



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO **9 2 7 0 9** DE 2018

12 1 DIC 2018

“Por la cual se aprueba una operación de integración”

Rad. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

En ejercicio de sus facultades legales, y en especial las previstas en la Ley 155 de 1959, la Ley 1340 de 2009 y el numeral 15 del artículo 3 del Decreto 4886 de 2011, y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009 dispone que:

“Artículo 4. (Modificado por el artículo 9, Ley 1340 de 2009). Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada:

1. Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio o;

2. Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.

En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación.

(...)”.

SEGUNDO: Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, a través de comunicación radicada con el No. 18-201153-0 del 6 de agosto de 2018¹, **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, una empresa controlada por **THE WALT DISNEY COMPANY**, informó a esta Entidad la intención de realizar una operación de integración, mediante la figura jurídica de compraventa de activos entre **THE WALT DISNEY COMPANY** y **TWENTY-FIRST CENTURY FOX, INC.**

¹ Folios 1 al 91 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente. Entiéndase que en el presente acto administrativo cuando se hace referencia al “Expediente”, el mismo corresponde al radicado con el No. 18-201153.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

TERCERO: Que de conformidad con lo dispuesto en el numeral 2.3.1 del artículo 1 de la Resolución No. 10930 de 2015, mediante comunicaciones radicadas con los Nos. 18-201153-1² y 18-201153-4³ del 10 y 14 de agosto de 2018 respectivamente, esta Superintendencia formuló requerimientos de complemento de información a **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, con el fin de que aportara la información faltante de la *"Guía de Pre-evaluación de Integraciones Empresariales"*.

La información requerida fue aportada mediante oficios radicados con los Nos. 18-201153-2⁴, 18-201153-3⁵ y 18-201153-6⁶ del 10, 13 y 15 de agosto de 2018, respectivamente.

CUARTO: Que en cumplimiento de lo previsto en el artículo 156 del Decreto 19 de 2012 y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, mediante oficio radicado con el No. 18-201153-7 del 16 de agosto de 2018⁷, se ordenó la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada, en la página web de esta Superintendencia⁸.

QUINTO: Que mediante escrito radicado con el No. 18-201153-9 del 7 de septiembre de 2018⁹, **DIRECTV COLOMBIA LTDA**, (en adelante, **DIRECTV**) identificada con NIT: 805.006.014-0, solicitó ser reconocida como *"tercero interesado"* en el procedimiento administrativo de control previo de la proyectada operación de integración empresarial radicada con el No. 18-201153.

SEXTO: Que mediante Resolución No. 67324 del 12 de septiembre de 2018¹⁰, esta Superintendencia corrió traslado de la solicitud de reconocimiento como tercero interesado a **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, y **FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA**, (en adelante y de manera conjunta, las **INTERVINIENTES**), para que dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del mencionado proveído se pronunciaran, de conformidad con lo establecido en el inciso tercero del artículo 19 de la Ley 1340 de 2009.

SÉPTIMO: Que de conformidad con lo establecido en el numeral 2.2.3 de la Resolución No. 10930 de 2015, esta Superintendencia mediante oficio No. 18-201153-13 del 13 de septiembre de 2018¹¹, requirió a **DIRECTV** para que aportara la versión no confidencial de la solicitud de intervención como tercero interesado.

La información requerida fue aportada mediante comunicación No. 201153-14 del 18 de septiembre de 2018¹².

² Folio 95 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ Folios 116 y 117 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁴ Folios 96 al 99 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁵ Folios 100 al 115 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶ Folios 119 al 131 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁷ Folios 132 y 133 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁸ http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion_Competencia/Integraciones_Empresariales/2018/18-201153.pdf . Consulta 11 de octubre de 2018.

⁹ Folios 140 al 148 y 167 al 206 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Folios 149 al 166 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

¹⁰ Folios 209 al 212 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹¹ Folio 213 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹² Folios 214 al 219 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

OCTAVO: Que mediante oficios radicados con los Nos. 18-201153-17¹³ del 20 de septiembre de 2018 y 18-201153-61¹⁴ del 22 de octubre del mismo año, las **INTERVINIENTES** solicitaron desestimar la solicitud de tercería presentada por **DIRECTV**.

NOVENO: Que dentro de los treinta (30) días hábiles a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, esta Superintendencia consideró procedente dar paso al estudio de fondo de la operación proyectada, para lo cual, mediante comunicaciones radicadas con los Nos. 18-201153-19 y 18-201153-20 del 27 de septiembre de 2018¹⁵, informó a las **INTERVINIENTES** que se daba paso a la segunda etapa del trámite presentado.

DÉCIMO: Que en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 1340 de 2009, mediante comunicación radicada con el No. 18-201153-21 del 27 de septiembre de 2018¹⁶, esta Entidad requirió al **MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES - MINTIC** (en adelante, **MINTIC**), con el fin de que, de considerarlo pertinente, emitiera concepto técnico frente a la operación informada por las **INTERVINIENTES** a esta Superintendencia.

La Entidad requerida aportó información mediante comunicación radicada con el No. 18-201153-58 del 16 de octubre de 2018¹⁷.

DÉCIMO PRIMERO: Que con el fin de complementar y ampliar la información allegada al Expediente, esta Superintendencia formuló sendos requerimientos de información sobre el mercado objeto de la operación a los principales clientes de las **INTERVINIENTES**¹⁸.

Las empresas requeridas aportaron información en fechas que transcurrieron entre el 12 de octubre y 5 de diciembre de 2018¹⁹.

DÉCIMO SEGUNDO: Que mediante Resolución No. 72964 del 28 de septiembre de 2018²⁰, esta Superintendencia reconoció la intervención de **DIRECTV** como tercero interesado dentro del procedimiento administrativo identificado con el No. 18-201153.

DÉCIMO TERCERO: Que mediante escrito radicado con el No. 18-201153-64 del 25 octubre de 2018²¹, complementado mediante comunicaciones radicadas con los Nos. 18-201153-65²² y 18-

¹³ Folios 222 y 232 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁴ Folios 355 y 363 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁵ Folios 236 y 237 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

¹⁶ Folio 238 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁷ Folios 345 y 346 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

¹⁸ El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: **EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTA S.A. E.S.P. – ETB S.A. E.S.P., TELMEX COLOMBIA S.A., UNE EPM TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P., COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P., DIRECTV, METROPOLITANA DE TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P. METROTEL E.S.P., EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BUCARAMANGA S.A. E.S.P., EMPRESAS MUNICIPALES DE CALI E.I.C.E. E.S.P. – EMCALI E.S.P., SUPERCABLE TELECOMUNICACIONES S.A., UNE EPM BOGOTÁ S.A. E.S.P., GRUPO EMPRESARIAL MULTIVISIÓN S.A.S.** Folios 239 a 261 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁹ Folios 194 al 535 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1, Folios 536 al 780 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 2 y Folios 799 al 903 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 3 del Expediente.

²⁰ Folios 265 al 271 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

²¹ Folios 367 al 378 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²² Folios 390 al 410 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

201153-67²³ del 25 y 29 de octubre de 2018 respectivamente, las **INTERVINIENTES** presentaron la información necesaria para el análisis de la operación presentada, de conformidad con lo establecido en la "Guía de Estudio de Fondo de Concentraciones Económicas" (Anexo 2 de la Resolución No. 10930 de 2015 de la Superintendencia de Industria y Comercio).

DÉCIMO CUARTO: Que en cumplimiento del numeral 2.5.4 de la Resolución No. 10930 de 2015, mediante comunicaciones radicadas con los Nos. 18-201153-98 y 18-201153-99 del 10 de diciembre de 2018²⁴, se citó a las **INTERVINIENTES** a una reunión, con el fin de discutir sobre los posibles efectos de la operación.

Como consta en el acta radicada con el No. 18-201153-100 del 11 de diciembre 2018²⁵, la reunión fue llevada a cabo en las instalaciones de la Superintendencia en esa misma fecha.

DÉCIMO QUINTO: Que mediante oficio radicado con el No. 18-201153-101 del 12 de diciembre de 2018²⁶, las **INTERVINIENTES** presentaron información complementaria para que fuera tenida en cuenta por esta Superintendencia en el estudio de fondo de la operación de integración proyectada.

DÉCIMO SEXTO: Que una vez hechas las anteriores consideraciones y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación de integración informada, en los siguientes términos:

16.1. EMPRESAS INTERVINIENTES

16.1.1. THE WALT DISNEY COMPANY

THE WALT DISNEY COMPANY (en adelante, **DISNEY**) es una compañía estadounidense que cotiza en la bolsa de Nueva York, cuya actividad económica se encuentra segmentada en cuatro (4) unidades de negocio: (i) redes de medios (incluye transmisiones por cable, radio y publicaciones digitales entre otros); (ii) parques (comprende parques y resorts, juguetes, aplicaciones, ropa y libros); (iii) entretenimiento en estudio (abarca películas, música y obras de teatro); y (iv) directo al consumidor internacional (comprende negocios de medios internacionales y *streaming*)²⁷.

DISNEY se encuentra activa en Colombia a través de sus subsidiarias **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, **ESPN COLOMBIA S.A.S.**, y **COLUMBIA TRISTAR BUENA VISTA FILMS OF COLOMBIA LTDA.** (en Liquidación).

16.1.2. THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.

THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A., (en adelante, **TWDC**) es una sociedad anónima identificada con NIT: 800.236.937-1 con domicilio principal en Bogotá D.C. Esta empresa fue constituida mediante Escritura Pública No. 4533 del 7 de junio de 1994 en la Notaria 1ª de Bogotá e inscrita el 27 de julio de ese mismo año con el No. 456.603 del Libro IX²⁸.

²³ Folios 412 al 414 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁴ Folios 904 y 905 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

²⁵ Folio No. 906 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

²⁶ Folio 907 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Anexos digitales reservados.

²⁷ Folio 7 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁸ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Como se observa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de **TWDC**, expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, su objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades:

"(...) representar a empresas licenciantes en todo lo relacionado con la ejecución de contratos de licencia, dar y utilizar directamente licencias en relación con el mercadeo, promociones, publicaciones, música, software y otros productos y actividades (...)"²⁹.

Las **INTERVINIENTES** señalan que **TWDC** se encuentra activa en el suministro y licenciamiento de contenido visual y audiovisual: **(i)** producción y suministro de películas para teatros; **(ii)** producción y suministro de contenido de televisión; **(iii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iv)** suministro de espacio publicitario; **(v)** productos de consumo; **(vi)** libros y revistas; **(vii)** licenciamiento de derechos musicales; y **(viii)** licencia de contenido para desarrolladores de videojuegos³⁰.

Sus actividades económicas se enmarcan en el código 7740 (arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares, excepto obras protegidas por derechos de autor) de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)³¹.

A continuación se muestra la composición accionaria de **TWDC**.

Tabla No. 1
Composición accionaria de TWDC

ACCIONISTA	% PARTICIPACIÓN
TOTAL	100 %

Fuente: Folio 14 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Como se observa en la Tabla No. 1, el principal accionista de **TWDC** es [REDACTED], con el [REDACTED]% de participación accionaria, configurándose de esta manera la situación de control por parte de esta empresa.

De acuerdo con la información obrante en el Expediente, **TWDC** no tiene inversiones permanentes o participación accionaria en otras sociedades colombianas o extranjeras que se dediquen a la misma actividad económica o que participen en la misma cadena de valor en Colombia³².

A continuación se presenta información de activos totales e ingresos operacionales de **TWDC** con corte a 31 de diciembre de 2017:

²⁹ Ibídem.

³⁰ Folio 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³¹ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

³² Folio 16 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 2
Cuentas financieras TWDC
(31 de diciembre de 2017)

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	\$ 52.007.517.000
Ingresos operacionales	\$ 21.671.234.000

Fuente: Construcción **GIE-SIC**³³. Folio 90 (CD Anexo 2.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

16.1.3. ESPN COLOMBIA S.A.S.

ESPN COLOMBIA S.A.S., (en adelante, **ESPN COLOMBIA**) es una sociedad por acciones simplificada identificada con NIT: 900.631.238-8 con domicilio principal en Bogotá D.C. Esta empresa fue constituida por documento privado del 25 de junio de 2013 e inscrita el 3 de julio de ese mismo año con el No. 1744357 del Libro IX³⁴.

Como se observa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de **ESPN COLOMBIA**, expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, su objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades:

"(...) venta de pautas publicitarias en cadenas deportivas. Realizar cualquier otro negocio u otra actividad lícita, comercial o civil lícita tanto en Colombia como en el extranjero (...)"³⁵.

Las **INTERVINIENTES** señalan que **ESPN COLOMBIA** se encuentra activa en el suministro de espacios publicitarios³⁶.

Sus actividades económicas se enmarcan en el código 7310 (publicidad) de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)³⁷.

De acuerdo con la información obrante en el Expediente el único accionista de **ESPN COLOMBIA** es [REDACTED], con el [REDACTED]% de participación accionaria³⁸.

ESPN COLOMBIA no tiene inversiones permanentes o participación accionaria en otras sociedades colombianas o extranjeras que se dediquen a la misma actividad económica o que participen en la misma cadena de valor en Colombia³⁹.

A continuación se presenta información de activos totales e ingresos operacionales de **ESPN COLOMBIA** con corte a 31 de diciembre de 2017:

³³ **GIE-SIC:** Grupo de Integraciones Empresariales - Superintendencia de Industria y Comercio.

³⁴ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ Folio 9 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁷ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

³⁸ Folio 14 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁹ Folio 16 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 3
Cuentas financieras ESPN COLOMBIA
 (31 de diciembre de 2017)

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	\$ 22.393.792.000
Ingresos operacionales	\$ 18.073.111.000

Fuente: Construcción GIE-SIC. Folio 90 (CD Anexo 2.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

16.1.4. TWENTY-FIRST CENTURY FOX, INC.

TWENTY-FIRST CENTURY FOX, INC., (en adelante, **21CF**) es una compañía global de medios que desarrolla las siguientes actividades económicas: **(i)** producción y suministro de películas (incluida en algunos países la distribución para teatros); **(ii)** suministro y licenciamiento de contenido audiovisual; **(iii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iv)** suministro de espacio publicitario; **(v)** productos de consumo; **(vi)** libros y revistas; **(vii)** licenciamiento de derechos musicales; **(viii)** publicación de videojuegos y licenciamiento de contenido para desarrolladores de videojuegos; **(ix)** provisión de entretenimiento en vivo; **(x)** servicios de viaje⁴⁰; y **(xi)** licenciamiento de contenido a estaciones de radio⁴¹.

21CF se encuentra activa en Colombia a través de sus subsidiarias **FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA** y **FOX TELECOLOMBIA S.A.**

16.1.5. FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA.

FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA. (en adelante, **FOX COLOMBIA**) es una sociedad colombiana identificada con NIT: 830.140.775-0 con domicilio principal en Bogotá D.C. Esta empresa fue constituida mediante Escritura Pública No. 867 del 6 de abril de 2004 en la Notaria 15 de Bogotá e inscrita el 11 de mayo de ese mismo año con el No. 933.497 del Libro IX⁴².

Como se observa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de **FOX COLOMBIA**, expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, su objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades:

"(...) adquisición, venta, licencia, sublicencia, comercialización y distribución de derechos de transmisión de toda clase de canales y/o programas y/o eventos y/o espectáculos a ser emitidos en el país o en el exterior, a través de televisión por cable, satelital, televisión abierta, internet y/o por todo otro medio de comunicación audiovisual sea electrónico, sonoro o impreso existente o a crearse en el futuro (...)"⁴³.

Las **INTERVINIENTES** señalan que **FOX COLOMBIA** se encuentra activa en el servicio de: **(i)** alquiler de equipo y de estudios; **(ii)** desarrollo de contenido; y **(iii)** servicios de producción (incluido servicios de producción y post-producción)⁴⁴.

Sus actividades económicas se enmarcan en los códigos 5911 (producción de películas cinematográficas, videos programas, anuncios y comerciales de televisión), 5912 (actividades de

⁴⁰ 21CF, a través de NGP, anuncia y publicita con NatGeo Expediciones y le presta servicio a sus viajeros.

⁴¹ Folio 9 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴² Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

⁴³ Ibídem.

⁴⁴ Folio 10 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

post-producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión) y 6810 (actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados), de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)⁴⁵.

A continuación se muestra la composición accionaria de **FOX COLOMBIA**.

Tabla No. 4
Composición accionaria de FOX COLOMBIA

ACCIONISTA	% PARTICIPACIÓN
TOTAL	100 %

Fuente: Folio 14 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Como se observa en la Tabla No. 4, el principal accionista de **FOX COLOMBIA** es [REDACTED] con el [REDACTED] % de participación accionaria, configurándose de esta manera la situación de control por parte de esta empresa.

De acuerdo con la información obrante en el Expediente, **FOX COLOMBIA** no tiene inversiones permanentes o participación accionaria en otras sociedades colombianas o extranjeras que se dediquen a la misma actividad económica o que participen en la misma cadena de valor en Colombia⁴⁶.

A continuación se presenta información de activos totales e ingresos operacionales de **FOX COLOMBIA** con corte a 31 de diciembre de 2017:

Tabla No. 5
Cuentas financieras FOX COLOMBIA
(31 de diciembre de 2017)

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	\$ 35.837.948.000
Ingresos operacionales	\$ 54.512.946.000

Fuente: Construcción **GIE-SIC**. Folio 91 (CD Anexo 2.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

16.1.6. FOX TELECOLOMBIA S.A

FOX TELECOLOMBIA S.A., (en adelante, **FOX TELECOLOMBIA**) es una sociedad anónima, identificada con NIT 860.063.869-3, con domicilio principal en Bogotá D.C. Esta empresa fue constituida mediante Escritura Pública No. 3381 del 14 de noviembre de 1980 en la Notaría 15 de Bogotá e inscrita el 19 de enero de 1981 con el No. 95.218 del Libro IX⁴⁷.

⁴⁵ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

⁴⁶ Folio 16 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴⁷ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Como se observa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de **FOX TELECOLOMBIA**, expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, su objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades:

"(...) explotación comercial de los medios publicitarios y especialmente de la televisión, la radiodifusión, el cine y toda publicidad en prensa. Este objeto comprende la creación, producción, prestación de servicios cinematográficos y servicios cinematográficos logísticos, distribución y venta de programas para cualquiera de los medios, ya sean grabados, filmados o vivos (...)"⁴⁸.

Las **INTERVINIENTES** señalaron que **FOX TELECOLOMBIA** desarrolla las siguientes actividades económicas: **(i)** operación de canales de televisión; **(ii)** servicios de producción de contenido de televisión; **(iii)** publicidad y funciones; **(iv)** venta y comercialización de espacios publicitarios en televisión, internet y todo tipo de medios⁴⁹.

Sus actividades económicas se enmarcan en los códigos 5911, 6020 (actividades de programación y transmisión de televisión), 6312 (portales Web) y 7310 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)⁵⁰.

A continuación se muestra la composición accionaria de **FOX TELECOLOMBIA**.

Tabla No. 6
Composición accionaria de FOX TELECOLOMBIA

ACCIONISTA	% PARTICIPACIÓN
TOTAL	100 %

Fuente: Folio 15 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Como se observa en la Tabla No. 6, el principal accionista de **FOX TELECOLOMBIA** es [REDACTED] con el [REDACTED]% de participación accionaria, configurándose de esta manera la situación de control por parte de esta empresa.

De acuerdo con lo señalado por **FOX TELECOLOMBIA**, esta sociedad controla con el [REDACTED]% de participación accionaria a [REDACTED], una subsidiaria mexicana que ofrece principalmente servicios de producción de televisión⁵¹.

A continuación se presenta información de activos totales e ingresos operacionales de **FOX TELECOLOMBIA** con corte a 31 de diciembre de 2017:

⁴⁸ Ibídem.

⁴⁹ Folio 11 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente

⁵⁰ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 11 de octubre de 2018.

⁵¹ Folio 17 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 7
Cuentas financieras FOX TELECOLOMBIA
(31 de diciembre de 2017)

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	\$ 92.573.365.000
Ingresos operacionales	\$ 109.718.533.000

Fuente: Construcción GIE-SIC. Folio 91 (CD Anexo 2.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

16.2. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con la información aportada en la solicitud de pre-evaluación presentada por las **INTERVINIENTES**, la operación proyectada consiste en una compra venta de acciones y activos, tal como se describe a continuación:

*"(...) la Operación Proyectada se relaciona con la combinación de las actividades de **THE WALT DISNEY COMPANY** (en adelante "**TWDC**") y **TWENTY-FIRST CENTURY FOX, INC** (en adelante, "**21CF**") (conjuntamente denominados las "**Partes**"). El 13 de diciembre de 2017, **TWDC** y **21CF** celebraron un acuerdo para que **TWDC** adquiriera **21CF**, incluidos sus estudios de cine y televisión, redes de entretenimiento por cable y empresas internacionales de televisión (en adelante, la "Operación" o "Operación Proyectada" (...)"⁵².*

16.3. DEBER DE INFORMAR LA OPERACIÓN PROYECTADA

El régimen de control previo o *ex ante* de integraciones empresariales busca evaluar los efectos económicos que se producirían como resultado de una integración de dos o más agentes en el mercado, con el fin de evitar que se presente una restricción indebida de la competencia y en consecuencia se reduzca el bienestar de los consumidores.

Al aplicar dicho régimen, esta Entidad debe evaluar si los efectos en el mercado originados en virtud de una concentración ameritan su objeción, su autorización sujeta al cumplimiento de condiciones encaminadas a preservar la competencia en el mercado, o su autorización pura y simple.

El artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, establece que las empresas que proyecten llevar a cabo operaciones para efectos de adquirir el control de una o varias empresas, cualquiera sea la forma jurídica con la cual se manifieste, tendrán el deber de informarlas previamente a esta Superintendencia, siempre que se cumplan los siguientes dos supuestos:

- *Supuesto subjetivo:* cuando las empresas intervinientes se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor.
- *Supuesto objetivo:* cuando en conjunto o individualmente consideradas, las empresas intervinientes superen el monto establecido para ingresos operacionales o para activos totales, para el año anterior a la operación.

En consecuencia, las empresas que pretendan llevar a cabo un proceso de integración empresarial, en cualquiera de sus formas jurídicas, y cuya situación se enmarque en los supuestos previstos en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, deberán informar previamente la operación a esta Superintendencia.

⁵² Folios 2 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

16.3.1. Supuesto subjetivo

Para el caso concreto, se observa que las **INTERVINIENTES** participan coincidentemente en el sector del contenido visual y audiovisual en Colombia.

En este sentido, se encuentra verificado el supuesto subjetivo, establecido en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

16.3.2. Supuesto objetivo

El artículo primero de la Resolución No. 88920 del 28 de diciembre de 2017 fijo *“a partir del 1 de enero de 2018 y hasta el 31 de diciembre de 2018, en SESENTA MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (60.000 SMLMV), los ingresos operacionales y los activos que se tendrán en cuenta para efectos de lo previsto en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009”*.

Así, en concordancia con el Decreto 2269 del 30 de diciembre de 2017 (que fijó el salario mínimo legal mensual a partir del 1 de enero de 2018 en setecientos ochenta y un mil doscientos cuarenta y dos pesos (\$781.242.00), el valor del umbral objetivo para el año 2018 será de cuarenta y seis mil ochocientos setenta y cuatro millones quinientos veinte mil pesos (\$46.874.520.000).

En consecuencia, las empresas que pretendan llevar a cabo un proceso de integración empresarial, en cualquiera de sus formas jurídicas, y cuya situación se enmarque en los supuestos previstos en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, deberán informar previamente la operación a esta Superintendencia.

De acuerdo con la información presentada en las tablas No. 2, 3, 5 y 7 de la presente actuación administrativa, para la vigencia fiscal del año anterior, las **INTERVINIENTES** reportaron ingresos operacionales por valor de \$203.975.824.000 y activos totales por valor de \$202.812.622.000.

El supuesto objetivo se cumple cuando en conjunto o **individualmente consideradas**, las empresas intervinientes superen el monto establecido por la Superintendencia de Industria y Comercio para ingresos operacionales o para activos totales.

En este sentido, tanto por el valor conjunto de sus activos, como por el valor de los ingresos operacionales de **TWDC**, **ESPN COLOMBIA** (subsidiarias de **DISNEY**), **FOX COLOMBIA** y **FOX TELECOLOMBIA** (subsidiarias de **21CF**), para el caso concreto se cumple con el supuesto objetivo que impone la obligación a las **INTERVINIENTES** de informar la operación proyectada a la Superintendencia de Industria y Comercio.

Con lo anterior se encuentra verificado el supuesto objetivo establecido en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

16.3.3. Conclusión sobre el deber de informar la operación

De conformidad con lo expuesto en los numerales 16.3.1 y 16.3.2 del presente acto administrativo, con la verificación de los supuestos subjetivo y objetivo se configura el deber de informar la operación de compraventa de activos entre las **INTERVINIENTES**, con el fin de someterla al procedimiento administrativo para la autorización de integraciones empresariales.

16.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

La definición del mercado relevante para el análisis de una operación de integración empresarial es primordial para identificar el escenario en el que las fuerzas competitivas tienen lugar. Además, permite calcular las cuotas de cada competidor, pues para esto es necesario contar con una aproximación del tamaño total del mercado.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Por lo anterior, el mercado relevante es un marco de referencia para analizar los efectos sobre la competencia de una operación de integración⁵³.

Las participaciones de mercado de las empresas intervinientes en la operación de integración, así como la de sus competidores, resultan una herramienta fundamental para detectar posibles efectos restrictivos de la competencia que pudieran derivarse de la misma, sean estos unilaterales y/o coordinados, pues dicho indicador guarda relación con el poder de mercado que tiene cada oferente.

Al determinar el mercado relevante es necesario definir el mercado de producto y el mercado geográfico, de tal forma que puedan establecerse los efectos de una integración entre dos o más de los competidores.

En la definición del mercado de producto debe tenerse presente la sustituibilidad al nivel de la demanda, pues deben identificarse aquellos productos (si los hay) hacia los cuales los consumidores pudieran desviar su demanda en caso de un incremento en los precios o una reducción en la calidad de los productos por parte de un determinado oferente.

Si bien algunas autoridades de competencia en otras jurisdicciones tienen en cuenta la sustituibilidad de la oferta al momento de definir el mercado relevante, esta Superintendencia toma en consideración dicho concepto en caso de requerir un análisis de barreras de entrada y competencia potencial.

Con la dimensión geográfica del mercado relevante, busca reconocerse el área de influencia que tienen las empresas intervinientes en la operación de integración, pues si enfrentaran alguna barrera que impida o dificulte que sus productos lleguen a alguna zona determinada, deberá entenderse que en dicha área no son competidores activos.

Es decir, el análisis de competencia debe limitarse a las zonas en las cuales las empresas intervinientes ejercen una competencia efectiva, pues sería dicha condición la que podría verse afectada con la operación.

En definitiva, el mercado relevante permite determinar los bienes y servicios entre los que puede desarrollarse una competencia efectiva, así como el ámbito geográfico dentro del cual se ofrecen y se intercambian, analizando la sustituibilidad entre los productos ofrecidos y demandados.

Acorde con lo anterior, este Despacho procederá a definir el mercado relevante por la operación proyectada, delimitando primero el mercado de producto y, luego, el mercado geográfico, así como la relación de sustituibilidad entre los distintos productos ofrecidos y demandados.

16.4.1. Mercado de producto

La delimitación del mercado de producto abarca todos aquellos bienes y servicios que son considerados como intercambiables o sustituibles desde el punto de vista del consumidor, en razón a sus características, su precio, usos y cantidades vendidas. La determinación de los bienes que integran el mercado de producto debe hacerse desde el punto de vista del consumidor, ya que es él quien con sus decisiones define la competencia efectiva entre productores.

⁵³ Para lograr una adecuada definición del mercado relevante, esta Superintendencia se apoyará en los lineamientos diseñados por la Red Internacional de la Competencia (ICN, por sus siglas en inglés).

Ver ICN Merger Working Group: Investigation and Analysis Subgroup, "ICN Merger Guidelines Workbook" (documento preparado para la Quinta Reunión Anual del ICN, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 16 de abril, 2006). Disponible al público en el siguiente enlace:

<http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc321.pdf>. (Consulta 8 de mayo de 2018).

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Por tanto, el punto de partida corresponde a la identificación de las actividades económicas desarrolladas por las empresas que hacen parte de la operación proyectada, siendo estas en las cuales se anularía la competencia entre las partes como resultado de la misma. Una vez definido lo anterior, se pueden identificar los productos y/o servicios desarrollados por las intervinientes en la operación.

En este sentido, el mercado de producto deberá incluir aquellos productos hacia los cuales se trasladarían los consumidores ante incrementos pequeños no transitorios y significativos en el precio de cualquiera de los productos ofrecidos por las empresas a integrarse, permaneciendo el precio de los demás productos constante.

A continuación se presenta la descripción de los productos involucrados en la actividad económica desarrollada por las **INTERVINIENTES**, con el fin de identificar si existen bienes sustitutos de los mismos o si por el contrario corresponden en sí mismos a un solo mercado.

Para efectos del posterior análisis de sustituibilidad, la descripción de los productos afectados se realizará desde el punto de vista de sus características y usos en el mercado colombiano.

16.4.1.1. Actividades económicas desarrolladas por las INTERVINIENTES

Como se mencionó anteriormente, las **INTERVINIENTES** afirmaron que participan de manera coincidente en el mercado de contenidos audiovisuales en Colombia. No obstante, advierten que sus actividades no se encuentran restringidas de manera exclusiva a este sector⁵⁴.

Es importante señalar que el contenido de la industria audiovisual es producido "upstream" por los productores de medios y distribuido "downstream" en diferentes formatos por varios agentes del sector. Estos contenidos comprenden películas, deportes y series de televisión que pueden ser exhibidos en teatros/cines o difundidos como videos en casa o videos por pedido, entre otros medios⁵⁵.

De acuerdo con la información obrante en el Expediente, a continuación se muestran los mercados en los que participan de manera coincidente las **INTERVINIENTES** y que serían afectados por la operación de integración.

Tabla No. 8
Mercados coincidentes de las intervinientes

MERCADO	TWDC	21CF
Producción y suministro de películas para teatros	X	X
Producción y suministro de contenidos de televisión	X	X
Operación y suministro mayorista de canales de televisión	X	X
Suministro de espacio publicitario	X	X
Productos de consumo	X	X
Libros y revistas	X	X
Licenciamiento de derechos musicales	X	X
Licenciamiento para desarrolladores de videojuegos	X	X

Fuente: Folio 33 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Como se observa en la anterior tabla, las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en los mercados de: **(i)** producción y suministro de películas para teatros; **(ii)** producción y suministro de contenidos de televisión; **(iii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iv)**

⁵⁴ Folio 17 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁵⁵ Folio 18 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

suministro de espacio publicitario; (v) productos de consumo; (vi) libros y revistas; (vii) licenciamiento de derechos musicales; y (viii) licenciamiento para desarrolladores de videojuegos.

Vale la pena señalar que, respecto de la industria audiovisual de televisión, en decisiones anteriores, esta Superintendencia ha reconocido que la misma se encuentra conformada por tres niveles, en los siguientes términos:

“Según el estudio “Mercados Audiovisuales en un entorno de convergencia, febrero de 2015” elaborado por la COMISIÓN DE REGUALCIÓN DE COMUNICACIONES (en adelante, CRC) la industria de la televisión –TV- está compuesta de tres niveles (...)

- **CREACIÓN DE CONTENIDOS Y PRODUCCIÓN** Los dueños de los derechos y productores de contenido incluyen un variado número de entidades, desde organizaciones deportivas y estudios de cine hasta compañías de producción televisiva – Dimayor / Paramount, Universal, Teleset, RTI, entre otros. Ellos venden los derechos sobre el contenido a los distribuidores mayoristas del contenido.⁵⁶
- **DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE CANALES:** los proveedores de canales de televisión adquieren programas de televisión individuales de parte de terceros, que luego empaquetan en los canales de televisión. Estos proveedores ofrecen estos canales al por mayor a quienes ofrecen al por menor los servicios de televisión (operadores de televisión por suscripción), a su vez ésta pone a disposición de los usuarios los contenidos mediante diferentes infraestructuras como cable, satélite y banda ancha.⁵⁷

Adicionalmente, los distribuidores mayoristas de canales venden tiempo para anuncios publicitarios a compañías que desean promocionar sus productos o servicios al consumidor final, por ejemplo, Coca Cola, Hyundai, Familia, entre otros.⁵⁸

- **DISTRIBUIDORES MINORISTAS DE CONTENIDO:** tales como distribuidores por suscripción (Claro, Directv, Movistar, Une), Operadores de televisión comunitaria-compran canales a los distribuidores mayoristas, y combinan dichos canales en paquetes que a su vez son vendidos al consumidor final. En este nivel también se encuentran los canales abiertos que entregan su señal a los consumidores finales de manera gratuita. Por último, los distribuidores de contenido online, tales como Netflix, compran contenido para ser distribuido a través de internet.⁵⁹ ⁶⁰

De acuerdo con lo indicado anteriormente, a continuación se presenta una descripción de los mercados en los que las **INTERVINIENTES** participan coincidentemente:

i) Producción y suministro de películas para teatros

Este mercado abarca la etapa de pre-producción, producción y post-producción. La producción cinematográfica se monetiza a través de la distribución de películas en cines, donde los productores de cine pueden estar verticalmente integrados, caso en el cual sus propias organizaciones de distribución supervisan la distribución en los teatros⁶¹.

⁵⁶ Nota del pie de página No. 26 del texto original: “Mercados Audiovisuales en un entorno de convergencia” elaborado por la COMISIÓN DE REGUALCIÓN DE COMUNICACIONES. Febrero de 2015, Pág. 12.

⁵⁷ Nota del pie de página No. 27 del texto original: Folio 21 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁵⁸ Nota del pie de página No. 28 del texto original: Op. Cit “Mercados Audiovisuales en un entorno de convergencia febrero de 2015”

⁵⁹ Nota del pie de página No. 29 del texto original: *Ibid.*

⁶⁰ Rad. 17-38927. Estudio económico integración empresarial entre **AT&T** y **TIME WARNER**.

⁶¹ Folio 22 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

De manera alterna, los productores de cine pueden celebrar contratos con un tercero distribuidor y otorgar licencias de los derechos de distribución para diferentes países o para distribuidores locales, quienes a su vez otorgan sub-licencias de derechos de presentación a exhibidores de películas o minoristas (operadores de cine/cadenas de cine)⁶².

Las **INTERVINIENTES** afirmaron que utilizan terceros independientes para distribuir sus películas en cines. Estos terceros son los que contratan con los presentadores y acuerdan la comercialización de la película, negocian los contratos de alquiler de las películas y recaudan las tarifas correspondientes de alquiler. **TWDC** distribuye a través de **INDUSTRIAS AUDIOVISUALES COLOMBIANAS – CINECOLOR** y **21CF** mediante **CINE COLOMBIA S.A.**⁶³.

ii) Producción y suministro de contenidos de televisión

De acuerdo con lo establecido en el artículo 1 del Título 1 de la Ley 182 de 1995, se define técnicamente la televisión como un “*servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radicación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea*”.

El servicio de televisión puede contener una amplia gama de contenidos (series de televisión, deportes en vivo, juegos, documentales, noticieros, dibujos animados, conciertos y películas). Los propietarios de derechos y productores de contenido comprenden una multitud de actores internacionales y locales, que van desde organizaciones deportivas hasta compañías de producción de televisión, como por ejemplo, **HBO LATIN AMERICA GROUP** (en adelante, **TIME WARNER**), **VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS** (en adelante, **VIACOM**), **CARACOL TELEVISIÓN S.A.** (en adelante, **CARACOL TV**) y **RCN TELEVISIÓN S.A.** (en adelante, **RCN**), entre otros⁶⁴.

De manera tradicional, las transmisiones toman forma de servicios lineales gratuitos o de pago, en los que el horario y la secuencia de la programación está determinada por el presentador. Actualmente, dichas transmisiones también se encuentran ampliamente disponibles por pedido.

Estos servicios por pedido (no lineales) permiten a los consumidores ver el contenido después de la primera emisión o seleccionar el programa que pretenden ver desde un catálogo de contenido disponible y cambiante⁶⁵.

Las compañías activas en la producción y suministro de contenido audiovisual para televisión fabrican sus contenidos bien sea para consumo propio (uso interno de sus propios canales) o para terceros clientes, que pueden ser proveedores de canales de televisión y/o minoristas de servicios de televisión. Estos terceros incorporan el material a los canales de televisión lineales, los cuales proporcionan los contenidos de acuerdo con una programación establecida, o a operadores de plataformas de contenidos, quienes luego venden dichos productos a los usuarios finales de forma no lineal a través de internet⁶⁶.

⁶² *Ibidem*.

⁶³ Folio 23 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶⁴ Folio 25 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ Folios 25 y 26 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

iii) Operación y suministro mayorista de canales de televisión

Los productores o programadores ofrecen contenido audiovisual⁶⁷ a los operadores de televisión, quienes lo organizan en una secuencia lineal. Estos contenidos son distribuidos bien sea a través de plataformas de televisión abierta, que suministran canales a los consumidores de manera gratuita, o mediante plataformas de televisión por suscripción, bien sea por cable o satelital, en las que el espectador debe pagar una tarifa por suscripción⁶⁸.

Del mismo modo, estos productores y programadores pueden crear contenido no lineal para ser utilizado a través de servicios de video o por demanda. En este nivel de la cadena de suministro, también se incluyen los proveedores de televisión abierta, toda vez que constituyen un insumo para las plataformas de televisión por suscripción⁶⁹.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 11 de la Ley 680 de 2001, en Colombia los canales de televisión abierta están incluidos en los paquetes distribuidos por los operadores de televisión por suscripción. Como consecuencia, los suscriptores de televisión por suscripción constituyen una gran proporción de la audiencia de los canales de televisión abierta.

Según las **INTERVINIENTES**, además de la transmisión de televisión abierta y por suscripción, los canales de televisión pueden ser distribuidos a través de soluciones en internet (plataformas de reproducción o *streaming*), como por ejemplo **CARACOL PLAY** y **CLARO VIDEO**, entre otros⁷⁰, por las cuales los usuarios realizan un pago adicional.

iv) Suministro de espacio publicitario

Los medios de comunicación son un instrumento utilizado para transmitir la publicidad de la persona o de la compañía, pública o privada, interesada en informar o promocionar la existencia de sus bienes, productos o servicios. La Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC en el análisis “*Mercados audiovisuales en un entorno convergente*” ha indicado que los canales de televisión compiten con otras compañías de medios por los ingresos del mercado de publicidad, no solamente con otros canales de televisión sino también con otros medios de comunicación (periódicos, radio y revistas).

v) Productos de consumo

Según la información obrante en el Expediente, las **INTERVINIENTES** participan en el mercado de productos de consumo a través de licencias de derechos de propiedad intelectual para la fabricación de productos como juguetes, vestuario, calzado, textiles para el hogar, cuidado de la salud, relojería y joyería entre otros⁷¹.

Puntualmente, señalaron que este negocio representa una fuente secundaria de ingresos y que el traslape entre sus actividades es marginal, pues existe una licencia de derechos de propiedad intelectual para los productos de consumo suscrita en el exterior y no a través de las subsidiarias

⁶⁷ Los contenidos incluyen material básico y/o Premium (películas, documentales, deportes, noticias).

⁶⁸ Folio 27 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶⁹ Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC (febrero de 2015). *Mercados audiovisuales en un entorno convergente*. Regulación de Mercados. Pág. 12.

⁷⁰ Folio 28 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷¹ Folio 27 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

colombianas⁷². Los licenciarios de estos productos sólo pueden utilizar imágenes, logotipos o texto si el propietario de los derechos de propiedad intelectual o licenciante lo ha autorizado⁷³.

vi) Libros y revistas

TWDC crea, distribuye y otorga licencias de producto a editores colombianos, quienes pagan regalías a **TWDC** basadas en la venta de libros y revistas bien sea digitales o impresos. Estos productos comprenden libros para niños, cómics, colecciones de novelas gráficas, productos para el aprendizaje y aplicaciones de narración de cuentos. Los contratos de licenciamiento se suscriben generalmente fuera de Colombia y no se involucra a las subsidiarias constituidas en el país⁷⁴. **21CF** otorga licencias a los editores de libros o revistas y no los vende directamente.

Por lo anteriormente expuesto, las actividades de las partes en el mercado de libros y revistas coinciden en la concesión de licencias de contenido local a los editores⁷⁵.

vii) Licenciamiento de derechos musicales

Este mercado comprende la música contratada para películas y programas de televisión, así como la que se graba y distribuye en nombre de un respectivo sello musical.

Las actividades de las **INTERVINIENTES** se traslapan en el desarrollo, producción, comercialización y distribución de música grabada a nivel global. Por ejemplo, **TWDC**, a través de sus sellos musicales Hollywood Records y Walt Disney Records, graba varios artistas y distribuye su música a nivel global⁷⁶.

viii) Licenciamiento de contenido para desarrolladores de videojuegos

Las **INTERVINIENTES** afirmaron que producen entretenimiento interactivo para toda la familia, incluyendo videojuegos multiplataforma, videos en línea de formato corto, juegos móviles y sociales en todas las plataformas de medios actuales y emergentes⁷⁷.

Del mismo modo, señalan que mediante licencias otorgan el uso de sus nombres comerciales y personajes a desarrolladores de videojuegos y terceros en todo el mundo⁷⁸.

16.4.1.2. Sustituibilidad de la demanda

La sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda se puede analizar vía características, usos y precios similares entre los productos objeto de estudio y sus posibles sustitutos. Estas variables le permiten al consumidor tomar decisiones informadas para cubrir sus necesidades de consumo.

De acuerdo con lo señalado por las **INTERVINIENTES**, en la tabla a continuación se presentan los posibles sustitutos de los mercados de **(i)** producción y suministro de películas para teatros; **(ii)**

⁷² *Ibídem*.

⁷³ Folio 37 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷⁴ *Ibídem*.

⁷⁵ Folio 38 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷⁶ Folio 31 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷⁷ Folio 39 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷⁸ *Ibídem*.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

producción y suministro de contenidos de televisión; (iii) operación y suministro mayorista de canales de televisión; y (iv) suministro de espacio publicitario.

Tabla No. 9
Sustitutos de los mercados afectados

MERCADO	SUSTITUTOS
Producción y suministro de películas para teatros	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios que producen contenidos de televisión. • Proveedores no cinematográficos. • Productores de contenido en línea. • Contenido producido por el consumidor.
Producción y suministro de contenidos de televisión	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios que producen películas • Productores cuya actividad no es la televisión. • Productores de contenido en línea. • Contenido producido por el consumidor.
Operación y suministro mayorista de canales de televisión	<ul style="list-style-type: none"> • Video independiente por pedido. • Entretenimiento en casa (DVD y BLUE RAY). • Venta electrónica directa (EST). • Video transaccional por demanda o por suscripción.
Suministro de espacio publicitario	<ul style="list-style-type: none"> • Revistas y posters. • Radio y redes sociales • Aplicaciones y páginas web • Periódicos y vallas publicitarias • Publicidad en salas de cine

Fuente: Folios 45 al 50 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Respecto de los mercados: (i) productos de consumo; (ii) libros y revistas; (iii) licenciamiento de derechos musicales; y (iv) licenciamiento para desarrolladores de videojuegos, las **INTERVINIENTES** no aportaron información de sustitutos y advierten que su participación es sustancialmente inferior al ■% en estos mercados⁷⁹.

Vale la pena advertir que este Despacho, con el fin de realizar los análisis de los mercados afectados con la presente operación de la manera más restrictiva posible, solamente examinará la estructura de los mismos asumiendo que cada uno de estos corresponde a un mercado en sí mismo, y por el momento no tendrá en cuenta los posibles sustitutos señalados por las **INTERVINIENTES**.

Se aclara que con lo anterior, este Despacho no está descartando de plano la sustituibilidad existente entre los servicios señalados por las **INTERVINIENTES** y otros servicios audiovisuales. Sin embargo, este análisis detallado solo se encontrará necesario en caso de evidenciar incrementos sustanciales en los niveles de concentración, acompañados de altas barreras a la entrada.

16.4.1.3. Conclusión del mercado de producto

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, los mercados de producto para efectos del presente análisis corresponden a:

⁷⁹ Folios 50 y 51 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

- (i) Producción y suministro de películas para teatros
- (ii) Producción y suministro de contenidos de televisión
- (iii) Operación y suministro mayorista de canales de televisión
- (iv) Suministro de espacio publicitario
- (v) Productos de consumo
- (vi) Libros y revistas
- (vii) Licenciamiento de derechos musicales
- (viii) Licenciamiento para desarrolladores de videojuegos

16.4.2. Mercado geográfico

Para la correcta determinación del mercado relevante es necesario considerar la dimensión geográfica, que hace referencia a la zona en la que las **INTERVINIENTES** compiten y aquella en la que las condiciones de competencia son similares.

De conformidad con lo anterior, las **INTERVINIENTES** afirman que: “[...]os servicios ofrecidos por las Partes se prestan a nivel nacional. No existen barreras dentro del territorio colombiano que justifiquen una segmentación más reducida del mercado geográfico”⁸⁰.

Por lo anteriormente expuesto y dadas las características y condiciones específicas de la industria audiovisual en Colombia, este Despacho considera que para el análisis de la operación objeto de estudio, se entenderá que el mercado geográfico abarca todo el territorio nacional.

16.4.3. Conclusión del mercado relevante

Por lo anteriormente expuesto, el mercado relevante para efectos del presente análisis corresponde a los siguientes mercados a nivel nacional:

- (i) Producción y suministro de películas para teatros
- (ii) Producción y suministro de contenidos de televisión
- (iii) Operación y suministro mayorista de canales de televisión
- (iv) Suministro de espacio publicitario
- (v) Productos de consumo
- (vi) Libros y revistas
- (vii) Licenciamiento de derechos musicales
- (viii) Licenciamiento para desarrolladores de videojuegos

16.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO RELEVANTE

El porcentaje de participación que tenga cada empresa dentro del total de las ventas del mercado analizado, se convierte en un importante aspecto en el marco del análisis de competencia, toda vez que el mismo se encuentra directamente relacionado con el poder de mercado que tiene cada empresa.

Así, con la determinación de las cuotas de participación de los agentes activos en el mercado relevante es posible precisar de manera preliminar las condiciones de concentración que presenta el mismo. De igual forma, permitirá evaluar la capacidad de reacción que pueden tener los competidores de las **INTERVINIENTES** frente a la operación objeto de estudio.

Con el fin de conocer el comportamiento de los mercados relevantes definidos en el numeral anterior, esta Superintendencia calculó las participaciones de los diferentes agentes activos en cada mercado en el 2017, con base en los datos aportados por las **INTERVINIENTES**, cuyas fuentes de

⁸⁰ Folio 55 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

información son la agencia COMPASS LEXECON⁸¹, COMSCORE INC⁸² e INTERNET MOVIE DATABASE – (IMDB)⁸³, IBOPE⁸⁴, PROCHILE⁸⁵ y demás agentes requeridos por la Superintendencia de Industria y Comercio⁸⁶.

Los resultados obtenidos y el efecto de la presente operación en la estructura de cada mercado, se presentan a continuación. En primer lugar se mostraran los mercados en los cuales el ente integrado obtendría una participación inferior al 20%, posteriormente, se presentará el mercado en el que si bien el ente integrado obtiene una participación superior al 20%, la operación proyectada no genera preocupaciones en términos de libre competencia.

Es importante señalar en este acápite que en el mercado de productos de consumo, las **INTERVINIENTES** participan a través de licencias de derechos de propiedad intelectual, suscritas regularmente fuera de Colombia, para la fabricación de una amplia gama de productos de consumo tales como: juguetes, vestuario y calzado, textiles para el hogar, cuidado de la salud y belleza, relojes y joyería, entre otros⁸⁷.

Teniendo en cuenta lo anterior, no resulta posible para esta Superintendencia reconstruir la información del mercado de productos de consumo que dé cuenta de las mejores aproximaciones posibles a las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** y sus principales competidores, de forma tal que resulte confiable para el presente análisis.

No obstante, de acuerdo con la información obrante en el Expediente, este Despacho encuentra que se trata de un mercado con multiplicidad de agentes y con una baja representación respecto de las ventas totales de las **INTERVINIENTES** (menos del █% de sus ingresos totales en Colombia).

Dicha situación, de manera preliminar, permite mitigar las preocupaciones que como consecuencia de la operación informada se pudieran generar. Por lo expuesto, no se presentará información relativa a la estructura del mercado de productos de consumo.

16.5.1. Mercados en los cuales las INTERVINIENTES ostentan menos del 20% de participación

A continuación se presenta la estructura de los mercados: **(i)** producción y suministro de contenidos para televisión; **(ii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iii)** suministro de

⁸¹ COMPASS LEXECON es una empresa de consultoría económica con sede en Chicago, Estados Unidos que proporciona análisis de problemas económicos para su uso en procedimientos legales, decisiones estratégicas y debates de políticas públicas, así como asuntos en materia de competencia y análisis regulatorios.

⁸² COMSCORE es una compañía de medición de cross-platform sobre las conductas de las audiencias, marcas y los consumidores en todas aquellas pantallas donde se puede ver contenidos.

⁸³ INTERNET MOVIE DATABASE es una base de datos en línea que almacena información relacionada con películas, personal de equipo de producción, series de televisión, programas de televisión, videojuegos y todo lo relacionado con medios de entretenimiento visual.

⁸⁴ IBOPE: es una empresa dedicada a la investigación de mercados en América Latina, que brinda un amplio conjunto de información y estudios sobre los medios, hábitos de consumo de productos y marcas, opinión pública, intención de voto, comportamiento de los consumidores y del mercado.

⁸⁵ PROCHILE: es una institución encargada de promover las exportaciones de productos y servicios del país, a través de una amplia gama de herramientas entre las que destacan sistemas de información de alta calidad, entre otros.

⁸⁶ Información obrante en los folios 307 al 535 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1, 705 al 780 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 2, 799 al 901 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 3 del Expediente. Folio 90 y 91 CD'S (Anexo 5.3).

⁸⁷ Folio 29 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

espacios publicitarios, (iv) libros y revistas; (v) licenciamiento de derechos musicales; y (vi) licenciamiento para desarrolladores de videojuegos, para el año 2017.

- **Producción y suministro de contenidos de televisión**

En este mercado las **INTERVINIENTES** afirmaron que desconocen fuentes confiables que proporcionen estimaciones sobre el tamaño del mercado en términos de ingresos por distribución y licenciamiento de contenido audiovisual para televisión.

Ante tal limitación, esta Superintendencia indagó sobre estudios de mercado o información de carácter público que pudiera contener información relevante para estudiar las participaciones en el mercado de producción y suministro de contenidos de televisión, sin que se arrojase una respuesta positiva a tal labor investigativa. Cabe precisar que a pesar de que las **INTERVINIENTES** manifestaron no contar con información actualizada sobre el tema (estudios de mercado recientes), presentaron sus mejores estimaciones respecto del tamaño del mercado para el año 2017, con base en la información del “*Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales en Colombia*” de PROCHILE según la declaración del comisionado de ANTV⁸⁸.

En todo caso, el análisis de estructura de mercado debe contener un estimativo de las participaciones de mercado, inclusive para la validación de su deber de informar de conformidad con la Ley 1340 de 2009. En este sentido, este Despacho considera que es necesario tomar para el análisis de esta operación y, como punto de referencia, la información aportada por las **INTERVINIENTES**, la cual si bien no es del todo exhaustiva, sí aporta bases o elementos suficientes para realizar un análisis de la posición que ostentan las **INTERVINIENTES**.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación se presenta la estructura del mercado de producción y suministro de contenidos de televisión con base en la información aportada por las **INTERVINIENTES**.

Tabla No. 10
Producción y suministro de contenidos de televisión

ESTUDIO	VENTAS (\$)	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL			100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Tal y como se observa en la tabla anterior, las ventas de las **INTERVINIENTES** les permitieron alcanzar cuotas de participación que no superaron ███% en el mercado de producción y suministro de contenidos de televisión. De esta manera, de concretarse la operación proyectada, **TWDC** alcanzaría una participación del ███%.

- **Operación y suministro mayorista de canales de televisión**

En el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión las **INTERVINIENTES** estimaron las cuotas de participación de los distintos agentes que compiten en la industria con base en los niveles de audiencia (IBOPE) para el 2017.

⁸⁸ ANTV es la entidad gubernamental de Colombia que tiene por objeto brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas en la prestación del servicio público de televisión, con el fin de garantizar el acceso a la televisión, el pluralismo informativo, la competencia y eficiencia del servicio.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

De acuerdo con la información aportada, se observa que en este mercado participan a nivel nacional [redacted], [redacted], [redacted], [redacted], [redacted], [redacted], [redacted] (en adelante, [redacted]), [redacted], [redacted] (en adelante, [redacted]) y [redacted], entre otros.

Tabla No. 11
Operación y suministro mayorista de canales de televisión

PROGRAMADOR ACTUAL	RATING%	% ANTES	% DESPUES
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Como se desprende de la tabla anterior, según las mediciones de audiencia realizadas por IBOPE, los programadores que alcanzaron mayor participación en 2017 fueron [redacted] y [redacted] con cuotas de mercado del [redacted]% y [redacted]%, respectivamente. La participación alcanzada por TWDC fue de [redacted]% y la de [redacted] fue de [redacted]%. De materializarse la operación proyectada, el agente integrado alcanzaría una participación de mercado del [redacted]%, alcanzando el tercer lugar, luego de [redacted] y [redacted].

No obstante los resultados obtenidos con base en la medición de audiencia no generan preocupación en términos de concentración en este mercado, este Despacho consideró pertinente estimar las cuotas de participación de los programadores con base en las ventas que los mismos obtuvieron. Las estimaciones realizadas se muestran en la siguiente tabla.

Tabla No. 12
Operación y suministro mayorista de canales de televisión - 2017

PROGRAMADOR ACTUAL	VENTAS	% ANTES	% DESPUES
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Como se observa, en el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión, de acuerdo con las ventas realizadas por los programadores en 2017, los líderes también son [REDACTED] y [REDACTED] con cuotas de mercado del [REDACTED]% y [REDACTED]%, respectivamente. En cuanto a la participación alcanzada por las **INTERVINIENTES**, este Despacho encontró que las mismas fueron de [REDACTED]% para [REDACTED] y de [REDACTED]% para [REDACTED], lo que le permitiría al ente integrado ubicarse en el tercer lugar con una participación de [REDACTED]%.

En concordancia con las participaciones presentadas en las tablas Nos. 11 y 12 de la presente actuación administrativa, esta Superintendencia encuentra que en cualquiera de los dos escenarios, bien sea estimando la estructura del mercado de acuerdo a los niveles de audiencia o de ventas, la operación proyectada no reforzaría sustancialmente la participación de [REDACTED] en el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión.

- **Suministro de espacios publicitarios**

En este mercado, las **INTERVINIENTES** afirmaron que compiten por los ingresos publicitarios no solo con otros canales sino con otros medios de comunicación. De acuerdo con lo anterior, en la Tabla No. 13 se presenta información relativa a la participación de las **INTERVINIENTES** respecto del total del mercado de publicidad en todos los medios de comunicación. Adicionalmente, las tablas Nos. 14 y 15 muestran dos (2) escenarios más restrictivos, publicidad en televisión y en radio considerados cada uno como un mercado en sí mismo.

En cualquier caso, esta Superintendencia observa que sin perjuicio de cómo se segmente el mercado, la operación de integración no representa riesgos en materia de libre competencia, pues bajo ningún escenario la entidad integrada superaría el 20% de participación

Tabla No. 13
Publicidad en todos los medios

ESTUDIO	INGRESOS PUBLICITARIOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Tabla No. 14
Publicidad en televisión

ESTUDIO	INGRESOS PUBLICITARIOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Tabla No. 15
Publicidad en radio

ESTUDIO	INGRESOS PUBLICITARIOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Nº 9 2709

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

- **Libros y revistas**

A partir de las cifras aportadas por las **INTERVINIENTES**, a continuación se presentan las ventas que obtuvieron en 2017 en el mercado de libros y revistas. Como se puede observar, la participación de las **INTERVINIENTES** fue poco significativa, pues tanto para **TWDC** como para **21CF** fue inferior al █%.

Tabla No. 16
Participación mercado libros y revistas

EMPRESA	INGRESOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

- **Licenciamiento de derechos musicales**

A partir de las cifras aportadas por las **INTERVINIENTES**, a continuación se presentan los ingresos por ventas en el mercado de licenciamiento de derechos musicales. Al igual que en el mercado de libros y revistas, las **INTERVINIENTES** obtuvieron participaciones inferiores █% en el 2017, razón por la que el ente integrado alcanzaría una cuota de participación poco significativa (█%).

Tabla No. 17
Participación mercado licenciamiento de derechos musicales

EMPRESA	INGRESOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

- **Licenciamiento para desarrolladores de videojuegos**

A partir de las cifras aportadas por las **INTERVINIENTES**, a continuación se presentan los ingresos por ventas en el mercado de licenciamiento para desarrolladores de video juegos. De las cifras presentadas se evidencia que tanto **TWDC** como **21CF** alcanzaron participaciones █% y █%, respectivamente. Por lo anterior, esta Superintendencia encuentra que la participación que obtendría el ente integrado seguiría estando por debajo del █.

Tabla No. 18
Participación mercado licenciamiento para desarrolladores de videojuegos

EMPRESA	INGRESOS	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Teniendo en cuenta las cifras presentadas en las tablas Nos. 10 a la 18, y que según el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009⁸⁹, se entenderán

⁸⁹ "Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4 de la Ley 155 de 1959 quedará así:

(...)

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

autorizadas y únicamente deberán ser notificadas a esta Entidad, aquellas operaciones de integración en las que las empresas intervinientes cuenten en conjunto con menos del 20% del mercado relevante, para este Despacho no resulta necesario hacer un análisis de fondo de los efectos que la operación proyectada tiene sobre la competencia en los siguientes mercados anteriormente presentados.

16.5.2. Mercado de suministro de películas para teatros

En este mercado participan a nivel nacional [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]), entre otros.

Tabla No. 19
Producción y suministro de películas para teatros

ESTUDIO	No. TITULOS	INGRESOS TAQUILLA (COP)	% ANTES	% DESPUES
TOTAL			100%	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada folio 90 (CD Anexo 5.3) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

De acuerdo con los resultados presentados en la anterior tabla, se observa que en el mercado de producción y suministro de películas para teatros concurren 15 estudios aproximadamente.

La empresa líder en este sector fue [REDACTED], con una participación del [REDACTED]%, seguida por [REDACTED] con cerca del [REDACTED]%. Por su parte [REDACTED] ocupa la [REDACTED] posición dentro de la estructura del mercado, con una cuota del [REDACTED]% y [REDACTED] el [REDACTED] lugar con el [REDACTED]%.

De este modo, en caso de perfeccionarse la operación proyectada el agente integrado obtendría una cuota estimada del [REDACTED]% en el mercado de producción y suministro de películas para teatros, ocupando la posición de liderazgo que actualmente ostenta [REDACTED].

Pese a que con la transacción se reforzaría la participación actual de [REDACTED] posicionándolo como [REDACTED] del mercado entre sus competidores, es preciso resaltar que prevalecería una fuerte presión competitiva por parte de grandes productoras de cine a nivel global como [REDACTED] y [REDACTED] y productoras locales como [REDACTED], quienes representan más del [REDACTED]% del total del mercado analizado.

De lo anterior, se infiere que en el corto plazo TWDC no contaría con incentivos para imponer condiciones de mercado que afecten los actuales niveles de competencia. Si el agente integrado optara por dicha estrategia, los consumidores podrían desviar fácilmente su demanda hacia

En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación (...).

UNIVERSAL y **CINE COLOMBIA**, e incluso a otras compañías como **SONY** y **PARAMOUNT** de menor tamaño en el mercado. Así, la probabilidad de que el ejercicio de poder de mercado por parte del agente integrado resulte rentable es baja.

Es importante mencionar en este acápite que la industria cinematográfica nacional está creciendo debido a los incentivos económicos ofrecidos a las producciones y coproducciones colombianas y a la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.

Adicionalmente, las características de este mercado hacen que sea un negocio no previsible, pues, el poder de mercado que obtenga un agente (productores) no dependerá de sí mismo, sino del éxito de las películas que produce.

Así las cosas, esta Superintendencia no considera procedente continuar con un análisis más exhaustivo del mercado de producción y suministro de películas para teatros.

16.6. POTENCIALES EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA COMPETENCIA

Los efectos de una operación de integración se encuentran vinculados al tipo de operación que se realiza. Así, para concentraciones horizontales, la disminución en el número de competidores puede generar un incremento considerable en los niveles de concentración del mercado, de forma tal que se refuerce la capacidad de las intervinientes para determinar las condiciones del mercado de manera independiente de los demás agentes participantes en él, circunstancia que conduce a una indebida restricción de la competencia. Este escenario se conoce como "*efectos unilaterales*".

De la misma manera, una integración horizontal puede generar un ambiente propicio para la coordinación entre las empresas resultantes de la integración y sus competidores inmediatos, para restringir la oferta, aumentar el nivel de precios y disminuir la calidad de los productos entre otros. Este escenario se conoce como "*efectos coordinados*".

En el caso particular, la operación proyectada tendría efectos horizontales en los mercados relevantes definidos, toda vez que las **INTERVINIENTES** se encuentran activas en la industria audiovisual en Colombia.

En dichos mercados se descartan efectos verticales, toda vez que la operación proyectada no implica la concentración de dos o más actores que se encuentran activos en diferentes eslabones de una misma cadena de valor.

Una vez perfeccionada la transacción proyectada, aunque **TWDC** incrementará su participación en los mercados de: **(i)** producción y suministro de contenidos de televisión; **(ii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iii)** suministro de espacio publicitario; **(iv)** productos de consumo; **(v)** libros y revistas; **(vi)** licenciamiento de derechos musicales; y **(vii)** licenciamiento para desarrolladores de videojuegos. Sin embargo, esta situación no representa riesgos sustanciales para la competencia por las razones anteriormente expuestas.

En cuanto al mercado de producción y suministro de películas para teatros, se advierte que con el perfeccionamiento de la operación proyectada, **TWDC** incrementará su participación en el mismo, reforzando la posición que actualmente ostenta dentro de su estructura, convirtiéndose en el líder del mercado.

Sin embargo, para este mercado, en principio se descartan posibles efectos unilaterales, toda vez que con el perfeccionamiento de la operación proyectada, el ente integrado no ostentará una participación de mercado superior y distante a la de sus competidores, que facilite la posibilidad de que pueda determinar por sí mismo las condiciones de competencia en el mercado. Por el contrario, se observa que el ente integrado enfrentaría competidores de gran tamaño, que ostentan cuotas de participación importantes.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

No obstante los resultados encontrados por esta Superintendencia, respecto a los potenciales efectos restrictivos de la competencia que pudieran derivarse una vez materializada la transacción proyectada, a continuación este Despacho presentará un resumen de los argumentos aportados por **DIRECTV**, en su calidad de tercero interesado.

16.7. Argumentos presentados por DIRECTV

DIRECTV manifestó ser un proveedor de servicios de televisión por suscripción satelital que se encuentra presente en el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión en todo el territorio colombiano, a excepción de la isla de San Andrés y Providencia. En esta calidad, y respecto de los posibles efectos derivados de la operación de integración proyectada, indicó:

*“En Colombia, la fusión de Disney y Fox (la **“Transacción”**) representará, entre otros impactos, una fusión horizontal de dos de los principales grupos de programación de televisión por suscripción de Colombia y unirá en un solo grupo económico a los principales canales de deportes internacionales, Fox Sports y los canales de deportes de ESPN. Disney, a través de American Broadcasting Company (ABC) es propietaria de ESPN Inc. que opera los siguientes canales deportivos: ESPN, ESPN2, ESPN3, ESPN Play y ESPN+. Por otro lado, Fox, a través de Fox Sports Latinoamérica, opera los siguientes canales deportivos: Fox Sports, Fox Sports 2 y Fox Sports 3”⁹⁰.*

La preocupación de **DIRECTV** respecto de los posibles efectos restrictivos de la competencia, versa sobre el hecho de que una vez materializada la operación de integración, se generará una alta concentración en los derechos de transmisión (generalmente en vivo) de los eventos deportivos internacionales, puesto que las **INTERVINIENTES** retransmiten, de acuerdo con lo indicado por **DIRECTV**, casi la totalidad de eventos deportivos internacionales relevantes que son transmitidos anualmente en América Latina⁹¹.

En lo que concierne a la concentración en los derechos de los eventos deportivos internacionales, **DIRECTV** puso de presente lo siguiente:

“Los derechos de retransmisión se venden en procesos de licitación regional con varios competidores, que se realizan periódicamente cada tres a cinco años (...) los derechos de retransmisión tienden a ser exclusivos y gestionados por los mismos grupos de programación, independientemente de que se produzcan licitaciones periódicas. Por ejemplo, en cuanto a los eventos de fútbol, la Copa Libertadores y la Copa Suramericana, organizadas por Conmebol, han sido retransmitidas por Fox desde 2003”⁹².

A su vez, respecto de las evaluaciones de control de integración empresarial realizadas en otras jurisdicciones, **DIRECTV** manifestó que el Departamento de Justicia de los Estados Unidos de América (en adelante, **DJEU**) había autorizado la operación con la condición de que **Disney** desinvertiera las redes regionales de deportes de **FOX**. En este sentido precisó:

“(...) en Estados Unidos, el grupo Fox no propuso transferir sus principales cadenas nacionales de deportes (...) Fox Sports 1 (FS1), Fox Sports 2 (FS2), Fox Deportes y Big Ten Network (BTN)(...) Por esta razón, el Departamento de Justicia de los Estados Unidos no hizo un análisis del impacto en el mercado de la concentración de dichos canales con los canales de ESPN”⁹³. Bajo este entendido, el estudio de la Transacción por parte de la

⁹⁰ Folio 151 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente. Aparte público.

⁹¹ Folio 155 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente. Aparte público.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ Nota del pie de página No. 11 del texto original. “En Estados Unidos, se comenta que los canales nacionales deportivos de Fox no fueron parte de la Transacción para evitar preocupaciones desde el punto de vista del derecho de la competencia (...)”.

autoridad de competencia de Estados Unidos no es comparable con el estudio de la Transacción en Colombia, en donde Fox propone la transferencia del control en todos sus canales de deportes.

(...) Fox propuso a la autoridad de competencia la enajenación de sus redes regionales de deportes. Las redes regionales de deportes en Estados Unidos son canales que retransmiten eventos deportivos en determinadas áreas geográficas. Las redes regionales de deportes (...) adquieren sus derechos de retransmisión directamente de los equipos deportivos. No obstante que en Colombia no existen canales que se asimilen a las redes regionales de deportes de Estados Unidos, vale la pena recalcar que el Departamento de Justicia de los Estados Unidos analizó el traslape geográfico de las redes de ESPN y Fox⁹⁴.

En cuanto a esas áreas geográficas, el Departamento de Justicia de EE.UU concluyó que el traslape tendría potenciales efectos restrictivos para la libre competencia y requeriría la desinversión de las redes regionales de deportes de Fox⁹⁵. (Subrayas fuera del texto original).

16.7.1. Argumentos de las INTERVINIENTES frente a los reparos de DIRECTV

Los argumentos presentados por las INTERVINIENTES frente a aquellos presentados por DIRECTV se sintetizan de la siguiente manera:

En cuanto a la concentración en los derechos de transmisión de los canales deportivos las INTERVINIENTES afirmaron:

“DirecTv parece insinuar que existe el riesgo de que la transacción genere efectos anticompetitivos en el mercado para la creación y suministro de contenido para televisión, especialmente con respecto a los canales con contenido deportivo. Aunque es cierto que la operación proyectada genera un traslape horizontal en el mercado, esta integración no genera poder de mercado ni ninguna falla de mercado que sugiera que el traslape (y por lo tanto la transacción) limita la competencia.

El mercado relevante del suministro mayorista de canales de televisión se caracteriza por ser altamente fragmentado con posibilidades mínimas de poder de mercado para un agente en particular⁹⁶.

Señalaron también que, incluso en el escenario post-integración, habrá canales con contenido deportivo con un mayor número de audiencia, como **RCN** y **CARACOL TV**. Con base en lo anterior, las INTERVINIENTES destacaron que ostentan cuotas de participación relativamente bajas en el mercado de suministro mayorista de canales de televisión de contenido deportivo en Colombia y por ende, no resulta probable que la entidad integrada tenga la capacidad de llevar a cabo prácticas restrictivas de la competencia a partir de un poder de mercado que, según ellas, nunca ha tenido ni tendrá como consecuencia de la transacción proyectada⁹⁷.

En línea con lo anterior, las INTERVINIENTES reconocieron que tales conductas unilaterales por parte del agente integrado ocasionarían que los clientes migren a otros proveedores de contenido y mayoristas de canales de televisión.

⁹⁴ Folios 155 y 156 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente. Aparte público.

⁹⁵ Folio 156 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente. Aparte público.

⁹⁶ Folio 226 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente. Aparte público.

⁹⁷ Folio 226 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Según las **INTERVINIENTES**, el fútbol es el deporte más visto por los colombianos, muy por encima de cualquier otro deporte. Presentaron información que da cuenta de que los eventos deportivos con mayor audiencia en el año 2017 fueron los partidos de eliminatoria al mundial “Rusia 2018”, donde Colombia jugó, partidos que, fueron transmitidos por **CARACOL TV**.

Ahora bien, las **INTERVINIENTES** hicieron hincapié en el hecho de que no existe una base sobre la cual definir un segmento aún más estrecho, como por ejemplo el mercado para deportes internacionales, en comparación con otros canales deportivos, pues, en Colombia el contenido deportivo nacional es más popular respecto a otro tipo de eventos deportivos, generándose de este modo una relación de competencia.

En este sentido, señalaron lo siguiente:

“De acuerdo con históricos de audiencia, el fútbol es el deporte más visto por los colombianos, muy por encima de cualquier otro deporte. Asimismo, es posible aseverar que los partidos de fútbol donde ha jugado la Selección Colombia, como eliminatorias y partidos de Mundiales de FIFA y copas regionales, han sido los de mayor audiencia en la historia de la televisión colombiana”⁹⁸.

Por lo anterior, es de esperar que los canales privados de televisión abierta, particularmente **CARACOL TV**, de manera histórica, hayan concentrado el mayor volumen de audiencia en lo relacionado con eventos deportivos que no son cubiertos por los canales de televisión de las **INTERVINIENTES**⁹⁹.

En cuanto a los derechos de retransmisión de los eventos internacionales deportivos, las **INTERVINIENTES** señalaron:

“(…) estos derechos son subastados por los propietarios de los eventos deportivos – generalmente ligas y asociaciones– en ofertas periódicas competitivas. La frecuencia de los ciclos de liquidación y los términos de las concesiones de derechos (la mayoría de los eventos tienen un ciclo de 3 a 5 años) son condiciones clave de distribución y tienen un impacto importante en la contestabilidad del mercado.

Como se ha visto, históricamente los canales privados de televisión abierta en Colombia han sido adjudicatarios de los derechos de transmisión de los principales eventos deportivos, y han sido también los canales con los mayores niveles de audiencia en materia deportiva. No obstante, ello no es óbice para aseverar que, desde una perspectiva general, las cuotas de mercado actuales no son indicativas de poder de mercado de la mayoría de agentes y que las mismas son apenas un reflejo de corto plazo, sujeto a los cambios en la concesión de derechos de transmisión de estos eventos”¹⁰⁰.

De otra parte, agregaron que no poseen derechos de transmisión importantes, ni exclusivos (v.gr. para Liga de Campeones, Premier League, Liga 1-Francia, Tennis Grand Slam – Australian Open, Mayor League Baseball), que puedan garantizarles el control sobre este mercado ni en el corto, mediano, ni largo plazo, ya que la mayoría de los derechos de transmisión deportiva profesional se encuentran en manos de terceros y jugadores locales, por lo que concluyen que la entidad integrada no tendrá la capacidad de imponer condiciones unilaterales en este mercado, pues no contarán con un poder de mercado post-transacción.

⁹⁸ Folio 358 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁹⁹ Folio 359 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁰⁰ Folio 360 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Frente al contenido deportivo nacional, las **INTERVINIENTES** resaltaron que este es transmitido principalmente por los canales de televisión **CARACOL TV, RCN** y **WINS SPORTS S.A.S.**, (en adelante, **WIN SPORTS**)¹⁰¹.

En virtud de lo expuesto, las **INTERVINIENTES** señalaron que frente a cualquier duda razonable, no tienen una posición privilegiada o poder de mercado en la transmisión de contenidos deportivos a través de sus canales de televisión, pues, son los canales privados de televisión abierta quienes históricamente han tenido los mayores niveles de audiencia y quienes han logrado conservar sus derechos de transmisión en las últimas décadas¹⁰².

También indicaron que la estructura del mercado de suministro mayorista de canales de televisión es muy dinámica, con fuerte presión competitiva por parte de las plataformas "over the top – OTT"¹⁰³ con derechos sobre contenido deportivo como el ofrecido por las **INTERVINIENTES**. Del mismo modo, señalaron que los avances en tecnologías de transmisión como el *streaming*, que requieren un menor ancho de banda y se prestan a precios asequibles, han permitido que servicios de suscripción de video bajo demanda como Netflix, Amazon, YouTube, Twitter, Claro Video, Movistar Play y otros, compitan con mayor eficacia y resultados de los servicios tradicionales de televisión.

Por lo tanto, la competencia producida por los operadores OTT es relevante en materia de contenido deportivo, pues los nuevos jugadores compiten activamente en la adquisición de derechos de transmisión para eventos deportivos, especialmente Facebook, quien tiene los derechos para transmitir (Liga de Campeones de la UEFA y Copa Libertadores), IMG (Serie A - liga italiana) y Amazon (Premier League y juegos NFL). Es importante señalar que las ligas deportivas están comenzando a lanzar sus propios servicios de transmisión, para entregarlo directamente a los consumidores finales, como la NBA (liga estadounidense de baloncesto), MBL (liga estadounidense de béisbol), ATP (tenis profesional masculino) y juegos olímpicos¹⁰⁴.

Respecto a la decisión del Departamento de Justicia de los Estados Unidos (en adelante **DJEU**), las **INTERVINIENTES** informaron que las preocupaciones de esa Corporación sobre el impacto anticompetitivo de la transacción giraban en torno a los canales deportivos regionales de **FOX**, canales que no realizan operaciones fuera de los Estados Unidos, sino que operan dentro de un área metropolitana al interior de ese país, por lo que no generan efectos sobre la competencia en Colombia.

¹⁰¹ Folio 231 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁰² Folio 361 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁰³ Las plataformas "over the top" son las que transmiten información a dispositivos electrónicos conectados a la web, como por ejemplo computadores, teléfonos inteligentes, tabletas y Smart TV'S.

De acuerdo con la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC. "El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia, impactos y perspectivas regulatorias". Pág. 4 (mayo de 2018). "Si bien no existe una definición unificada de servicios OTT o "Over-The-Top", los servicios OTT se pueden definir como servicios de comunicaciones y aplicaciones de entrega de contenido e información a los que los usuarios finales acceden usando su propia conexión a Internet. Normalmente, los proveedores de servicios OTT no proporcionan acceso a la red por su cuenta a los usuarios finales. Para efectos de esta Consulta Pública, servicios OTT hacen referencia a servicios de comunicaciones (e.g., servicios de voz, mensajes multimedia y audiovisuales) ofrecidos por un proveedor OTT. Así mismo, se define OSP (Online Communication Service Providers) como proveedores de servicios OTT de comunicaciones en línea, e.g., Skype, Facetime, etc., para servicios de voz, Skype, Messenger, WhatsApp, etc., para servicios de mensajería, y Netflix, Hulu, YouTube, etc., para servicios audiovisuales".

Disponible en:

<https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Documento%20de%20consulta%20publica%20definicion%20de%20metodologia%20OTT%20rev%20PUB.pdf>. Consulta realizada el 20 de diciembre de 2018.

¹⁰⁴ Folio 363 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Del mismo modo, afirmaron que si bien el **DJEU** no había llegado a una conclusión definitiva respecto a los canales regionales de **FOX** y aunque **TWDC** consideraba que la adquisición de los mismos no generaba riesgos en materia de competencia, **TWDC** decidió eliminar la necesidad de que el **DJEU** llevara a cabo investigaciones adicionales comprometiéndose a desinvertir en esos canales.

Así las cosas, el acuerdo con el **DJEU** consiste en que **TWDC** desinvierta los canales regionales de **FOX** a uno o más compradores aprobados por este organismo dentro de los 90 días siguientes después del cierre de la transacción o cinco (5) días después de que la corte formalice el acuerdo a través de un juicio final¹⁰⁵.

En línea con lo anterior, pusieron de presente que los canales operados por las **INTERVINIENTES** en Colombia, contrario a los canales regionales de **FOX** en Estados Unidos, no se encuentran limitados a un mercado local o a una región geográfica particular. Por el contrario, están disponibles a nivel nacional, incluso internacional dado que la parrilla de programación es la misma para varios países latinoamericanos.

16.7.2. Consideraciones del Despacho sobre los argumentos presentados por **DIRECTV**

- **La transacción proyectada en el mercado de distribución mayorista de canales deportivos internacionales**

DIRECTV señaló que en Colombia la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES**, representará un gran impacto, no solo por los efectos que produce una operación horizontal, según **DIRECTV**, de los principales grupos de programación por suscripción en Colombia, sino porque unirá en un solo grupo económico a los principales canales de deportes internacionales de **FOX SPORTS** y **ESPN**¹⁰⁶. Del mismo modo, indicó que las **INTERVINIENTES** retransmiten casi la totalidad de eventos deportivos internacionales relevantes que son transmitidos anualmente en América Latina, pues los derechos tienden a permanecer dentro del mismo licenciatario, sin perjuicio de los procesos de licitación que se realizan periódicamente¹⁰⁷.

Respecto de los señalamientos de **DIRECTV**, vale la pena indicar que este Despacho, dadas las particularidades de la industria audiovisual, no considera procedente segmentar el mercado de suministro mayorista de canales de televisión por género (infantil, deportes, variedades, entre otros), pues los consumidores buscan una amplia gama de contenidos, por lo que contratan paquetes que incluyen tanto contenido deportivo como de otro tipo. Lo señalado anteriormente permite concluir, de manera preliminar, que los canales de otros contenidos competirían para la conformación de los planes ofrecidos por los operadores de televisión por suscripción en igualdad de condiciones con los canales de contenido deportivo.

Lo anterior se confirma al examinar los contenidos tanto de canales de televisión abierta como de las parrillas de los operadores de televisión por suscripción, quienes generalmente abarcan un amplio portafolio de contenidos audiovisuales, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y, por ende, obtener mejores niveles de audiencia.

En decisiones anteriores, esta Superintendencia ha definido el mercado de distribución mayorista de canales de televisión sin ningún tipo de segmentación por género¹⁰⁸, y concluyó que en dicho

¹⁰⁵ Folio 230 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁰⁶ Folio 151 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

¹⁰⁷ Folio 155 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

¹⁰⁸ Rad. 17-38927. Estudio económico integración empresarial entre **AT&T** y **TIME WARNER**.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

mercado existe una relación de complementariedad entre los canales y economías de alcance para los operadores de televisión por suscripción, situación que refleja la realidad del mercado en el cual la competencia versa entre productos atados y no entre productos individuales.

En este punto llama la atención de este Despacho lo señalado por **DIRECTV**, quien informó que a partir de febrero de 2017, **FOX** cambió la modalidad de pago a un costo total por todos los canales divididos en tres "tiers": (i) tier 1¹⁰⁹; (ii) tier 2¹¹⁰; y (iii) tier 3¹¹¹. Lo anterior, resulta un elemento objetivo adicional de la relación de complementariedad que existe entre los distintos canales de televisión que hacen parte de los paquetes que ofrecen los operadores de televisión por suscripción.

Esto significa que, aguas abajo, en el mercado de televisión por suscripción o distribución de contenidos de televisión, la competencia se da por paquetes de televisión y no entre canales, siendo esta la razón por la cual los planes ofrecidos por los operadores de televisión por suscripción están compuestos tanto por los canales abiertos como cerrados (básicos y *premium*).

No obstante lo anterior, en atención a los argumentos presentados por **DIRECTV**, respecto de la concentración que obtendría el ente integrado en la producción y suministro de contenidos deportivos, esta Superintendencia, en gracia de discusión, consideró un escenario más estrecho (asumiendo que los eventos deportivos, transmitidos a través de canales de deportes y canales con variedad de contenidos, corresponden a un mercado en sí mismo), con el fin de determinar la participación de las **INTERVINIENTES** y sus competidores en este segmento, de haber sido viable una definición de mercado de este tipo. Los cálculos fueron realizados de conformidad con los niveles de audiencia promedio a partir de las cifras aportadas por las **INTERVINIENTES** cuya fuente de información es IBOPE para el año 2017.

Tabla No. 20
Rating contenido deportivo

CANALES	RATING	% ANTES	% DESPUÉS
TOTAL		100%	100%

Fuente: Información aportada por las **INTERVINIENTES** folio 907 del Cuaderno Público No. 2 (aparte reservado) del Expediente.

¹⁰⁹ Tier 1: incluye en un solo paquete los canales: FOX, FX, FOX LIFE, FOX SPORTS, FOX SPORTS 2, FOX SPORTS 3, FX MOVIES (FILM ZONE), CINECANAL y NAT GEO

¹¹⁰ Tier 2: incluye en un solo paquete los canales: NAT GEO WILD y NATGEO KIDS.

¹¹¹ Tier 3: incluye el canal baby TV.

De acuerdo con la información presentada en la Tabla No. 20, este Despacho encontró que aún en este escenario, la estructura del mercado no se vería alterada significativamente con el perfeccionamiento de la operación proyectada. Vale la pena indicar que, de acuerdo con información obrante en el Expediente, algunos canales no son medidos por IBOPE, como **DIRECTV SPORTS, RCN HD2, CARACOL HD2, CLARO SPORTS, NBA TV, TyC SPORTS INT., GOLF CHANNEL y PX SPORTS**, razón por la cual las cuotas de participación pueden estar sobreestimadas.

Es importante señalar también que **DIRECTV** como agente integrado verticalmente, pues su matriz es **AT&T INC**¹¹², no solo participa en la transmisión de los principales eventos deportivos mundiales y regionales a través de sus canales **DIRECTV SPORTS**, sino que también lo hace a través del canal **WIN SPORTS**, quien transmite la mayoría de los partidos del Fútbol Profesional Colombiano-FPC¹¹³ y del cual es copropietario con **RCN**. Esta situación le da ventajas competitivas sobre sus competidores, toda vez que participa tanto en la operación y suministro de contenidos deportivos, como en la prestación del servicio de televisión por suscripción.

- **Concentración por parte de las INTERVINIENTES en los derechos de transmisión de eventos deportivos internacionales**

DIRECTV sostuvo que existe una alta concentración en los derechos de transmisión de los eventos deportivos, que son otorgados de manera periódica mediante procesos de licitación regional entre varios competidores, y tienden a permanecer dentro del mismo licenciatario. Agregó que estos derechos tienden a ser exclusivos y gestionados por los mismos grupos de programación, sin perjuicio de los procesos licitatorios, y puso de ejemplo los casos de los eventos de fútbol, la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana, organizadas por la Confederación de Fútbol Sudamericano - **CONMEBOL**, que han sido retransmitidas por **FOX** desde 2003.

Al respecto, esta Superintendencia encontró que no existe evidencia suficiente en el Expediente que permita concluir que la asignación de estos derechos es el resultado de negociaciones realizadas de manera exclusiva por los mismos grupos de programación y no de un proceso licitatorio periódico en el cual se otorguen las licencias a los mejores proponentes. Por el contrario, de acuerdo con fuentes públicas, este Despacho pudo establecer que recientemente **DIRECTV** adquirió, para el periodo 2019 a 2022, los derechos de transmisión de la Copa Sudamericana – **CONMEBOL**, que anteriormente tenía **FOX**, y de la Recopa (hablada en español). Según las afirmaciones realizadas por la **CONMEBOL**, el operador seleccionado fue elegido a través de un proceso de licitación abierto en el que participaron varios oferentes¹¹⁴.

Sobre este mismo punto, este Despacho destaca el hecho de que, para el periodo 2019 a 2022, Facebook haya adquirido alrededor del ■% de los derechos de distribución para transmitir por señal abierta, una vez por semana, los martes o miércoles, partidos de la Copa Libertadores.

¹¹² **AT&T** es una compañía de telecomunicaciones, constituida bajo las leyes del Estado de Delaware de los Estados Unidos de Norteamérica. En Colombia, **AT&T** tiene control exclusivo sobre: (i) **AT&T Global NeTime Warnerorks Services Colombia Ltda.**, la cual es una compañía especializada en procesamiento de datos de servicios de comunicación; (ii) **DIRECTV Colombia Ltda.**, compañía que presta servicios de televisión por suscripción satelital, y , (iii) **Telecenter Panamericana Ltda.**, proveedor de servicios de *call center* y servicios telefónicos para la recepción de quejas y peticiones de los servicios prestados por **DIRECTV Colombia Ltda**

¹¹³ El acuerdo de colaboración entre **WIN SPORTS** y la Dimayor otorga al primero el derecho de reproducir, grabar, fijar, editar, trasnmitir o retrasnmitir los partidos del futbol profesional colombiano de las divisiones Primera A y Primera B. En contraprestación, **WIN SPORTS** paga un valor para la explotación de los derechos y aporta la producción televisiva de los eventos. Gómez, Juan Sebastián (2017). *Derechos de transmisión de eventos deportivos: un análisis frente a la libre competencia*. Pontifica Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Jurídicas. P. 106.

¹¹⁴ Disponible en www.inview.tv . Consulta 14 de diciembre de 2018.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

Adicionalmente, vale la pena indicar el caso de los derechos de distribución de los partidos de la Premier League de Inglaterra, cuyo titular, según información aportada por **DIRECTV**, desde antes de 2010 hasta 2013 fue **FOX**, y desde 2013 a 2019 ha sido **DIRECTV**, el proceso para otorgar la licencia para el periodo 2019 a 2022 se encuentra en curso.

De otra parte, en el caso de la Liga Santander de España, ocurrió algo similar, pues el licenciatario de los derechos de transmisión entre 2006 y 2009 fue **DIRECTV**, mientras que entre 2009 y 2015 fue **ESPN**. En la actualidad, desde 2015, tanto **ESPN** como **DIRECTV** adquirieron licencias separadas.

Para el evento deportivo Liga de Campeones de la Unión Europea de Asociaciones de Fútbol – UEFA (por sus siglas en inglés), si bien las **INTERVINIENTES** son licenciatarias, para el periodo 2018 a 2021, de acuerdo con información aportada por **DIRECTV** y fuentes públicas, Facebook adquirió derechos para la transmisión de 32 partidos que serán transmitidos en directo y gratuitamente por temporada.

Por su parte, llama la atención de este Despacho el caso particular de la “Serie A” de Italia, que si bien desde 2012 hasta 2018 había otorgado los derechos de distribución a **FOX**, en la actualidad, de acuerdo con información aportada por **DIRECTV** y fuentes públicas, no ha otorgado los derechos de distribución para América Latina para el periodo 2018 a 2022. Por el momento, esta Superintendencia tuvo conocimiento de que la “Serie A” se puede ver en Colombia a través del canal italiano RAI internacional, ofrecido por los operadores de televisión por suscripción, y a través de un servicio de *streaming*, llamado *Serie A Pass*.

En cuanto a la Liga 1 de Francia, este Despacho encontró que si bien **ESPN** es el licenciatario, para la temporada 2018 a 2021, sub licenció algunos partidos a **DIRECTV**, que de acuerdo con información disponible en la página web de **DIRECTV**, es transmitida exclusivamente por el canal **DIRECTV SPORTS**¹¹⁵.

Ahora bien, en lo que respecta a otros eventos deportivos como el Tour de Francia y la Vuelta a España, este Despacho pudo constatar que, a diferencia de lo indicado por **DIRECTV**, **ESPN** no es el titular exclusivo de los derechos de distribución de estos eventos, pues **CARACOL TV**, también cuenta con los derechos de transmisión para televisión abierta. Por su parte, el Giro de Italia, según la información aportada por las **INTERVINIENTES** y de acuerdo con fuentes públicas, es transmitido por **SEÑAL COLOMBIA** y por **RCN**.

Las situaciones anteriormente expuestas desvirtúan las afirmaciones realizadas por **DIRECTV** respecto de que los derechos de transmisión de los eventos deportivos internacionales tienden a perpetuarse dentro del mismo licenciatario y a ser gestionados por los mismos grupos de programación, sin perjuicio de que se produzcan licitaciones periódicas.

En cuanto al argumento relacionado con la concentración de los derechos de transmisión de ciertos eventos deportivos internacionales relevantes, especialmente aquellos relacionados con el fútbol, según el cual las **INTERVINIENTES** son quienes anualmente retransmiten casi la totalidad de los mismos en América Latina, este Despacho advirtió que, en el caso de los eventos de fútbol, de acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES**, éstas únicamente cuentan con licencias exclusivas para los siguientes eventos: Liga Europea UEFA, Bundesliga de Alemania y Ligas Mayores de Fútbol de Estados Unidos - MLS (Major League Soccer).

Por lo anterior, este Despacho considera que, si bien históricamente han sido pocos los actores que han obtenido los derechos de transmisión de los eventos deportivos internacionales para Latinoamérica (fútbol y ciclismo), no resulta cierto que siempre hayan sido asignados al mismo grupo de programación. Ahora bien, aunque en virtud de la operación proyectada desaparece un

¹¹⁵ Disponible en: <https://www.directv.com.co/programacion/liga-francesa/>

competidor del mercado (**FOX**), llama la atención la entrada de nuevas plataformas de transmisión vía internet de eventos deportivos, en algunos casos de forma gratuita como Facebook que, como se advirtió, ha adquirido licencias para algunos partidos de la Copa Libertadores de la **CONMEBOL** y la Liga de Campeones de la UEFA, y en otros mediante el pago de un servicio de *streaming* como es el caso de la *Serie A Pass*.

En cuanto a los demás eventos deportivos internacionales de los que las **INTERVINIENTES** tienen derechos de transmisión (exclusivos y no exclusivos), señalados por **DIRECTV**, como NFL (Liga de Fútbol Americano); PGA Tour, U.S Open, Masters Open Championship (Torneos de Golf); ATP Masters 1000, Roland Garros, Australian Open y Wimbledon (Torneos de Tenis); MLB (Ligas Mayores de Béisbol); y NBA (Asociación Nacional de Basquetbol), este Despacho pudo constatar que los niveles de audiencia de dichos eventos no superan el █%, por lo que se puede concluir que estos torneos no resultan ser atractivos para los consumidores. En esta medida, esta Entidad encuentra que el hecho de tener un alto número de derechos de transmisión de eventos deportivos no refleja necesariamente que el ente integrado tenga la capacidad de imponer condiciones que afecten la libre competencia, en detrimento del bienestar de los consumidores.

De otra parte, este Despacho considera que el hecho de que las **INTERVINIENTES** no se encuentren integradas verticalmente con un operador de televisión por suscripción, como es el caso de **DIRECTV** y sus canales de deportes (**WIN, DIRECTV SPORTS, DIRECTV SPORTS 2 y DIRECTV SPORTS +**), sitúa al ente integrado en una condición de desventaja competitiva frente a su principal competidor (**DIRECTV**), pues lo obliga a vender sus contenidos deportivos, en su mayoría no exclusivos, ya que no tiene la capacidad de transmitirlos a través de su propio operador de televisión por suscripción.

Por lo anteriormente expuesto, este Despacho concluye que, a pesar de que el argumento de **DIRECTV** relacionado con la concentración del mercado de los derechos de transmisión de eventos deportivos internacionales indicados por ellos resulta ser cierto, existen circunstancias como las mencionadas anteriormente, que le impedirían al ente integrado imponer condiciones que limiten la libre competencia en el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión, especialmente aquellos de contenido deportivo.

- **Evaluaciones de control ex ante realizadas en otras jurisdicciones**

DIRECTV señaló que dado que la operación entre las **INTERVINIENTES** tiene efectos a escala mundial, resulta pertinente resaltar aspectos tenidos en cuenta por el **DJEU** para la aprobación de la operación.

En este sentido informó que en los Estados Unidos de América, el grupo **FOX** no propuso transferir sus principales cadenas nacionales de deportes, razón por la cual el **DJEU** no hizo un análisis del impacto del mercado de la concentración de dichos canales con los canales de **ESPN**. Bajo ese entendido, señala que el estudio de la operación presentada ante el **DJEU** no es comparable con el estudio de la transacción en Colombia, donde **FOX** propone la transferencia de control en todos sus canales deportivos.

De otro lado advirtió que en dicho país, **FOX** propuso al **DJEU** la enajenación de sus redes regionales de deportes¹¹⁶, quienes adquieren sus derechos de retransmisión directamente de los equipos deportivos. No obstante, señaló que en Colombia no existen canales que puedan equipararse a las redes regionales de deportes de los Estados Unidos.

De acuerdo con lo expuesto, tal como lo reconoció **DIRECTV** en su escrito, la operación de integración presentada ante el **DJEU** no es comparable con el proceso adelantado en Colombia, pues las preocupaciones del **DJEU** sobre el impacto de la transacción giraban en torno a los canales

¹¹⁶ Estas redes retransmiten eventos deportivos en determinadas áreas geográficas.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

deportivos regionales de **FOX**¹¹⁷, que no generan ningún impacto sobre la competencia a nivel nacional.

Es importante resaltar que los canales operados por las **INTERVINIENTES** en Colombia, contrario a los canales de deportes regionales en los Estados Unidos de América, no se encuentran limitados a un mercado local o región geográfica determinada. Por el contrario, se encuentran disponibles a nivel nacional e incluso internacional, toda vez que la parrilla de programación es la misma para varios países latinoamericanos.

Por último, es de señalar que no existen canales en Colombia que se asemejen a las redes regionales de deportes de los Estados Unidos de América. No obstante, como se mencionó anteriormente, esta Superintendencia no considera procedente segmentar el mercado de distribución mayorista de canales de televisión por género, toda vez que los consumidores buscan tener acceso a una amplia gama de contenidos. De este modo, se configura una relación de competencia entre el universo de canales.

16.8. CONCLUSIÓN

Evaluada la información relevante para la operación objeto de estudio, esta Superintendencia encontró que:

- La operación informada daría lugar a una integración de tipo horizontal en el mercado de: **(i)** producción y suministro de películas para teatros; **(ii)** producción y suministro de contenidos de televisión; **(iii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iv)** suministro de espacio publicitario; **(v)** productos de consumo; **(vi)** libros y revistas; **(vii)** licenciamiento de derechos musicales; y **(viii)** licenciamiento para desarrolladores de videojuegos en Colombia, como quiera que las intervinientes se encuentran activas en el mismo eslabón de la cadena de valor en la industria de contenidos audiovisuales.
- La estructura del mercado de producción y suministro de películas para teatros se modificaría al consolidarse el agente integrado como el nuevo líder del mercado con una participación del ■% en ventas. Sin embargo, en esta industria existen grandes productoras de cine a nivel global y nacional con un músculo financiero fuerte y con cuotas de participación importantes como **WARNER BROS, UNIVERSAL** y **CINE COLOMBIA**, quienes tienen la capacidad de ejercer presión competitiva y de esta manera contrarrestar intentos por parte del ente integrado de restringir la oferta o aplicar condiciones discriminatorias a empresas que no hacen parte de la operación presentada. Por lo tanto, se concluye que no hay cabida para que el ente integrado adquiera independencia comercial frente a sus competidores.
- En los mercados de **(i)** producción y suministro de contenidos de televisión; **(ii)** operación y suministro mayorista de canales de televisión; **(iii)** suministro de espacio publicitario; **(iv)** productos de consumo; **(v)** libros y revistas; **(vi)** licenciamiento de derechos musicales y **(vii)** licenciamiento para desarrolladores de videojuegos, la estructura del mercado no se modificaría sustancialmente una vez materializada la operación, pues en todos los casos el agente integrado obtendría una participación inferior al 20%.
- La concentración en el mercado de operación y suministro mayorista de canales de televisión no se modificaría significativamente con la operación proyectada, de acuerdo con los niveles de audiencia y los ingresos obtenidos por canal. De manera particular, respecto de los canales de contenido deportivo, la concentración tampoco se modificaría sustancialmente.
- Las **INTERVINIENTES** cuentan con un número elevado de derechos de transmisión de eventos deportivos, exclusivos y no exclusivos. En el caso de los eventos futbolísticos, se pudo constatar

¹¹⁷ Estos canales realizan operaciones localmente únicamente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

que en la actualidad cuentan con licencias exclusivas de tres (3) eventos. No obstante, una vez materializada la operación desaparecería un competidor (**FOX**), existe una presión competitiva por parte de plataformas que transmiten los eventos vía *streaming*, razón por la que es posible reproducir los partidos en dispositivos que tengan acceso a internet.

- En cuanto a los eventos deportivos de ciclismo, se logró demostrar que las **INTERVINIENTES** no son las licenciatarias exclusivas de los derechos de transmisión de estos eventos deportivos.
- En los demás eventos deportivos diferentes al fútbol y al ciclismo, dados los bajos niveles de audiencia no resulta probable que la entidad integrada tenga la capacidad de imponer condiciones que limiten la libre competencia.

A partir del análisis de la integración y de las condiciones actuales de los mercados relevantes, esta Superintendencia concluye que, tras el perfeccionamiento de la operación proyectada en los términos en que fue presentada, no existen riesgos sustanciales que pongan en peligro la competencia existente.

Por lo anterior, bajo los supuestos contenidos en la Ley 1340 de 2009, la Circular Única de esta Entidad y demás normas concordantes, la operación proyectada no amerita ninguna objeción ni condicionamiento.

En mérito de lo expuesto en este acto administrativo, esta Superintendencia,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: NO OBJETAR ni someter a condicionamientos la integración empresarial proyectada entre **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, y **FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA.**

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido del presente acto administrativo a **THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.**, y **FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA.**, entregándoles copia de la misma en su versión reservada e informándoles que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR el contenido de la presente Resolución, en su versión pública, a **DIRECTV COLOMBIA LTDA.**, entregándole copia de la misma e informándole que contra el presente acto procede el recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: ORDENAR a la Oficina Asesora de Tecnología e Informática de la Superintendencia de Industria y Comercio que, una vez en firme el presente acto administrativo, publique en la Página Web de esta Superintendencia la versión pública de la misma, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 156 del Decreto 019 de 2012.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE,

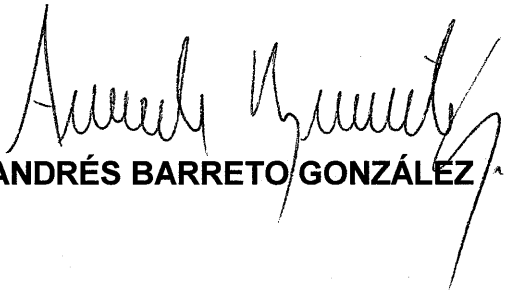
Dada en Bogotá D.C., a los **21** DIC 2018

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 18-201153

VERSIÓN PÚBLICA

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO,


ANDRÉS BARRETO GONZÁLEZ

Elaboró: F. Bejarano.
Revisó: C. Liévano/JP. Herrera
Aprobó: JP. Herrera

NOTIFICAR:

THE WALT DISNEY COMPANY COLOMBIA S.A.

Nit No. 800.236.937-1

Apoderado

CARLOS PABLO MÁRQUEZ ESCOBAR

C.C. No. 79.941.943

T.P. No. 124.094 del C. S. de la J.

Carrera 11 A No. 97 A - 19 Oficina 401

Bogotá D.C. - Colombia

FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA.

Nit No. 830.140.775-0

Apoderado

ALEJANDRO GARCÍA DE BRIGARD

C.C. No. 79.946.984

T.P. No. 148.332 del C. S. de la J.

Calle 70 A No. 4 - 41

Bogotá D.C. - Colombia

DIRECTV COLOMBIA LTDA.

Nit No. 805.006.014-0

Apoderado

JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO

C.C. No. 80.417.606

T.P. No. 66.218 del C. S. de la J.

Calle 92 No. 11 - 51 Piso 4

Bogotá D.C. - Colombia