

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1614/25 INDRA / HISPASAT / HISDESAT

1. ANTECEDENTES

1. Con fecha 17 de octubre de 2025 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de Orbitude, S.L.U. (actualmente denominada Indra Space, S.L.U.), una filial participada al 100% por Indra Sistemas, S.A (INDRA), del control exclusivo de Hispasat, S.A. (HISPASAT) mediante la adquisición del 89,68% de las acciones que conforman su capital social, propiedad de la sociedad Redeia Sistemas de Telecomunicaciones, S.A.U.
2. Asimismo, y como resultado de la operación, INDRA adquirirá también el control indirecto sobre las acciones representativas del 43% del capital social de Hisdesat Servicios Estratégicos, S.A (HISDESAT), pasando a tener el 50% del capital social de la misma ya que INDRA ostenta una participación previa del 7% en el capital de HISDESAT – a través de Indra Space, S.L.U. –, con carácter previo a la operación propuesta.
3. Finalmente, INDRA ha obtenido el compromiso de ISDEFE¹, uno de los actuales accionistas de HISDESAT, de transmitir a su favor un número de acciones representativo del 0,1% del capital social, a través de Indra Space, S.L.U. Por consiguiente, y como consecuencia de la operación propuesta, INDRA adquirirá el control exclusivo de HISPASAT (con el 89,68% del capital social) y de HISDESAT (con el 50,1% del capital social).
4. La notificación ha sido realizada por la empresa adquirente, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), por superar el umbral establecido en los artículos 8.1.a) y 8.1.b) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero (en adelante, RDC).
5. Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 17 de noviembre de 2025, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

6. La operación de concentración económica consiste en la adquisición por parte de INDRA del control exclusivo de HISPASAT e HISDESAT. La

¹ Ingeniería de Sistemas para la Defensa de España S.A

ejecución de la operación está condicionada a la obtención de autorización de la operación por parte de la CNMC.

7. La operación de concentración se implementa mediante un contrato de compraventa de acciones firmado entre INDRA² e HISPASAT el 31 de enero de 2025, y un compromiso de transmisión de acciones en su favor (por el 0,1% del capital social de HISDESAT) firmado entre INDRA e ISDEFE también el 31 de enero de 2025.
8. La operación responde a la definición de concentración económica según el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

9. De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
10. La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en los artículos 8.1.a) y 8.1.b) de la misma.

4. EMPRESAS PARTÍCIPES

4.1. Adquirente: Indra Sistemas, S.A (INDRA)

11. INDRA es la matriz de un grupo global de tecnología y consultoría, con sede en España, con presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.
12. INDRA opera como proveedor mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de transporte y defensa. Asimismo, Indra es una empresa relevante en consultoría de transformación digital y tecnologías de la información en España y Latinoamérica.
13. De acuerdo con la notificante, INDRA desarrolla su actividad en tres áreas de negocios:
 - a. Transporte y tráfico.
 - b. Defensa y seguridad.
 - c. Tecnologías de la Información.
14. INDRA no está controlada por ninguna persona física o empresa.

² A través de Indra Space, S.L.U. (anteriormente denominada, Orbitude, S.L.U.).

15. Ningún miembro del Consejo de Administración de INDRA es miembro del Consejo de Administración o de los órganos de supervisión de ninguna compañía competidora con la adquirida en España, ni en otros mercados verticalmente relacionados con ella en España.
16. Según las notificantes, el volumen de negocios para el año 2024 calculado de acuerdo con el artículo 5 del RDC fue:

Tabla 1. Volumen de negocios de INDRA en 2024.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE INDRA (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
4.843	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación.

4.2. Adquirida: Hispasat, S.A. (HISPASAT)

17. HISPASAT es un grupo, con sede en España, constituido por varias empresas presentes en 11 países y con 13 satélites en órbita que dan cobertura en América, Europa y el norte de África. Actúa como operador satelital de comunicaciones y proveedor de servicios *retail* para usos comerciales (civiles), proporcionando acceso de banda ancha, movilidad y extensión de redes móviles, así como otros servicios a gobiernos, corporaciones y operadores de telecomunicaciones, a través de la operación y explotación comercial de su flota de satélites en órbita y de capacidad espacial contratada a terceros operadores.
18. Conforme a la notificante, HISPASAT está presente en tres líneas de negocio:
 - a. Operador de infraestructuras satelitales.
 - b. Proveedor de servicios de comunicación satelital.
 - c. Además, HISPASAT participa directamente en programas nacionales e internacionales como IRIS2 y el proyecto Caramuel.
19. Según la notificante, el volumen de negocios para el año 2024 calculado de acuerdo con el artículo 5 del RDC fue:

Tabla 2. Volumen de negocios de HISPASAT en 2024.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HISPASAT (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
225	[<250]	[<60]

Fuente: Notificante

4.3. Adquirida: Hisdesat Servicios Estratégicos, S.A (HISDESAT)

20. HISDESAT, con sede en España, es una sociedad dedicada a la adquisición, operación y comercialización de sistemas espaciales de aplicación gubernamental, abarcando telecomunicaciones, observación de la Tierra y control de tráfico marítimo con sistemas AIS³, en España, Portugal y Estados Unidos. Además, establece acuerdos con otras entidades en el mismo ámbito y se encarga del mantenimiento de los elementos necesarios para la operación de estos sistemas, tanto en tierra como en el espacio.
21. Conforme a la notificante, HISDESAT cuenta con tres principales líneas de negocio:
 - a. Comunicaciones Gubernamentales por Satélite, para usos militares (defensa).
 - b. Observación de la Tierra por Satélite.
 - c. Control de Tráfico Marítimo a través de AIS.
22. Según la notificante, el volumen de negocios para el año 2024 calculado de acuerdo con el artículo 5 del RDC fue:

Tabla 3. Volumen de negocios de HISDESAT en 2024.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HISDESAT (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
56	[<250]	[<60]

Fuente: Notificante

5. MERCADOS RELEVANTES

23. La operación se enmarca en el sector de las telecomunicaciones vía satélite, en el que están activas INDRA, HISPASAT e HISDESAT.
24. Los satélites son naves espaciales complejas que orbitan o giran alrededor de un cuerpo celeste. Los satélites pueden utilizarse para diversas aplicaciones (comunicaciones, navegación, observación y fines científicos), tanto para clientes civiles como militares⁴.
25. Los mercados afectados por la operación propuesta son: (i) el mercado de suministro de capacidad satelital con sus posibles segmentaciones (donde operan los SNO⁵); (ii) el mercado de servicios de comunicación satelital

³ Automatic Identification System, por sus siglas en inglés.

⁴ COMP/M.1879 Boing / Hughes, párrafo 19.

⁵ SNO: Satellite Network Operator, u operador de redes de satélites por sus siglas en inglés.

(donde operan los SSP⁶, los VAR⁷ y revendedores); (iii) el mercado de servicios satelitales de observación de la tierra; (iv) el mercado de servicios satelitales de navegación marítima (AIS); (v) el mercado de fabricación y suministro de sistemas espaciales que abarca todos los equipos y componentes de los segmentos tierra y espacio; y finalmente (vi) el mercado de servicios de telepuertos.

5.1. Mercado de suministro de capacidad espacial

5.1.1. Mercado de producto

26. La CNMC ha tenido ocasión de analizar en el pasado el mercado de suministro de capacidad satelital⁸. Así, por ejemplo, tanto en el expediente C/1020/19 Restel / Hispasat como en C/0528/13 Abertis / Hispasat, la CNMC identificó la existencia de un mercado de suministro de capacidad satelital en el que los operadores de satélite (SNO) gestionan y alquilan una parte de la capacidad satelital de los transpondedores de los satélites a sus clientes.
27. Por su parte, la Comisión Europea (la Comisión) también ha tenido ocasión de analizar el mercado de capacidad satelital⁹.
28. La capacidad satelital consiste en utilizar los transpondedores de los satélites para la prestación de servicios punto-multipunto (típicamente transporte y/o difusión de señal audiovisual en particular de televisión por satélite) o para servicios punto a punto (transmisión de voz y/o datos, redes VSAT, servicios de *backhaul* para estaciones de telefonía móvil, para proporcionar acceso de banda ancha a usuarios finales, etc.).
29. En principio, los mismos transpondedores pueden ser utilizados para la prestación de uno u otro de los servicios mencionados. No obstante, la Comisión ha señalado que, si bien esto es así desde el punto de vista técnico, desde el punto de vista comercial la investigación de mercado reveló que el alquiler de capacidad satelital para unos y otros servicios difiere considerablemente (diferentes clientes, diferentes zonas geográficas y diferentes precios)¹⁰.
30. Por su parte, la Comisión¹¹ segmentó el mercado de suministro capacidad satelital con fines comerciales en función del ancho de banda (banda ancha

⁶ SSP: *Satellite Service Provider*, o prestador de servicios satelitales por sus siglas en inglés.

⁷ VAR: *Value-Added Resellers*, o revendedor que aporta un valor añadido por sus siglas en inglés.

⁸ Informe y propuesta de resolución en los expedientes C/0528/13 Abertis/Hispasat (Apartado V.1.1) y C/1020/19 Restel/Hispasat (Apartado VI.1.2).

⁹ COMP/M.10807 - Viasat / Inmarsat; COMP/M.5105 – Abertis / SEPI / CDTI / INTA / Hispasat

¹⁰ COMP/M.5105 – Abertis / SEPI / CDTI / INTA / Hispasat párrafo 13.

¹¹ COMP/M.10807 - VIASAT / INMARSAT, párrafos 69 y ss.

vs banda estrecha) y evaluó, mediante un estudio de mercado, otras segmentaciones, en concreto:

- a. Segmentación del uso final/segmento industrial posterior (por ejemplo, aviación, marítimo, terrestre) para el que se destina o utiliza la capacidad satelital.
 - b. Segmentación entre capacidad de satélites GEO y NGSO/LEO.
 - c. Segmentación, dentro de la banda ancha, entre capacidad satelital HTS y no HTS¹² (banda ancha).
 - d. Segmentación entre la capacidad de los satélites de banda Ka y de banda Ku.
31. Resulta importante reseñar que los precedentes citados se circunscribían exclusivamente a satélites utilizados con fines de comunicaciones comerciales; sin embargo, la Comisión ha remarcado la existencia de satélites de naturaleza no comercial, con carácter general, como son los satélites militares y los satélites institucionales¹³. La Dirección de Competencia (DC) está de acuerdo con dicha segmentación¹⁴.
32. Por su parte, la notificante no se halla presente en el mercado de capacidad satelital mientras que ambas empresas adquiridas sí se encuentran presentes. En concreto, HISPASAT ofrece capacidad satelital a SSP para prestar servicios de comunicación satelital con fines comerciales. Por su parte, HISDESAT suministra capacidad a terceros con fines de comunicaciones militares (o gubernamentales) al tiempo que presta ella misma servicios de comunicación satelital.

5.1.2. Mercado geográfico

33. Con relación al mercado geográfico la investigación de mercado realizada por la Comisión en el expediente COMP/M.10807 - *Viasat / Inmarsat* apuntó que el alcance geográfico del mercado para el suministro de capacidad satelital con fines comerciales podría ser mundial. No obstante, en los precedentes analizados por la CNMC el alcance geográfico se definió conforme a la huella del satélite, dado que un satélite no puede prestar servicio fuera de su huella. Asimismo, la existencia en algunos países de proveedores nacionales (como

¹² HTS: *High Throughput Satellite*, o satélite de alto rendimiento por sus siglas en inglés.

¹³ Serían satélites construidos para prestar servicios de navegación, observación de la tierra y para fines científicos. COMP/ M.7724 – ASL / Arianespace, párrafo 31.

¹⁴ COMP/M.1745 – EADS párrafo 68. No obstante, la notificante asegura que la división entre el mercado de capacidad (aguas arriba) y el mercado de servicios (aguas abajo) solo sería aplicable para la capacidad suministrada con fines de comunicaciones (civiles o militares) ya que la capacidad y el servicio se comercializan conjuntamente en el caso de satélites de observación de la tierra y de servicios de navegación.

HISDESAT en España en el ámbito de la defensa) apunta a la existencia de un componente nacional por razones geopolíticas.

34. En todo caso no es necesario delimitar si el alcance geográfico relevante es nacional, EEE o mundial para los distintos mercados de capacidad considerados por cuanto ello no alteraría las conclusiones del presente análisis.

5.1.3. Conclusión

35. A la vista de lo expuesto se analizarán los siguientes mercados de capacidad satelital:
- i. El mercado de suministro de capacidad satelital en sentido amplio a escala nacional.
 - ii. El mercado de suministro de capacidad satelital segmentado por el modo de transmisión (multidireccional vs bidireccional) a escala nacional.
 - iii. El mercado de suministro de capacidad satelital segmentado por ancho de banda (banda ancha vs banda estrecha) a escala nacional.
 - iv. El mercado de suministro de capacidad satelital segmentado por finalidad (comercial / civil vs militar / gubernamental) a escala nacional y EEE.

36. El resto de los mercados de suministro de capacidad considerados donde se hallan presentes las empresas adquiridas no serán analizados en mayor profundidad por cuanto no se alcanzan cuotas conjuntas superiores al 15%, conforme a la información facilitada por la notificante.

5.2. Mercado de servicios de comunicaciones satelitales.

5.2.1. Mercado de producto

37. La CNMC no ha tenido hasta la fecha ocasión de analizar el mercado de servicios de comunicaciones satelitales. No obstante, la Comisión europea sí ha analizado el mercado servicios de comunicaciones satelitales en expedientes anteriores¹⁵.
38. El mercado de servicios de comunicaciones satelitales es un mercado verticalmente relacionado con el mercado de suministro de capacidad satelital. En efecto, en los mercados de servicios de comunicaciones satelitales operan los SSP creando soluciones de conectividad por satélite que se prestan mediante el uso de capacidad satelital, ya sea comprada a terceros SNO u obtenida internamente en el caso de SNO/SSP integrados verticalmente. Los servicios de comunicaciones satelitales pueden incluir además de soluciones de conectividad servicios relacionados (por ejemplo,

¹⁵ M.4709, Apax Partners/Telenor Satellite Service y COMP/M.6393 - Astrium Holding / Vizada Group

herramientas de facturación, atención al cliente, activación remota de terminales y supervisión del tráfico) y suministro de equipos terminales de usuario. Los proveedores de servicios de comunicaciones satelitales oferta sus servicios a revendedores (VAR incluidos) o directamente a los a clientes finales.

39. La Comisión¹⁶ ha analizado si para el caso de los servicios de comunicaciones satelitales cabe una segmentación adicional diferenciando entre el funcionamiento de los satélites de radiodifusión (punto multipunto) y el funcionamiento de los satélites de comunicación bidireccional (punto a punto). No obstante, la Comisión no cerró el mercado por considerar que no afectaba al resultado de su análisis.
40. A su vez, dentro de los servicios de comunicaciones por satélite bidireccionales (punto a punto), la Comisión ha venido considerando apropiado segmentar atendiendo a su finalidad, a saber: en comunicaciones comerciales (*comsatcom*) y militares (*milsatcom*)¹⁷.
41. En efecto, la Comisión ha afirmado que los servicios de comunicaciones militares por satélite se prestan a los Estados en frecuencias exclusivamente dedicadas al uso seguro del gobierno y del ejército; mientras que los servicios comerciales de comunicación bidireccional por satélite se prestan a todo tipo de clientes, en frecuencias no dedicadas¹⁸. Con carácter adicional, cabe indicarse que los servicios militares, en bandas dedicadas, se suministran a un precio significativamente superior en comparación con los servicios comerciales, y son, generalmente, propiedad o están directamente operados por los Estados en un entorno mucho más regulado que los servicios de comunicaciones comerciales.
42. Por otro lado, los servicios de comunicaciones (tanto comerciales como militares) pueden segmentarse en mercados más estrechos atendiendo al canal de comercialización en mayorista y minorista. En los mercados mayoristas, los SSP comercializan sus servicios a otros SSP, VAR y revendedores (y en ocasiones a grandes clientes), mientras que en el canal minorista los SSP, VAR y revendedores comercializan sus servicios a los clientes finales¹⁹.

¹⁶ COMP/M.6393 - Astrium Holding / Vizada Group, párrafos 7-12.

¹⁷ COMP/M.6393 - Astrium Holding / Vizada Group párrafo 10; COMP/M.10807 - Viasat / Inmarsat párrafo 104

¹⁸ Los servicios comerciales pueden ser también demandados por clientes militares (y gubernamentales) cuando no existen exigencias de seguridad que impliquen la utilización de bandas de frecuencias reservadas.

¹⁹ COMP/M.4709, Apax Partners/Telenor Satellite Service y COMP/M.6393 - Astrium Holding / Vizada Group

43. De acuerdo con la notificante ninguna de las partes se encuentra activa en el mercado de servicios de comunicaciones satelitales con fines comerciales o civiles (*comsatcom*).
44. Asimismo, conforme a la información facilitada por la notificante, HISDESAT se halla presente en el mercado minorista de servicios de comunicaciones satelitales con fines militares (*milsatcom*) como un operador verticalmente integrado (actúa como SNO y SSP al tiempo operando sus propios satélites).

5.2.2. Mercado geográfico

45. El alcance geográfico de los mercados de prestación de servicios de comunicaciones por satélite depende de la naturaleza del servicio prestado y del cliente. Así, por ejemplo, en los servicios de comunicaciones satelitales con fines comerciales (*comsatcom*) los precedentes muestran que el alcance geográfico del mercado sería al menos supranacional para el mercado mayorista y nacional o supranacional en el mercado minorista, siempre limitado por la huella del satélite o constelación de satélites²⁰.
46. En los servicios de comunicaciones militares (*milsatcom*) existen consideraciones geopolíticas que impiden la conformación de un mercado verdaderamente global. En efecto, la Comisión ha remarcado en expedientes pasados que los gobiernos tienden a favorecer a los operadores nacionales frente a la posibilidad de acudir al mercado internacional cuando ello no es indispensable²¹.

5.2.3. Conclusión

47. La DC, siguiendo los precedentes, reconoce la existencia de un mercado de servicios de comunicaciones satelitales que puede segmentarse atendiendo a su finalidad en comunicaciones satelitales con fines comerciales (*comsatcom*) y militares (*milsatcom*). Asimismo, existe una dimensión mayorista y minorista para cada uno de los citados mercados.
48. Por su parte, la notificante asegura no tener presencia el mercado de servicios de comunicaciones satelitales comerciales (*comsatcom*), por lo que HISDESAT tendría presencia únicamente en el mercado en su segmento para fines militares (*milsatcom*). No obstante, el mercado no será analizado en profundidad dado que la notificante asegura que la cuota conjunta de mercado sería inferior al 15% para cualquier definición de mercado geográfica considerada (nacional, EEE o mundial).

²⁰ COMP/M.6393 - Astrium Holding / Vizada Group párrafos 28 a 32; Case COMP/M.4709, *Apax Partners/Telenor Satellite Services*, párrafos 18 y 19.

²¹ COMP/M.1745 – EADS párrafos 18 a 23.

5.3. Mercado de servicios satelitales de observación de la tierra.

5.3.1. Mercado de producto

49. La CNMC no ha tenido hasta la fecha ocasión de analizar el mercado de servicios satelitales de observación de la tierra. No obstante, la Comisión europea sí ha analizado el mercado en expedientes como COMP/ M.7724 – ASL / Arianespace.
50. De acuerdo con la información facilitada por la notificante, HISDESAT es la responsable de la puesta en órbita y explotación comercial del satélite PAZ - en colaboración con INTA, que es el propietario y gestor del segmento tierra.
51. El satélite, con sus tecnologías de observación espacial, radar, puede ofrecer imágenes nocturnas y diurnas del territorio, en cualquier condición meteorológica, para múltiples aplicaciones: control fronterizo, inteligencia, control medioambiental, protección de los recursos naturales, operaciones militares, verificación de tratados internacionales, vigilancia de la superficie terrestre, urbanismo, planificación de infraestructuras, evaluación de catástrofes naturales y cartografía de alta resolución, entre otras muchas aplicaciones.
52. Parte de la capacidad de PAZ cubre las necesidades de seguridad y defensa con una cuota reservada para el MINISDEF²², y el resto es de carácter civil para su comercialización nacional e internacional.
53. La notificante asegura que los prestadores de servicios satelitales de observación de la Tierra no alquilan ni venden capacidad satelital, sino que operan verticalmente integrados comercializando licencias de imágenes o datos recogidos²³.

5.3.2. Mercado geográfico

54. Con relación al alcance geográfico relevante para los servicios satelitales de observación de la tierra existen consideraciones geopolíticas que impiden la conformación de un mercado verdaderamente global. En efecto, la Comisión ha remarcado en expedientes anteriores que los gobiernos tienden a favorecer a los operadores nacionales frente a la posibilidad de acudir al mercado internacional cuando ello no es indispensable. Del mismo modo, cuando el cliente final se trata de una agencia espacial (nacional o supranacional) el mercado geográfico tiende a definirse dentro del ámbito jurisdiccional de dicha agencia, siempre que sea posible, porque las agencias

²² MINISDEF: Ministerio de Defensa del Reino de España.

²³ M.7724 – ASL /Arianespace, párrafo 36

espaciales favorecen a los SSP que se hallan dentro de su ámbito jurisdiccional²⁴.

55. En cualquier caso, la delimitación exacta del alcance geográfico se puede dejar abierta en cuanto no alterará las conclusiones del presente análisis.

5.3.3. Conclusión

56. La DC siguiendo los precedentes, reconoce la existencia de un mercado de producto de servicios satelitales de observación de la tierra que será analizado desde una perspectiva nacional.
57. Con respecto a los ámbitos geográficos EEE y mundial, la cuota conjunta de las partes es inferior al 15% por lo que no se profundizará en su análisis.

5.4. Mercado de servicios satelitales de navegación.

5.4.1. Mercado de producto

58. Los servicios satelitales de navegación reciben las señales AIS de los buques dotados con este sistema, enviándose los datos a las estaciones terrestres donde se elabora y prepara la información de acuerdo con los requisitos de los distintos usuarios de este sistema, permitiendo conocer la situación del tráfico marítimo mundial en tiempo real. Esta información resulta esencial tanto para las autoridades gubernamentales, marítimas, portuarias y de pesca como para la protección medioambiental ya que permite anticipar la expansión de la contaminación marítima y ayudar al cumplimiento de los protocolos internacionales de protección.
59. La CNMC no ha tenido hasta la fecha la ocasión de analizar el mercado de servicios satelitales de navegación.
60. No obstante, de forma indirecta en el asunto N-06082 T&T / Nera Satcom, el entonces Servicio de Defensa de la Competencia consideró que el mercado de comunicaciones móviles marítimas era un mercado distinto del mercado de sistemas de navegación, citando como precedente la investigación de la Comisión Europea en el asunto M.1559 STN Atlas Marine Electronics / SAIT Radio Holland. Efectivamente, en el citado expediente la Comisión afirmó que *“puede establecerse una distinción principal entre los equipos de navegación y los de comunicación marítima en lo que respecta a su producción y ventas / distribución. La tecnología subyacente difiere significativamente en la producción, ya que los equipos de navegación aplican tecnologías de radar, mientras que los equipos de comunicación utilizan técnicas avanzadas de radio y satélite. Además, ambos tipos de equipos se suelen adquirir por*

²⁴ COMP/M.1745 – EADS párrafos 18 a 23.

separado, salvo en el caso de los sistemas integrados de navegación y comunicación marítima”.

61. La DC no encuentra razones para desviarse de las apreciaciones descritas y entiende, además, que los servicios satelitales de navegación marítima (AIS) sirven a finalidades muy específicas (evitar colisiones, monitoreo y control de flotas de pesqueras, seguridad marítima, asistencia en la navegación, búsqueda y rescate, investigación de accidentes) y requieren equipamiento específico en los satélites, sistemas y terminales (específicamente, *transceivers* o transceptores). Además, los proveedores de estos servicios están bastante especializados.
62. Asimismo, por las mismas razones existiría un mercado de servicios de satelitales de navegación aérea diferenciado del mercado de navegación marítima. No obstante, dado que ninguna de las partes se hallaría en dicho potencial mercado no se procederá a su análisis.
63. Por su parte, HISDESAT opera como revendedor que aporta un valor añadido (VAR) de servicios satelitales de navegación marítima ofreciendo el sistema de información del tráfico marítimo por satélite a través de la constelación Spire/exactEarth propiedad de Spire Global Inc. Los 60 satélites de esta constelación reciben las señales AIS de los buques que están dotados con este sistema, enviándose estos datos a las estaciones terrestres, donde se elabora y prepara la información de acuerdo con los requisitos de los distintos usuarios de este sistema. Mediante esta constelación de satélites se puede conocer la situación del tráfico marítimo mundial en tiempo real.

5.4.2. Mercado geográfico

64. En los servicios satelitales de navegación marítima (AIS) la Comisión ha venido considerando que el alcance podría ser nacional o superior dado que los armadores tienden a contactar con proveedores locales, por un lado, pero los barcos prestan servicios en rutas internacionales en las que no siempre es posible contratar los servicios con operadores nacionales²⁵.
65. En cualquier caso, la delimitación exacta del alcance geográfico se puede dejar abierta en cuanto no alterará las conclusiones del presente análisis.

5.4.3. Conclusión

66. Dado que las partes no tienen presencia en los mercados de servicios satelitales para la navegación aérea, se analizará exclusivamente el mercado de servicios satelitales para la navegación marítima (AIS) desde una perspectiva nacional.

²⁵ COMP/M.1559 STN Atlas Marine Electronics / SAIT Radio Holland

67. Con respecto a los ámbitos geográficos EEE y mundial, la cuota conjunta de las partes es inferior al 15% por lo que no se profundizará en su análisis.

5.5. Mercado de suministro sistemas espaciales.

5.5.1. Mercado de producto

68. La CNMC²⁶ y la Comisión europea²⁷ han tenido ocasión de analizar el mercado de suministro de sistemas espaciales y otros subsistemas, equipos y servicios relacionados en los que se encuentra presente la empresa INDRA.
69. Tanto los precedentes nacionales como comunitarios han establecido una primera diferenciación entre el segmento vuelo (o espacio) y el segmento tierra (o terreno). Dicha segmentación es también utilizada por los operadores del mercado tanto por razones técnicas como operativas.

Segmento vuelo (o espacio)

70. El segmento vuelo incluye todos los elementos que se encuentran físicamente emplazados en el espacio, como los satélites su carga útil o *payload* (instrumentos científicos, cámaras, sensores, etc.) las estaciones espaciales o los vehículos espaciales.
71. La notificante asegura que las empresas adquiridas no tienen actividad en el campo de los sistemas espaciales, mientras que INDRA sí se halla presente en el subsegmento de las infraestructuras y de los satélites (incluidos equipos y subsistemas) dentro del segmento espacio.
72. Con relación a los satélites, conforme al precedente COMP/ M.7724 – ASL / Arianespace, una posible segmentación atendería a su finalidad segmentando el mercado en: satélites comerciales, militares e institucionales²⁸. Asimismo, pueden considerarse segmentaciones alternativas en base a la órbita, el tamaño o el tipo de constelación que conforman.
73. Alternativamente, los precedentes han considerado segmentaciones en base a la naturaleza de los sistemas que componen el satélite, en concreto se han identificado dos categorías: la plataforma y la carga útil (*payload*)²⁹.
74. La plataforma es la estructura física del satélite y, por lo general, garantiza su estabilidad y control térmico, mantiene su órbita y suministra energía eléctrica. Por su parte, la carga útil (*payload*) determina los principales parámetros de la plataforma y está diseñada para realizar las tareas

²⁶ C-0457/12 MDA/SSLORAL y C-0590/14 ATK / Orbital.

²⁷ COMP/M.1636 - MMS /DASA / Astrium; COMP/ M.5168 EADS / SSTL; COMP/ M.5426 Dassault Aviation / TSA / Thales; COMP/M.4403 – Thales / Finmeccanica / Alcatel Alenia Space & Telespazio.

²⁸ Como satélites de observación de la tierra, servicios de navegación o de investigación científica.

²⁹ COMP/M.1745 EADS párrafo 70.

específicas para las que se puso en órbita el satélite. Tanto la plataforma como la carga útil se componen a su vez de una serie de subsistemas (como el sistema de propulsión, el subsistema de control térmico, etc.) y equipos (como generadores solares, estructura del satélite o reflectores de antena).

Segmento tierra (o terreno)

75. El segmento tierra incluye todos los productos y servicios terrestres necesarios para la operación del segmento espacio y que se comercializan por separado.
76. Los precedentes nacionales³⁰ y comunitarios³¹ han diferenciado, dentro del subsegmento de infraestructuras espaciales vinculados al segmento tierra, los productos de los servicios. Al mismo tiempo, los productos y los servicios pueden segmentarse atendiendo a su finalidad en comando y control, y explotación de misiones.
77. Adicionalmente, en el precedente COMP/M.4465, Thrane & Thrane/NERA la Comisión consideró una categoría específica, dentro del subsegmento de infraestructuras espaciales del segmento tierra, para los terminales de usuario, que, a su vez, podrían dividirse en terminales marítimas, de tierra y aeronáuticas.
78. La notificante asegura que las empresas adquiridas no tienen actividad en el campo de los sistemas espaciales, mientras que INDRA sí se halla presente en el subsegmento tierra ofreciendo tanto productos como servicios para misiones de explotación y actividades de comando y control satelital.

5.5.2. Mercado geográfico

79. La Comisión ha venido considerando que el mercado de sistemas espaciales, tanto en su segmento tierra como en el segmento espacio, tiene un alcance de EEE³², fundamentalmente debido a que la Agencia Espacial Europea (ESA por sus siglas en inglés) es el principal demandante de dichos sistemas al tiempo que entre sus principios de gestión tiene el de potenciar la industria espacial europea de forma equitativa entre todos los miembros de la agencia³³. No obstante, los precedentes indican también que podrían existir mercados nacionales en aquellos estados miembros con agencias espaciales propias que tienden a favorecer la producción local³⁴.
80. En particular, con relación al mercado de satélites, los precedentes indican que en el caso de satélites para comunicaciones puede considerarse global

³⁰ C-0590/14 ATK / Orbital

³¹ COMP/M.4403 – Thales / Finmeccanica / Alcatel Alenia Space & Telespazi

³² COMP/M.1745 EADS párrafo 78.

³³ Este principio de funcionamiento es conocido como *juste retour*.

³⁴ COMP/M.1745 EADS párrafo 79.

por cuanto los clientes no encuentran restricciones geográficas específicas para su adquisición³⁵.

81. No obstante, en el caso de los satélites militares, en cambio, sí parecería existir determinadas restricciones, por ej. por razones geopolíticas, que llevarían, a los estados a restringir la adquisición de satélites dentro de un determinado ámbito supranacional. Asimismo, en el caso de países con capacidad de diseño y producción propia de satélites el alcance podría ser más estrecho considerándose nacional por una mayor preferencia, por razones de seguridad y control, por el producto nacional³⁶.
82. Para el caso, los satélites institucionales el mercado ha sido definido por la Comisión como de ámbito europeo debido a la política específica de contratación pública de la ESA ya mencionada (*juste retour*), según la cual la cuota industrial de los contratos adjudicados a los fabricantes de cada Estado miembro de la ESA debe ser igual a la contribución financiera de cada Estado miembro. Como consecuencia, la ESA contrata satélites institucionales exclusivamente a contratistas principales europeos de satélites. No obstante, al igual que ocurre con los mercados de lanzadores, transporte e infraestructura espacial, los Estados Miembros que cuenta con agencias espaciales nacionales suelen adquirir sus satélites institucionales satélites preferentemente de proveedores nacionales³⁷.
83. En cualquier caso, la delimitación exacta del alcance geográfico se puede dejar abierta en cuanto no alterará las conclusiones del presente análisis.

5.5.3. Conclusión

84. La DC no encuentra motivos para desviarse de los precedentes y reconoce la existencia de un mercado de suministro de sistemas espaciales para el segmento espacio y un mercado de suministro de sistemas espaciales para el segmento tierra.
85. No obstante, dado que la notificante confirma que la cuota conjunta de las partes (solo INDRA opera en este mercado) es inferior al 15% para cualquier mercado de producto y geográfico definido, no se profundizará en su análisis.

³⁵ COMP/M.1745 EADS párrafo 79; COMP/M.4403 – Thales / Finmeccanica / Alcatel Alenia Space & Telespazi párrafo 96.

³⁶ COMP/M.1745 EADS párrafos 80-81; COMP/M.4403 – Thales / Finmeccanica / Alcatel Alenia Space & Telespazi párrafo 99.

³⁷ COMP/M.4403 – Thales / Finmeccanica / Alcatel Alenia Space & Telespazi párrafo 100.

5.6. Mercado de servicios de telepuertos

5.6.1. Mercado de producto

86. La DC no ha tenido ocasión de analizar el mercado de servicios de telepuertos ni tiene conocimiento de ningún expediente de otra autoridad europea de competencia que haya analizado dicho mercado.
87. Conforme a la información facilitada por la notificante, HISPASAT presta servicios de telepuertos – los cuales no prestan ninguna de las otras partes– si bien HISPASAT declara que no obtuvo ingresos por dicha actividad en 2022 y 2023.
88. Los servicios de telepuertos prestados por Hispasat se pueden dividir en los dos siguientes bloques:
 - a. Servicios de “*housing*”, que consisten en el arrendamiento de espacio a clientes para que instalen sus equipos en las instalaciones de Hispasat, ya sean antenas y equipos de radiofrecuencia (RF) o equipos de banda base o IP. El arrendamiento de espacio se suele complementar con una serie de servicios adicionales como provisión de energía, comunicaciones, soporte técnico local para el equipamiento instalado, etc.
 - b. Servicios de “*uplink*”, que consisten en alquilar al cliente el uso de una infraestructura de antena y/o RF propiedad de Hispasat.

5.6.1.1. Mercado geográfico

89. El hecho de que los telepuertos requieran de infraestructuras físicas específicas para la prestación del servicio en una ubicación concreta y la existencia de una regulación nacional del espectro apuntarían a una escala relevante nacional. No obstante, factores como la huella del satélite o la existencia operadores internacionales de servicios de telepuertos apuntarían a una dimensión supranacional.
90. En todo caso, esta DC considera que no es necesario determinar si el alcance geográfico relevante es EEE o nacional por cuanto ello no alteraría las conclusiones del presente análisis.

5.6.2. Conclusión

91. Dado que la notificante confirma que la cuota conjunta de las partes es inferior al 15% en el potencial mercado de servicios de telepuerto para cualquier mercado geográfico definido no se profundizará en su análisis.

6. ANÁLISIS DE MERCADO

6.1. Estructura de la oferta

92. De acuerdo con la Asociación de la industria satelital (SIA³⁸ por sus siglas en inglés) el sector se expande a un ritmo elevado. En concreto, en 2023 se pusieron en órbita 2.781 satélites comerciales³⁹, para un total de 9.691 satélites comerciales activos en órbita a finales de ese mismo año. En conjunto, el número de satélites comerciales en órbita ha aumentado un 361% en los últimos cinco años⁴⁰.
93. Conforme a la información pública disponible, el mercado de suministro de capacidad satelital estaba conformado por alrededor de 50 operadores principales de satélites comerciales GEO. Adicionalmente, algunos operadores como SES y EUTELSAT cuentan con constelaciones en órbitas bajas (MEO y LEO). Resulta destacable el caso de STARLINK, especializada en satélites LEO, que actualmente es el mayor operador de satélites del mundo por número de satélites (con más de 6.000) a pesar de que comenzara sus operaciones en 2019⁴¹. La entrada de STARLINK puede calificarse de disruptiva por cuanto conlleva un cambio de paradigma en el sector transitando de un modelo donde sobresalía la importancia de unos cientos de satélites GEO⁴² operativos, a un modelo más basado en miles (o decenas de miles) de satélites LEO⁴³ operando en constelaciones. Asimismo, este modelo está posibilitando la aparición de procesos de fabricación de satélites a escala industrial, está ampliando la cobertura satelital en todo el mundo y está reduciendo significativamente los costes de los servicios de comunicación satelital.

6.1.1. Cuotas de mercado

94. Conforme a la información facilitada por la notificante las cuotas de las partes en los mercados de producto afectados por la operación en su segmentación más amplia para España, EEE y a nivel mundial, son las siguientes:

³⁸ SIA: Satellite Industry Association (www.sia.org).

³⁹ En 2023 se produjeron 190 lanzamientos, siendo el mayor número de lanzamientos de la historia.

⁴⁰ Nótese que la mayoría de los satélites puestos en órbita son satélites tipo LEO de un tamaño significativamente inferior a un satélite GEO (ej: satélite LEO Starlink v1.5 pesa alrededor de 300kg frente a un satélite GEO ViaSat-3 con un peso de 6.400kg).

⁴¹ A fecha 26 de junio STARLINK operaba 7.855 satélites LEO según los datos publicados por www.space.com.

⁴² Satélites GEO: Su principal uso, la distribución de canales de televisión, ha disminuido debido a la caída del mercado de servicios de video por satélite. A medida que estos satélites llegan al final de su vida útil, su número y capacidad disponible se reducen, sin ser sustituidos en gran medida

⁴³ Constelaciones LEO (y MEO): se encuentra en expansión gracias a su menor latencia y coste por Mbps transmitido. Las constelaciones de satélites no geoestacionarios están ganando peso rápidamente en el mercado, con un crecimiento estimado de la capacidad disponible a diez veces más para 2030 y una demanda creciente en doble dígito en los próximos años

6.1.1.1. Mercado de suministro de capacidad satelital

Mercado de suministro capacidad satelital (sentido amplio)

95. En el mercado amplio de suministro de capacidad satelital en España las cuotas en valor de las partes y sus principales competidores en los últimos tres ejercicios fueron:

Mercado de suministro de capacidad satelital en España			
	2022	2023	2024
Hispasat	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
SES	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Eutelsat	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Hisdesat	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Intelsat	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Viasat/Inmarsat	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Avanti	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Otros	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Total	100%	100%	100%

Fuente: Noticante (a partir de Analysys Mason y estimaciones)

96. Conforme a la noticante la cuota conjunta de las partes en el ámbito geográfico EEE y mundial sería inferior al 15%, existiendo en todo caso importantes competidores como VIASAT / INMARSAT, ECHOSTAR Co., EUTELSAT o SES.

Segmentación del mercado de suministro de capacidad satelital:

97. Las cuotas en valor de las partes en el mercado de suministro de capacidad satelital segmentado conforme al modo de transmisión (unidireccional vs bidireccional) en España, en el EEE y a nivel mundial en 2024 fueron:

Capacidad satelital conforme al modo de transmisión (unidireccional vs bidireccional): Estimaciones de cuota de mercado en 2024						
	España		EEE		Mundial	
	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat
Capacidad satelital unidireccional	[20-30%]	0%	<15%	0%	<15%	0%
Capacidad satelital bidireccional	[10-20%]	[10-20%]	<15%		<15%	

Fuente: Noticante (a partir de Analysys Mason y estimaciones)

98. Las cuotas en valor de las partes en el mercado de suministro de capacidad satelital segmentado conforme al ancho de banda (banda ancha vs banda estrecha) en España, en el EEE y a nivel mundial en 2024 fueron:

Capacidad satelital conforme al ancho de banda (banda estrecha vs banda ancha): Estimaciones de cuota de mercado en 2024						
	España		EEE		Mundial	
	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat
Capacidad satelital banda ancha	[20-30%]	[20-30%]	<15%		<15%	
Capacidad satelital banda estrecha	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Analysys Mason/Estimaciones de Hisdesat

99. Las cuotas en valor de las partes en el mercado de suministro de capacidad satelital segmentado conforme a la finalidad (comercial vs militar) en España, en el EEE y a nivel mundial en 2024 fueron:

Capacidad satelital conforme a la finalidad (fines comerciales vs fines militares): Estimaciones de cuota de mercado en 2024						
	España		EEE		Mundial	
	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat	Hispasat	Hisdesat
Capacidad satelital comercial/civil	[10-20%]	0%	<10%	0%	<5%	0%
Capacidad satelital militar/gubernamental	0%	[90-100%]	0%	<25%	0%	<10%

Fuente: Analysys Mason/Estimaciones de Indra e Hisdesat

6.1.1.2. Mercado de servicios de comunicación satelital

100. Como se ha indicado las partes aseguran no estar presentes en el mercado de servicios de comunicación satelital comercial (*Comsatcom*).
101. Con respecto al segmento militar (*Milsatcom*), donde solo opera HISDESAT, la notificante confirma que la cuota de mercado tanto en los mercados mayoristas como minoristas sería inferior al 15% tanto a nivel nacional, como EEE y mundial, existiendo en cualquier caso importantes competidores como AIRBUS DEFENCE & SPACE, SES, VIASAT / INMARSAT, EUTELSAT o TELESPAZIO entre otros.

6.1.1.3. Mercado de servicios satelitales de observación de la tierra

102. En España, HISDESAT estima que su cuota en valor es del [80-90%] en el mercado de los servicios satelitales de observación de la tierra compitiendo con AIRBUS DEFENCE AND SPACE y MAXAR TECHNOLOGIES.
103. A escala EEE y mundial la notificante confirma que a pesar de la falta de información pública disponible la cuota de mercado de HISDESAT sería inferior al 10% en ambos casos, existiendo competidores relevantes como

MAXAR TECHNOLOGIES, AIRBUS DEFENCE AND SPACE, PLANETS LAB, GeoOPTICS, BLACK SKY o ICEYE entre otros.

6.1.1.4. Mercado de servicios satelitales de navegación marítima

104. En España, HISDESAT comercializa los servicios de control marítimo por satélite mediante sistemas AIS, a través de la constelación de satélites de Spire/exactEarth, con la que mantiene un acuerdo y estima que es el único proveedor de servicios de tráfico marítimo por satélite en España. Por consiguiente, la cuota de mercado sería del [90-100%] en España.
105. No obstante, existen importantes competidores a escala EEE y mundial de modo que la notificante confirma que, a pesar de la falta de información pública disponible, la cuota de mercado de HISDESAT sería inferior al 5% en ambos casos, existiendo importantes competidores como L3HARRIS, SPIRE GLOBAL / EXACT EARTH, ORBCOMM o SPACEQUEST.

6.1.1.5. Mercado de sistemas y subsistemas espaciales

106. Como se ha indicado, tan solo INDRA se haya presente en los diferentes mercados y submercados de sistemas espaciales.
107. A efectos de valorar los posibles solapamientos verticales, la notificante confirma que INDRA no posee una cuota de mercado en valor superior al 15% en ninguno de los posibles mercados que conforman el mercado de sistemas espaciales, ni en el segmento tierra ni el segmento espacio, para cualquier ámbito geográfico considerado (España, EEE o nivel mundial).
108. Entre los principales competidores de INDRA en el segmento espacio (vuelo) en España pueden destacarse: AICOX SOLUCIONES, AIRBUS DEFENCE AND SPACE, SENER AEROESPACIAL y TECNALIA.
109. Entre los principales competidores de INDRA en el segmento tierra en España pueden destacarse: ALTER TECHNOLOGY, ARQUIMEA, CRISA, DAS PHOTONICS, GMV, GTD, HV SISTEMAS, INSTER, INTEGRASYS, INVENTIA, ORBITAL, SATLANTIS, TECNOBIT-GRUPO OESÍA, TELESPAZIO IBÉRICA o THALES ALENIA ESPAÑA.

6.1.1.6. Mercado de servicios de telepuerto

110. Con relación a los servicios de telepuerto, tan solo HISPASAT se encuentra en dicho mercado con una cuota inferior, conforme a la información facilitada por la notificante, al 15% para cualquier ámbito geográfico considerado (España, EEE o nivel mundial).

6.2. Estructura de la demanda

Mercado de suministro capacidad satelital

111. La demanda de capacidad satelital se encuentra fragmentada dada la diversidad de clientes existentes. Con carácter general, los clientes de capacidad satelital suelen ser los proveedores de servicios y corporaciones, entre los que se encuentran: (i) operadores de telecomunicación; (ii) empresas que proveen servicios de movilidad; (iii) *broadcasters* y productoras; (iv) gobiernos; (v) proveedores de servicios de Comunicación por satélite y; (vi) otros operadores de satélite.
112. Los contratos de adquisición de capacidad se negocian bilateralmente entre los SNO y los SSP. De acuerdo con la información facilitada por el notificador, los contratos a largo plazo o con cláusulas de exclusividad son cada vez más infrecuentes.
113. Con relación a los costes de cambio de proveedor y de tipo de capacidad contratada son variables, oscilando desde una simple reorientación de una antena (de un satélite GEO a otro), la reconfiguración completa del sistema o la sustitución de todos los equipos de conectividad desplegados por el cliente.

Servicios de conectividad por satélite

114. La demanda de servicios de conectividad por satélite (comunicaciones, observación de la tierra y navegación) es diversa e incluye empresas de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet, empresas de defensa, aerolíneas, organismos gubernamentales, navieras, empresas petroleras, entidades financieras, empresas agroalimentarias o incluso clientes particulares. En todo caso, y con carácter general, la demanda de servicios de conectividad satelitales puede dividirse en tres grandes grupos:
 - a. Empresas de Producción y Distribución de canales de TV: con preferencia por los satélites geoestacionarios (GEO) debido a su capacidad de cobertura amplia y estable, lo cual es crucial para la transmisión continua y de alta calidad de contenido televisivo.
 - b. Clientes que requieren servicios de datos: existe una tendencia creciente entre estos clientes hacia el uso de capacidades sobre constelaciones de baja órbita (LEO y MEO) por su mayor eficiencia y menor coste.
 - c. Clientes profesionales: existe una demanda de soluciones personalizadas y flexibles, que se adapten a las necesidades específicas de cada aplicación y que pueden combinar diferentes clases de satélites al mismo tiempo.
115. Al igual que en el mercado de capacidad los contratos se negocian de forma bilateral si bien como se ha indicado en los mercados de conectividad existen diferentes niveles de intermediación (SSP, VAR y revendedores). De acuerdo con la notificante, existe una tendencia a la perdida de relevancia de los

contratos a largo plazo dado la creciente disponibilidad de proveedores diferentes en el mercado y al dinamismo del mercado.

116. Conforme a la información analizada se observa un continuo declive de la demanda de vídeo por satélite como consecuencia de las nuevas formas de consumo que el *streaming* o el vídeo bajo demanda (VoD) que son más adecuadas para ser prestadas mediante tecnologías de telecomunicación terrestres (como 5G) en vez de servicios satelitales. Asimismo, se observa un crecimiento general en el mercado de servicios de datos por satélite de la mano de múltiples aplicaciones, como WiFi a bordo de aviones y barcos, extensiones de redes de telefonía móvil, y servicios de comunicaciones seguras, particularmente en entornos B2B y B2G.
117. Finalmente y con carácter general para la industria satelital es reseñable que los incrementos de los presupuestos de defensa anunciados por la práctica totalidad de países del EEE podrían conllevar una expansión del sector espacial por su naturaleza estratégica.

6.3. Barreras a la entrada, competencia potencial e I+D+i

6.3.1. Barreras de entrada

118. El sector de las telecomunicaciones satelitales presenta barreras de acceso significativas, entre las que cabría destacar:
 - a. **Barreras regulatorias:** la necesidad de disponer y asegurar recursos órbita-espectro adecuados es una barrera significativa. Estos recursos son limitados tanto por las posiciones orbitales como por las frecuencias, y requieren una coordinación a nivel internacional. Por otro lado, es necesario obtener los derechos de aterrizaje en muchos países donde se pretende comercializar la capacidad satelital y, las diferentes regulaciones en cada país añaden complejidad y pueden constituir un obstáculo significativo. Por último, las empresas deben observar normas mínimas cada vez más relevantes para la gestión de desechos en el espacio y prácticas sostenibles en los diseños para minimizar el impacto ambiental y garantizar la viabilidad a largo plazo.
 - b. **Barreras de capital:** el diseño, fabricación y lanzamiento de satélites, así como la infraestructura terrestre asociada, requieren una inversión significativa y una planificación a largo plazo. Además, los costes operativos para operar y mantener los satélites y las infraestructuras asociadas también son elevados, lo que representa una barrera económica considerable.
 - c. **Barreras tecnológicas y de accesibilidad a recursos críticos:** la tecnología de satélites requiere recursos con conocimientos específicos y altamente especializados. La disponibilidad de estos recursos en el mercado es

limitada, lo que se convierte en un obstáculo para muchas empresas que no disponen de dichos recursos.

- d. Barreras geopolíticas: por su naturaleza la industria satelital está con frecuencia ligada a cuestiones de seguridad e interés nacional con un alto nivel de intervención gubernamental. Como consecuencia de todo ello, es posible, a modo de ejemplo, que empresas de determinadas nacionalidades vean restringido su acceso a los mercados europeos, o que determinados mercados se organicen conforme a criterios no de mercado como es el caso de la ESA y el principio *juste retour*.

6.3.2. Competencia potencial

Mercado de suministro de capacidad satelital

- 119. Más allá del despliegue de STARLINK entre la competencia potencial futura en el mercado de capacidad puede citarse el proyecto KUIPER, que es la iniciativa satelital de la empresa norteamericana Amazon, con el objetivo de ofrecer internet de banda ancha desde órbita baja (LEO) alrededor del mundo.
- 120. En julio de 2020, la FCC⁴⁴ autorizó una constelación de 3 236 satélites, desplegados en 98 planos orbitales a unos 590–630 km de altitud, en cinco fases.
- 121. Asimismo, China está impulsando varios proyectos de constelación, como SPACESAIL, que espera iniciar servicios comerciales a comienzos de 2026, y GUOWANG, con objetivos de lanzar miles de satélites

Servicios de conectividad por satélite

- 122. En los últimos años la empresa STARLINK se ha consolidado como líder en servicios de comunicación por satélite, aumentando sus suscriptores de 1 millón en 2022 a 5 millones en 2024 y, expandiendo su cobertura a casi 100 países.
- 123. Probablemente, el proyecto KUIPER de AMAZON constituya el principal competidor potencial para los operadores de los servicios de conectividad por satélite. Conforme a la información pública disponible KUIPER ofrecerá acceso a internet de baja latencia y alta velocidad en zonas remotas, rurales o mal conectadas a las tecnologías de fibra y 5G.

6.3.3. I+D+i

- 124. Las actividades de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) son un elemento determinante para competir en la industria satelital.

⁴⁴ FCC: *Federal Communications Commission* o Comisión Federal de Comunicaciones por sus siglas en inglés.

125. Por ejemplo, los operadores de satélites colaboran con los fabricantes para diseñar satélites y constelaciones más eficientes, basándose en su experiencia operativa y en las necesidades del cliente. Esto ha llevado a la evolución hacia satélites de alto rendimiento (HTS) y constelaciones en órbita baja (LEO), que ofrecen mayor capacidad de transmisión y menor latencia a un coste menor por Mbps.
126. Los grandes programas públicos también juegan un papel crucial en el impulso de nuevas tecnologías. Por ejemplo, el programa IRIS2 de la Comisión Europea, en el que Hispasat participa, tiene como objetivo el desarrollo de nuevas tecnologías espaciales. Hispasat también está involucrado en proyectos nacionales para el desarrollo de tecnología de transmisión de claves cuánticas y en iniciativas de la ESA para futuros sistemas de comunicaciones lunares.
127. En el ámbito de los servicios satelitales, la I+D+i resulta esencial para agregar valor y mantenerse competitivo. Innovaciones como la integración de soluciones multi-órbita, mejoras en ciberseguridad o la compatibilidad con estándares como el 5G son avances significativos que permiten la integración de servicios satelitales en redes terrestres de próxima generación.
128. Por otro lado, la innovación en los mercados de capacidad espacial y servicios de comunicación vía satélite está interrelacionada, ya que la adopción de innovaciones en órbita a menudo requiere innovaciones en la capa terrestre.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

129. La operación de concentración proyectada consiste en la adquisición del control exclusivo de HISPASAT e HISDESAT por parte de INDRA.
130. La operación de concentración económica se enmarca en el sector de las telecomunicaciones vía satélite, en el que están activas tanto las empresas adquiridas como la adquirente en diferentes eslabones de la cadena de valor.
131. En concreto, tras la adquisición de HISPASAT e HISDESAT, INDRA accederá a los mercados de suministro de capacidad satelital y de servicios de comunicaciones satelitales con fines militares (*milsatcom*), así como a los mercados de servicios satelitales de observación de la tierra, de navegación marítima (AIS) y gestión de telepuertos.
132. La operación no dará lugar a solapamientos horizontales entre INDRA y las empresas adquiridas. Sin embargo, sí se producirán diferentes solapamientos horizontales entre las adquiridas en los mercados de suministro de capacidad satelital en sentido amplio, y en sus posibles segmentaciones atendiendo al modo de transmisión (multidireccional vs

bidireccional) y al ancho de banda (banda ancha vs banda estrecha), si bien ello sucede siempre que no se distinga por finalidad (comercial vs militar).

133. En el mercado amplio de suministro de capacidad satelital la cuota conjunta en valor de las partes en España alcanza un [20-30%] (adiciones del [10-20%] por HISPASAT y del [5-10%] por HISDESAT), siendo inferior al 15% a nivel EEE y mundial. Por lo tanto, la cuota conjunta no alcanza el 30%.
134. En el mercado de capacidad satelital segmentado conforme a precedentes, las cuotas alcanzadas a nivel nacional serían las siguientes:
 - a. En el mercado de suministro de capacidad satelital segmentado según la modalidad de transmisión (unidireccional vs bidireccional): donde la cuota conjunta en valor en España en el segmento bidireccional alcanza el [20-30%] (adiciones del 1[10-20%] y del [10-20%]), siendo inferior al 15% a nivel EEE y mundial. Por lo tanto, la cuota conjunta no alcanza el 30%.
 - b. En el mercado de suministro de capacidad satelital segmentado según el ancho de banda (banda ancha vs banda estrecha): donde la cuota conjunta en valor en España en el segmento banda ancha alcanza el [40-50%] (adiciones del [20-30%] y del [20-30%]), siendo inferior al 15% a nivel EEE y mundial.
135. Si bien los solapamientos horizontales son relevantes para el supuesto de adoptar una segmentación del mercado de suministro de capacidad conforme el ancho de banda, esta DC considera que esta segmentación no es representativa de la operación propuesta. En efecto, dado que HISPASAT opera únicamente con fines comerciales (o civiles) e HISDESAT opera únicamente con fines militares o gubernamentales, no existiría solapamiento entre las partes⁴⁵. Por razones regulatorias y de seguridad, con carácter general, la capacidad utilizada con fines militares no puede ser utilizada para prestar servicios de comunicaciones comerciales, dado que las primeras se desarrollan sobre frecuencias específicamente reservadas a ese fin. A lo anterior debe añadirse que el [90-100%] de la demanda de capacidad satelital en España con fines militares se concentra en un solo demandante, el Ministerio de Defensa del Reino de España.
136. Finalmente, la segmentación del mercado de suministro de capacidad por ancho de banda sobrepondrá la presencia de las partes en los mercados de suministro de capacidad al no operar ninguno en la banda estrecha, cuando existe una cierta sustituibilidad tanto por el lado de la demanda como de la oferta entre bandas.

⁴⁵ Suministro de capacidad con finalidad comercial (civil) vs militar.

137. Adicionalmente, la operación supone la entrada de INDRA en los mercados de servicios satelitales de observación de la tierra y la navegación marítima en España (+[90-100%] y +[80-90%] de adición de cuota en valor de HISDESAT respectivamente), si bien no se altera la estructura de dichos mercados, por cuanto se produce la sustitución de un operador por otro.
138. En relación con los solapamientos verticales, existe un solapamiento vertical entre las actividades de INDRA en el mercado de suministro de sistemas espaciales y los restantes mercados afectados por la operación propuesta. No obstante, la notificante asegura que en ningún caso la cuota conjunta (en realidad solo de INDRA) sería superior al 15% para cualquier definición de mercado de producto y geográfica adoptada, por lo que la operación no sería susceptible de alterar la competencia efectiva en ninguno de los mercados verticalmente relacionados.
139. En relación con los efectos conglomerales esta DC considera que pueden descartarse considerando la reducida cuota de mercado de INDRA en los mercados de fabricación y suministro de sistemas espaciales, así como la existencia de competidores internacionales relevantes y la existencia de poder negociador de la demanda.
140. Por todo lo anterior, no es previsible que la operación notificada vaya a suponer un obstáculo a la competencia efectiva en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

8. PROPUESTA

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

De acuerdo con el principio de autoevaluación, recogido en el considerando 21 del Reglamento 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas y la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin, corresponde a las propias empresas afectadas determinar en qué medida en una operación de concentración sus acuerdos resultan accesorios a la misma.