes notificantes explicaron el proceso de selección en el curso de la investigación de la Comisión. Normalmente, los clientes solicitan propuestas a posibles proveedores. En algunas circunstancias, solicitan información antes de pedir una propuesta, con el fin de conocer las opciones de la oferta de los principales proveedores. La convocatoria de propuestas puede ser un documento largo: un cliente indicó que podía tener hasta 100 páginas. La convocatoria de propuestas se envía a los proveedores elegidos para que presenten sus ofertas.

(79) La respuesta a la convocatoria de propuestas puede ser igualmente larga, y aspira a satisfacer los requisitos técnicos del cliente. Según MCI WorldCom, el precio propuesto inicialmente en respuesta a una convocatoria de propuestas se fija a partir de la experiencia previa relativa a los servicios que deben proporcionarse y al alcance geográfico del servicio. [...]*.

(80) [El cálculo del coste de un operador por el cumplimiento de un contrato de servicios de telecomunicaciones globales es un ejercicio complejo que supone tener en cuenta una amplia gama de factores entre los que pueden figurar la gestión, la comercialización, ventas y asistencia, personal, administración y costes de equipo.]*.

(81) [...]*. Una vez recibidas las ofertas, lo normal es que ningún proveedor pueda cumplir los requisitos detallados en la convocatoria de propuestas, por lo que se celebran reuniones de clarificación para dilucidar y evaluar los aspectos técnicos del concurso. Este proceso de evaluación puede llevar a un equipo de expertos varios meses de trabajo.

(82) Según las partes, una vez que el proveedor de telecomunicaciones globales ha llegado a la segunda etapa del proceso de selección (es decir, cuando el cliente potencial haya hecho una preselección de proveedores), empiezan las negociaciones con el cliente sobre el precio. Generalmente, el número de proveedores preseleccionados es de tres a cinco. De la descripción del proceso de selección proporcionada por las partes notificantes, y de la información suministrada por terceros se desprende que, aunque cada oferta se negocia por separado, en la práctica un buen equipo sabrá quienes son sus competidores en la segunda fase del proceso. A menudo, se proporciona a los concursantes la identidad y una indicación a grandes rasgos de la competitividad de determinadas ofertas.

(83) Una vez seleccionado el proveedor, se adjudica el contrato y se concluye el acuerdo. Algunos clientes utilizan consultores para una parte del procedimiento, por ejemplo la preparación de una convocatoria de propuestas, o incluso para la realización de casi todo el proceso.

El suministro de paquetes de servicios de telecomunicaciones globales

(84) El suministro de paquetes de servicios de telecomunicaciones, adaptados a los requisitos particulares de las empresas y con valor añadido, es un mercado de producto de referencia a efectos de este caso.

(85) En su notificación, las partes recuerdan las definiciones de mercado utilizadas por la Comisión en varias decisiones relativas a los servicios de telecomunicaciones globales a empresas multinacionales. Las decisiones más

recientes que citan son BT/AT & T ([26]) y AT & T/IBM ([27]). En BT/AT & T, la Comisión identifica un mercado para «el suministro de paquetes de servicios globales de telecomunicaciones de empresa individualizados, mejorados y de valor añadido, designado en lo sucesivo mercado de prestación de servicios de telecomunicaciones globales». En su notificación, las partes manifiestan su acuerdo con la evaluación de la Comisión en BT/AT & T de que el mercado de producto no debería desglosarse en mercados de producto más pequeños para servicios aislados incluidos en la gama de servicios de telecomunicaciones globales. Las partes también observan que los paquetes de servicios de telecomunicaciones globales son soluciones adaptadas, y que por tanto se diseñan, empaquetan y gestionan individualmente para cubrir en un momento dado las necesidades de comunicación de un cliente particular.

(86) Los servicios ofrecidos que a juicio de las partes notificantes pertenecen al conjunto de servicios que deben incluirse en el mercado de producto son los siguientes: comunicaciones de voz nacionales e internacionales; comunicaciones de datos nacionales e internacionales proporcionadas mediante un cierto número de plataformas, tales como *Frame Relay*, ATM e IP; servicios de voz mejorados y servicios de datos; números gratuitos internacionales; servicios de mensajería; centros de llamadas; servicios de vídeo y audioconferencia; servicios de intranet y de extranet; redes virtuales privadas; servicios de acceso dedicado a Internet y tarjetas telefónicas de empresa.

(87) La Comisión investigó si esta definición del mercado de producto de referencia es sólida. Con este fin, era necesario evaluar si algunas o todas las líneas de servicios individuales pueden aislarse del conjunto de servicios globales y considerarse un mercado de producto de referencia separado. Un segundo paso del análisis era evaluar hasta qué punto el autoaprovisionamiento o la contratación externa de la prestación de servicios de telecomunicaciones globales debe considerarse como competencia real o potencial o simplemente irrelevante para el análisis de la competencia.

Prestación de servicios individuales frente a paquetes de servicios

(88) La mayoría de los clientes estuvieron de acuerdo con una definición de mercado basada en paquetes de servicios globales. Sin embargo, algunos clientes también opinaron que algunos servicios podían constituir un mercado de producto separado. Por ejemplo, un cliente indicó que compraba servicios individuales y no en paquetes. Otro, según se menciona a continuación en el considerando 95, declaró que estudiaría comprar servicios separados si se produjera una subida de los precios de los paquetes.

(89) Con el fin de verificar la definición del mercado de referencia, la Comisión también investigó lo que sucedería si los precios de los paquetes de servicios de telecomunicaciones globales aumentasen uniformemente un 5-10 %. (Esto ayuda a predecir si los clientes cambiarían a otros productos, determinando así si estos otros productos forman parte del mismo mercado). Como se ha señalado anteriormente en el considerando 76, los clientes no consideran el precio como uno de los factores principales a la hora de elegir un proveedor. Esto se aplica *mutatis mutandis* a la opción entre la compra de servicios básicos y la autoprestación de servicios mejorados además de estos servicios básicos, y la compra de tales servicios en paquetes adaptados. Solamente un encuestado manifestó que si el precio de los paquetes aumentara, consideraría la posibilidad de adquirir servicios individuales e integrarlos internamente. El resto de los encuestados señalaron que no esperaban incrementos de los precios o que aceptarían tal aumento uniforme de los precios porque no tenían opción: necesitaban los servicios.

(90) Determinar una línea específica de servicios como un mercado de referencia separado sería contrario al razonamiento económico del funcionamiento del mercado. En primer lugar, según se ha explicado en el considerando 77, cada uno de estos servicios se basa en elementos básicos similares con los que cuentan los principales proveedores. Existe por tanto una cierta sustitución de la oferta entre una línea de servicio y otra. En segundo lugar, los clientes establecen necesidades que pueden cubrirse de diversas formas con diversas líneas de servicio. Los clientes también pueden pedir funcionalidades o servicios adicionales en el curso de un contrato, que requieran el uso de otras líneas de servicio. El mercado de producto de referencia debería por tanto centrarse en los elementos centrales de red (los protocolos de datos) y otras características de los servicios de telecomunicaciones globales. Estos protocolos de datos son el elemento fundamental sobre el que operan los otros servicios, más sofisticados, de telecomunicaciones globales.

(91) Los servicios individuales pueden subdividirse en diversos grupos, dentro de los cuales existe una cierta sustituibilidad de servicios. Sin embargo, esta sustitución no es perfecta entre los diversos servicios de la gama de servicios global, sino que el cliente pretende obtener un paquete que cubra sus necesidades. Diversos operadores del mercado pueden ofrecer soluciones basadas en diferentes servicios para las mismas necesidades de los clientes.

(92) Las personas encuestadas en el marco de la investigación de la Comisión estuvieron de acuerdo, por lo general, con la clasificación de productos proporcionada por la Comisión, basada en el listado de servicios de telecomunicaciones proporcionado por las partes. Sin embargo, varios operadores subdividieron las categorías de diferentes maneras, al intentar analizar si el mercado era

([26]) IV/JV.15 — BT/AT & T de 30 de marzo de 1999.
([27]) IV/M.1396 — AT & T/IBM Global Network.

más restringido. Además, un tercero sostuvo que otros servicios tales como X.25, las redes dedicadas de *software* global, el servicio de gestión de ancho de banda, los servicios IP (*web hosting*, servicios IP de valor añadido, servicio de gestión de IP, mensajería global y *caching*) y VSAT (terminales de muy pequeña abertura) formaban también parte de los servicios que deben incluirse en la definición de mercado de producto.

(93) La Comisión solicitó los puntos de vista de los competidores y clientes sobre la definición del mercado de producto. Hubo un acuerdo casi total sobre el alcance de los productos incluidos en el mercado, pero ciertas diferencias por lo que se refiere a elementos específicos.

(94) Dos encuestados opinaron que existía un mercado distinto para clientes de un nivel muy superior, que lo distinguía del mercado de otros clientes. Un encuestado calificó este mercado como un mercado donde los clientes actúan sobre una base global y requieren un conjunto de servicios en una red privada global que pueda conectar todos los lugares de la empresa. Sin embargo, es difícil aislar a un grupo tan específico de empresas que requieran tal oferta de servicios. La naturaleza y la distribución de los sitios de una empresa son diferentes de los de otra, por ejemplo la densidad de una red puede ser mucho mayor en un país en donde una empresa tiene una amplia red de distribución que en el país vecino, donde dicha empresa sólo tiene instalaciones de fabricación. Las adquisiciones efectuadas por la empresa pueden alterar ese mercado muy rápidamente. En la práctica, todos los operadores del mercado de servicios de telecomunicaciones globales, tal y como quedan definidos en los considerandos 206 a 218, pueden servir tanto al pequeño grupo de empresas con base mundial como a esas empresas con redes a través de un menor número de fronteras. Este último grupo de empresas puede tener otros proveedores locales que satisfagan parte de sus necesidades, pero solamente los auténticos operadores a escala mundial pueden proveerlas de su red global.

Autoaprovisionamiento y contratación externa

(95) Los clientes que eligen autoaprovisionarse en cuanto a sus necesidades de servicios de telecomunicaciones globales, compran algunos elementos incluidos en los paquetes de servicios de telecomunicaciones globales. Sin embargo, el autoaprovisionamiento por sí mismo no constituye parte del mercado según lo definido en el considerando 86. Por otra parte, según se señala en la Decisión BT/AT & T, el autoaprovisionamiento es una opción estratégica. Es improbable que los clientes que opten por adquirir paquetes vuelvan al autoaprovisionamiento, aunque ello no es imposible, pues los costes de cambiar y aprovechar los recursos y la experiencia internos para ejecutar los servicios son elevados. Sólo un cliente proporcionó un ejemplo concreto de autoaprovisionamiento de ancho de banda bruto, que sólo se hizo en un país. Se había rechazado explícitamente como opción para un servicio a escala europea, pues el autoaprovisionamiento no es viable a escala europea, y menos aún mundial. Otros clientes rechazaron explícitamente la posibilidad de volver de nuevo a una red interna, salvo para servicios especiales. Un argumento similar se aplica a la contratación externa, donde no sólo se suministra la red desde el exterior, sino que también el personal que opera la red trabaja para el proveedor. Que el cliente vuelva a una cierta forma de autoaprovisionamiento sería más difícil en estas circunstancias. Puede por tanto considerarse que ninguna de estas actividades forma parte del mercado de referencia.

Conclusión

(96) La investigación de la Comisión confirma que la definición de mercado de BT/AT & T era correcta, y que se precisó más mediante el establecimiento de la distinción entre los protocolos básicos de datos y los servicios de mayor valor añadido que operan sobre esos protocolos.

C. *MERCADO GEOGRÁFICO DE REFERENCIA*

CONEXIÓN DE MÁXIMO NIVEL O UNIVERSAL A INTERNET

(97) En la Decisión WorldCom/MCI, la Comisión llegó a la conclusión de que el mercado para la provisión de conexión de máximo nivel es mundial. Las partes no han impugnado este hecho *per se* y reconocen que existe una demanda global de conexión. Sin embargo, alegan que existe un incremento de la demanda regional (europea) y que el mercado no es jerárquico. Esto se manifestó también en la respuesta de las partes al pliego de cargos. Sin embargo, ello es contrario a las conclusiones de la Comisión en este procedimiento. La investigación de mercado de la Comisión ha confirmado que la demanda de conexión a Internet sigue teniendo un ámbito universal, y a pesar del creciente contenido regional y de la entrada de varios nuevos operadores, y del uso del *mirroring*, del *caching*, etc., los PSI de segundo nivel siguen dependiendo de un número limitado de proveedores de red de máximo nivel para la conexión mundial. Aunque la mayoría de los proveedores de red de máximo nivel que han surgido hasta ahora tienen sus centros de actividad en Estados Unidos, son los únicos proveedores que pueden ofrecer tránsito a todos los rincones de Internet. Dada la estructura jerárquica de Internet, una subida de los precios de acceso a las redes de máximo nivel afectaría a los consumidores de todo el mundo. Así pues, existe un mercado mundial.

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES GLOBALES

(98) En la Decisión BT/AT & T, la Comisión llegó a la conclusión de que el mercado para la prestación de servicios de telecomunicaciones globales es internacional. En su notificación, las partes notificantes están de acuerdo con esta definición. Esta definición de mercado también se ve confirmada en gran parte por terceros. Un tercero sugirió que algunas empresas europeas acudirán en primer lugar a un proveedor europeo para contratar algunos servicios, y solamente acudirán a los proveedores de EE UU si el precio aumenta en un 5-10 %. Sin embargo, las listas de proveedores proporcionadas por los clientes confirman la opinión de que son los operadores globales quienes son considerados como los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones globales.

(99) Por consiguiente, la Comisión ha basado su análisis en la definición del mercado geográfico global establecida en el considerando 98, que ya utilizó en el análisis de BT/AT & T, y que mantiene habida cuenta de que no hay pruebas en la investigación que contradigan dicha definición.

D. *EVALUACIÓN*

CONEXIÓN DE MÁXIMO NIVEL O UNIVERSAL A INTERNET

Estadísticas públicamente disponibles sobre cuotas de mercado

(100) En la Decisión WorldCom/MCI, la Comisión concluyó que la combinación de las actividades de Internet de MCI y WorldCom habría llevado a la creación de una posición dominante en el mercado de conexión de máximo nivel. Las actividades actuales de Internet de MCI WorldCom fueron aportadas por WorldCom después de que la Comisión aceptara la venta de las actividades de Internet de MCI como condición para la realización de la fusión de MCI y WorldCom. En el momento de la Decisión de la Comisión, MCI y WorldCom eran los líderes del mercado, con una cuota de mercado conjunta en la región de cerca del [30-40]* % para el anterior grupo WorldCom y [10-20]* % para el anterior grupo MCI. En aquel momento, Sprint era el segundo proveedor de red de máximo nivel más importante, con una cuota de mercado del 10-15 %.

(101) Las partes alegan que, según lo establecido por la Comisión en la Decisión WorldCom/MCI, no existe un cálculo fiable disponible sobre el tamaño del sector de Internet en su conjunto ni de ningún subsector importante, y no existe consenso sobre una unidad de medida preferida. Además, según se señaló en la Decisión de la Comisión, las partes alegan que no existen obligaciones específicas de información para los PSI en relación con los ingresos de Internet, y tampoco se dispone de información fiable. Por consiguiente, las partes no pueden proporcionar un cálculo exacto del tamaño del sector de Internet ni un parámetro del mercado. Incluso los ingresos de Internet, que MCI y WorldCom establecieron como herramienta adecuada para medir las cuotas de mercado en la Decisión WorldCom/MCI, pueden, según las partes, no ser exactos. Los flujos del tráfico, según estableció la Comisión en la Decisión WorldCom/MCI, tendrían una inexactitud aún mayor y no pueden medirse con exactitud desde un punto de vista técnico, dada la ausencia de medidas generalmente aceptadas. [...]*. Con todo, Sprint calcula las cuotas de mercado de los proveedores de red de máximo nivel sobre la base de los ingresos de 1999 en un [35-40]* % para MCI WorldCom, un [10-15]* % para AT & T, [menos del 10]* % para Sprint, y para Qwest [menos del 5]* % ([28]).

(102) Las partes presentaron varias fuentes de acceso público que proporcionan cálculos de las cuotas de mercado ([29]). Según estas fuentes, se calcula que las cuotas de mercado de MCI WorldCom y Sprint oscilan entre un mínimo del 17 % y 3 % respectivamente y un máximo del 21-45 % y 13-21 % respectivamente. Los cálculos relativos a las cuotas del 17 % y del 3 % se basan en los ingresos de los proveedores de servicios de Internet y en la cuota del vendedor. Éstos deberían sin embargo excluirse, dado que incluyen empresas tales como AOL y MSN que no están presentes en el mercado de referencia, pues no poseen ninguna red que proporcione conexión de máximo nivel. De este modo se obtienen unas cuotas de mercado combinadas que oscilan entre el 34 % y el 55 %. También los cálculos realizados por terceros independientes y proporcionados por las partes estiman las cuotas de mercado de las partes en la fusión en valores situados entre el 20-25 % y el 13-20 % en los casos de MCI WorldCom y Sprint respectivamente, y en el caso de la entidad fusionada, en el 34-45 % ([30]). Estas cuotas de mercado coinciden también con las

([28]) [...]*.

([29]) TeleGeography 1999, The World's Top ISPs (winter 1998-99), p. 122; International Data Corporation, Internet Service Provider Market Review and Forecast, p. 17; Cahners In-Stat Group, Show Some Backbone: ISPs Report Increasing Demand and Shifting Vendor Preference, p. 7; Boardwatch, edición de diciembre de 1999; Datamonitor, The Future of the Internet; Hearing on the MCI WorldCom-Sprint Merger Before the [US] Senate Committee on the Judiciary, declaración 3 (4 de noviembre de 1999) (Declaración de Tod A Jacobs, Senior Telecommunications Analyst, Sanfor C. Bernstein & Co., Inc.), Bernstein Research, MCI WorldCom, marzo de 1999, p. 51; OECD, Internet Traffic Exchange: Developments and Policy, DSTI/ICCP/TISP (98) 1/FINAL, pp. 22 y 58-59.

([30]) Credit Suisse First Boston, Morgan Stanley Dean Witter y Bear Stearns.

cifras proporcionadas por los encuestados en la investigación del mercado de la Comisión ([31]). El tamaño de la suma de los flujos de tráfico de las dos partes debería también unirse a la red global combinada de la entidad fusionada (capacidad). UUNet, la división de Internet de MCI WorldCom tiene «más de 2 000 POP, 500 de los cuales fuera de Estados Unidos. Es más grande que cualquier otra red IP del mundo, al menos el doble y más de cuatro y cinco veces mayor que la mayoría de las principales IP del mundo» ([32]). Además UUNet tiene un banco muy grande de módems que sirve a clientes al por mayor con acceso a Internet por conexión telefónica [...]*.

Cálculos de la Comisión sobre las cuotas de mercado

(103) Los operadores del mercado son aquellos que cuentan con un conjunto de acuerdos de interconexión que les proporcionan un 100 % de conexión a Internet. La identificación de estos operadores del mercado implica revisar todas las relaciones de tránsito e interconexiones existentes entre los proveedores de acceso a Internet, aislando a aquellos que solamente obtienen su conexión de su base de clientes o de acuerdos de interconexión con otras redes. Dados los problemas de calidad planteados por los puntos de interconexión públicos, es probable que sólo aquéllos que establecen acuerdos de interconexión privados con otras redes sean realmente capaces de obtener una conexión de máximo nivel.

(104) Muchos de los consultados en el curso de la investigación de la Comisión mencionaron las mismas cinco redes de máximo nivel (MCI WorldCom, Sprint, AT & T, Cable & Wireless y GTE), calificándolas de más fuertes que todas las demás. Por consiguiente, la Comisión revisó los acuerdos de interconexión en los que participaban estos operadores para establecer una lista de candidatos a proveedores de conexión de máximo nivel. Como la publicación de las relaciones de interconexión plantea problemas de confidencialidad, la Comisión seleccionó a las empresas que tienen acuerdos de interconexión tanto con MCI WorldCom como con Sprint para determinar quiénes podían ser considerados como proveedores de máximo nivel. Este examen llevó a identificar a las siguientes empresas como operadores del mercado: [...]*.

(105) Sin embargo, un tercero propuso su propia lista de proveedores de conexión de máximo nivel, midiendo el número de rutas disponibles para acceder a sus redes. Si a estas redes pudiera accederse directamente en vez de a través de una red de terceros, se añadirían a la lista. El examen de esta lista mostró algunas discrepancias con la lista de los que tienen acuerdos de interconexión con las redes de MCI WorldCom y de Sprint. Las empresas que no figuraban en la lista de este tercero no fueron retiradas del conjunto de operadores del mercado; en cambio, se añadieron las empresas incluidas en dicha lista pero que no tenían acuerdos de interconexión con las dos redes. De este modo se añadieron las cuatro empresas siguientes: Exodus, Digex, Abovenet y Epoch. En total, el análisis arrojó un conjunto de 17 redes (o grupos de redes) que participan en el mercado de conexión a Internet de máximo nivel.

(106) Cualquier otro proveedor de acceso a Internet que no figure en esta lista tiene que adquirir servicios de tránsito al menos a uno de los cinco principales proveedores. En caso de que una red no establezca acuerdos de interconexión con las cinco redes principales como mínimo, tendría una laguna considerable en su cobertura de Internet. Es posible que el número de operadores que son auténticas redes de máximo nivel sea en realidad más pequeño que el número de los que tienen acuerdos de interconexión con Sprint y MCI WorldCom. Algunos de estos pueden recibir conexión a través de acuerdos públicos de interconexión, lo que no les permite proporcionar conexión de la mejor calidad. Además, los operadores que tienen acuerdos de interconexión con los dos operadores originales, no necesariamente han de tenerlos con los demás operadores que también posean acuerdos de interconexión con estos dos. En este sentido, puede que no tengan acceso abierto para cubrir la totalidad de Internet. No obstante, a efectos de la evaluación, se partió de la hipótesis de que cualquiera que tuviese interconexiones con MCI WorldCom y Sprint sería considerado socio aconsejable por cualquier otro operador que tuviese la misma relación. Esta hipótesis juega en favor de las partes al ampliar el ámbito de operadores del mercado.

a) **Cuotas de mercado basadas en los flujos de tráfico**

(107) Las partes alegaron que la medida del flujo de tráfico es muy inexacta. Estas medidas miden el tráfico que pasa por partes específicas de la red en puntos específicos en un momento dado, y dado que las rutas IP son dinámicas, la misma información enviada entre dos servidores principales puede no viajar siempre por las mismas redes. Por otra parte, dado que el tráfico fluye

([31]) Bell Atlantic estima la cuota de mercado de la entidad fusionada en el 50-70 %, y las estimaciones de Cable & Wireless de la cuota de MCI WorldCom en el tráfico global de Internet son del 50 % y las de Sprint del 18 % en 1998.

([32]) WorldCom: Still a Cool Company, Salomon Smith Barney, 7 de febrero de 2000, p. 2.

por más de una red desde el origen al destino, el cálculo de la cantidad total de tráfico sumando las cantidades gestionadas por cada eje implica inevitablemente una doble contabilidad. Por tanto, debido a que el volumen de doble contabilidad variará en función del eje principal escogido, las cuotas de mercado basadas en los cálculos del tráfico pueden ser erróneas.

(108) Las partes también alegaron que los cálculos del flujo de tráfico pueden reflejar la arquitectura particular de la red en cuestión. Un proveedor central con muchos nodos puede generar una pequeña cantidad de tráfico central en comparación con uno que tenga pocos nodos, simplemente a consecuencia de la arquitectura de red que emplea. Esto se debe a que un nodo puede dirigir directamente el tráfico a todos los usuarios finales alcanzados a través de ese nodo y enviar al sistema central únicamente el tráfico dirigido a los destinos alcanzados a través de otros nodos, imputándose sólo este volumen de tráfico al proveedor central.

(109) Sin embargo, como el poder de mercado puede derivarse del tamaño global de una red concreta, cabe afirmar que las cuotas de mercado medidas sobre la base de los flujos de tráfico son una medida más exacta para calcular el poder de mercado.

(110) No se dispone de estadísticas sobre los volúmenes generales de tráfico enviados o recibidos por las redes. Por tanto, fue necesario adoptar un enfoque «de abajo a arriba» con el fin de calcular las cuotas de mercado basadas en el tráfico. Este método exige que se identifiquen los operadores del mercado y se sumen sus respectivas mediciones del tráfico que fluye por sus redes para conocer el tamaño del mercado. Sin embargo, no puede establecerse con certeza que todas las medidas del flujo de tráfico se hayan realizado de forma coherente por los operadores de mercado en cuestión. Era por tanto necesario concebir una forma alternativa de calcular las cuotas de mercado basadas en el tráfico.

(111) El flujo de tráfico total de cualquier red abarca el tráfico intercambiado con otras redes identificadas y su tráfico interno (es decir, el tráfico entre clientes intercambiado de la misma red). Las cuotas de mercado se pueden calcular utilizando proporciones de tráfico, sin que sea necesario conocer exactamente el flujo de tráfico de Internet. Para ello se ha de seguir el método siguiente: la proporción de la cuota de mercado de la red A en relación con la de la red B es igual a la proporción del tráfico total que fluye a través de la red A en relación con el que lo hace por la red B. Si ambos términos de esta proporción se dividen por el tráfico total intercambiado entre las redes A y B, se desprende que la proporción de la cuota de mercado de la red A en relación con la de la red B es igual a la proporción de la cuota relativa de la red A en el tráfico total que fluye a través de la red B en relación con la cuota relativa de la red B en el tráfico total que fluye por la red troncal A. Por consiguiente, se pueden calcular las cuotas de mercado sobre la base de las cuotas relativas de cada red en relación con el tráfico total que fluye por cada una de ellas. De este modo, las cuotas relativas pueden calcularse para cada red utilizando sólo las estadísticas de tráfico generadas por esa red. Esto evita la necesidad de añadir medidas realizadas por diversas redes para calcular las cuotas de mercado, a la vez que impide que el cálculo de la cuota de mercado se vea afectado por posibles diferencias en los métodos de medida de una red a otra.

(112) De los datos obtenidos de las cinco redes principales, es posible deducir las cuotas relativas de cada una de estas redes en el tráfico intercambiado con las otras cuatro redes y con los otros operadores. Si una empresa posee varias redes y algunas de éstas compran tránsito mientras que otras establecen acuerdos de interconexión, todo el tráfico se suma y se considera tráfico de interconexión. Esta suposición es beneficiosa para las partes, puesto que es lo que suele suceder con sus competidores más pequeños.

(113) La combinación de la cuota relativa del tráfico intercambiado entre las redes A y B desde la perspectiva de A y posteriormente desde la perspectiva de B proporciona un coeficiente de las cuotas de mercado de la red A y de la red B. Este método puede también aplicarse a las redes A y C y posteriormente a las redes C y B para obtener otro cálculo del coeficiente de las cuotas de mercado de la red A y de la red B. La Comisión aplicó este enfoque a cada una de las cinco redes principales y obtuvo el siguiente cuadro de coeficientes, que incorporó al pliego de cargos ([33]):

	Relación entre la dimensión de la red X y la dimensión de la red MCI WorldCom
GTE	[...]*
Sprint	[...]*
C & W	[...]*
MCI WorldCom	[...]*
AT & T	[...]*
Total	[...]*

(114) Al aplicar esta metodología a un mercado hipotético que comprende MCI WorldCom, Sprint, Cable & Wireless, GTE y AT & T (lo que corresponde al mercado de referencia definido por Sprint en sus alegaciones sobre la concentración WorldCom/MCI en 1998), sus cuotas de mercado respectivas dejarían al grupo MCI WorldCom un 46-51 % de ese mercado, y a Sprint un [10-20]* % adicional, lo que supone un total del [56-71]* %.

([33]) Estos coeficientes se proporcionan en series, a fin de proteger la confidencialidad de la información facilitada por terceros.

(115) Para calcular las cuotas de mercado basándose en el conjunto de las 17 redes potenciales de máximo nivel, hubo que hacer suposiciones en cuanto al tamaño de las 12 redes restantes. La suposición general, conforme a las cifras de los ingresos, era que el tráfico que fluía a través de una de estas redes no podía ser mayor que el tráfico que fluía a través de cualquiera de las cinco redes principales. Dado que el coeficiente del tráfico total que fluye a través del más pequeño de los cinco principales proveedores de acceso a Internet en comparación con el tráfico de MCI WorldCom es de [...]*, el coeficiente de la suma de las 12 redes restantes no puede ser superior a [...]* multiplicado por 12.

(116) Sobre esta base, y suponiendo que estas 12 redes no tengan un tamaño similar, el tráfico total que fluye a través de las 12 redes debería ser equivalente al tráfico de MCI WorldCom. Los cálculos de la cuota de mercado dan al grupo MCI WorldCom un 32-36 %, a Sprint un [5-15]* % adicional y ningún competidor tiene más del 10-15 %. Las cuotas de mercado combinadas de Sprint y MCI WorldCom están por tanto en la gama del [37-51]* %. Los demás tienen las siguientes cuotas de mercado:

	Relación entre la dimensión de la red X y la dimensión de la red MCI WorldCom	Cuotas de mercado
GTE	[...]*	[0-10]* %
Sprint	[...]*	[5-15]* %
C & W	[...]*	[0-10]* %
MCI WorldCom	[...]*	[32-36]* %
AT & T	[...]*	[5-15]* %
Otros A	[...]*	
Otros B	[...]*	

(117) Incluso suponiendo que el volumen total de tráfico que cruza las otras 12 redes sea el doble que el del grupo MCI WorldCom (lo que, de acuerdo con lo visto en el considerando 115 es imposible, dado que su tamaño global no puede ser más de 1,8 veces el tamaño de MCI WorldCom), la cuota de mercado combinada de las partes seguiría siendo del orden del 32-35 % y [hasta]* tres veces más grande que la red siguiente.

b) **Estimaciones del tamaño y la cuota de mercado partiendo de las cifras de ingresos**

(118) Según lo anterior, un total de diecisiete proveedores de acceso a Internet cumpliría con la definición de red de máximo nivel. En cuanto al tamaño total del mercado, la información disponible no estaba completa, y hubo que hacer cálculos por lo que se refiere al volumen de negocios de dos empresas para las que no se contaba con cifras exactas ([34]). Los ingresos de cada una de las empresas ascendían a 100 millones de USD, lo que se consideró una sobreestimación importante de sus ingresos reales.

(119) Las cuotas de mercado se calcularon en el pliego de cargos siguiendo dos métodos alternativos. El primero tuvo en cuenta los ingresos totales de Internet (incluido el acceso por conexión telefónica, el acceso dedicado, *hosting*, coubicación y otros servicios). Eso llevó a un tamaño de mercado de aproximadamente 6 500 millones de USD y a cuotas de mercado del [40-50]* % y del [5-15]* % respectivamente para MCI WorldCom y Sprint. Solamente otro operador (AT & T) tenía una cuota de mercado entre el 10 y el 15 % y dos tenían cuotas de mercado situadas en la gama del 5-10 % (C&W y PSINet). Todos estos ingresos se deben a la provisión de acceso a Internet. [...]*. Del mismo modo, la provisión de acceso por conexión telefónica genera tráfico, aumenta la cartera de clientes y por tanto la posición en el mercado.

(120) El segundo método tuvo en cuenta los ingresos adquiridos con la provisión de acceso dedicado. La ventaja de este método es que utiliza solamente los ingresos por la provisión de conexión, incluso si no cubre todos los ingresos por provisión de conexión. Sin embargo, los encuestados no fueron siempre capaces de desglosar sus ingresos de Internet, y este enfoque excluye los ingresos generados por el acceso por conexión telefónica. En cualquier caso, puesto que este método no incluye todos los ingresos correspondientes a Internet, sólo puede utilizarse como indicación adicional de las cuotas de mercado. En el caso de las empresas para las que no se dispone de cifras de los ingresos procedentes del acceso dedicado, estas cifras se fijaron en un tercio de los ingresos totales de Internet. Esto es coherente con el coeficiente de tales ingresos en relación con los ingresos totales de Internet de las dos partes notificantes ([...]* y [...]*). Si se supusiera que tales ingresos son la mitad de los ingresos totales de Internet, ello llevaría a una cuota de mercado combinada del [30-40]* %. Sobre esta base, la cuota de MCI WorldCom era del [15-25]* %, y la de Sprint del [5-15]* %, lo que supone que la empresa combinada cuenta con un [20-40]* % del mercado. Los tres competidores más cercanos tenían cuotas de mercado situadas en la franja del 10-15 %.

([34]) La mayoría de la información utilizada para calcular las cuotas de mercado basándose en los ingresos y el tráfico fue proporcionada por las partes notificantes y por terceros al Departamento de Justicia de EE UU en respuesta a las solicitudes de la investigación en el ámbito del Derecho civil, mediante renuncia a la confidencialidad por parte de ambos competidores.

(121) Aunque las partes subrayaron repetidamente su convencimiento de que el volumen de negocios era el único indicador fiable de la cuota de mercado en este ámbito, muchos otros competidores señalaron los posibles riesgos que conllevaba la confianza excesiva en este tipo de datos. A pesar de que, siempre que fue posible, se utilizaron cifras basadas en los ingresos procedentes del acceso básico a Internet, las empresas en cuestión no están obligadas a cumplir normas de información ni a revelar datos. En consecuencia, fue necesario tratar las cifras con cautela.

(122) Aquellas empresas que estén interconectadas con hasta cuatro de los principales proveedores no pueden arrogarse el derecho de ser consideradas redes de máximo nivel, dado que el hecho de no disponer de interconexión con una de las cinco indica una carencia sustancial en su capacidad para prestar acceso a Internet. Sin embargo, a efectos de realizar un análisis más exhaustivo, se hicieron los cálculos de la cuota de mercado para considerar si la adición de tales operadores no incluidos en la lista de operadores de mercado causaría una alteración significativa a las cifras. Partiendo de esta base (que, se ha de subrayar, es demasiado conservadora) se seguían registrando unas cuotas de mercado conjuntas de las partes notificantes superiores al [35-45]* % en términos de ingresos de Internet.

c) **Conclusiones sobre el cálculo de la cuota de mercado**

(123) Sobre la base de las cuotas de mercado calculadas a partir de los flujos de tráfico y de los ingresos, la cuota de mercado de la entidad resultante de la concentración ascendería al [37-51]* %, en términos de tráfico intercambiado ([35]), y al [30-65]* % en términos de ingresos. La cuota de mercado del competidor siguiente no es nunca superior al 15 %. Con independencia de la metodología utilizada, la investigación de la Comisión muestra que la entidad fusionada tendrá cuotas de mercado más de tres veces superiores a sus competidores más cercanos si el cálculo se basa en los ingresos, y cuatro veces superiores si el cálculo se basa en el tráfico. Estos resultados siguen siendo sólidos incluso bajo la suposición poco probable de que la combinación de las 12 entidades más pequeñas de máximo nivel tenga un tamaño del doble del de MCI WorldCom.

d) **Respuesta de las partes**

(124) En su respuesta al pliego de cargos, las partes alegaron que los cálculos de la cuota de mercado de la Comisión eran demasiado amplios y que, en la parte inferior de la gama, la cuota de mercado no suscita problemas desde el punto de vista de la competencia. Los cálculos tanto de la Comisión como de terceros también demuestran que MCI WorldCom habría perdido una cuota de mercado sustancial desde 1998. Por otra parte, las partes cuestionaron la utilización de los métodos de medición de los ingresos y del tráfico utilizados en este caso, puesto que alegan que es probable que dichos métodos sobrestimen la cuota de mercado de la entidad fusionada.

(125) Según la información de que disponía la Comisión en el momento de la elaboración del pliego de cargos, la cuota de mercado de MCI WorldCom basada en los ingresos totales de Internet es del [40-50 %]* en un mercado que comprende 17 proveedores de conexión de máximo nivel ([36]). Esto debería compararse con la cuota de mercado del [35-45 %]* de WorldCom en 1998. A pesar de que las suposiciones utilizadas por la Comisión en el proceso actual son más generosas para las partes en comparación con las suposiciones hechas en la Decisión WorldCom/MCI en 1998, de lo anterior puede concluirse que la cuota de mercado de MCI WorldCom basada en los ingresos totales de Internet ha aumentado desde 1998.

(126) Sin embargo, tras la publicación del pliego de cargos, las partes informaron a la Comisión de que deberían añadirse otros 110 millones de dólares estadounidenses a los ingresos de acceso dedicado de MCI WorldCom en Norteamérica. Por consiguiente, la cuota de mercado de MCI WorldCom calculada a partir de los ingresos del acceso dedicado aumentaría desde un [20-30]* % inicial (véase el considerando 120) hasta un [25-35]* %. Esto daría a la entidad fusionada una cuota de mercado del [35-45]* %.

(127) Además, la cuota de mercado de MCI WorldCom basada en los flujos de tráfico ascendió al [32-36]* % frente al [30-40]* % de la cuota de mercado de 1998. La cuota de mercado de 1998 se basó en un número menor de proveedores de máximo nivel (16).

(128) En su respuesta al pliego de cargos, las partes alegaron que la Comisión había incurrido en equivocaciones en sus hojas de cálculo y que la metodología utilizada para calcular las cuotas de mercado basadas en los flujos de tráfico era errónea. La Comisión presentó a cada uno de los tres operadores de ejes principales, que son terceras partes en este proceso, mencionados en el considerando 113, todos los cómputos realizados sobre la base de la información por ellos suministrada, y les pidió que manifestaran si sus datos se habían reproducido con exactitud y si creían que la metodología seguida por la Comisión era correcta. Cada uno de los terceros señaló algunos errores de forma, pero también declaró que los datos reflejaban exactamente sus medidas y manifestaron su acuerdo con la metodología utilizada por la Comisión. Al recalcular las cuotas de mercado teniendo en cuenta todos los errores de forma señalados por las notificantes y los terceros, la Comisión encontró variaciones mínimas (menos de medio punto porcentual) en las cuotas de mercado calculadas.

([35]) Esta cuota de mercado sería del [30-40]* % aproximadamente si se partiera de suposiciones muy favorables a las partes.

([36]) En 1998, la cuota de mercado de la entidad fusionada se estimó en un [45-55]* % ([35-45]* % WorldCom y [5-15]* % MCI). El negocio de Internet de MCI pasó posteriormente a ser propiedad de Cable & Wireless.

Repercusiones de la concentración en la competencia

a) **Características del mercado actual**

(129) Hay indicios de que MCI WorldCom tiene en la actualidad una posición de mercado muy fuerte que no se traduce necesariamente en una posición dominante en el mercado de conexión de máximo nivel. Sin embargo, está claro que MCI WorldCom está cerca de alcanzar tal posición. Ya en 1997, la UUNet de MCI WorldCom tenía una cuota de mercado sustancial en comparación con sus competidores. Esto quedó patente en su decisión, de principios de 1997, de intentar suspender unilateralmente los acuerdos de interconexión con varios operadores existentes (intento que terminó fallando).

(130) Desde la fusión entre MCI y WorldCom, MCI WorldCom ha logrado mantener su posición de líder, y muchos competidores consideran que está cerca de ser dominante. Esto se ve confirmado por el hecho de que MCI WorldCom puede exigir precios considerablemente más elevados (20-100 %) que cualquiera de sus competidores y Sprint, y mantener al mismo tiempo su posición de líder [...]* ([37])[...]* ([38])[...]* ([39]). Sin embargo, a efectos de esta operación, no es necesario resolver la cuestión del dominio único de MCI WorldCom, dado que la investigación ha puesto de manifiesto que la fusión crearía una posición dominante.

(131) Las partes han impugnado la existencia de una diferencia de precios con relación a sus competidores, básicamente explicando que AT & T aplica precios similares a los de MCI WorldCom. Sin embargo, se observa una considerable diferencia de precios en cuanto se amplía la comparación a otros operadores de mercado diferentes de AT & T.

(132) La información proporcionada por las partes en la concentración también muestra que entre el [40 y el 80]* % del tráfico de ambas partes es tráfico interno (es decir, tráfico no intercambiado con otros operadores). Ningún otro competidor tiene un porcentaje de tráfico interno superior al 30-35 %. Además, incluso los tres mayores competidores de las partes en la concentración intercambian más del 15 % de su tráfico con la entidad fusionada. Esto pone de manifiesto que las partes en la concentración son mucho más independientes que sus competidores, y que la dependencia de los competidores respecto de las partes en la concentración ya es considerable. También muestra que la fusión suprime a uno de los competidores más fuertes de MCI WorldCom. Estas cifras también subrayan la importancia de una cartera de clientes.

([37]) [...]*.
([38]) [...]*.
([39]) [...]*.

(133) Este hecho también se ve confirmado por las cifras proporcionadas por las partes con respecto a su porcentaje de clientes en *multihoming*. [...]*.

(134) La fuerza de MCI WorldCom, y en menor grado la de Sprint, contrasta con la evolución de Cable & Wireless. Esta red es el resultado de la venta de la red de Internet de MCI en 1998. Su cuota relativa de tráfico interno ha disminuido desde la venta, y su posición de mercado se ha deteriorado. Las razones de este deterioro son probablemente múltiples, pero entre ellas figura la opinión del mercado de que la transferencia no era completa y que la oferta de servicios había empeorado.

(135) La comparación de los niveles de tráfico interno entre las redes de conexión a Internet de máximo nivel también subraya el desequilibrio ya existente entre el tamaño y la dependencia entre los operadores del mercado. Las otras redes obtienen conexión en un grado mucho menor a partir de sus clientes, y por tanto, dependen mucho más que MCI WorldCom y Sprint de sus acuerdos de interconexión (especialmente con MCI WorldCom y Sprint) para poder ofrecer conexión universal.

(136) Los encuestados en la investigación de la Comisión reconocen generalmente que la gran red de la entidad resultante de la concentración y su acceso a un gran número de servidores y clientes, así como a los principales sitios de Internet, son elementos esenciales para su propio rendimiento, puesto que sus clientes exigirían la conexión a la red de la entidad fusionada. Dado que la entidad fusionada tendría un mayor número de clientes, puede también proporcionar conexión con la mayor parte de Internet. [...]* ([40]) [...]* ([41]).

(137) Se ha alegado que no es importante disponer de infraestructuras propias, y que existe una gran cantidad de capacidad para alquilar. En primer lugar, esto es contrario a las propias predicciones de MCI WorldCom ([42]). [...]* ([43]). La investigación de la Comisión también ha puesto de manifiesto que, aunque el coste del tránsito ha disminuido sustancialmente, sobre todo en Europa en los últimos años, los costes de tránsito no siempre han caído tanto como el coste de arrendar infraestructuras. Así pues, la conexión a Internet conlleva una prima. Esa prima es mayor para las redes más grandes, establecidas y con mayor número de rutas. Para evitar el gasto de alquilar capacidad o de pagar por el tránsito, los grandes PSI europeos han instalado ahora sus propios circuitos en EE UU para reducir sus gastos de tránsito. Sin embargo, siguen comprando tránsito a los principales proveedores de conexión de EE UU.

([40]) [...]*.
([41]) [...]*.
([42]) John Sidgmore en Spring Internet World 2000, UUNet chair says industry concerned over capacity, Reuters, 4 de abril de 2000.
([43]) [...]*.

(138) Las partes también alegan que tener una red grande no es garantía de calidad. Esto es contrario al resultado de la investigación de la Comisión, así como a la información enviada por las partes a la Comisión [...]* ([44]). Como se ha señalado anteriormente, la importancia de los acuerdos de interconexión privados ha quedado patente por la demanda de los grandes clientes de disponer de puntos de interconexión privados ([45]), pues esto aumenta la fiabilidad de la interconexión. Dado que solamente los mayores proveedores de conexión de máximo nivel tienen acuerdos de interconexión privados entre sí, el tamaño de la red y su arquitectura generan fiabilidad [...]* ([46]). La investigación de la Comisión también ha puesto de manifiesto que la calidad del servicio ya ofrecido por UUNet a través de sus acuerdos sobre el nivel de servicio garantiza un índice de latencia muy inferior al de cualquiera de sus competidores. Así pues, además de su base de clientela, la entidad fusionada también tendría al menos una de las mayores redes con alcance en [...]* países y un nivel de servicio hasta ahora no alcanzado por sus competidores.

b) **Impacto debido al crecimiento de Internet desde 1998**

(139) Internet ha experimentado un crecimiento sin precedentes durante los últimos años. Según las partes, este rápido crecimiento ha llevado a una ampliación considerable del mercado y a una mayor oferta, que ejerce una presión competitiva sobre los proveedores de conexión. Las partes señalan, además, que el creciente uso de los servicios de distribución de contenidos y del *multihoming* ha desviado el tráfico desde las redes de máximo nivel a redes más pequeñas, y lo que es más importante, se ha producido un cambio en los flujos de tráfico, que han pasado de estar centrados en torno a EE UU a ser más regionales, en especial europeos, debido a la mayor oferta de redes y contenidos locales en otras partes del mundo.

(140) Sin embargo, según ha reconocido el vicepresidente de MCI WorldCom, John Sidgmore, es probable que los proveedores de conexión no sean capaces de aumentar la capacidad para cubrir la creciente demanda. Dado que hay más personas conectadas a Internet con ordenadores más rápidos y conexiones locales de alta velocidad, también se envían más datos a las redes principales. El uso cada vez mayor, por ejemplo, de aplicaciones multimedia también contribuye al tráfico. «La demanda de UUNet está aumentando de ocho a diez veces, por lo que tenemos que aumentar la capacidad entre un 800 y un 1 000 % sólo para hacer frente al uso actual». Reconoció que estaba preocupado por no tener bastante espacio de red para responder a la creciente demanda ([47]).

(141) Sin embargo, contrariamente a lo alegado por las partes, el rápido crecimiento del tráfico de Internet no ha impedido a las partes en la concentración mantener considerables cuotas en el mercado de provisión de conexión de máximo nivel o universal. En especial, y contrariamente a los puntos de vista de las partes en la concentración, ello no ha llevado a una reducción de la concentración de los principales proveedores de red. Aunque ha habido una gran ampliación del número de proveedores de red y de acceso a Internet, la investigación de mercado ha mostrado que sigue habiendo un número limitado de proveedores de conexión (universal) de máximo nivel. Esto se debe a los grandes obstáculos para la entrada en este mercado. Una conexión universal solamente puede obtenerse sin acuerdos si la red en cuestión tiene una base de clientela suficiente y un alcance geográfico suficiente. A medida que las redes de máximo nivel crecen con Internet, es más necesario que los terceros adapten su tamaño para poder establecer una interconexión con ellas.

(142) La mayoría de los nuevos proveedores de Internet que se incorporan al mercado son pequeños proveedores de red y de acceso locales o regionales que adquieren tránsito para la conexión universal a los proveedores de máximo nivel. Además, los proveedores de conexión de máximo nivel que se han incorporado al mercado (Cable & Wireless y AT & T) lo han hecho mediante la adquisición de redes existentes (Cable & Wireless adquirió la actividad de Internet de MCI tras la fusión entre MCI y WorldCom, y AT & T adquirió la actividad de Global Network de IBM), a pesar de lo cual no han podido conquistar cuotas de mercado significativas de las partes en la concentración.

(143) Aunque las partes han alegado que el mercado está menos centrado en EE UU y que ha habido un gran aumento de los contenidos europeos, las propias partes han declarado que los 50 sitios de Internet más importantes del mundo son sitios *web* establecidos en Estados Unidos. Esto también concuerda con la conclusión de la Comisión de que a pesar del aumento de los contenidos europeos, existe una fuerte demanda de los usuarios finales europeos para acceder a sitios *web* de EE UU. Por consiguiente, aunque ha habido una disminución del tráfico procedente de la UE hacia EE UU, entre el 50 y el 80 % del tráfico procedente de la UE se dirige a EE UU. De la investigación de la Comisión también se desprende claramente que para que los proveedores europeos de red y de acceso a Internet puedan proporcionar tales servicios a sus clientes, y frente a lo que las partes alegan, incluso los proveedores europeos más grandes siguen dependiendo del tránsito de uno o más proveedores de conexión de máximo nivel.

([44]) [...]*.
([45]) Véase el considerando 23.
([46]) [...]*.
([47]) John Sidgmore en Spring Internet World 2000, UUNet chair says industry concerned over capacity, Reuters, 4 de abril de 2000.

(144) La investigación de la Comisión también ha puesto de manifiesto que, a pesar del creciente uso del *multihoming* y de los servicios de distribución de contenidos, no ha habido un impacto real en las cuotas de mercado de los proveedores de conexión de máximo nivel. Esto es así habida cuenta de que todos los nuevos operadores y usuarios de estas técnicas, independientemente de si son europeos o norteamericanos, necesitan comprar la conexión a los proveedores de conexión de máximo nivel.

c) **Características del mercado tras la concentración**

(145) La fusión entre MCI WorldCom y Sprint llevará a la creación de un proveedor de red de máximo nivel que, debido a su tamaño, podría actuar con considerable independencia de sus competidores y clientes. Dado el alcance global del mercado, esto afectará a los consumidores de Europa tanto como a los demás consumidores.

(146) La concentración dará lugar a un proveedor de conexión global a Internet de nivel extraordinario. Tendrá una posición fuerte inherente debido a su tamaño absoluto y relativo en comparación con sus competidores. Dado el tamaño de la entidad fusionada, ésta podrá controlar los precios de sus competidores y clientes. También estará en condiciones de controlar el progreso técnico. La entidad fusionada podrá mantener dicho comportamiento debido a su capacidad de disciplinar el mercado, especialmente mediante la amenaza de reducir selectivamente la calidad de la oferta de conexión a Internet de sus competidores (véanse los considerandos 152 a 164) y también a través de su capacidad para determinar y acordar cualquier innovación técnica que permita obtener servicios de Internet más avanzados (véanse los considerandos 147 a 151).

1. *Capacidad para controlar los progresos técnicos*

(147) La red de la entidad fusionada le permitirá proporcionar servicios de una calidad tal que sus competidores se verán obligados a establecer acuerdos con la entidad para poder ofrecer servicios de calidad comparable. Esto será cada vez más importante para los nuevos servicios avanzados de Internet. Para poder enviar voz sobre IP o imágenes de vídeo por Internet, es necesario comprimir los datos transmitidos antes de que puedan transmitirse por una red de Internet ([48]).

(148) La técnica del intercambio de paquetes (*packet switching*) ([49]) envía los datos por la ruta más eficaz disponible (pero no necesariamente por la misma ruta). Para tener una buena calidad de servicio, es importante que todos los datos vuelvan a ensamblarse en el orden correcto y en el tiempo deseado. Si no hay una manera acordada para dar prioridad a ciertos tipos de datos a medida que pasan por Internet, existe el riesgo inherente de que la imagen o el sonido no se transmitan al ordenador del usuario hasta que hayan llegado todos los paquetes (lo que origina retrasos), o de que se transmitan de forma incompleta.

(149) Para proporcionar calidad en servicios avanzados de Internet tales como voz sobre IP, vídeoconferencias y servicios bancarios por Internet, la fiabilidad de la conexión es muy importante. Para garantizar la calidad del servicio, los proveedores de acceso a Internet tienen que acordar una norma (un protocolo) que garantice la calidad de estos servicios al pasar por distintas redes. Actualmente no existen protocolos acordados para tales servicios. La entidad fusionada estaría por tanto en condiciones ideales para desarrollar normas para tales servicios, que se ofrecerían bien solamente en su red o con una calidad mucho mayor en su red salvo que sus competidores aceptasen ciertas condiciones. Debido al tamaño absoluto y relativo de la entidad fusionada, podrían dictar las condiciones para tal calidad futura de las normas. Esto también se confirma en las declaraciones de las partes. [...]* ([50]).

(150) La entidad fusionada MCI WorldCom/Sprint tendría más del [40-80]* % de su tráfico en su propia red. Las demás redes tienen un tráfico interno no superior al 32 %. Otros proveedores de conexión a Internet de máximo nivel intercambiarán cerca del 20 % de su tráfico total con la entidad fusionada, mientras que el tráfico intercambiado con otros proveedores de máximo nivel representaría menos del [0-5]* % del tráfico total de la entidad fusionada.

(151) Los nuevos controladores (*drivers*) principales del tráfico en Internet tales como voz sobre IP, videoconferencia y soluciones avanzadas de comercio electrónico sólo están disponibles cuando se logran niveles adecuados de calidad del servicio en las redes por las que transitan tales servicios. Éste es el caso de la calidad del servicio que puede obtenerse manteniendo todo el tráfico «en la red», es decir, en una sola red de principio a fin. [...]* ([51]). Además, cuando el tráfico atraviesa un punto de interconexión, existe el riesgo inherente de pérdida de paquetes y de retrasos que comprometen la posibilidad de proporcionar estos servicios. El alto porcentaje de tráfico «en la red» de la entidad fusionada aumentará sus incentivos para reducir la interconexión y reducirá sus incentivos para apoyar normas de calidad de servicio entre redes, a fin de reforzar el atractivo de su propia red.

([48]) En primer lugar, la señal de audio analógica debe convertirse en una señal digital para poder transmitirse por Internet. Después de digitalizarse, se comprime y se transmite. La calidad de la señal dependerá del número de bits utilizados para codificarla.

([49]) El intercambio de paquetes es el método utilizado para trasladar datos por Internet. En el intercambio de paquetes, los datos se dividen en paquetes más pequeños. Cada paquete posee la dirección de su origen y de su destino. Esto permite que los paquetes de datos procedentes de distintos orígenes puedan transitar por las mismas líneas, y ser seleccionados y dirigidos por distintas rutas. Esto permite a los proveedores de acceso a Internet (y a sus usuarios) utilizar al mismo tiempo las mismas líneas.

([50]) [...]*.

([51]) [...]*.

2. *Capacidad para subir los precios*

(152) Dados el tamaño y la importancia del tráfico interno de la entidad fusionada, ésta también podrá aumentar el precio relativo de las conexiones de sus clientes. Las partes no se verían forzadas por los competidores, pues éstos estarían expuestos a la amenaza de una reducción de calidad selectiva. La entidad fusionada estaría en unas condiciones únicas para controlar la calidad de sus propias conexiones así como las conexiones de sus competidores y clientes, dado que la entidad fusionada solamente dependerá de sus competidores de forma limitada para la conexión, en comparación con otros proveedores de conexión a Internet de máximo nivel.

3. *Capacidad para disciplinar el mercado*

(153) Podría alegarse que puesto que «todo el mundo necesita conexión global» y también la entidad fusionada dependerá de sus competidores para obtenerla, dicha entidad no se puede permitir un comportamiento anticompetitivo. Sin embargo, a consecuencia de la fusión, la entidad fusionada estará en condiciones de disciplinar el mercado mediante la simple amenaza de reducir selectivamente la calidad de la conexión de sus competidores. Esto le permitirá controlar tanto a sus competidores reales y potenciales como a los clientes de este mercado.

(154) Una red no dominante depende demasiado de sus competidores y de sus clientes como para correr el riesgo de reducir la calidad de la conexión que ofrece. Una reducción de la calidad de la interfaz de interconexión entre dos competidores de igual tamaño sería perjudicial para ambos proveedores de conexión. Estas dos redes verían cómo se deteriora la calidad de sus ofertas en la medida en que su conexión depende de la otra red en cuestión. En respuesta a tal reducción de la calidad, los clientes de ambas redes cambiarían probablemente a otros proveedores. Cuando existe un desequilibrio entre el tamaño de las dos redes, la red más grande depende menos de la más pequeña para obtener conexión que la pequeña de la mayor. La reducción de la calidad afectaría entonces en mayor grado a la red más pequeña que a la más grande, puesto que la más pequeña depende más de la red dominante para obtener conexión global que la dominante de las más pequeñas.

(155) Sin embargo, a menos que la reducción de la calidad sea tan pequeña que no sea percibida por los clientes de la red mayor, o se compense con ventajas específicas de esta red (tales como su tamaño absoluto y el grado en que proporciona conexión originada en sus clientes), la red más grande vería cómo su oferta de conexión se vuelve menos competitiva que la de otras redes que no hayan sufrido reducción de su calidad. De no mediar la fusión, no es seguro que MCI WorldCom o Sprint hubieran alcanzado un nivel de desequilibrio entre el tamaño de su red de Internet en comparación con sus otras redes, que las hubiera puesto en situación de reducir, provechosamente, las interconexiones con sus competidores. Sin embargo, la fusión de las actividades de Internet de MCI WorldCom y Sprint creará una situación posterior a la concentración en la que la entidad resultante de la concentración tendrá una red de un tamaño absoluto ([30-55]* % de Internet y más del [40-80]* % de su tráfico dentro de la red) y de un tamaño relativo ([varias]* veces superior al segundo del mercado), que le permitirá comportarse independientemente de sus antiguos socios, degradando selectivamente la calidad de la conexión de éstos. La simple amenaza de tal reducción de la calidad permitirá que la entidad fusionada controle tanto los progresos tecnológicos del mercado como los precios de sus competidores.

(156) Si la entidad fusionada decidiera disminuir la capacidad en los puntos de interconexión privados (principal punto de interconexión entre los proveedores de conexión de máximo nivel), o no aumentar la capacidad en función de la demanda, la reducción de la calidad no sería inmediata para los otros proveedores o clientes de máximo nivel de la entidad fusionada. Pero sí tendría un efecto inmediato en el competidor al que va dirigido y en sus clientes. Según los terceros, los competidores y los clientes, así como los documentos internos de las partes, los clientes exigen altos niveles de calidad. La reacción de los clientes de redes de calidad reducida sería por tanto intentar encontrar una alternativa a la conexión de calidad reducida proporcionada por la red de calidad reducida, bien a través del *multihoming* o del abandono de la red de calidad reducida.

(157) En primer lugar, la investigación de la Comisión ha mostrado que el *multihoming* se utiliza como conexión de seguridad y como redundancia, a fin de garantizar la conexión global. La investigación de la Comisión también ha puesto de manifiesto que el acceso directo a los clientes mejora la calidad del servicio (es decir, menos latencia y menor riesgo de pérdida de paquetes). Así pues, los clientes de la entidad fusionada no tendrían ningún incentivo económico para cambiar la mayoría de su tráfico a la red de calidad reducida, cuando pueden seguir siendo clientes de la entidad fusionada que les proporciona conexión y acceso directos a una base más amplia de clientela. El mismo argumento es válido para los clientes del competidor de máximo nivel degradado. Al comparar la calidad del servicio ofrecido por la entidad fusionada a sus competidores, también estos clientes encontrarían más beneficioso sustraer parte de su tráfico de la red de calidad reducida en beneficio de la entidad fusionada. Además, la simple posibilidad de amenaza por parte de la entidad fusionada de degradar también las redes de otros competidores significaría que probablemente los clientes de la red de calidad reducida escogerían a la entidad fusionada sobre otros competidores puesto que ésta tendría una red mucho mayor y podría garantizar el acceso directo al mayor número de clientes. Sin embargo, incluso recurriendo en gran medida al *multihoming*, la reducción de la calidad causaría un traslado del tráfico hacia la red dominante desde otras redes de máximo nivel, y aumentaría la ventaja sobre otros proveedores de conexión de máximo nivel en cuanto al número de clientes servidos. El resultado final sería probablemente que el anterior competidor de máximo nivel se convertiría en cliente de la entidad fusionada, puesto que ya no podría establecer acuerdos de interconexión.

(158) En segundo lugar, la adopción de una política de tránsito e interconexión de gran alcance supondría una carga adicional para el competidor, puesto que tendría que establecer acuerdos nuevos y adicionales. Esto sería largo y costoso. Más importante aún, la calidad del servicio de conexión se reduciría incluso más, dado que el tráfico ya no iría directamente al cliente de la entidad fusionada, sino que tendría que pasar por otras redes. Contrariamente a la declaración de las partes, el pasar por un gran número de *hops* afecta a la calidad del rendimiento y crea retrasos (la latencia aumenta con el número de *hops*). [...]* ([52]) [...]* A pesar de esta declaración de Sprint, la relación entre el número de *hops* y la calidad del servicio ofrecido fue impugnada por las partes en su respuesta. Sin embargo, los terceros proporcionaron pruebas contrarias a lo alegado por las partes en la audiencia oral. Así pues, la situación descrita llevaría a los clientes de las redes degradadas a pensar que la red más grande es la más atractiva. A la red degradada también le resultaría más difícil recuperar la confianza de sus clientes perdidos.

(159) Además, la entidad fusionada podría degradar la conexión con sus competidores (otros proveedores de conexión de máximo nivel) a menos que estos competidores aceptasen pagar por el uso (interconexión o tránsito). El competidor afectado tendría entonces que trasladar las nuevas cargas a sus clientes, y ellos a su vez a sus propios clientes. Dado el coste cada vez mayor de la conexión, los clientes del competidor afectado reaccionarían cambiando de proveedor de conexión o trasladarían la mayoría de su tráfico a otro proveedor de red de máximo nivel para mantener bajos sus costes. Dado su tamaño (y su proporción de clientes en red), la entidad fusionada sería la opción mejor y la más natural para estos clientes.

(160) Las opciones del competidor en cuestión serían igual de limitadas en esta última situación que si fuera objeto de degradación a través de una merma de su capacidad. Según lo expuesto en el considerando 159, la degradación selectiva de la conexión de un competidor sería la opción natural de la entidad fusionada, dado su ya considerable acceso directo a una clientela, mucho mayor que la de cualquiera de sus competidores, para atraer a los clientes de los competidores en cuestión. Dado que los clientes exigen conexión global y un servicio de calidad, la reacción de los nuevos clientes sería la misma. También escogerían a la entidad fusionada antes que a otros competidores por las mismas razones.

(161) La única posibilidad que tendría el proveedor de máximo nivel de calidad reducida para tomar represalias sería persuadir a los clientes de la entidad fusionada con un proveedor único a cambiarse a su red, probablemente a través del *multihoming*, o iniciar una política amplia de interconexión y tránsito para garantizar la permanencia de sus clientes. En caso contrario, es probable que estos clientes (grandes empresas o clientes al por mayor) decidieran transferir su tráfico a la entidad fusionada, o al menos acordar *multihomings* con la entidad fusionada.

(162) Incluso si la aplicación de una estrategia de reducción de la calidad degradara la calidad del servicio tanto de la entidad fusionada como del competidor en cuestión, sería el competidor el más perjudicado, puesto que sus clientes perderían la conexión con una parte de Internet mayor que los clientes de la entidad fusionada. Proporcionalmente, el porcentaje del tráfico afectado por tal estrategia sería más alto para la red más pequeña (el [40-80]* % del tráfico de la entidad fusionada sería tráfico interno, mientras que sus competidores tendrían un máximo del 32 %. Las redes más pequeñas dependen por tanto proporcionalmente más de la entidad fusionada que ésta de las redes más pequeñas).

(163) Además, si los clientes de la red de calidad reducida decidiesen permanecer en ésta, tendrían mayores incentivos para establecer *multihoming* que los clientes de la entidad fusionada, puesto que la red de calidad reducida no podría proporcionar la misma calidad de conexión global. Dado que la red de calidad reducida es una red más pequeña, el cliente tendría un incentivo para establecer *multihoming* con una red más grande (es decir, la entidad fusionada) puesto que esta red puede garantizar una buena calidad de conexión directa a un mayor número de clientes. De esta manera, el efecto de la reducción de la calidad se vería acentuado, ya que los clientes de la entidad fusionada tendrían una capacidad mucho mayor para sustituir los servicios y contenidos en red por servicios y contenidos fuera de red que los clientes de la otra red. Una vez más, el resultado sería que la entidad fusionada ganaría clientes y tráfico, mientras que el competidor de calidad reducida perdería ambos.

(164) Aun así, si suponemos que los clientes de la entidad fusionada y de la red de calidad reducida tienen las mismas probabilidades de optar por el *multihoming* en respuesta a la reducción de la calidad, es muy probable que a la entidad fusionada le interese realizar la reducción de la calidad y alcanzar el objetivo de consolidar su posición dominante. Incluso con un considerable *multihoming*, la reducción de la calidad originaría un desplazamiento del tráfico hacia la red de la entidad fusionada a partir de otros proveedores de conexión de máximo nivel y aumentaría su ventaja sobre otros competidores en cuanto al número de clientes directamente conectados con ella. Esto aumentaría el poder de mercado de la entidad fusionada y supondría mayores ingresos. Puede por tanto concluirse que el *multihoming* no constituye un factor disuasorio de la degradación.

([52]) [...]*.

4. *Competencia potencial*

(165) En su declaración a la Comisión Federal de Comunicaciones ([53]), las partes alegaron que la fusión no afectará a la sólida competencia entre los principales proveedores de servicios de Internet, pues los obstáculos a la expansión y a la entrada son insignificantes y están fuera del control de las partes de la fusión. Sin embargo, aunque varios nuevos operadores han empezado a ofrecer acceso a Internet y se ha producido un gran aumento de la capacidad, sigue sin haber nuevos operadores importantes en el mercado de redes de máximo nivel. Los cambios en la identidad de los principales operadores (tales como la entrada de Qwest, Level 3, Global Crossing y AT & T) se han producido por el cambio de propiedad de redes existentes, no por la creación de nuevas redes. Estos cambios de control, por tanto, no alteran el nivel de concentración en el mercado.

(166) Los potenciales operadores, debido a la necesidad de adaptarse al tamaño de las redes fusionadas para poder optar a una relación igualitaria con ellas, tendrían que estar seguros de capturar gran parte del crecimiento futuro del tráfico de Internet para alcanzar el nivel mínimo. Para adquirir clientes, tendrían que depender siempre, inicialmente, de la entidad fusionada. Incluso si un nuevo operador adquiriera una gran base de clientela, sería suficiente con que la entidad fusionada tuviese el mismo comportamiento frente a un competidor potencial que frente a un competidor real. Estaría entonces en condiciones de impedir que el competidor potencial lograse una situación igualitaria amenazando con la reducción de la calidad, o bien podría impedir que los competidores potenciales alcanzasen un buen nivel, fijando unos precios de tránsito lo suficientemente altos para impedir que logren unas cuotas de mercado de la magnitud necesaria. Esto es debido a la dependencia de las redes más pequeñas (de máximo nivel u otras) de la entidad fusionada para la conexión global.

(167) Incluso si los competidores potenciales unieran sus fuerzas, no estarían en mejor posición que cualquier otro competidor o cliente, porque no podrían permitirse prescindir de la conexión obtenida de los proveedores de máximo nivel existentes para garantizar que sus clientes no se trasladen a otro proveedor de conexión. Los competidores potenciales tendrían este problema independientemente de si son europeos o de otras partes del mundo. Además, cualquier nuevo operador potencial competiría con los proveedores de conexión de máximo nivel existentes, que seguramente también se esforzarían por atraer a nuevos clientes con el fin de mantener su situación de máximo nivel. Los competidores potenciales se enfrentarían de esta manera a la competencia por dos lados. En primer lugar, a la de los proveedores de conexión de máximo nivel existentes que compiten con la entidad fusionada y necesitan mantener su base de clientela para garantizar que su situación de igualdad con la entidad fusionada no se vea perjudicada. En segundo lugar, a la de la propia entidad fusionada, que no tendría ningún incentivo para permitir que el competidor potencial socave su posición dominante.

([53]) Declaración de Sprint y MCI WorldCom a la CFC, Reply to Comments and Petitions to Deny Application for Consent to Transfer Control, 20 de marzo de 2000, p. 89 y siguientes.

5. *Reacción de los clientes*

(168) Dada la importancia de estar conectado con las redes fusionadas, tampoco los propios clientes de la entidad fusionada podrían tomar represalias frente al aumento del precio o a la reducción de la calidad de la conexión. Según se señala en el considerando 130, los clientes de MCI WorldCom siguen aceptando precios superiores en un 20 % a los que aplican sus competidores. Esto se debe a que la entidad cuenta con una gran base directa e indirecta de clientes, a los que ofrece una garantía de nivel de servicio (garantía de latencia).

(169) Según declaró un PSI europeo le «sería inevitable» abandonar a sus actuales proveedores de tránsito de máximo nivel y comprar tránsito a la nueva entidad fusionada, o al menos establecer *multihoming* con la entidad fusionada. Sus clientes exigirían, como condición para adquirir servicios a PSI más pequeños, que tenga una relación directa con el cliente de la entidad fusionada. Así pues, si no compran ya la mayoría de su tránsito a una de las partes de la fusión, la investigación de la Comisión muestra que los clientes establecerían una conexión directa con la entidad fusionada habida cuenta de la gran base directa e indirecta de clientela de que dispone.

(170) Si la entidad fusionada decidiese aumentar los precios, los clientes podrían tratar de contrarrestar tal estrategia trasladándose a otras redes para contrarrestar el poder de la entidad fusionada. Sin embargo, a menos que los clientes actúen como una unidad (y no hay pruebas de que la base de clientes esté lo suficientemente concentrada como para ello) ningún cliente individual deseará asumir el riesgo de cambiarse para obtener un servicio posiblemente inferior, sin ninguna garantía de que un número suficiente de otros clientes vaya a hacer lo mismo. El riesgo de una conexión de calidad reducida con la entidad fusionada sería demasiado grande. Además, los clientes conectados con la entidad fusionada no emigrarían fácilmente a una red más pequeña, puesto que seguirían dependiendo indirectamente de la entidad fusionada para obtener plena conexión.

(171) Según las partes, el desarrollo de los servicios de distribución de contenidos (especialmente *mirroring* y *caching*) aumenta la capacidad de negociación de clientes tales como proveedores de contenidos y de sitios *web*, frente a los proveedores de conexión. Las partes alegan que los primeros pueden cambiar fácilmente de proveedores o desviar parte de su tráfico a sus propias redes.

(172) El objetivo de los servicios de distribución de contenidos es acelerar la velocidad de la distribución de contenidos a los clientes, limitando la cantidad de tráfico intercambiado por Internet. Sin embargo, no suprimen la necesidad de que los proveedores de contenidos tengan acceso al mayor número posible de clientes finales. Es por tanto difícil comprender qué impacto puede tener el uso cada vez mayor de tales servicios en la elección del proveedor de conexión. Si la calidad es lo que importa, entonces los clientes siguen teniendo incentivos para seleccionar la red fusionada, que les daría acceso a una parte de Internet sin competencia posible. De la investigación de la Comisión también se desprende que los proveedores de contenidos *web* prefieren trabajar con un solo proveedor que pueda proporcionar servicios de coubicación/*hosting* sobre una base global, en diversos centros de datos. Esto simplifica la gestión, la facturación y los contratos con los clientes. Dado que la entidad fusionada tendría la mayor base de clientes, también los proveedores de contenidos que utilizan *mirroring* u otras técnicas tendrían la misma necesidad que cualquier otro cliente de acceder a estos clientes. Una vez logrado esto, la situación de la competencia es la misma que en el contexto del *multihoming*.

(173) La fusión creará así un efecto de bola de nieve, porque la entidad fusionada estará mejor situada que cualquiera de sus competidores para capturar el crecimiento futuro a través de nuevos clientes, debido al atractivo que tiene para los nuevos clientes la conexión directa con la red más grande y su base de clientela, y a la relativa falta de atractivo de las ofertas de los competidores, debido a la amenaza de desconexión o reducción de la calidad de la interconexión que han de soportar constantemente los competidores de la entidad fusionada. Como consecuencia de ello, la fusión proporcionará a la nueva entidad la oportunidad de ampliar aún más su cuota de mercado.

(174) El uso cada vez mayor del *multihoming* y los servicios de distribución de contenidos no cambiará este hecho. A pesar del uso cada vez mayor de estas técnicas, todos los operadores existentes y nuevos en el mercado tendrían un incentivo para conectarse, directa o indirectamente, con la entidad fusionada con el fin de garantizar la conexión global. Dado su poder de mercado cada vez mayor debido a su amplia base de clientela y a su gran red de alcance global, no habrá represalia posible por parte de los competidores o clientes reales o potenciales.

Respuesta de las partes

(175) Las partes alegan en su respuesta al pliego de cargos que la Comisión no ha considerado adecuadamente factores distintos a las cuotas de mercado, al concluir que la entidad fusionada sería dominante.

(176) Efectivamente, según las partes la Comisión a) no ha considerado la brevedad del tiempo necesario para desarrollar una red básica de Internet y entrar en el mercado, ni los costes a fondo perdido asociados con la gestión y construcción de una red básica de Internet, b) no ha tenido en cuenta que los clientes de los proveedores de conexión de máximo nivel son sociedades sofisticadas que tienen acceso a información del mercado y que es improbable que acepten ningún nivel de reducción de la calidad, c) no ha tenido en cuenta que la innovación desempeña un papel fundamental para mantener el mismo ritmo con una demanda cada vez mayor de servicios de alta calidad, y d) no ha tenido en cuenta que el mercado de referencia se caracteriza por cuotas de mercado volátiles.

(177) Cabe subrayar que la respuesta de las partes es contraria a las declaraciones realizadas por Sprint en el curso de la revisión de la fusión WorldCom/MCI, cuando alegó que la combinación de WorldCom y MCI daría lugar a una entidad capaz de degradar las interconexiones de sus competidores (incluido Sprint) debido a su tamaño absoluto y relativo.

Obstáculos a la entrada

(178) En el considerando 166 se ha explicado que los obstáculos a la entrada en el mercado de referencia identificado son considerables. La investigación de la Comisión muestra que es el proveedor de máximo nivel ya consolidado el que está mejor situado para capturar el crecimiento futuro. MCI WorldCom, gracias a su amplia red, su gran base de clientela y su flujo de tráfico, ha sido capaz de mantener su posición de líder a pesar del crecimiento cada vez mayor del mercado en los dos últimos años. Para que un nuevo operador desafíe esta posición, no sólo necesita una red extensa, sino también una gran base de clientela. Sin una gran base de clientela y flujos de tráfico, un nuevo operador no podría obtener interconexión con los principales proveedores de conexión.

(179) A estos efectos, las partes alegan en su respuesta al pliego de cargos que la interconexión no supone un obstáculo a la entrada. Sin embargo, este argumento se basa en la suposición de que Internet no es jerárquica, suposición que contradicen Sprint y las conclusiones de la Comisión en este procedimiento. Los proveedores de conexión de máximo nivel solamente pueden mantener su posición si se aseguran el mantenimiento de los acuerdos de interconexión con las demás redes de máximo nivel. De otra forma, pasarán a ser redes de segunda. En cualquier caso, según reconoce Sprint en una declaración a la Comisión [...]* ([54]).

([54]) [...]*.

Reacción de los clientes

(180) Las partes alegan que la reducción de la calidad sería una política contraproducente en Internet, donde los proveedores de servicios de conexión de Internet compiten por proporcionar conexiones de alta calidad. Una estrategia de reducción de la calidad sería tan dañina para los clientes de la entidad fusionada como para los clientes de las redes degradadas, y el amplio período de tiempo requerido para ejecutar completamente tal estrategia haría que la entidad fusionada perdiera cuotas de mercado. Las partes también alegan que la reducción de la calidad sería fácil de detectar.

(181) Las partes también alegaron que si la entidad fusionada iniciase una política de degradación selectiva, ello afectaría a la propia entidad fusionada más que a sus competidores puesto que un cliente tendría un fuerte incentivo para trasladarse, no a la entidad fusionada, sino a sus principales competidores dado que sólo estos ofrecen un servicio que no haya visto su calidad reducida. Las partes alegaron que la calidad global de la entidad fusionada sería inferior a la de cualquiera de sus competidores.

(182) La Comisión no comparte este análisis. Como se ha señalado anteriormente en el considerando 164, si la entidad fusionada retrasase la mejora de los puntos de interconexión privados, ello no afectaría necesariamente a sus propios clientes en un grado significativo. Esto queda aún más patente por las propias declaraciones de las partes a la Comisión ([55]). Su amplia base de clientela, junto con el gran alcance de su red permitiría a la entidad fusionada mantener la calidad de los servicios, puesto que los clientes no tendrían necesariamente que dejar la red, lo que de otro modo aumentaría la exposición de estos clientes a problemas de latencia, fiabilidad y resultados generales.

(183) Dado que la entidad fusionada recurre sólo marginalmente a sus competidores más pequeños, mientras que constituye una fuente importante de conexión para cada uno de estos competidores, la calidad del servicio ofrecido por MCI WorldCom/Sprint no se vería afectada en un grado significativo por una estrategia de degradación selectiva. Si la entidad fusionada degradase la conexión de uno de sus cuatro principales competidores, ello solamente afectaría al [0-10]* % de su tráfico global. Pero este porcentaje ascendería a más del [10-20]* % de dicho tráfico para cualquiera de los principales competidores que lo intercambien con la entidad fusionada (tráfico fuera de la red). Suponiendo que esto origine una disminución del 50 % de la calidad de la conexión entre los dos operadores, ello se traduciría en una disminución de un punto porcentual de la calidad de servicio proporcionada por MCI WorldCom y de siete puntos porcentuales de la proporcionada por sus competidores más pequeños.

([55]) [...]*.

(184) Además, el tráfico «en la red» de la entidad fusionada ascenderá a cerca del [40-80]* % del tráfico que atraviesa su eje principal. Esto significa que cualquiera de los clientes de la entidad fusionada puede tener acceso al [40-80]* % del espacio de Internet sin utilizar interconexiones. En cualquier caso, el [40-80]* % de la calidad del servicio estaría inmune a la reducción de la calidad. Cabe señalar que las partes notificantes han impugnado el volumen del tráfico «en la red» medido por la Comisión. En su opinión, el tráfico «en la red» sólo debe incluir el tráfico intercambiado entre los clientes finales de las partes fusionadas y no entre los revendedores de conexión de Internet que sean clientes de MCI WorldCom/Sprint. Esta alegación no resiste un examen más detenido, pues lo que importa es que los clientes de la entidad fusionada tengan acceso directamente al [40-80]* % del espacio de Internet sin pasar por una interconexión. La reducción de la calidad de una relación de interconexión no afectaría a este acceso al [40-80]* % del espacio de Internet.

(185) El rápido crecimiento del tráfico de Internet permitiría a la entidad fusionada ejecutar su estrategia de reducción de la calidad centrándose en el desarrollo de su propia red y clientes en vez de en la modernización de las conexiones con los competidores. Esto es así habida cuenta de la gran base de clientela de MCI WorldCom/Sprint en comparación con los competidores de la entidad fusionada. Si, según alegan las partes, los clientes perciben esto fácilmente, tanto los clientes de la entidad fusionada como los clientes de los competidores de la entidad fusionada y los nuevos clientes estarían más inclinados a elegir MCI WorldCom como su proveedor principal de conexión. Es probable que esto sea particularmente cierto para los grandes clientes que se enfrentan a PSI y para los proveedores de contenidos que tienen que mantener una conexión de buena calidad hacia sus sitios y clientes. Los clientes bien informados reaccionarán más rápidamente a una reducción de la calidad que los demás. También estarán en mejor posición que los clientes menos informados para apreciar los beneficios de estar conectados directamente con la gran base de clientes de la entidad fusionada.

(186) Las partes, en su respuesta, alegan que el *multihoming* puede utilizarse para evitar la reducción de la calidad. Según las partes, un cliente puede compensar fácilmente la reducción de la calidad utilizando una conexión directa que evite la interconexión de calidad reducida.

(187) Sin embargo, según lo ya establecido en el considerando 36, el *multihoming* no impide necesariamente que el tráfico pase por una red con una conexión de calidad reducida. El camino del tráfico de salida puede condicionarse hasta cierto punto para evitar que pase por una red de calidad reducida. Pero en cambio, el tráfico de vuelta no podría controlarse en un grado significativo. En esta situación, es probable que un cliente opte por la solución más segura y evite el punto

de interconexión de calidad reducida conectándose directamente con la entidad fusionada en vez de conectarse con un proveedor de conexión más pequeño, puesto que esto le permitiría una conexión directa con la base de clientela de la entidad fusionada. Si decidiera también establecer *multihoming* con otro proveedor de conexión, sería más probable que esta conexión fuera secundaria respecto a su acuerdo con la entidad fusionada, y que se utilizase como reserva respecto del principal proveedor de conexión MCI WorldCom/Sprint.

(188) Las partes alegaron que la posibilidad de aumentar los precios del tránsito además de la reducción de la calidad del servicio no haría sino acelerar el traslado de clientes de la entidad fusionada a otros proveedores de conexión de máximo nivel, que ofrecerían mejor calidad a un precio más bajo.

(189) En su alegación, las partes suponen que la entidad fusionada aplicaría a ciegas e indiscriminadamente tal estrategia. Sin embargo, las partes podrán dirigir la reducción de la calidad o aumentar los precios hacia los competidores potenciales que deseen incorporarse al mercado. Según pone de manifiesto la investigación de la Comisión, un competidor potencial no podría mantener su competitividad (y proporcionar conexión universal) sin obtener conexión de los clientes de la entidad fusionada. Si el competidor potencial no compra tránsito a la entidad fusionada, tendría que establecer acuerdos de interconexión con ella o convertirse en cliente. No es sin embargo seguro que la entidad fusionada vaya a conceder una relación de interconexión. De forma alternativa, los clientes actuales podrían ser disciplinados mediante una amenaza de reducción de la calidad o de precios más altos. Dada la dependencia de los competidores potenciales y de los clientes respecto de la entidad fusionada, esta estrategia podría aplicarse con eficacia a las empresas en cuestión sin ningún riesgo significativo para la propia posición de mercado de la entidad fusionada. En otras palabras, es muy poco probable que la entidad fusionada aumente uniformemente sus precios o degrade sus conexiones para disciplinar el mercado.

(190) Además, una amplia base de clientela junto con una extensa red permite a un proveedor de conexión mantener mayores niveles de calidad que un proveedor de red más pequeño cuyos clientes tendrían que dejar su red, lo que aumentaría la exposición de estos clientes a problemas de latencia, fiabilidad y de resultados generales.

Efecto de la innovación

(191) Las partes también alegaron en su respuesta al pliego de cargos que tanto los clientes como los usuarios finales tienen la posibilidad de evitar los puntos de interconexión de calidad reducida mediante nuevas tecnologías tales como el caché y otras técnicas de almacenamiento.

(192) La Comisión no comparte esta opinión, pues ello sólo es relativamente cierto. Es verdad que se están utilizando cada vez más estas técnicas para combatir la congestión y la latencia. Pero estas técnicas no pueden utilizarse para todos los tipos de contenidos. Además, el tráfico aún debe pasar a través de los proveedores de conexión de máximo nivel para garantizar una conexión total. En cualquier caso, algunas de estas técnicas también son utilizadas por los proveedores de conexión de máximo nivel para solucionar la congestión del tráfico y acercar los contenidos a sus clientes.

(193) Las partes han alegado que la entidad fusionada podría controlar los progresos técnicos. Según las partes, ningún PSI individual podría imponer normas sobre Internet en el ámbito de la red.

(194) Sin embargo, dado que la innovación desempeñará un papel cada vez más importante en el desarrollo futuro de Internet, un operador dominante estará en mejores condiciones para establecer el ritmo de tal innovación. La tecnología utilizada por el operador dominante para proporcionar un servicio concreto se convertiría en una norma *de facto*, puesto que todos los clientes de esta empresa dominante habrían adoptado la tecnología elegida por el titular.

Volatilidad de las cuotas de mercado

(195) Las partes también han alegado que las cuotas de mercado serían volátiles. Sin embargo, según se ha descrito en la sección relativa al cálculo de las cuotas de mercado, la cuota de MCI WorldCom ha mostrado una considerable estabilidad entre una situación y otra. Las cuotas de mercado de los otros operadores del mercado arrojan un aumento para AT & T y una disminución para los demás competidores.

Conclusión

(196) De lo anterior se desprende que la concentración notificada, si no se modifica, dará lugar a una entidad de tal tamaño absoluto (más del [35-45]* % del mercado) y relativo ([varias veces]* mayor que su competidor más cercano), que permitirá que la entidad fusionada actúe con independencia de la competencia y de los clientes. Por ejemplo, podrá aumentar los precios a los clientes o imponer sus propias normas al sector. Su capacidad para disminuir la calidad del servicio de sus rivales en cualquier momento a través de la degradación selectiva permitirá que la entidad fusionada discipline el mercado. Puede por tanto concluirse que la operación notificada llevará a la creación o a la consolidación de una posición dominante en el mercado de provisión de conexión de máximo nivel o universal a Internet.

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES GLOBALES

Características del mercado actual

a) **Parámetros de competencia**

(197) Los servicios de telecomunicaciones globales se proporcionan a medida a las empresas multinacionales. Debido a la naturaleza altamente técnica de estos servicios, el mercado funciona normalmente mediante los concursos organizados por los clientes, en los que se invita a los prestatarios de servicios globales de telecomunicaciones a presentar ofertas.

(198) Para ser un licitador creíble, el candidato debe cumplir unos elevados requisitos de calidad (por ejemplo, probar que su red tiene un alcance global, que es fiable, que cuenta con el apoyo de bastante personal de ventas y técnico para corregir cualquier deficiencia en el servicio proporcionado, etc.). Resulta que la percepción de marca/calidad es también un elemento clave de la competencia. El hecho de que un proveedor cuente ya con un número significativo de clientes de servicios de telecomunicaciones globales y también con algunas cuentas clave parece ser un factor determinante para los clientes al decidir si un licitador es creíble. Los clientes confirmaron que el precio sólo se tiene en cuenta en la segunda fase del proceso de concurso, cuando se han garantizado niveles adecuados de calidad del servicio.

(199) La investigación de mercado ha mostrado que la participación en estos concursos es costosa y lleva mucho tiempo y recursos. Conocer los antecedentes del concurso es importante para poder hacer una oferta competitiva, pues proporciona información de máximo nivel sobre los precios recientes del mercado y sobre el comportamiento de los competidores a la hora de presentar ofertas. Tal información permite que los operadores garanticen que el precio ofrecido en la primera etapa sea aceptable para el cliente potencial, afinando posteriormente el precio en las negociaciones de la segunda fase.

b) **Obstáculos a la entrada**

(200) Según las partes notificantes, los obstáculos a la entrada en el mercado de servicios de telecomunicaciones globales son escasos. Sin embargo, las pruebas tanto de las partes notificantes como de terceros sugieren que no es así. Los costes de presentarse a un concurso pueden ir desde unos miles de dólares estadounidenses hasta más de 500 000 dólares estadounidenses. Los concursos pueden tardar hasta un año antes que todo el proceso esté completo, y pueden requerir que un número considerable de personal realice el proceso para el proveedor. Por tanto, la participación en el mercado conlleva elevados gastos a fondo perdido. Según un tercero, un auténtico operador global puede recibir cientos de convocatorias de propuestas complejas cada año, y otras muchas más sencillas. Con este volumen y frecuencia de propuestas, y los costes que implica concursar, los gastos de entrada en el mercado de servicios de telecomunicaciones globales son muy elevados. Además, incluso si el nuevo operador estuviera dispuesto a incurrir en gastos a fondo perdido para presentar una oferta, tendría que superar otra dificultad que sería la ausencia de una base de clientela con la que convencer al cliente potencial de que es un competidor creíble en el mercado. A esto hay que sumar la necesidad de disponer de personal de ventas y de apoyo con experiencia en concursos.

(201) Según un tercero, la incorporación al mercado implica optar entre construir una red sobre la base de líneas arrendadas, que es la manera rápida de construirla pero también es más costosa, o desarrollar una red propia, que permitirá controlar los costes en el futuro, pero que lleva más tiempo. La entrada se ve por tanto dificultada de dos maneras: los nuevos operadores, suponiendo que lleguen a la segunda fase de un proceso de concurso y opten por incorporarse rápidamente al mercado, no podrán medirse con los titulares de redes establecidas en cuanto al coste si utilizan líneas arrendadas, mientras que la creación de una red nueva retrasaría aún más la entrada de la empresa en el mercado. Debe también señalarse que Equant, uno de los operadores del mercado, ha anunciado recientemente que se propone crear su propia red en vez de arrendar. Los clientes también han explicado que prefieren tratar con proveedores que posean instalaciones, ya que dichos proveedores controlan directamente la instalación y están, por tanto, más capacitados para controlar la calidad de su oferta.

(202) [...]* Si una empresa tan fuerte como Sprint tarda tanto tiempo en establecer su actividad fuera de EE UU en caso de que no se realizase la fusión, el trabajo que tendrían los nuevos operadores que no cuenten con una red, una imagen de marca y una gran base de clientela como la de Sprint en EE UU, sería aún mayor.

(203) [...]*

(204) [...]* ([56])

([56]) [...]*.

(205) En conclusión, los considerandos anteriores muestran que los obstáculos a la entrada de nuevos operadores en el mercado son elevados, contrariamente a lo que afirman las partes notificantes en sus declaraciones. Para poder introducirse bien en el mercado, los operadores deben presentar ofertas para un número considerable de contratos, lo que es costoso. Para conseguir tales contratos, estas empresas deben tener una red que cumpla las exigencias que los clientes establecen en las peticiones de ofertas, a fin de llegar a la segunda fase del proceso de concurso, y esta red generalmente ha de ser lo suficientemente grande como para cubrir las necesidades del cliente y soportar bajos costes por prestación de servicios. Incluso si los nuevos operadores estuviesen en condiciones de cumplir estas condiciones, carecerían de la experiencia en materia de concursos que poseen los operadores existentes. Esta experiencia en concursos permitiría a los nuevos operadores extraer información sobre los últimos precios, los costes y el comportamiento de los competidores, lo que resulta necesario para poder competir eficazmente.

c) **Participantes en el mercado**

(206) Por lo que a la oferta se refiere, antes de la fusión había tres proveedores principales con varios competidores más pequeños. Los tres proveedores principales eran Concert Alliance (con BT, AT & T y la filial Concert, controlada conjuntamente por éstas), MCI WorldCom y GlobalOne Alliance (con France Télécom, Deutsche Telekom, Sprint y la filial GlobalOne, controlada conjuntamente por las anteriores). Estos tres proveedores tenían una considerable cartera de clientes. Participaron en la mayoría de las convocatorias de propuestas publicadas por los clientes, y fueron capaces de proporcionar todo tipo de servicios de telecomunicaciones globales. Los operadores más pequeños, incluidos Cable & Wireless y Equant, sólo fueron capaces de participar en algunos concursos, apenas consiguieron contratos importantes, y no podían proporcionar necesariamente todos los servicios. Una importante ventaja competitiva de que gozaban los tres operadores principales era que a través de su gran participación en los concursos (hay cientos de ellos al año) acumulaban información sobre costes y precios de la mayoría de los servicios de telecomunicaciones globales demandados.

(207) En la Decisión BT/AT & T, la Comisión estableció que había un número limitado de competidores reales o potenciales en el mercado de STG. Entre éstos figuraban BT/Concert, AT & T/AUCS/Unisource/WorldPartners, GlobalOne, Equant, Cable & Wireless, así como otras empresas locales y de TI como competidores potenciales en el mercado. En la misma Decisión, por lo que respecta a la demanda, la Comisión concluyó que había una lista restringida de empresas que, según algunos clientes de STG, siempre se tienen en cuenta al publicar convocatorias de propuestas (BT/Concert, AT & T/AUCS/Unisource/WorldPartners, GlobalOne, Equant y Cable & Wireless) ([57]).

([57]) Desde la realización de BT/AT & T, la alianza WorldPartners ha desaparecido y Unisource se ha fusionado con AUCS en Infonet.

(208) La información proporcionada por clientes terceros sobre sus antecedentes en concursos durante el año anterior para obtener servicios de telecomunicaciones globales confirmó que se trataba en general de la misma lista restringida de proveedores que concursan por esos contratos, a saber Equant, MCI WorldCom, BT, EN & T, C & W y GlobalOne.

(209) En su notificación, las partes no especifican qué empresas están dentro o fuera del mercado. En cambio, comparan la evaluación de la Comisión en la Decisión BT/AT & T con la realizada por la Comisión Federal de Comunicaciones sobre la misma operación ([58]). La decisión de la CFC «identificó varias empresas que están surgiendo como grandes proveedores de STG». Entre estas empresas figuran Regional Bell Operating Companies (RBOCs) y «nuevos operadores» como Qwest, IXC y Level 3, así como Global Crossing/Frontier, STG (que adquirió Esprit Telecom en 1999) y Colt. El análisis de las partes sobre la notificación se refiere solamente a la competencia potencial, pues no cuestionan la lista de competidores reales establecida en BT/AT & T. En otros documentos proporcionados a la Comisión, las partes también identificaron a otros operadores tales como Deutsche Telekom, Infonet, Telecom Italia y Telefónica.

(210) Las alegaciones de las partes de que hay un gran número de competidores potenciales que podrían incorporarse fácilmente al mercado se ven desmentidas tanto por sus propias declaraciones como por la investigación de la Comisión, que confirman el análisis realizado en el asunto BT/AT & T.

(211) En una declaración ([59]) en el contexto del procedimiento BT/AT & T sobre productos similares a los del presente caso, MCI WorldCom declaró que: [...]* ([60]) [...]*.

(212) Además, en los documentos proporcionados a la Comisión en el curso de la investigación ([61]), [...]*.

(213) Al aprobar la operación BT/AT & T, la Comisión utilizó la definición de mercado más restringida posible para proporcionar el análisis más riguroso de la operación. A pesar de que las partes notificantes no cuestionaron el número de competidores en el mercado, es necesario establecer si los operadores del mercado han cambiado durante el año pasado, y medir el efecto de esta operación.

([58]) Impreso CO, p. 39.
([59]) Respuesta de 23 de noviembre de 1998 a la solicitud de información de la Comisión.
([60]) Es decir, BT/AT & T/Concert.
([61]) [...]*.

(214) Según se anticipó en la Decisión BT/AT & T, Unisource ha dejado de existir en su forma previa y la alianza WorldPartners parece estar moribunda. AUCS, la antigua empresa en participación AT & T-Unisource, es ahora parte de Infonet. Algunas empresas multinacionales han señalado a AUCS/Infonet como proveedor en algunos concursos. Además, otra empresa identificó a AUCS/Infonet como competidor en algunos concursos, pero fundamentalmente para pequeñas y medianas empresas en Europa, y no como auténtico operador global. Esto también se confirma por los datos sobre ganadores y perdedores proporcionados por las empresas del mercado, donde Infonet raramente aparece como concursante ganador o perdedor de los contratos sobre los que se ha facilitado información a la Comisión.

(215) La Comisión también ha examinado otros posibles nuevos operadores del mercado, según la declaración de las partes notificantes. Según se ha señalado anteriormente, entre éstos se incluían Regional Bell Operating Companies (RBOC), Qwest, Global Crossing/Frontier, IXC, Level 3, STG (que adquirió Esprit Telecom en 1999) y Colt. Sin embargo, la Comisión observó en su pliego de cargos que ninguna de estas empresas, a excepción de Qwest que se analiza en el considerando 216 más adelante, tenía una presencia notable en las listas de concursantes ganadores o perdedores proporcionadas por los principales proveedores, ni en la evaluación de los clientes en respuesta a las preguntas de la Comisión. En efecto, muchas de las empresas anteriormente mencionadas parecían ser desconocidas por algunos clientes, porque no había comentario alguno o bien había un signo de interrogación en el cuadro de posibles competidores. Además, el análisis interno proporcionado por MCI WorldCom y Sprint no determinó que ninguna empresa de las anteriormente mencionadas, a excepción de Qwest, fuera un competidor serio en los mercados de datos: en cuanto se les consideraba competidores, pasaban a «la otra» categoría en el análisis. Finalmente Berge Ayvazian, presidente y director general de Yankee Group, una importante consultora de telecomunicaciones, describió a dos de los competidores como «competidores de segundo nivel tales como Qwest y Level 3» ([62]).

(216) Según se ha mencionado en el considerando 215, de los competidores potenciales identificados por las partes notificantes, Qwest es el posible operador real más convincente en el mercado de STG. Según los datos de ganadores y perdedores proporcionados por MCI WorldCom y un tercero, se está empezando a considerar a Qwest como competidor en algunos concursos. [...]* ([63]) [...]* Además, según han establecido las partes en su análisis de los potenciales competidores en este mercado, Qwest tiene una empresa en participación con KPN, la cual cuenta con «una posición importante, en el ámbito de fibras ópticas para comunicaciones a larga distancia y conocimientos técnicos en Europa». Por tanto, de todos los posibles nuevos operadores del mercado desde la Decisión BT/AT & T, Qwest parece ser el más creíble.

(217) A pesar de las pruebas anteriores, dadas las diferencias de interpretación sobre el número de operadores del mercado, a efectos de este análisis la Comisión ha ampliado su visión de los operadores del mercado y ha supuesto que parte de los operadores marginales están dentro del mercado. Posteriormente, se evaluó si éstos podrían ejercer una influencia significativa en los principales operadores del mercado tras la concentración [MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert ([64])], o si los dos operadores principales, tras la fusión, disfrutarán de una posición dominante, ya sea individual o conjuntamente.

(218) En las declaraciones realizadas a la Comisión en el curso del procedimiento, tanto MCI WorldCom como Sprint proporcionaron información sobre su evaluación de los operadores del mercado, basándose en una lista de los tipos de servicio que proporcionan en el mercado. Esta información dio lugar a los siguientes resultados globales:

Empresa	Opinión de MCI WorldCom		Opinión de Sprint	
	Número de servicios ofrecidos	Calificación [entre 1 (mejor) y 5 (peor)]	Número de servicios ofrecidos	Calificación [entre 1 (mejor) y 5 (peor)]
MCI WorldCom	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Sprint	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Concert	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
AT & T	[...]*	[...]*	—	—
BT	[...]*	[...]*	—	—
GlobalOne	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Cable & Wireless	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Equant	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Qwest/KPN	—	—	[...]*	[...]*
Infonet	—	—	[...]*	[...]*
SBC	—	—	[...]*	[...]*

([62]) http://www.yankeegroup.com/webfolder/yg21a.nsf/yankeetoday/A+View+From+the+Top.+Our+President+and+CEO,+Berge+Ayvazian+discusses+the+proposed+merger+of+MCI+WorldCom+and+Sprint.

([63]) [...]*.

([64]) Es decir, la propia Concert, junto con sus empresas matrices AT & T y BT.

Empresa	Opinión de MCI WorldCom		Opinión de Sprint	
	Número de servicios ofrecidos	Calificación [entre 1 (mejor) y 5 (peor)]	Número de servicios ofrecidos	Calificación [entre 1 (mejor) y 5 (peor)]
Deutsche Telekom	—	—	[...]*	[...]*
France Télécom	—	—	[...]*	[...]*

(219) El análisis anterior, basado en la opinión de las partes respecto de las líneas de servicio, indica que tanto MCI WorldCom/Sprint como la alianza Concert ofrecerán una gama completa de servicios después de la fusión. Otros ofrecen una gama similar de servicios, pero no tienen un conjunto de servicios tan bueno en el mercado, según la opinión de las partes notificantes.

Efecto de la concentración

(220) En la Decisión BT/AT & T, la Comisión estableció que las cuotas de mercado en ese asunto (en la gama del 39 % al 47 %; véanse los considerandos 106 a 108 de la Decisión BT/AT & T) no indicaban de por sí la creación de una única posición dominante. Esto se debe a la presencia de competidores importantes para la alianza Concert tales como Sprint/GlobalOne y MCI WorldCom, así como en menor grado Equant y C&W, a los que se consideró aptos para competir en igualdad de condiciones con la empresa en participación. Se descubrió que estos operadores, colectivamente, ejercían presiones competitivas sobre las partes notificantes en el momento de presentar una oferta para un contrato con un cliente. En efecto, se aseguraba a los clientes que habría bastantes concursantes para garantizar la competencia, bien porque eran invitados por el cliente a participar en el concurso, o porque las partes sabían que, frente a clientes sofisticados, no podrían imponer sus condiciones so pena de que el cliente ampliara la convocatoria de propuestas a otros posibles proveedores.

(221) Al mismo tiempo que la concentración notificada, la alianza GlobalOne ha perdido dos de sus miembros, lo que ha tenido un efecto doble en la competencia. En primer lugar, con la inclusión de Sprint en el grupo MCI WorldCom, que es un competidor directo de GlobalOne, esta última pierde a su socio de distribución, y por tanto presencia en los Estados Unidos. En segundo lugar, la ruptura de la empresa en participación GlobalOne y la venta de sus activos a France Télécom también lleva a un efecto similar en Alemania, pero no existe ningún nexo causal entre la concentración notificada y la retirada de Deutsche Telekom de GlobalOne.

(222) La importancia de Sprint para la posición de mercado de GlobalOne se ve subrayada por documentos internos de las partes. [...]*.

(223) Los clientes existentes y potenciales de GlobalOne mostraron cierta lealtad a su proveedor al preguntárseles si cambiarían a otro. Sin embargo, declararon que la capacidad de GlobalOne para proporcionar cobertura en EE UU se examinaría de cerca a lo largo de la duración del contrato actual y en el momento de renovarlo. En respuesta a la investigación de la Comisión, casi todos los clientes existentes o potenciales valoraron a GlobalOne, tras su adquisición por France Télécom, como un operador medio, detrás de MCI WorldCom y de la alianza Concert. Esto se debe en parte a la súbita falta de cobertura de EE UU.

(224) El segundo efecto de la concentración notificada deriva de la combinación de los clientes de Sprint de Estados Unidos con los de MCI WorldCom. Esta combinación reforzará la posición ya fuerte de esta última en el mercado de STG.

(225) Las partes notificantes alegaron en su notificación y en el curso del procedimiento que los clientes existentes de Sprint que están utilizando los servicios de GlobalOne permanecerán con GlobalOne y no con Sprint. A su juicio, estos clientes estarían vinculados de alguna manera a la red de GlobalOne. Sin embargo, este hecho no se ha visto confirmado por la investigación de mercado, y se contradice con el análisis de ambas partes sobre el futuro de GlobalOne.

(226) [...]* También se espera, en general, que GlobalOne pierda una proporción significativa de sus clientes actuales con la fusión, especialmente por la falta de cobertura de EE UU, según se ha explicado en el considerando 221 más arriba.

(227) Este segundo efecto del probable desplazamiento de clientes de GlobalOne a la entidad fusionada se ve confirmado por Sprint en un documento proporcionado a la Comisión. [...]* ([65]) Por ejemplo, una empresa multinacional explicó que GlobalOne carece de presencia en EE UU y no tiene una presencia global particularmente fuerte, pero proporciona un buen acceso en EMEA (Europa, Oriente Medio y África) y una buena capacidad de servicio. Otro cliente declaró que probablemente no continuará su relación con GlobalOne, pero que está a la espera de acontecimientos en torno a esta empresa.

([65]) [...]*.

(228) Por tanto, la operación dará lugar a la retirada de GlobalOne como principal competidor en el mercado de STG, a causa de su falta de cobertura en EE UU y de la esperada pérdida de una parte significativa de sus clientes de EE UU en favor de la entidad fusionada. Por tanto, el análisis subsiguiente se realiza sobre la base de que mientras GlobalOne permanezca en el mercado, lo hará como un pequeño operador, capaz solamente de concursar para un grupo limitado de contratos debido a su falta de presencia en EE UU, y a su consiguiente dependencia de Sprint, al menos a corto plazo.

a) **Análisis de las cuotas de mercado**

(229) En un documento [66] presentado a la Comisión en el curso de la investigación, Sprint dio su opinión sobre las cuotas de mercado en EE UU de los servicios de datos (que definió como IP, *Frame Relay* y ATM) así como del mercado exterior total (mercado que incluye datos, líneas privadas, servicio internacional de voz, servicios de conexión directa y movimiento general). Sprint proporcionó las cuotas de mercado de los dos mercados. [...]*. En 1999, en el ámbito de los servicios de datos, Sprint tenía un [5-15]* %, MCI WorldCom un [35-45]* %, AT & T un [15-25]* %, Qwest un [0-10]* % y el resto un [20-30]* %. En el grupo más amplio de servicios, Sprint tenía una cuota de mercado del [5-15]* %, MCI WorldCom del [30-40]* %, AT & T del [30-40]* %, Qwest del [0-10]* % y los demás del [20-30]* %. Estos datos, proporcionados por una de las partes notificantes, indican la fuerte posición de las empresas combinadas en el mercado de STG.

(230) La Comisión midió el mercado de STG de dos maneras:

Método A: por los ingresos globales de los productos presentes en el mercado de STG.

Método B: analizando las ventas totales de las empresas en el mercado de STG a cerca de 200 empresas que gastan mucho en telecomunicaciones (tal como se realizó en el asunto BT/AT & T).

(231) Además, la Comisión analizó las opiniones de clientes y competidores sobre las empresas del mercado.

(232) Las presunciones subyacentes en los cuadros que se utilizaron para los cálculos conforme a los métodos A y B se basaron en la presencia en el mercado de un número de empresas mayor que en el asunto BT/AT & T, pues se incluyeron aquellas empresas que las partes señalaron en su notificación como competidores reales o potenciales en el mercado. BT no fue capaz de proporcionar datos a la Comisión, así que los datos atribuidos a BT se basan en cifras proporcionadas en la investigación del asunto BT/AT & T. Es probable que estas cifras representen una subestimación de la posición de mercado de BT.

(233) Se hicieron tres suposiciones más, todas ellas favorables a las partes notificantes y a la alianza Concert. En primer lugar, se consideró que GlobalOne estaba en el mercado, cuando todas las pruebas sugieren que los clientes de GlobalOne emigrarán en masa a Sprint o cambiarán a otros proveedores, y es menos probable que los nuevos clientes potenciales elijan a GlobalOne hasta que no tenga una presencia consolidada en EE UU y Alemania. En segundo lugar, aunque Qwest ha sido incapaz de proporcionar datos para la investigación de la Comisión, se le ha atribuido una cuota de mercado del 5 %, muy superior a la cuota de mercado que Sprint calcula que tiene en EE UU. Finalmente, aunque Infonet no proporcionó datos, se ha duplicado la cifra correspondiente a AUCS, para incluir las ventas de Infonet en este mercado. Esto implica que Infonet tiene una cuota de mercado del 5 %, lo mismo que Qwest, lo que representa una sobrestimación, por cuanto Infonet no es considerada como competidor importante por Sprint en el análisis mencionado en el considerando 216 más arriba, a diferencia de Qwest.

(234) Habida cuenta de lo anterior, es probable que los cuadros correspondientes a los métodos A y B que figuran a continuación representen una visión del mercado más favorable a MCI WorldCom/Sprint y a la alianza Concert de la que le corresponde en realidad.

1. *Método A*

(235) En el método A se recopilaron datos sobre los ingresos globales de las empresas del mercado, correspondientes a las ventas de una lista de servicios. Esta definición correspondía a los servicios de red global [67].

Proveedor	Cuota de mercado (%) [debido al redondeo, el total puede no sumar exactamente el 100 %]
MCI WorldCom/Sprint [68]	[25-35]*
Alianza Concert	25-35

(66) [...]*.

(67) Los «servicios de red global» pueden definirse como servicios de red internacionales [incluidos servicios de voz y datos (por ejemplo, X.25, *Frame Relay* y ATM)], servicios auxiliares (por ejemplo, el indicativo 800 en llamadas internacionales, las tarjetas telefónicas, etc.) y circuito total IPLC. La definición no incluye equipos profesionales o equipos instalados en los clientes. A efectos de la definición anterior, los servicios autónomos tales como IDD internacional, las llamadas de larga distancia o locales se incluirán solamente si forman parte de un paquete más grande de servicios de red global.

(68) MCI WorldCom: [15-25]* %, Sprint [0-10]* %. Los datos de Sprint incluyen a todos sus clientes de servicios de GlobalOne, dado el probable declive de esta empresa.

Proveedor	Cuota de mercado (%) [debido al redondeo, el total puede no sumar exactamente el 100 %]
GlobalOne/France Télécom	15-25
Equant	< 5
Cable & Wireless	< 5
Qwest	5
AUCS/Infonet	5-15
Level 3	< 5
Deutsche Telekom	< 5
Colt	< 5
Williams	< 5

2. *Método B*

(236) Posteriormente, la Comisión recogió datos de las empresas presentes en el mercado con vistas a averiguar los ingresos obtenidos por cada empresa con los servicios de red global. Este método, que también se utilizó en la investigación de BT/AT & T, implicó la recogida de datos de cada proveedor del mercado sobre sus ventas a un conjunto de unas 200 empresas que constituían los mayores consumidores internacionales de telecomunicaciones del mundo. Este listado de empresas fue extraído de una lista mayor, de las 2 000 empresas más consumidoras de telecomunicaciones. Estas 200 empresas representaban un mínimo del 35 % del gasto de telecomunicaciones del conjunto de las 2 000 empresas. Los servicios considerados fueron los mismos que en el cálculo conforme al método A.

(237) Las empresas de la lista fueron calificadas por las partes notificantes como grandes empresas multinacionales cuando se les pidió que presentasen sus observaciones al respecto, y consideraron que dicha lista constituía una medida bastante aceptable de la realidad del mercado. Una vez más, se realizó un análisis similar al realizado siguiendo el método A.

Proveedor	Cuota de mercado (%)
MCI WorldCom/Sprint ([69])	[30-40]*
Alianza Concert	35-45
GlobalOne/France Télécom	5-15
Equant	< 5
Cable & Wireless	< 5
Qwest	5
AUCS/Infonet	< 5
Level 3	< 5
Deutsche Telekom	< 5
Colt	< 5
Williams	< 5

(238) Los datos del cuadro anterior parecen confirmar lo manifestado por Sprint respecto a la posición de las partes notificantes y a la alianza Concert como principales operadores del mercado, muy por delante de cualquier otro operador del mercado.

(239) Estas cifras de las cuotas de mercado se ven confirmadas por los análisis de las ofertas ganadoras y perdedoras en los concursos que la Comisión ha recibido de las partes, de los terceros y de los participantes en los concursos para proporcionar servicios a las cerca de 200 empresas principales.

b) **Opiniones de los proveedores**

(240) Las cuotas de mercado a que se refiere el considerando 237 reflejan contratos ganados o perdidos en concursos, pero no representan necesariamente la capacidad para ganar concursos futuros. Dan una indicación del futuro poder de mercado, pero el mercado de concursos también se basa en las impresiones de los clientes y en la capacidad de los proveedores para soportar los gastos correspondientes y seguir presentando ofertas.

(241) A fin de conocer la opinión de los clientes y competidores en el mercado, la Comisión pidió a los terceros que clasificasen a los operadores del mercado de STG en una escala de 1 (peor) a 5 (mejor) según diversos parámetros, entre los que figuraban los siguientes: presencia en EE UU ([70]), presencia global, capacidad de servicio, instalaciones propias, imagen de marca y

([69]) MCI WorldCom: [15-25]* %, Sprint [0-10]* %. Los datos de Sprint incluyen a todos sus clientes de servicios de GlobalOne, dado el probable declive de esta empresa.

([70]) Según se desprende del análisis de GlobalOne en los considerandos 221 a 226, la presencia en el mercado de EE UU es importante para los proveedores de STG debido al número de empresas multinacionales que tienen allí su sede.

cartera de clientes. Varios encuestados proporcionaron análisis cualitativos en vez de cuantitativos, que confirmaron el análisis cuantitativo de que las empresas fuertes en el mercado eran MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert. A continuación figuraban Equant, Cable & Wireless y GlobalOne, con algunas debilidades, pero manteniéndose en el mercado. Sobre la base de las informaciones de los terceros que proporcionaron un análisis cuantitativo, se obtuvieron los siguientes resultados:

Proveedor	Clasificación de los clientes	Clasificación de los competidores
MCI WorldCom	3,7	4,3
Alianza Concert	4,3	4,7
GlobalOne/France Télécom	3,2	3,7
Equant	3,1	4,0
Cable & Wireless	2,9	3,6
Qwest	2,9	3,6
AUCS/Infonet	2,6	3,6
Level 3	2,6	3,0
Deutsche Telekom	2,2	2,9
Colt	1,1	2,7
Williams	—	2,6
STG	—	2,5

(242) Según se desprende del cuadro, en líneas generales hay una concordancia entre la clasificación de los clientes y los competidores, aunque los competidores otorgan una clasificación más elevada a las empresas que los clientes, posiblemente a causa de su mayor conocimiento del mercado. Los dos mayores operadores del mercado, MCI WorldCom y la alianza Concert, han obtenido la puntuación más alta tanto de clientes como de competidores. Les siguen varias empresas muy cercanas entre sí en términos de clasificación, con GlobalOne y Equant a la cabeza.

(243) Cabe señalar que el cuadro anterior reproduce la media de varias clasificaciones atribuidas a cada empresa. Solamente MCI WorldCom y la alianza Concert obtuvieron, de casi todos los encuestados, la mayor clasificación en todos los criterios.

(244) El cuadro también parece indicar que los operadores señalados por las partes notificantes como nuevos operadores en el mercado no han sido considerados de hecho como operadores significativos, ni por ellas mismas ni por sus clientes. Esto confirma la opinión de la Comisión de que el mercado ha quedado bien retratado en su análisis de mercado.

c) **Conclusión**

(245) Partiendo del análisis de las cuotas de mercado y de las evaluaciones de los clientes y de los competidores expuestas, en la comunicación del pliego de cargos se concluyó que solamente dos operadores pueden participar en un gran número de concursos. Esto parece ser cierto tanto para las 200 principales multinacionales como para los demás ámbitos de la demanda, dado que las cuotas de mercado resultantes se corresponden tanto en términos absolutos como relativos.

d) **La respuesta de las partes al pliego de cargos**

(246) Las partes alegan que el aumento de la cuota de mercado a consecuencia de la fusión es mínimo. Esto se debe a que Sprint tiene pocas actividades de STG, a consecuencia de su relación con GlobalOne, y el aumento de la cuota de mercado atribuible a Sprint es solamente del [...]* [0-10]* % al [...]* % a consecuencia de la fusión. Las partes alegan que este aumento no justifica la apertura del procedimiento conforme al Reglamento de concentraciones.

(247) Cabe señalar que corresponde a la Comisión investigar toda creación o consolidación de una posición dominante en una operación notificada. El aumento de la cuota de mercado de las partes es uno de los indicadores que debe tenerse en cuenta para evaluar los cambios en el poder de mercado de las partes notificantes. En el pliego de cargos se constató que este aumento, junto con la desaparición de una potencial rama americana por parte de cualquier competidor en el mercado de referencia, contribuía a la creación de la posición dominante conjunta puesta de manifiesto en el pliego de cargos.

(248) Asimismo, las partes alegan que la concentración no tiene ninguna relación causal con el cambio de la propiedad y control de GlobalOne. Afirman que la decisión de cambiar la estructura de propiedad de GlobalOne se tomó mucho antes de la decisión de Sprint de fusionarse con WorldCom. También alegan que el pliego de cargos no se centra en el pequeño aumento de la cuota de mercado atribuible a Sprint, sino en las consecuencias de una operación distinta, ya evaluada por la Comisión.

(249) La Comisión admite que no existe ningún nexo causal entre esta operación y la desintegración de GlobalOne (véase el considerando 221). Sin embargo, dicha desintegración es importante para la evaluación de la competencia en el mercado. La Comisión tiene la obligación de tener en cuenta los hechos del mercado y de hacer proyecciones sobre el comportamiento del mercado en el futuro. En efecto, el deterioro de GlobalOne es un hecho tras el cambio de la propiedad y la pérdida de su socio de EE UU, Sprint.

(250) Las partes aludieron a la Decisión relativa a BT/AT & T, en la que se concluyó que el mercado de STG tenía «competidores importantes» y era «sumamente competitivo y en rápida evolución» y que los clientes eran «avanzados» y «tienen poder suficiente para dictar sus exigencias». También aludieron al número de competidores potenciales que la Comisión mencionó en su Decisión, así como a la Decisión de la CFC relativa a BT/AT & T adoptada en octubre de 1999, en la que dicha organización tampoco encontró problemas significativos de competencia. Las partes consideran que el cambio de la estructura de mercado que la Comisión identificó en su pliego de cargos no podía haber tenido lugar en un período de tiempo tan corto.

(251) Según consta en los considerandos 206 a 218, entre los operadores identificados por la Comisión no sólo figuran todas las empresas que también consideró presentes en el mercado en su Decisión relativa a BT/AT & T (y que MCI WorldCom señaló como operadores del mercado, junto con la ahora desaparecida Unisource, en el curso del procedimiento de BT/AT & T), sino también otras empresas que las partes alegaron que estaban también presentes en el mercado (algunas de las cuales no ocupan un lugar destacado en las listas obtenidas por la Comisión).

(252) Las partes alegaron, en su respuesta, que la Comisión había subestimado el grado de competencia en el mercado de STG. En relación con los competidores reales, primero sostuvieron que Equant y Cable & Wireless seguían siendo competidores globales en el mercado. En segundo lugar, señalaron a Infonet, Level 3 y Teleglobe como nuevos competidores importantes. Las partes alegaron, asimismo, que GlobalOne seguirá siendo una fuerza significativa en el mercado, consolidando su presencia en EE UU a través de nuevas inversiones y de una posible alianza con un operador local, y manteniendo su base de clientes norteamericanos, además de captar algunos clientes de Sprint en el área en que Sprint distribuya nuevos servicios de GlobalOne. Según las partes, los clientes confirman la opinión de que GlobalOne sigue siendo un operador importante, incluso después de la ruptura de sus vínculos con Sprint.

(253) Las partes critican la afirmación de la Comisión de que los competidores potenciales mencionados en la Decisión relativa a BT/AT & T no figuraban significativamente en las listas de empresas participantes en concursos suministradas a la Comisión. Según las partes, no figuran en tales listas los competidores potenciales, sino solamente los competidores reales. Además, las partes señalan a RBOC y a Global Crossing, en particular, como potenciales competidores de peso.

(254) Las partes citan repetidas veces la Decisión relativa a BT/AT & T por lo que respecta a los competidores potenciales. Desde que se adoptó esta Decisión, en marzo de 1999, solamente las empresas que la Comisión identificó como activas en el mercado, tales como Qwest, Williams y GTS empezaron a participar en concursos. Esto sugiere que el papel de las otras empresas identificadas como competidores potenciales en la Decisión relativa a BT/AT & T es menos creíble de lo que se pensó entonces.

(255) La crítica final de las partes respecto del análisis de la Comisión es que el pliego de cargos sobrestimó el poder de mercado de la entidad fusionada. En especial, las partes señalaron cuatro supuestos grandes defectos de la metodología utilizada. En primer lugar, la medida utilizada para evaluar la cuota de mercado de Global Network Services no se correspondía con la definición de mercado, y se exageró la cuota de mercado de Concert. En segundo lugar, señalaron que el método B era erróneo, pues no se justifica que la muestra de 200 empresas, tomada de una muestra mayor de 2 000 empresas, sea representativa de todos los clientes multinacionales. En tercer lugar, opinaron que la cuota de mercado atribuible a Sprint era demasiado alta, pues el pliego de cargos asume que Sprint retendrá a todos sus clientes de los servicios de GlobalOne. Finalmente, alegaron que la Comisión no puede tratar a la alianza Concert como una sola entidad a efectos del cálculo de la cuota de mercado, pues BT, AT & T y Concert compiten entre sí por algunos contratos.

(256) La Comisión observa que la muestra de 200 empresas es un método de medición del mercado alternativo al método basado en los ingresos totales. La cuestión sobre la cuota de mercado de Sprint ya se ha abordado en el considerando 249. En cuanto a la agregación de las cuotas de mercado de la alianza Concert, esta combinación de las cuotas de mercado de un grupo de empresas vinculadas por acuerdos de empresa en participación es enteramente coherente con los análisis habituales en el ámbito del Derecho de competencia. Cabe también señalar que los miembros de la alianza Concert distribuyen los mismos productos Concert.

Creación de una posición dominante dual

a) **Ausencia de posición dominante única**

(257) A la luz de la información sobre cuotas de mercado contenida en los considerandos 235 y 237 y de la capacidad para desarrollar una gran participación en concursos, no puede esperarse que MCI WorldCom/Sprint ni la alianza Concert disfruten de una posición dominante única. En caso de que una de las dos tratase de ejercer por sí sola el poder de mercado, la otra podrá vencer tal intento dada su propia presencia en el mercado. Sin embargo, la Comisión consideró, en el pliego de cargos, que las dos empresas juntas tendrán una posición de mercado que les permitirá ejercer un dominio conjunto del mercado de STG.

b) **Criterios de comportamiento paralelo**

(258) En muchos de los asuntos anteriores relativos al dominio colectivo, la Comisión aplicó la siguiente serie de criterios para establecer la probabilidad de la creación o del refuerzo de una posición de dominio colectivo. Estos criterios son los siguientes: i) producto de referencia homogéneo, ii) cuotas de mercado estables y simétricas, iii) obstáculos a la entrada, iv) simetría de costes, v) demanda estable e inelástica, y vi) bajo nivel de cambios tecnológicos.

(259) Estos criterios son, en la mayoría de los casos, herramientas importantes para abordar las cuatro cuestiones fundamentales relacionadas con el análisis de los asuntos de dominio colectivo conforme al Reglamento de concentraciones, a saber:

a) ¿Existen incentivos para que los operadores del mercado adopten un comportamiento paralelo?

b) ¿Resulta fácil para los operadores del mercado controlar el comportamiento competitivo de los demás operadores del mercado?

c) ¿Existen elementos disuasorios para que los operadores del mercado se desvíen de un comportamiento paralelo?

d) ¿Es posible que la demanda limite el comportamiento paralelo?

(260) En resumen, en el pliego de cargos se aplicaron estos criterios de la siguiente forma: dado que los servicios de telecomunicaciones globales se adaptan a las necesidades de cada cliente, no parece a primera vista que sean homogéneos. Sin embargo, los servicios de telecomunicaciones globales se crean a partir de los mismos componentes básicos, y la competencia entre proveedores por un cliente determinado se basa en las necesidades de dicho cliente. Es difícil evaluar la simetría y la estabilidad de las cuotas de mercado, pues este mercado es reciente y ha experimentado modificaciones de las alianzas (de las cuales esta fusión es la más reciente) y concentraciones en los últimos dos años. Los obstáculos para la entrada son ciertamente altos, pues los operadores deben contar con una infraestructura extensa e incurrir en costes a fondo perdido por su participación en concursos. En términos de valor, la demanda está creciendo materialmente, incluso si por lo que respecta al volumen (es decir, el número de clientes con necesidades de un servicio de telecomunicaciones globales) este crecimiento es mucho menor. La demanda no es muy sensible al precio, pues la calidad es el gran motor de la competencia en este mercado. Se están produciendo cambios tecnológicos en el mercado, pero afectan a todos los operadores de manera similar.

(261) En el pliego de cargos se alega que, en el caso de un mercado como el del combustible al por menor (véanse los asuntos Exxon/Mobil y TotalFina/Elf), existe una competencia de precios y el mercado funciona sobre la base de las opciones individuales del consumidor. En dichos asuntos, procede tener en cuenta la serie de criterios establecidos en el considerando 258 más arriba ([71]). Los incentivos para la coordinación en esos asuntos eran elevados, porque todos los competidores del mercado adquirían combustible en un mercado al por mayor y tenían cuotas de mercado simétricas. La homogeneidad del combustible y la total transparencia de precios facilitaron que los operadores del mercado supervisaran el comportamiento competitivo de sus competidores. El exceso de capacidad de refinado facilitó las represalias contra quienes violaron las reglas del juego. La baja elasticidad de los precios y la naturaleza dispersa de la demanda dificultaron mucho que la demanda contrarrestara los comportamientos paralelos.

(262) En el pliego de cargos se alegó que en el mercado alemán de distribución de gas a larga distancia (véase el asunto Exxon/Mobil), la Comisión planteó objeciones a pesar de haberse cumplido apenas una parte de los criterios establecidos en el considerando 258. Las objeciones no se basaron en la concertación en cuanto a los precios, sino en la división geográfica del mercado. Debido a la cartelización anterior del mercado, los operadores (con una excepción) tenían cada uno su territorio en el que ejercían una fuerte posición de mercado. Todos los operadores tenían un incentivo similar para mantener su fuerte posición de mercado en su territorio. Además, esta demarcación geográfica de territorios hacía relativamente fácil supervisar el comportamiento de los competidores, y si alguno pasaba la frontera, la represalia consistía en entrar en el territorio del infractor.

([71]) Asuntos M.1383 Exxon/Mobil de 29 de septiembre de 1999 y M.1628 TotalFina/Elf de 9 de febrero de 2000.

(263) En el caso que nos ocupa, el mercado funciona a partir de concursos, en los que los proveedores son seleccionados en las primeras fases del proceso de concurso por su capacidad para ofrecer servicios sofisticados de alta calidad a la medida, que sólo pueden proporcionar un número limitado de proveedores. Dado que los obstáculos para la entrada son elevados (según se ha señalado anteriormente en el considerando 205, no basta con tener la posibilidad de proporcionar la red y quizás también los servicios, sino que también es necesario contar con una buena «hoja de servicios»), si existiera comportamiento paralelo, éste se centraría en torno al proceso de concurso y a la capacidad para ofrecer servicios competitivos a las empresas que requieran estos servicios. En tal caso, la concertación no se dará respecto de los precios, sino respecto de la decisión de quién ganará un determinado concurso (y quién ha ganado qué concursos).

c) **Cambios en los incentivos para competir**

1. *Dos competidores principales y un gran número de seguidores*

(264) En el pliego de cargos se alegó que, dado que se realizaría de manera simultánea con la considerable disminución de la competitividad de GlobalOne, la concentración notificada tendría como resultado un mercado con dos competidores principales (MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert), seguidos de otros competidores más pequeños. Con la adición de la cuota de mercado de Sprint a la de MCI WorldCom, la entidad fusionada aumenta su presencia en el mercado. Después de la concentración, los dos principales competidores tendrían características competitivas similares y gozarían de ventajas significativas sobre el resto de los competidores.

(265) En primer lugar, según se desprende del análisis de las cuotas de mercado, tendrán carteras de clientes aproximadamente similares (juntos ascienden a cerca del 60 %-80 % del mercado), así como posiciones de mercado semejantes.

(266) En segundo lugar, el pliego de cargos alegó que tendrían gastos básicos similares para las infraestructuras subyacentes. Las partes notificantes sostienen que existe capacidad bruta en el mercado. Por tanto, el coste del aprovisionamiento de red está necesariamente condicionado por los precios que se aplican en el mercado a la capacidad bruta. Según han explicado las partes, los costes de red para proporcionar servicios más elaborados están en función de los costes subyacentes de la red. Dado que a funciones idénticas corresponden cantidades idénticas de datos introducidos, resulta que ambos operadores soportan gastos de red semejantes. Además, el tamaño de sus redes y la importancia de los servicios que ofrecen permite a ambas entidades beneficiarse de economías de escala y de alcance de las que no gozan sus competidores más pequeños. Ni MCI WorldCom/Sprint ni la alianza Concert tienen que incurrir en gastos a fondo perdido en concepto de creación de redes globales, de prestación de servicios de apoyo o de contratación de equipos de ventas para entrar en el mercado. Según se explica en los considerandos 200 a 205, éste es un proceso costoso y duradero que dura años y por el que tienen que pasar incluso los operadores existentes que hayan salido de una alianza (por ejemplo, Sprint o GlobalOne) antes de entrar de nuevo en el mercado sobre una base creíble. Las otras categorías de costes se refieren al equipo de telecomunicaciones o a costes de mano de obra. En el pliego de cargos se sostuvo que ambas estaban en función de mercados exógenos y son, por tanto, similares para los dos principales competidores. Dado su tamaño, es probable que el equipo y los costes de la mano de obra sean más bajos para estas empresas que para las empresas más pequeñas, mejorando su ventaja competitiva.

(267) En tercer lugar, tanto la entidad fusionada como la alianza Concert se beneficiarán de carteras de servicio de idéntico alcance y calidad, que no podrán proporcionar en la misma medida sus principales competidores. Esto se ve apoyado por el análisis de las cuotas de mercado expuesto en los considerandos 229 a 244 y por la investigación de mercado. Ambas tienen una amplia gama de servicios que podrán ofrecer a los grandes clientes multinacionales. Otras empresas cuentan también con una gama amplia de servicios, pero MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert gozan de una elevada consideración para la mayoría de sus servicios, mientras que otras tienen mayores debilidades.

(268) En cuarto lugar, en el pliego de cargos se adujo que tanto la entidad fusionada como la alianza Concert tienen una imagen de marca sólida y bien establecida, lo que lleva a que se reconozca en general la calidad y fiabilidad de estos proveedores. Tanto la entidad fusionada como la alianza Concert cuentan con instalaciones propias en gran parte del mundo y tienen buen control de la calidad de sus redes, lo que resulta en un gran alcance geográfico. Los competidores más pequeños pueden tener buenas redes globales, pero son vistos en el mercado como poseedores de redes «estrechas» sin suficiente ancho de banda para satisfacer la creciente demanda de los clientes en el futuro. También disponen de la asistencia técnica necesaria y de servicios de ventas a escala global para sus clientes.

(269) Por último, a diferencia de los demás operadores del mercado, al participar en la mayoría de los concursos, la entidad fusionada y la alianza Concert tienen información mucho más completa sobre sus competidores y los diferentes concursos que cualquiera de sus competidores más pequeños que no puedan participar en todos los concursos. Según los datos relativos a ganancias y pérdidas obtenidos por la Comisión, tanto MCI WorldCom/Sprint como la alianza Concert están presentes en la mayoría de los concursos. Por ejemplo, según los datos recibidos de BT, resulta que MCI

WorldCom/Sprint o la alianza Concert son los ganadores de un número muy elevado del total de concursos en los que han participado. Según los datos recibidos de C&W, también en un número muy significativo de los concursos perdidos por C&W figuran MCI WorldCom y la alianza Concert como competidores. En las listas de pérdidas y ganancias de MCI WorldCom, los operadores más pequeños apenas aparecen ni como ganadores ni como competidores principales susceptibles de figurar en la preselección final. Por el contrario, Sprint o la alianza Concert aparecen como ganadores de la mitad de los concursos perdidos por MCI WorldCom. Según los datos de pérdidas y ganancias suministrados por AT & T, en la mayoría de en los casos en que ganaron los concursos, sus grandes competidores fueron MCI WorldCom o Sprint.

(270) Cabe también señalar que MCI ha distribuido servicios de Concert como parte del acuerdo de separación celebrado con BT, mientras que Sprint continúa distribuyendo los servicios y asegurando los contratos de GlobalOne en Estados Unidos durante un período transitorio. Esto aumenta la transparencia en el mercado por lo que se refiere a la identidad de los clientes y a la naturaleza de los servicios que utilizan, con vistas a la siguiente invitación a presentar ofertas.

(271) El pliego de cargos concluyó que la fusión daría lugar a una situación paralela de MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert en el mercado de STG.

2. *Las estrategias de concurso*

(272) En el pliego de cargos se sostuvo además que la nueva estructura de mercado que resulta de la fusión es propensa a una coordinación tácita entre MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert, dada la manera en que ambas participan en los concursos.

(273) Existen dos situaciones posibles en cuanto a los concursos. La primera son los concursos dirigidos a renovar o modernizar los servicios de telecomunicaciones, en los casos en que el proveedor actual es la entidad fusionada o la alianza Concert. En estas circunstancias, según el pliego de cargos, otro competidor no tendría ningún incentivo fuerte para desafiar la posición del proveedor actual. Esto se ve reforzado por la inherente ventaja de coste del proveedor actual (los costes de transferencia pueden llegar a ser del 20 %) y se ha de tener en cuenta también la comprensible aprensión de los clientes respecto a las consecuencias del cambio (cambio de conexiones de red de un proveedor a otro, mantenimiento del funcionamiento de la red durante el cambio, etc.). Por ejemplo, un cliente declaró que en caso de no estar satisfechos con su proveedor, la diferencia de la relación rendimiento/precio con el proveedor actual tendría que ser significativa para superar los gastos de la migración a un nuevo proveedor. La segunda situación es aquella en la que ni la entidad fusionada ni la alianza Concert son el proveedor actual (es decir, el caso de un nuevo cliente de STG o de un nuevo servicio para un cliente de STG ya existente).

i) MCI WorldCom/Sprint o la alianza Concert como proveedores actuales

(274) Para el caso de que la entidad fusionada o la alianza Concert sea el proveedor actual de un contrato que se ha de renovar, el pliego de cargos consideró que la otra parte tendría incentivos para participar en el proceso de concurso, pero no hasta el punto de poner en peligro la posición del titular actual. La participación en un concurso reportaría diversos beneficios al otro oligopolista. En primer lugar, obtendría más información para utilizarla en concursos futuros. Además, reforzaría su imagen de competidor competitivo, al mismo tiempo que su mera presencia limitaría la capacidad de los terceros para competir desde una posición sólida.

(275) Al no competir desde una posición sólida en la segunda fase del concurso relativa a los precios, el otro competidor ofrece incentivos al titular del contrato para comportarse de manera similar en la situación recíproca. Es probable que esto suceda a corto plazo, dada la frecuencia de los concursos. Además, al ayudar a mantener unos precios más altos, el otro proveedor garantiza la transmisión al mercado de información sobre precios que no pondrá en peligro una estrategia similar en otros concursos donde él sea el titular del contrato que se vaya a renovar.

ii) Clientes nuevos, o prestación de servicios actual por parte de terceros

(276) Para los concursos en los que ni la entidad fusionada ni la alianza Concert sean titulares actuales del contrato, el pliego de cargos estimó que ambas entidades tendrían las mismas oportunidades de ganar el concurso y sabrían que se benefician de ventajas no disponibles para sus competidores más pequeños.

(277) En el pliego de cargos se describió la siguiente estrategia. La primera estrategia sería presentarse al concurso con una cartera de servicios personalizados que, en principio, sólo ellos dos podrían ofrecer, es decir, competir fundamentalmente en factores distintos al precio en la primera fase del proceso de concurso. En segundo lugar, se aplicaría una estrategia de precios que mantendría inicialmente las tarifas dentro de determinados límites (incluso, si en la fase de responder a la convocatoria de ofertas el precio no es lo más importante). El límite superior se basaría en la información obtenida de concursos anteriores en que una de las dos entidades fuese titular. El límite inferior, por otra parte, sería el precio máximo al que estarían seguras de excluir a otros eventuales competidores.

(278) En el pliego de cargos se afirmó que sería ventajoso tanto para la entidad fusionada como para la alianza Concert ganar estos concursos y adquirir información. Esto reforzaría su reputación de líderes frente a los clientes, aumentando al mismo tiempo los obstáculos a la entrada y la expansión de otros competidores reales o potenciales, que tendrían que incurrir en gastos a fondo perdido que podrían financiar con los ingresos de su cartera de clientes. Las asimetrías en la información sobre antiguos concursos en favor de MCI WorldCom/Sprint o de la alianza Concert inducen a cada una de las empresas a sacrificar sus beneficios a corto plazo elevando los precios, a fin de crear una reputación que les permita aplicar precios más altos a largo plazo.

d) **Continuidad del comportamiento paralelo**

1. *Incentivos para mantener el comportamiento paralelo*

(279) El pliego de cargos reveló que tanto MCI WorldCom/Sprint como la alianza Concert tendrían incentivos para no desviarse del comportamiento paralelo descrito en el considerando 273, en una situación donde los concursos son frecuentes. Cada empresa, mediante un comportamiento independiente pero paralelo, se expone al riesgo de que la otra empresa la supere en la fase final del proceso de concurso, y de perder este primer concurso. Sin embargo, dado que la identidad del ganador del concurso se sabe inmediatamente, la empresa que haya infringido las reglas queda marcada como empresa no cooperadora. Como hay concursos frecuentes, se expone a represalias, perdiendo el acceso a los futuros beneficios adicionales que podría haber obtenido del comportamiento paralelo. Si el horizonte es lo suficientemente amplio (es decir, si hay suficiente número de concursos en los que ambos líderes puedan participar), la pérdida de beneficios futuros será superior al beneficio inmediato derivado de la violación de las reglas del juego. Por tanto, al tener ambas empresas las mismas oportunidades de participar y ganar concursos, tendrán más ventajas si coordinan sus actuaciones. Los datos de BT indican que MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert han participado en 1999 en más de 70 procedimientos de concurso.

(280) De acuerdo con la información disponible sobre pérdidas y ganancias, y sobre el mercado de suministro a las 200 mayores empresas, no hay duda de que las empresas conocen la identidad del proveedor de estos clientes multinacionales. Por ejemplo, según Sprint: «el equipo contable tiene más posibilidades de conocer y elaborar una lista de los proveedores actuales. Dado que AT & T y MCI WorldCom son proveedores titulares en un número relativamente elevado de concursos, es más probable que figuren en dicha lista más veces que los operadores que no aparecen tan frecuentemente como proveedores titulares» ([72]). Es, por tanto, fácil detectar cualquier desviación del comportamiento paralelo.

(281) Según el pliego de cargos, la situación resumida en el considerando 273 llevaría a unos precios supracompetitivos para algunas categorías de contratos, y a precios más cercanos a los del mercado en otros concursos. Podría alegarse que los precios más altos no serían viables, pues los clientes estarían al corriente de los precios más bajos aplicados en el sector. El pliego de cargos consideró esto improbable por las siguientes razones. En primer lugar, estos servicios son diferenciados, y es difícil para los clientes establecer una comparación sobre la base de los precios. En efecto, incluso si se conocen los elementos básicos de los costes, las necesidades específicas de un cliente concreto no están disponibles para los otros clientes. En segundo lugar, este argumento se basa en la suposición de que los dos principales competidores tendrían un incentivo para competir cuando uno de ellos es el titular. Según se ha explicado anteriormente en el considerando 275, no es éste el caso. Tampoco pueden los operadores más pequeños permitirse desafiar al proveedor titular, pues tendrían que compensar los costes de transferencia del cliente y su propia situación de desventaja en el concurso en cuanto a la información, el coste y la calidad.

(282) También podría alegarse que el hecho de que el mercado de prestación de servicios de telecomunicaciones globales esté aumentando en valor debería dar lugar a incentivos para desviarse del comportamiento paralelo. El pliego de cargos responde a este problema con el siguiente argumento. El crecimiento, traducido en número de clientes, es mucho menor, pues no hay muchas empresas nuevas con necesidades de telecomunicaciones globales. Además, como la entidad fusionada y la alianza Concert tienen las mismas oportunidades de ganar nuevos concursos, el hecho de que compitan entre sí no socava la estabilidad de su comportamiento paralelo. Por el contrario, afianzaría sus posiciones como oligopolistas dominantes, pues esto dificultaría más que los operadores más pequeños pudieran hacerse con un número significativo de clientes y, por otra parte, consolidaría su reputación.

2. *Los pequeños competidores y los nuevos operadores no podrán oponerse al comportamiento paralelo*

(283) El pliego de cargos declaró que es muy improbable que los competidores más pequeños puedan competir con éxito contra los dos líderes, por tres razones principales.

([72]) [...]*.

(284) En primer lugar, porque no tienen las mismas cualidades genéricas que los dos principales operadores del mercado. Según la valoración realizada por sus competidores, MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert tienen un alcance global excelente; una red global fiable con un gran ancho de banda en mercados clave, y una excelente oferta de productos que cubre desde las tecnologías más antiguas, para las que sigue existiendo demanda, hasta las más nuevas, por las que apuestan sobre todo los potenciales nuevos proveedores.

(285) En segundo lugar, los competidores no disponen de la información privilegiada sobre los costes y precios del mercado que poseen MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert. La ventaja en cuanto a coste y precios es esencial para quien pretenda participar activamente en los concursos, con bazas creíbles de ganar al final del proceso de concurso, pues los costes de concursar son elevados y hacerlo sin dicha ventaja es sumamente difícil de sostener. Efectivamente, los competidores no tienen todos los mismos sistemas sofisticados de información sobre los precios, ni el control de los costes asociados a las economías de escala de que gozan las partes notificantes y la alianza Concert. Finalmente, el pliego de cargos alega que no tienen la misma gran cartera de clientes, esencial para mantener los costes bajo control, ni acceso a información relevante sobre los costes de los rivales, obtenida a través de un historial de participación en concursos. Esto se confirma por las evaluaciones de MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert realizadas por los competidores, que son constantemente muy positivas, y con las que no rivaliza ningún otro competidor.

(286) En efecto, es probable que los pequeños competidores tengan interés por seguir las señales sobre precios enviadas por los dos principales competidores en el concurso. Si lanzasen una guerra de precios con el fin de ganar clientes, suponiendo que pudieran alcanzar la segunda etapa del proceso de concurso, correrían un alto riesgo de que los dos oligopolistas establecieran precios tan competitivos que forzaran a los pequeños operadores a salir del mercado. Esto sería viable para los dos principales competidores, pues los más pequeños participarían en un número mucho más reducido de concursos. Las sucesivas pérdidas de contratos pronto harían no lucrativa la permanencia en el mercado. Los dos competidores principales podrían también dirigir sus represalias contra un pequeño competidor concreto, participando insistentemente en los concursos para contratos en los que dicho competidor sea titular.

(287) Cuando un nuevo operador desee concursar, se enfrentará a los puntos fuertes de los dos principales operadores, que tendrán siempre una considerable ventaja comparativa. Un nuevo competidor tendrá que hacer inversiones importantes en capacidad de red, puntos de presencia y equipos de ventas, así como soportar costes que MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert ya tienen amortizados. Así pues, y al menos en relación con la primera serie de concursos, mientras que los titulares pueden estar dispuestos a bajar los precios hasta el nivel de la media de sus costes variables, los nuevos principiantes sólo pueden descender hasta la media de sus costes totales. Un nuevo competidor potencial puede ser más eficaz que el titular, pero este último siempre puede aplicar precios inferiores, impidiendo la entrada del competidor potencial. Por tanto, en el pliego de cargos se concluyó que MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert estarían en condiciones de renovar el contrato existente en términos no competitivos.

(288) En el pliego de cargos también se alegó que la entrada puede desincentivarse, asimismo, debido a la demora de los procesos de concurso. Incluso si el nuevo operador juzgase que tiene posibilidades de ganar un contrato, tiene que considerar el largo período de tiempo que transcurrirá antes que perciba ingresos.

(289) El pliego de cargos sugirió, además, que las posibilidades de represalia aumentan con la presencia de MCI WorldCom/Sprint y alianza Concert como competidores en diferentes mercados. Entre éstos figuran el mercado de conexión a Internet de máximo nivel, las comunicaciones de larga distancia e internacionales en Estados Unidos y Europa y la capacidad internacional de cable. Estas actividades en otros mercados permiten mantener la disciplina impuesta por las empresas dominantes en el mercado de STG, aumentando la posibilidad de aplicar sanciones en otro mercado.

(290) Habida cuenta de lo anterior, el pliego de cargos concluyó que sería muy poco probable que ni los pequeños competidores ni los nuevos operadores del mercado pudieran impedir este comportamiento paralelo.

3. *Los clientes no podrán impedir el comportamiento paralelo*

(291) De acuerdo con el pliego de cargos, no existen obstáculos visibles por parte de la demanda capaces de evitar el comportamiento paralelo. Se alega que si los clientes, por cualquier razón, deseasen cambiar de proveedor, se enfrentarían a varias opciones costosas. Podrían volver al autoabastecimiento, lo que sería costoso y largo, e incluso si fuese posible, parece poco probable según se desprende de las respuestas de los clientes. Sin embargo, los clientes indicaron que «la

empresa tendrá necesidad de estos servicios, así que no procede cuestionar si se compran o no» y «en caso de una subida de precios uniforme para un servicio individual, probablemente nos veríamos forzados a seguir comprando tal servicio.» La sofisticación cada vez mayor de los servicios ofrecidos a empresas multinacionaless y el considerable tiempo, coste y complicaciones que conlleva el cambio de proveedor, junto con el menor número de operadores en el mercado llevan a una reducción de la influencia del cliente sobre el proveedor.

(292) Según el pliego de cargos, la alternativa para un cliente que opta por cambiarse de MCI WorldCom/Sprint o la alianza Concert a otro proveedor, sería contratar a un proveedor más pequeño y de menor rendimiento, e intentar realizar internamente una cierta integración de servicios, lo que generaría costes adicionales y podría comprometer la fiabilidad de la red. Esto supone un fuerte incentivo adicional para que los clientes se mantengan con una de las dos grandes empresas.

e) **Respuesta de las partes al pliego de cargos**

Proceso de concurso

(293) Las partes señalaron que cuatro aspectos del análisis realizado por la Comisión acerca del mercado de concursos contenían errores. En primer lugar, no todos los procesos de concurso constan de dos etapas. Algunos clientes llevan a cabo procesos relámpago donde se escoge la oferta ganadora después del lanzamiento del concurso, sin la segunda etapa del proceso mencionada en el considerando 78. En segundo lugar, las partes alegaron que la Comisión no da al precio la importancia que merece en el proceso de concurso que han destacado algunos clientes en su respuesta. En tercer lugar, las partes discrepan con la Comisión en cuanto a la necesidad de contar con instalaciones propias para operar en el mercado de STG y ser un competidor creíble, afirmando que los clientes no exigen esto a sus proveedores.

(294) Por otra parte, incluso si el proceso de concurso constara de una fase en vez de dos, la coordinación tácita seguiría siendo posible. Todas las ventajas de la asimetría de la información, la mayor experiencia en concursos y costes de base más bajos serían igualmente eficaces en procesos de concurso de estructura diferente, puesto que el comprador tendrá que realizar siempre una primera selección, implícita o explícita, basada en la calidad.

Creación de una posición dominante colectiva

(295) Las partes señalaron cuatro aspectos principales por los que la fusión entre MCI WorldCom/Sprint y la alianza Concert no conducirá a una situación de dominio colectivo. En primer lugar, según se ha expuesto en el considerando 248, la fusión apenas tendrá un impacto mínimo en el mercado y en la cuota de mercado de la entidad fusionada. En segundo lugar, según se ha explicado, las partes no creen que se pueda considerar que la alianza Concert sea una entidad única con una única cuota de mercado. En tercer lugar, alegan que no existe una base económica para considerar que la concentración creará una situación de dominio colectivo en el mercado de STG. En especial, aducen que en el mercado de concursos, los proveedores pueden hacer una distinción de precios entre los clientes, y que las empresas con una pequeña cuota de mercado, por ejemplo Equant y Cable & Wireless, pueden influir en el comportamiento de las empresas con mayor cuota de mercado. Finalmente, no hay ninguna base jurídica para la constatación de una situación de dominio colectivo.

(296) Por lo que se refiere a los argumentos jurídicos para un análisis de la posición dominante colectiva, las partes citan la sentencia Kali y Salz, entre otras, y dicen que, para poder concluir que se está ante una posición dominante colectiva, la Comisión debe constatar que hay un crecimiento moderado de la demanda, que ésta es poco flexible, y que el poder de negociación del lado de la demanda es demasiado insignificante. La oferta debe estar muy concentrada y el mercado ser muy transparente cuando se trata de un producto homogéneo con una tecnología madura de producción, grandes obstáculos a la entrada y proveedores con vínculos financieros y contactos en varios mercados. Las partes alegaron que el pliego de cargos se centró solamente en la homogeneidad, los grandes obstáculos a la entrada, la transparencia del mercado, la rigidez de la demanda y el crecimiento estancado, la tecnología de producción madura y las represalias, sin haber conseguido demostrar la existencia de estos factores. Además, según las partes, el pliego de cargos ignoró un factor clave identificado en el asunto Gencor/Lonrho: el poder de negociación del lado de la demanda.

(297) Las partes acusan a la Comisión de descaracterizar el lado de la oferta en el mercado de STG. En primer lugar, declaran que la Comisión no representa con exactitud la naturaleza heterogénea de los productos suministrados a los clientes. En segundo lugar, afirman que el análisis que la Comisión realiza de los costes es contradictorio y que los modelos de costes de los diversos proveedores son diferentes. Las partes cuestionan el análisis de la Comisión sobre la homogeneidad del mercado de STG, alegando que no hay dos paquetes de servicios idénticos, pues todos son personalizados.

(298) Por lo que se refiere a los grandes obstáculos para la entrada, las partes sostienen que ni la imagen de marca, ni la cartera de clientes, ni los costes de concursar, ni la

experiencia en concursos previos, ni la propiedad de las instalaciones suponen grandes obstáculos para la entrada en el mercado de STG.

(299) Las partes afirman que la cantidad de información a que los concursantes tienen acceso durante el proceso es muy inferior a la indicada en el pliego de cargos.

(300) Las partes alegaron en su respuesta que el mercado está creciendo rápidamente, y que la demanda es sensible al precio, contrariamente a lo que se afirma en el pliego de cargos. Las partes declararon que el cambio tecnológico está avanzando rápidamente en el mercado y que los clientes lo exigirán cuando estén seguros de que la nueva tecnología responde a sus necesidades. Las partes concluyeron que cualquier posibilidad de represalias significaría que el mercado de STG funciona como un cártel.

(301) Finalmente, las partes afirmaron que el pliego de cargos no hace mención alguna al poder de compra compensatorio de los clientes de STG, cuando estos poseen una dimensión y una sofisticación visibles y controlan la información y la duración de los contratos. Las partes indicaron que los compradores son sofisticados y tienen un poder de negociación compensatorio. En especial, aludieron a la presencia de consultores que actúan en nombre de los clientes y a la tendencia de las empresas a utilizar más de un proveedor, con la posibilidad de transferencia entre ellos, lo que tiene un coste inferior a lanzar un nuevo proceso de concurso.

Conclusión

(302) La Comisión reconoce que no ha podido demostrar la ausencia de presión competitiva de competidores reales, tales como Equant o Cable & Wireless, sobre las partes en la concentración y sobre la alianza Concert. Una consecuencia importante de la existencia de tal presión competitiva es que la demanda podría ejercer un poder compensatorio contra cualquier comportamiento paralelo por parte de los dos principales operadores. En realidad, los clientes podrían fomentar la aparición de otros operadores principales a través de la contratación de pequeños competidores. Por tanto, queda por demostrar uno de los factores clave que deben examinarse cuando se pretende demostrar la creación de una posición de dominio colectivo: la imposibilidad de que la demanda compense la posición de los posibles oligopolistas. Sin perjuicio de los méritos de los otros argumentos presentados por las partes en su respuesta, la Comisión decidió no proseguir con su objeción relacionada con el mercado de prestación de servicios de telecomunicaciones globales.

C. SERVICIOS DE TELEFONÍA VOCAL INTERNACIONAL

(303) Por lo que respecta al mercado de servicios de telefonía vocal internacional, la Comisión ha recibido varios comentarios críticos por parte de operadores con sede en Estados Unidos y en la Unión Europea, en el sentido de que la fusión llevaría a la creación de una posición dominante en el mercado de servicios de telefonía vocal internacional, a consecuencia de la importante posición de las partes, junto con AT & T, en los mercados estadounidenses al por menor y al por mayor de larga distancia.

(304) La evaluación de la Comisión sobre las cuestiones de competencia planteadas por terceros ha llevado a la conclusión de que si había algún riesgo de creación o refuerzo de una posición dominante en el sentido del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de concentraciones, en el mercado de servicios de telefonía vocal internacional, sería consecuencia de una posición dominante en los mercados internos estadounidenses al por menor y al por mayor de larga distancia. Sin embargo, no es cierto que se cree o se refuerce una posición dominante como consecuencia de una posición dominante en otro mercado. Por esta razón, no puede decirse que la fusión entre las partes en los mercados de larga distancia de EE UU tendrá efectos inmediatos, sustanciales y previsibles en la Comunidad Europea.

(305) Existen dos maneras principales para que una empresa de telecomunicaciones europea pueda transmitir llamadas telefónicas entre Europa y EE UU.

— La primera consiste en que la empresa europea que transmite la llamada telefónica acuerde con una empresa americana entregar el tráfico en un punto teórico en medio del Atlántico (en la mitad del circuito). Esto está sujeto a negociaciones comerciales y generalmente sólo se realizan pagos cuando una de las partes transmite más minutos de llamadas telefónicas que la otra. Una condición *sine qua non* para que tal transacción tenga lugar es que cada una de las empresas sea capaz de aportar una cantidad equivalente de tiempo de llamadas a la otra.

— La segunda vía es que la empresa europea posea un circuito completo que cruce el Atlántico y que contrate con una empresa americana para que ésta transporte y entregue las llamadas a sus destinos finales dentro del territorio de EE UU.

(306) En ambos casos, la llamada de teléfono seguirá una ruta similar una vez llegue al lado americano. Comienza por ser transmitida por el operador de larga distancia hasta un punto de conmutación local o regional, y, por último, llega a término a través de un operador de central local. Los consumidores finales compran servicio telefónico a operadores locales, y servicio telefónico de larga distancia (incluido internacional) a operadores de larga distancia.

(307) AT & T, MCI WorldCom y Sprint son claramente los líderes del mercado al por menor de servicio telefónico de larga distancia. Esto parece deberse, en especial, a su buena imagen frente a los consumidores finales. Estas tres empresas son también los únicos operadores que poseen una red que cubre la totalidad del territorio de EE UU. Otros operadores poseen redes que cubren una parte importante de EE UU, mientras que otros son simplemente revendedores y realizan el transporte parcial de las llamadas de larga distancia. Esta diversidad de operadores de larga distancia ha dado lugar a un mercado de larga distancia al por mayor que generalmente se considera competitivo.

(308) La fusión propuesta entre MCI WorldCom y Sprint reduce el número de operadores de primer nivel en el sector estadounidense de larga distancia de tres a dos. Varios denunciantes han explicado que, de esta manera, la operación conduciría a un aumento de los precios de las llamadas internacionales entre EE UU y Europa. Se han presentado dos teorías a la Comisión.

(309) Según la primera teoría, tras la fusión, AT & T y MCI WorldCom/Sprint tendrían capacidad para transformar su cobertura única del territorio de EE UU en el mercado de larga distancia en una posición dominante conjunta en el mercado al por mayor de larga distancia. Podrían dictar sus condiciones a las empresas de telecomunicaciones europeas que quisiesen transmitir sus llamadas internacionales a través de ellas o que quisiesen que les realicen el transporte de larga distancia de las llamadas europeas desde su llegada al territorio estadounidense.

(310) Parece sin embargo improbable que pueda darse este efecto de la concentración. Las partes han demostrado que sólo en 12 zonas locales (llamadas LATA) se reduciría el número de operadores de larga distancia a dos como resultado de la fusión. Estas zonas (por ejemplo, partes del Midwest americano y Alaska) están escasamente pobladas y representan menos del uno por ciento del total de llamadas de larga distancia en EE UU. Por otra parte, incluso el denunciante ha aceptado que sería difícil que AT & T o MCI WorldCom/Sprint asociasen su oferta de larga distancia a estas zonas desoladas con los servicios de larga distancia en el resto del territorio de EE UU. Esta evaluación se basa, sin embargo, en la suposición de que el mercado al por menor de larga distancia sigua siendo competitivo. De no ser así, las partes podrían abusar de su posición dominante en dicho mercado, expulsando a sus competidores al por mayor mediante la internalización de productos anteriormente adquiridos en el mercado al por mayor y otras estrategias.

(311) La segunda teoría se centra en el mercado de telefonía de larga distancia al por menor. La concentración llevaría a la creación de una posición dominante dual en el mercado, de AT & T y MCI WorldCom/Sprint. Debido a esta posición, estos dos operadores podrían captar la mayoría del volumen internacional de servicio de voz que se conmuta con los operadores europeos. Esto colocaría a los operadores en una fuerte posición negociadora respecto a los operadores europeos, permitiéndoles imponer sus condiciones en materia de precios.

(312) Sin embargo, mientras que el mercado de servicios de larga distancia al por mayor siga siendo competitivo, los operadores europeos tendrán la opción de transportar las llamadas a través de sus propios circuitos transatlánticos y, posteriormente, recurrir al mercado de larga distancia al por mayor para su transporte directo a larga distancia, eludiendo la anterior alternativa.

(313) Resulta, por tanto, que para que la concentración tenga un impacto anticompetitivo en los mercados internacionales de telefonía vocal, la Comisión tendría que comprobar, en primer lugar, que la nueva entidad sería dominante, conjuntamente con AT & T, en el mercado de larga distancia al por menor, y en segundo lugar, que AT & T, MCI WorldCom y Sprint podrían ampliar este dominio al mercado de larga distancia al por mayor. Tal ampliación no parece ser lo suficientemente previsible e inmediata para garantizar la jurisdicción de la Comisión en virtud del Reglamento de concentraciones, por lo que respecta a este aspecto de la operación.

(314) Suponiendo que exista un dominio en el mercado de larga distancia al por menor, parece difícil prever que ello se traduciría necesariamente en una posición de dominio en el mercado al por mayor. La demanda en este mercado no sólo procede de minoristas, sino también de clientes tales como grandes sociedades o grandes operadores extranjeros. Incluso si la entidad fusionada y AT & T decidieran integrar verticalmente sus operaciones y dejar de comprar en el mercado al por mayor, la demanda y la oferta restantes seguirían teniendo capacidad para equilibrarse. Probablemente, sería necesario un abuso deliberado de su posición dominante en el mercado de larga distancia al por menor para que las partes obtuviesen una posición dominante en el mercado al por mayor. No puede, por tanto, concluirse que los efectos, en el mercado internacional de telefonía vocal, de la posición dominante adquirida por las partes en el mercado de larga distancia al por menor, sean inmediatos y previsibles.

(315) Por estas razones, la Comisión no tiene jurisdicción, en virtud del Reglamento de concentraciones, para examinar los efectos de la concentración en los mercados de larga distancia de EE UU.

VI. **COMPROMISOS**

(316) El 8 de junio de 2000, las partes notificantes presentaron un compromiso a la Comisión relativo a la venta del segmento Internet de Sprint. El texto de este compromiso figura adjunto a la [versión confidencial de la presente Decisión]*. El 27 de junio de 2000, las partes retiraron el compromiso presentado.

A. *RESUMEN DE LA PROPUESTA DE COMPROMISO*

1) ACTIVIDADES

(317) Las partes propusieron la venta de las actividades públicas de Internet de Sprint (en lo sucesivo denominadas «Sprint Internet»). Esto incluye las siguientes áreas de servicio.

Acceso dedicado a Internet

(318) También conocido como SprintLink, este servicio ofrece acceso continuo de alta velocidad a Internet a través del eje principal de Sprint Internet, con velocidades que van desde los 56 Kbps a los 2,5 Gbps (OC48). El servicio SprintLink está disponible globalmente a través de 320 puntos de presencia («POP») en EE UU y de seis POP en Europa.

Acceso a Internet por conexión telefónica

(319) También conocido como DialNet, este servicio proporciona acceso a Internet a 56 Kbps, conexión RDSI y servicios relacionados con los PSI y los clientes individuales, conectando las redes de Sprint a través de más de 450 POP situados en todo el territorio de EE UU El servicio DialNet también se vende a más de [...]* clientes y empresas en EE UU como servicio de acceso remoto «IP Dial», lo que permite a las empresas proporcionar a sus empleados desplazados por todo el mundo servicios de acceso seguro, por conexión telefónica, a intranets, extranets y a Internet.

Redes virtuales privadas de Internet

(320) El servicio de Redes Virtuales Privadas de Internet de Sprint Internet (IVPN) es un servicio mejorado de protocolo de red que permite a las empresas establecer conexiones permanentes, de alta velocidad y seguras con empleados, clientes, socios y proveedores geográficamente dispersos, a través de las redes de acceso dedicado y por conexión telefónica de Sprint.

Web Hosting *(hospedaje de sitios* web*)*

(321) Estos servicios permiten a las empresas gestionar sus contenidos y aplicaciones de Internet a través de una infraestructura compartida, gestionada por Sprint Internet en sus nodos de red y centros de datos.

Gestión de la seguridad

(322) Estos servicios están concebidos para proteger el tráfico de Internet y las redes internas de los clientes contra accesos no autorizados. Por ejemplo, Sprint Internet proporciona un cortafuegos gestionado completamente integrado para las redes internas, tales como servicios de autenticación de usuarios, incluidos los programas SecureID y ACE/Server, con un conjunto de soluciones gestionadas de seguridad IP.

2) RECURSOS

(323) El compromiso propuesto incluye todos los *routers* estadounidenses e internacionales, servidores, módems, puertos, servidores de nombre de dominio y servidores de autenticación para el acceso a Internet, servidores de *web hosting*, servidores para acceso por conexión telefónica y otro equipamiento que las partes consideren necesario para operar con Sprint Internet.

(324) Siempre que sea necesario, las partes se ofrecen a poner a disposición del comprador de la actividad vendida sistemas, infraestructura y personal. [...]*.

(325) [...]*.

(326) Las partes proponen, a elección del comprador, la elaboración de uno o más acuerdos complementarios específicos de red, con el objetivo, según las partes, de dar pleno efecto a la venta en cuestión. [...]*.

(327) Estos acuerdos incluirían lo siguiente:

— acuerdo sobre instalaciones de red [...]*,

— acuerdo sobre transporte de red [...]*,

— acuerdo sobre acceso local [...]*,

3) PERSONAL

(328) Según las partes, Sprint Internet tendrá entre [...]* empleados especializados, incluyendo más de [...]* profesionales de operaciones e ingenieros y más de [...]* profesionales de ventas y de apoyo de ventas, situados en EE UU y Europa. Las partes afirman que estos profesionales poseen experiencia en desarrollo, diseño, comercialización, venta, entrega, integración, gestión y mantenimiento de la infraestructura de red y servicios de Internet, necesaria para operar con Sprint Internet.

(329) En cuanto al personal de ventas, las partes alegan que Sprint Internet utiliza actualmente canales múltiples de ventas y de apoyo para hacer frente a la demanda. Estos canales incluyen [...]*.

(330) En diciembre de 1999, Sprint creó un [...]*. Según las partes, estos servicios suelen ser comprados por empleados de nivel ejecutivo y tienen un impacto significativo en la forma en que la empresa se diferencia de sus competidores. [...]*.

(331) Por último, las partes también explicaron que durante 1999, [...]*.

(332) Las partes de la fusión se comprometieron a no contratar a ninguno de los trabajadores transferidos de Sprint al comprador sin el consentimiento previo del comprador, durante un período establecido de común acuerdo, después de la venta de Sprint Internet. Además, durante un período acordado después de la venta de Sprint Internet, ni WorldCom/Sprint ni el comprador tratarán de contratar a empleados de la otra parte, dedicados a determinadas actividades de Internet, sin el consentimiento de la misma.

4) CLIENTES

(333) Las partes se proponen transferir la totalidad de la cartera de clientes del segmento Internet de Sprint, incluidos los PSI, las pequeñas empresas clientes de acceso a Internet, los grandes clientes del ámbito comercial, los clientes de la administración pública y los proveedores de *web hosting*.

(334) La información sobre clientes, incluidas las listas de clientes y los datos sobre el historial de prestación de servicios de Internet, así como todos los contratos relativos a los sectores al por mayor y al por menor de Sprint Internet, se transferirán al comprador.

(335) Algunos contratos pueden requerir el consentimiento del cliente para poder ser transferidos. En estos casos, Sprint realizará todos los esfuerzos razonables para obtener el consentimiento necesario y ofrecerá los incentivos adicionales que se consideren necesarios. En los contratos donde no se obtenga el consentimiento del cliente, MCI WorldCom/Sprint se compromete a mantener el tráfico en la red vendida y a transferir los ingresos correspondientes al comprador.

(336) Las partes notificantes se comprometen a no abordar a ningún cliente existente de Sprint Internet que no sea también cliente del servicio de Internet de MCI WorldCom en el momento del cierre, con la finalidad de proporcionar a dicho cliente acceso a Internet comprado a Sprint Internet. [...]*. No existe ninguna cláusula específica de no captación para los servicios de Internet distintos a la prestación de acceso dedicado.

(337) Además, las partes se comprometen a no tomar medidas dirigidas a transferir el segmento de servicios de Internet de Sprint a MCI WorldCom, ni a vincular dicho segmento, en *multihoming*, a redes de MCI WorldCom más allá del ámbito ordinario de la actividad empresarial, antes del cierre.

5) CREACIÓN DE UNA UNIDAD AUTÓNOMA

(338) [...]*.

B. *EVALUACIÓN*

(339) Dado el alto crecimiento del Internet y la importancia atribuida por los clientes a la calidad del servicio, cualquier segmento propuesto para la venta debería estar en condiciones de competir plena y eficazmente a partir de la fecha de la transferencia de la propiedad. Cualquier dificultad a que se enfrente la entidad enajenada daría lugar a una limitación de su crecimiento y llevaría rápidamente a una relativa disminución de su cuota de mercado. La combinación de las incertidumbres expuestas en los considerandos que figuran a continuación hace muy improbable que la entidad enajenada pueda ejercer a corto y medio plazo una presión competitiva sobre las partes. Además, el texto de los compromisos plantea numerosas cuestiones que aumentan aún más las incertidumbres en cuanto a la eficacia de esta solución propuesta.

(340) Los compromisos propuestos plantean dudas fundamentales en al menos seis ámbitos: i) el alcance de los servicios enajenados es demasiado restringido, ii) la entidad privada tendría poco poder para retener su cartera de clientes, iii) hay muchas incertidumbres en cuanto a la experiencia y a los conocimientos técnicos del personal que debe transferirse, iv) la entidad enajenada seguirá dependiendo de MCI WorldCom/Sprint por lo que respecta a la continuación de sus actividades, y cualquier intento de obtener la independencia sería costoso y largo, v) la supervisión sería una tarea difícil, y vi) existe incertidumbre respecto a algunos recursos que deben transferirse.

1) EL ÁMBITO DE LOS SERVICIOS QUE DEBEN ENAJENARSE ES DEMASIADO RESTRINGIDO

(341) Los compromisos propuestos prevén la venta de las actividades relacionadas con la venta de servicios de acceso dedicado a Internet, de servicios de acceso a Internet por conexión telefónica, de servicios de *web hosting*, de servicios de cortafuegos y de servicios de red virtual privada de Internet. Todos los servicios que las partes desean enajenar se prestan a través de la red pública de Internet. Existen, sin embargo, otros servicios que utilizan el protocolo de Internet (llamados servicios IP) que las partes no proponen incluir en la venta. Las partes alegan que solamente los servicios IP que funcionan en la Internet pública deberían ser enajenados.

(342) Sin embargo, el protocolo de Internet (IP) utilizado para transportar los datos generados también se utiliza para transportar datos relacionados con servicios de red virtual privada (intranets, extranets, voz sobre IP, etc.), así como con otros servicios mejorados. Generalmente, estos servicios no utilizan la Internet pública, pero a veces se transportan parcialmente a través de ella.

(343) Además, los servicios públicos de Internet, así como otros servicios que funcionan por IP, se proporcionan utilizando, total o parcialmente, la infraestructura subyacente de red (medios de transmisión, *routers*, *switches* y módems conectados con la infraestructura de transmisión subyacente). Esta infraestructura subyacente de red de Internet también se utiliza para las necesidades de telecomunicaciones de Sprint (voz y datos).

(344) En el curso de la investigación de la Comisión, los terceros explicaron que la inclusión de intranets y extranets y otros servicios mejorados transferidos por IP en el paquete que debe venderse, es necesaria para garantizar que la entidad enajenada constituya una auténtica fuerza competitiva. En primer lugar, según los terceros, estos servicios representan el área de mayor crecimiento previsto en los servicios relacionados con Internet (tasa de crecimiento superior al 200 % entre 1999 y 2000). En segundo lugar, los clientes generalmente compran tales servicios al mismo proveedor que les proporciona acceso a Internet. Finalmente, los clientes también compran paquetes de servicios, que incluyen tanto servicios de Internet como otros, tales como ATM y servicios de línea privada. Dado que el poder de mercado del proveedor de conexión a Internet de máximo nivel refleja tanto su red como su cartera de clientes, la venta deberá abarcar estos dos ámbitos.

(345) Esta era la posición adoptada por Sprint en sus declaraciones a la Comisión en el curso del procedimiento WorldCom/MCI en 1998 [...]* ([73]).

(346) En el procedimiento relativo a WorldCom/MCI, la Comisión declaró que no era necesario incluir los servicios IP mejorados, y ello por tres razones. En primer lugar, observó que algunos IP basados en las VPN podían basarse en otros protocolos subyacentes tales como X25, *Frame Relay* o ATM, y que el componente de Internet de las VPN podía ser muy pequeño. En segundo lugar, explicó que la provisión de intranets o extranets era en general menos compleja que una red pública de Internet, y en principio más fácil de gestionar, por lo que no requiere las cualificaciones especiales necesarias para Internet en general. En tercer lugar, la Comisión consideró dudoso que la oferta de servicios tales como intranets o extranets pueda abrir las puertas a la oferta de servicios de Internet.

(347) La investigación de mercado realizada por la Comisión en el presente caso pone de manifiesto que estas conclusiones ya no son aplicables. La tendencia del sector va en la dirección de optimizar el uso del protocolo de Internet, limitando al máximo la aplicación de protocolos superpuestos a la infraestructura subyacente. Esto queda ilustrado por las opciones tecnológicas de terceros y de Sprint. Con independencia del protocolo de transporte subyacente (IP, *Frame Relay* o ATM), las aplicaciones y los servicios se basan en IP. [...]* ([74]). En cuanto al nivel de complejidad de la prestación de servicios mejorados basados en IP, de las propias declaraciones de las partes y de las informaciones de terceros se desprende que tales servicios están generalmente adaptados a las necesidades de los clientes y son por definición complejos. Finalmente, en cuanto al vínculo entre la oferta de servicios públicos de Internet y de servicios mejorados basados en IP, cabe señalar que todos los principales proveedores de acceso a Internet ofrecen ambas categorías de servicios. Según los terceros y Sprint, los clientes compran cada vez más paquetes de servicios y productos y soluciones globales.

2) LA ENTIDAD ENAJENADA TENDRÍA POCO PODER PARA CONSERVAR SU BASE DE CLIENTES

(348) [...]*.

Clientes de servicios de Internet y de telecomunicaciones

(349) [...]*. Algunos terceros han explicado que a través de la combinación de conexiones en una localización del cliente, la integración de los servicios de Internet y de telecomunicaciones produce economías de escala.

(350) Según los cálculos de la Comisión basados en los datos proporcionados por Sprint, aproximadamente el [...]* % de los ingresos de Internet de Sprint en el año 1999 proceden de clientes que solamente compran servicios de Internet a Sprint. La entidad fusionada continuará por tanto estando en contacto con el [...]* % (en términos de ingresos) de los clientes. Cuando estos contratos cesen [...]*, estos clientes podrán volver con la entidad fusionada. Las partes han tratado de resolver este problema proponiendo una cláusula de no captación de clientes en su compromiso. Este aspecto se evalúa en los considerandos 358 y siguientes.

(351) Del mismo modo, excluyendo el contrato de Sprint con [...]*, el [...]* % de los ingresos de Internet de Sprint fue generado por los clientes ([...]* % del número de clientes) que gastan, al menos, tanto en servicios de Internet como en otros servicios de telecomunicaciones adquiridos a Sprint.

(352) Esto significa que el conocimiento de las necesidades de los clientes, las especificidades técnicas, etc., permanecerían en manos de MCI WorldCom/Sprint después de la operación de venta. Esta retención de conocimientos sobre los clientes se verá agravada por otros dos factores.

(353) En primer lugar, [...]*.

(354) En segundo lugar, MCI WorldCom/Sprint necesitarán, en cualquier caso, personas de contacto para satisfacer las necesidades restantes de telecomunicaciones de la mayoría de los clientes de Internet [...]*. Según la forma en que está estructurada la venta prevista, parece que un número significativo de gestores de cuenta u otro personal con conocimientos sobre los clientes no será transferido. Esto es seguramente cierto por lo que respecta a los clientes que gastan más en servicios de telecomunicaciones que en servicios de Internet ([...]*). Sprint, por tanto, retendrá información sobre las necesidades de los clientes en materia de Internet y mantendrá su relación con la mayoría de los clientes del sector enajenado.

([73]) [...]*.
([74]) [...]*.

Clientes con contratos de* multihoming *con MCI WorldCom y Sprint

(355) [...]*. Según la información suministrada por las partes, y que éstas afirman que está incompleta, puede deducirse que el [...]* % de los [...]* ingresos de Internet de Sprint en 1999 fueron generados por clientes que también compran servicios de Internet a MCI WorldCom [...]*.

(356) La consecuencia [...]* del *multihoming* con Sprint Internet y con MCI WorldCom es que, además del conocimiento general de la cuenta, por parte de Sprint, en cuanto a los otros servicios de telecomunicaciones, la entidad fusionada continuará proporcionando servicios de Internet a muchos clientes afectados por la venta. Las partes alegan que es muy fácil para un cliente trasladar su demanda a otro proveedor de servicios de Internet. La percepción de cualquier tipo de limitación de la capacidad de la entidad enajenada para proporcionar servicios de calidad superior sería probablemente castigada con la transferencia de clientes hacia MCI WorldCom/Sprint. Dado que la entidad fusionada tendrá conocimiento de las nuevas necesidades de los clientes con *multihoming*, en virtud de su relación comercial existente, esto facilitará a la entidad fusionada el obtener una ventaja competitiva sobre la entidad enajenada.

Earthlink

(357) Earthlink es, después de AOL, uno de los mayores proveedores al por menor de acceso a Internet por conexión telefónica en EE UU. Sprint tiene una relación duradera con Earthlink, que se traduce en derechos sobre más del [...]* % del capital de Earthlink y en importantes acuerdos de suministro en el sector de Internet. Earthlink representaba el [...]* % de los ingresos globales de Internet de Sprint en 1999. El compromiso propuesto llevaría a una transferencia de los contratos de Internet, pero no incide en la relación de Sprint con el capital de Earthlink. Como accionista principal de Earthlink, Sprint tendrá una gran influencia en la renovación del contrato transferido. Esto puede comprometer la naturaleza duradera de la relación de Earthlink con la entidad enajenada.

Falta de protección de la actividad enajenada

(358) Cabría alegar que las partes podrían proponer una cláusula de no competencia para evitar que los clientes de la entidad enajenada se transfieran nuevamente a MCI WorldCom/Sprint. Las partes no han incluido tal cláusula en el compromiso propuesto, limitándose a un compromiso restringido de no captación de los clientes de Internet de Sprint.

(359) [...]*.

(360) Cabe señalar que Sprint llamó la atención de la Comisión sobre este potencial problema en el procedimiento relativo a WorldCom/MCI. [...]* ([75]). [...]* ([76]).

(361) Una dificultad adicional puede surgir respecto a los clientes con contratos que requieren su consentimiento para su transferencia a otro proveedor distinto de Sprint. Según las partes, y basándose en una muestra limitada de contratos, esto representa una [...]* parte de los ingresos de Sprint Internet [...]*.

(362) Por tanto, parece que la base de clientes de Internet de la entidad enajenada sufriría probablemente una reducción significativa si se aceptara la venta propuesta. Esto tendría como consecuencia una considerable pérdida de fuerza competitiva en el mercado.

3) EXISTEN MUCHAS INCERTIDUMBRES EN CUANTO AL NÚMERO, EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DEL PERSONAL QUE DEBE TRANSFERIRSE

(363) Según Sprint, el [...]* del personal transferido a la futura unidad del segmento de Internet se dedica ya a actividades de Internet. El [...]* restante sólo se dedica parcialmente a ello.

(364) Hay dudas en cuanto a la experiencia de la mayoría del personal en cuestión (por el momento, sólo se ha identificado al supuesto personal especializado). Por ejemplo, muchas de las personas seleccionadas tienen [...]* experiencia en el ámbito de Internet. Esto es probablemente debido a los [...]* equipos dedicados a la venta de productos de Internet.

(365) Las dudas son incluso mayores por lo que se refiere al personal que pasa solamente parte de su tiempo dedicado a servicios de Internet. Tal personal aún ha de ser identificado. El siguiente cuadro establece en qué medida cada una de las unidades que constituirán Sprint Internet incluirá personal ya dedicado a Internet o personal dedicado parcialmente a actividades de Internet. Muestra también la proporción de personal en cada una de estas unidades que sustituirá a personas dedicadas parcialmente a cuestiones de Internet. Aparte de la división de operaciones e ingeniería, el [...]* del personal de las demás divisiones procederá del personal que previamente no se dedicaba plenamente a actividades de Internet.

	Dedicación exclusiva	FTE		Total	% FTE
[...]*			[...]* [...]*	[...]* [...]*	[...]* [...]*

([75]) [...]*.
([76]) [...]*.

	Dedicación exclusiva	FTE		Total	% FTE
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
[...]*			[...]*	[...]*	[...]*
			[...]*	[...]*	[...]*
Total			[...]*	[...]*	[...]*

Nota: FTE corresponde a Full Time Equivalent (equivalente a tiempo completo), un valor ficticio que representa el número de personas que tendrían que trabajar a jornada completa para sustituir al personal que se ocupa parcialmente de las actividades de Internet.

(366) Es bien sabido que toda venta encuentra problemas de adaptación cultural. Dada la estructura formalmente integrada del segmento de Internet de Sprint, es probable que tales dificultades surjan dos veces: una en el momento de la selección del personal que debe asignarse al segmento de Internet de Sprint y otra en el momento de la integración de la entidad enajenada en la organización del comprador. Como cada una de estas unidades es esencial para el buen funcionamiento de la entidad propuesta para la venta, las incertidumbres se multiplican por la utilización de personal «FTE».

(367) Al comparar el número de efectivos del segmento que se venderá con el número de efectivos de los competidores, el numero de [...]* presentado por las partes parece ser considerablemente más bajo. Efectivamente, AT & T, GTE-Genuity, Cable & Wireless y obviamente UUNet presentaron cifras de 2 000 personas o más. Esto pone en cuestión el número de personal que debe transferirse. Esta discrepancia puede explicarse por omisiones. Por ejemplo, no parece incluir [...]* personal. También podría explicarse por el hecho de que, dado que la entidad enajenada no tendrá instalaciones propias, dependerá en gran medida de MCI WorldCom/Sprint para realizar sus actividades. [...]* ([77]) Este último aspecto se abordará más adelante.

(368) En su Decisión sobre WorldCom/MCI, la Comisión declaró que el número de empleados dependería en gran medida de la identidad del comprador y de su implicación en el mismo tipo de actividades de Internet que MCI. Por esa razón, los compromisos dejaron abierto el número de empleados que debían transferirse, para su negociación entre el vendedor y el adquirente.

([77]) [...]*.

(369) Según figura en el documento dirigido por Cable & Wireless a la CFC, su adquisición de Internet MCI tuvo una serie de dificultades, lo que muestra que no es fácil que un potencial comprador, en caso de una venta forzada, evalúe el número de personal y seleccione a aquellos que necesita para gestionar la empresa enajenada como un competidor efectivo e inmediato. Esto es particularmente cierto en el caso de la venta de una actividad integrada, en que la información no está inmediatamente disponible, y se ve confirmado por el estudio realizado por la Comisión Federal de Comercio sobre las soluciones a esta cuestión ([78]). La Comisión no puede, por tanto, basarse en las negociaciones entre las partes notificantes y terceros para identificar el número adecuado de personal que debe transferirse.

4) LA ENTIDAD ENAJENADA SEGUIRÁ DEPENDIENDO DE MCI WORLDCOM/SPRINT PARA CONTINUAR SU ACTIVIDAD Y CUALQUIER INTENTO DE OBTENER INDEPENDENCIA SERÁ COSTOSO Y LARGO

(370) Las actividades de Internet de Sprint [...]* en el ámbito de Sprint, muchos de sus servicios de apoyo [...]* proporcionados por Sprint. [...]*.

(371) Los clientes de acceso dedicado de Sprint Internet están conectados con la red de Sprint a través de una línea privada hasta el operador de la central local, que a su vez está conectado con uno de los 320 o más POP de Sprint. Estos POP son [...]* . A partir del POP, el cliente está conectado con un nodo de eje principal (que incluye equipamiento tal como *routers* y *switches*) a través de una línea de transporte de retorno (*backhaul*). La línea de retorno no pertenece al eje principal de la red. La misma arquitectura se aplica en el caso de los servicios por conexión telefónica.

(372) Es importante observar que todos los servicios mencionados (POP, líneas de retorno y eje principal de la red) tienen finalidades múltiples. Esto tiene dos consecuencias. La primera es que Sprint Internet sólo carga con los precios de transferencia interna por el uso de estas instalaciones, frente a los precios de mercado, que son normalmente mucho más elevados. Además, según se ha explicado en el considerando 140 más arriba, John Sidgmore, vicepresidente de MCI WorldCom, explicó recientemente que existe una escasez de capacidad disponible en el mercado. Esto se ha visto confirmado por las declaraciones de terceros. En segundo lugar, la manera en que se ha estructurado el eje principal de la red tenía como finalidad maximizar economías de alcance en las infraestructuras de telecomunicaciones de Sprint ya existentes.

([78]) Federal Trade Commission, *A Study of the Commission's Divestiture Process (Un estudio sobre el proceso de venta de la Comisión)* (1999), http://www.ftc.gov/os/1999/9908/index.htm#6.

(373) Las mismas opciones comerciales se han aplicado a los servicios de apoyo operativos [...]*.

(374) Las partes propusieron firmar acuerdos de servicios de apoyo con cualquier comprador, con el fin de garantizar la continuidad de estos servicios compartidos durante el período de transición que necesita el comprador para crear sus propios sistemas o procesos o para migrar hacia éstos.

(375) Los compromisos propuestos prevén acuerdos de apoyo para los siguientes servicios: coubicación de equipamiento de Internet en las instalaciones de Sprint ([...]*), capacidad de transporte de red ([...]*), acuerdos de acceso local (no existe indicación alguna de calendario o de precios en términos comerciales), otros servicios operativos (informe de servicio del cliente, registro de pedidos, servicios de facturación, gestión de red, aprovisionamiento de red y otros servicios requeridos que sean razonables). [...]*.

(376) Sin embargo, la investigación de la Comisión y la compra de Internet MCI por Cable & Wireless muestran que tales acuerdos pueden ser sumamente complejos de elaborar y difíciles de ejecutar y controlar. Además, el comprador dependería, en gran medida, de la entidad fusionada para continuar garantizando las actividades anteriores de Internet de Sprint. Esto afectará negativamente a los costes de base y a la calidad del servicio de la entidad enajenada.

(377) Cabe señalar, por ejemplo, que el segmento de Internet de GTE, ahora denominado Genuity, acaba de separarse de su empresa matriz para lanzarse autónomamente en el mercado. A fin de permitir que Genuity siga siendo un competidor auténtico, la nueva entidad también poseerá red propia y no dependerá de terceros para las infraestructuras de base.

Coubicación de equipos

(378) Los terceros han explicado que, para ser plenamente eficaz, un acuerdo de coubicación debe permitir al comprador proteger la confidencialidad de sus actividades comerciales (cambios de equipamiento, libre acceso, etc.), disponer de espacio suficiente para expandir el equipamiento, de forma que pueda crecer en el futuro y evitar interferencias electromagnéticas en los *switches* provocadas por los cables.

(379) Para que la entidad enajenada pueda continuar funcionando con el equipamiento enajenado de forma eficaz e independiente de la entidad fusionada, los terceros alegaron que un acuerdo de coubicación debería incluir disposiciones detalladas sobre el espacio disponible para acomodar los bienes transferidos. Por ejemplo, el personal de la entidad enajenada debería poder acceder al equipamiento colocado e instalar o reparar éste de forma independiente de la entidad fusionada. No es seguro que tal espacio esté disponible en todos los POP de Sprint.

(380) Además, los terceros explicaron que el comprador debería estar en condiciones de expandir las instalaciones colocadas en los POP de Sprint (incluido el derecho de interconexión de los equipamientos en las instalaciones de Sprint con los nuevos equipamientos situados en otros locales, y el derecho a establecer interconexiones cruzadas). No está claro que haya espacio y personal suficientes para esta expansión.

(381) Además, llamaron la atención de la Comisión sobre el hecho de que no existen normas para la fijación de los precios de tales servicios de coubicación y que, generalmente, evitan recurrir a un competidor.

(382) Cualquier comprador de Sprint Internet tendría que recurrir a la coubicación en los locales de Sprint durante un período transitorio que comenzaría en la fecha del cierre y duraría hasta que los clientes, el equipo y la red hayan migrado completamente a las instalaciones propias de los compradores. La mayoría de los terceros afirma [...]* que tal proceso es muy lento, y que lleva de dos a cuatro años (véase más abajo). Esto significa que el comprador dependerá de la entidad fusionada, a efectos de la coubicación del equipamiento, durante un período muy largo. Durante este período, la entidad fusionada podrá beneficiarse de información comercial confidencial sobre las actividades de la entidad enajenada, podrá limitar el crecimiento de la entidad enajenada restringiendo el espacio o asignando el espacio disponible para acomodar primero su propio crecimiento, y podrá imponer al adquirente costes que difícilmente podrá controlar.

(383) Además, dadas las circunstancias de una venta forzada, el comprador carecería de la información y del tiempo necesarios para negociar de la mejor forma los acuerdos relativos a la coubicación, y tendría que aceptar el proyecto de acuerdo propuesto por Sprint.

Acuerdos de transporte en red y acuerdos de acceso local

(384) Estos acuerdos deberán garantizar que el cableado instalado conecte el local del cliente con un POP, conecte el POP con el eje principal de la red (retorno) y suministre los cables utilizados por el eje principal de la red.

(385) Estos acuerdos plantean cuestiones similares a las suscitadas respecto a la disponibilidad de instalaciones. Los terceros explicaron que es difícil fijar un precio para la prestación de este tipo de servicios. En primer lugar, porque se suelen suministrar internamente en Sprint. El coste de prestar estos servicios se beneficia de las economías de alcance resultantes del uso múltiple de las instalaciones de red. Por tanto, el coste actual del uso es considerablemente más bajo que cualquier precio de mercado. En segundo lugar, algunos servicios subyacentes no estarán disponibles en las tarifas comerciales. Éste es el caso de los cables de mayor capacidad (como los OC-48) que actualmente se utilizan para acomodar el crecimiento del tráfico.

(386) Además, la entidad enajenada dependerá de MCI WorldCom/Sprint para hacer frente al incremento de la demanda de tráfico (más capacidad, conexiones, etc.). La entidad fusionada se beneficiaría de la información comercial confidencial de la entidad enajenada, lo que le permitiría controlar los costes de crecimiento y de red de la entidad enajenada.

(387) Finalmente, se explicó que estos acuerdos son de naturaleza muy compleja. El comprador carecería de la información y del tiempo necesarios para negociar de la mejor forma tales acuerdos, y dependería de los proyectos de acuerdos propuestos por Sprint.

Migración

(388) Podría alegarse que las deficiencias expuestas, asociadas a la celebración con el competidor principal en el mercado de acuerdos de coubicación y de transporte en red y acuerdos locales, podrían evitarse mediante una transición rápida a las instalaciones del comprador.

(389) La Comisión, en su Decisión sobre WorldCom/MCI, tomó nota de la opinión de terceros según la cual el comprador del segmento de Internet de MCI dependería del vendedor, y que esto no podría constituir una solución a largo plazo. También se señaló que para ser un proveedor de conexión a Internet de máximo nivel, es necesario disponer de instalaciones. En efecto, un comprador que tenga que arrendar instalaciones a un competidor dependerá de dicho competidor. La Comisión concluyó que un comprador aceptable deberá poder migrar su tráfico, más o menos inmediatamente, hacia una red alternativa existente, o construir su propia red en un período razonable de tiempo y posteriormente migrar el tráfico a ésta. La Comisión intentó evaluar si los acuerdos sobre coubicación y otros servicios de red preveían el tiempo necesario para la migración del tráfico a una nueva red. Concluyó, sobre la base de las informaciones de terceros, que un período de dos años, durante el que se ofrezcan condiciones preferenciales, sería suficiente para permitir la transferencia de las actividades más importantes a la red alternativa y permitir que esta red opere con total independencia de MCI.

(390) Sin embargo, tanto los terceros como las migraciones previas de terceros y de las propias partes, muestran que la migración de un segmento de Internet es una tarea muy compleja que puede tardar de dos a cuatro años.

(391) La construcción de un eje principal de red supone una serie de etapas sucesivas. En primer lugar, el operador del eje principal de red debe definir la arquitectura de la red. En segundo lugar, debe crear nuevos POP. En tercer lugar, debe crear la red de transición para conectar los POP. En cuarto lugar, debe desarrollar o realizar la migración de los sistemas de apoyo operativo. Después de esto ya puede comenzar el proceso de migración de los clientes.

(392) La parte que más tiempo consume en este proceso es la migración de los clientes. El principal problema para un proveedor de conexión a Internet que desee migrar de una red a otra es garantizar la satisfacción del cliente durante el proceso de migración. Por esa razón, las migraciones anteriores han evitado la substitución súbita de conexiones y han optado por un enfoque gradual, en el que las conexiones para cada cliente se duplican durante un período transitorio. Para cambiar la conexión al cliente, el proveedor necesitará nuevos circuitos locales de conmutación y la colaboración del cliente para instalar nuevo equipamiento o cambiar las conexiones de las líneas.

(393) Este proceso es muy trabajoso. Según lo explicado anteriormente, no es seguro que la entidad enajenada cuente con el personal suficiente para garantizar su funcionamiento cotidiano. Incluso si el comprador contratara (soportando él los costes) a un número significativo de personal adicional, a efectos de la migración de los clientes, este proceso de migración de los clientes sería muy largo. En cualquier caso, el tiempo, la movilización del personal de gestión y el coste de la migración tendrían que ser soportados por el comprador.

(394) Esto significa que los costes de red de la entidad enajenada estarán determinados por la negociación con MCI WorldCom/Sprint hasta que el comprador haya podido migrar sus redes a otras instalaciones después de un período de al menos dos años.

Servicios de apoyo operativo

(395) La mayoría de los servicios de apoyo operativo de la división de Internet de Sprint [...]*. Las partes explican que será fácil aislar las tareas específicas de Internet en sus sistemas. Sin embargo, se comprometen a prestar tales servicios a la entidad enajenada, pero a no transferir sistemas al comprador.

(396) John Sidgmore, vicepresidente de MCI WorldCom, subrayó recientemente la importancia de tales servicios: «Las principales características para el éxito no serán las velocidades de transmisión, sino la eficacia operativa, el marketing de Internet y la facturación» ([79]).

(397) La dependencia de la entidad enajenada respecto de la entidad fusionada plantea varios riesgos. En primer lugar, la entidad fusionada podrá beneficiarse de la información comercial confidencial extraída de los sistemas integrados. En segundo lugar, la capacidad de la entidad enajenada para innovar en servicios de apoyo operativo será limitada, pues necesitará el acuerdo de su competidor principal, MCI WorldCom/Sprint.

(398) La construcción de nuevos sistemas es un proceso muy largo y costoso, y es probable que tarde más de un año. Las propias partes calculan que la migración de los sistemas tardaría un año ([80]).

Conclusión

(399) De los hechos mencionados se desprende que la ausencia de instalaciones y de sistemas de la entidad que las partes se proponen vender conduce a riesgos significativos en cuanto a la eficiencia y a la competitividad de la entidad enajenada, que dependería durante un tiempo significativo de su principal competidor.

(400) John Sidgmore, vicepresidente de MCI WorldCom, declaró recientemente que «si poseemos la red, tendremos un mejor control del coste y de la calidad y podremos decidir cuándo queremos lanzar nuevos productos y servicios» ([81]).

(401) Sprint explicó en 1998 que el segmento de Internet de MCI estaba integrado en MCI de manera similar al del segmento Internet de Sprint. [...]*.

5) EL CONTROL SERÍA MUY DIFÍCIL, SI NO IMPOSIBLE

(402) Podría alegarse que sería posible designar a una persona de confianza que controlase la correcta ejecución de la coubicación, del transporte en red, del acceso local y de otros acuerdos sobre sistemas de apoyo operativo, garantizando así que la entidad fusionada no obstaculizase el desarrollo y la independencia de la entidad enajenada.

(403) Sin embargo, tal tarea sería sumamente compleja y los compromisos serían difíciles de supervisar. Se requeriría mucho personal y competencias especializadas, y sería necesario atribuir a la persona de confianza poderes muy amplios. Incluso suponiendo que fuera posible encontrar a una persona con la capacidad necesaria, el grado de complejidad de la tarea aumenta considerablemente las incertidumbres en cuanto a la eficacia de la solución.

6) OTRAS CUESTIONES

(404) [...]* Además, un compromiso para continuar con la interconexión no significa necesariamente que los aumentos necesarios de capacidad se efectúen en los puntos de interconexión más importantes. Esto aumenta las incertidumbres en cuanto a la viabilidad comercial de la venta propuesta.

(405) El compromiso propuesto prevé el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual y otras licencias o patentes propiedad de Sprint. Los terceros han explicado que la posesión de derechos de propiedad intelectual es de vital importancia en un mercado caracterizado por la innovación. Efectivamente, la propiedad de derechos de propiedad intelectual permite innovar, por ejemplo, ampliando el alcance de la propiedad intelectual subyacente. Esto agrava las dudas sobre la capacidad de la entidad enajenada para ser, desde el principio, un competidor efectivo.

7) CONCLUSIÓN

(406) En resumen, el compromiso propuesto alteraría considerablemente la economía de la entidad enajenada, separándola de las actividades más amplias de Sprint tales como la infraestructura subyacente, los servicios de apoyo operativo y la selección, necesariamente arbitraria, del personal que debe transferirse.

(407) Tal como se recoge en el apartado 180 del Informe anual de la Comisión de 1999 sobre la política de competencia, cuando la naturaleza de un problema de competencia es tal que requiere compromisos y mecanismos complicados para disipar las dudas, la Comisión tiene que considerar cuidadosamente si aceptar compromisos complejos producirá resultados verdaderamente satisfactorios desde el punto de vista de la competencia o si, por el contrario, deberá prohibirse la operación en cuestión.

(408) Además, el crecimiento futuro del negocio estará limitado por la necesidad de depender de la entidad fusionada para proporcionar recursos adicionales durante un período transitorio de dos a cuatro años hasta que el

([79]) Comunicación en la conferencia «Supercomm 2000» celebrada en Atlanta el 7 de junio de 2000.
([80]) [...]*.
([81]) [...]*.

comprador pueda migrar el segmento enajenado a sus propias instalaciones. Esta migración, necesaria para la competitividad de la entidad enajenada, también implicará costes sustanciales de migración que serán soportados por el comprador.

(409) Por las razones mencionadas, la Comisión concluye que el compromiso propuesto no sería adecuado para restablecer, con la certeza necesaria en cuanto a sus efectos, la competencia inmediata y efectiva en el mercado de referencia de prestación de conexión a Internet de máximo nivel.

VII. **CONCLUSIÓN**

(410) A la luz de lo anterior, puede concluirse que la fusión de MCI WorldCom y Sprint llevaría bien a la creación de una posición dominante [...]* o al refuerzo de una posición dominante [...]* en el mercado de prestación de conexión de máximo nivel o universal, a consecuencia de lo cual la competencia en el mercado común se vería considerablemente obstaculizada en el sentido del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de concentraciones. El compromiso presentado por las partes el 8 dejunio de 2000 no disiparía [las preocupaciones de la Comisión respecto a la competencia]*. La Comisión, en consecuencia, ha llegado a la conclusión de que la concentración notificada es incompatible con el mercado común y con el funcionamiento del Acuerdo EEE.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

La concentración notificada, consistente en la fusión entre MCI WorldCom y Sprint se declara incompatible con el mercado común y con el funcionamiento del Acuerdo EEE.

Artículo 2

Los destinatarios de la presente Decisión serán:

MCI WorldCom Inc.
1801 Pennsylvania Avenue
NW, Parkway
Washington, DC 20006
United States of America

Sprint Corporation
2330 Shawnee Mission
Westward
Kansas 66205
United States of America.

Hecho en Bruselas, el 28 de junio de 2000.

Por la Comisión
Mario MONTI
Miembro de la Comisión

ANEXO

COMPROMISO PRESENTADO POR LAS PARTES EL 8 DE JUNIO DE 2000 Y RETIRADO EL 27 DE JUNIO DE 2000

[...]*