



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2019 - Año de la Exportación

**Resolución**

**Número:** RESOL-2019-691-APN-SCI#MPYT

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Jueves 24 de Octubre de 2019

**Referencia:** EX-2018-29901019- -APN-DGD#MP - CONC. 1643

---

VISTO el Expediente N° EX-2018-29901019- -APN-DGD#MP, y

**CONSIDERANDO:**

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 7° a 17 y 80 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica, se notificó el día 22 de junio de 2018, que se produce en el exterior generando efectos a nivel nacional, y consiste en la adquisición del control exclusivo de la firma AT&T INC., sobre la firma TIME WARNER INC., de acuerdo con el Contrato y el Plan de Fusión de fecha 22 de octubre de 2016.

Que conforme a lo establecido en el Acuerdo de Fusión, la firma WEST MERGER SUB INC, una subsidiaria totalmente controlada por la firma AT&T INC., fue fusionada con y dentro de la firma TIME WARNER INC., siendo ésta última la empresa sobreviviente como una subsidiaria totalmente controlada por la firma AT&T INC.

Que inmediatamente después, la firma TIME WARNER INC., se fusionó con y dentro de la firma WEST MERGER SUB II, LLC, y subsidiaria totalmente controlada por AT&T.

Que al cierre de la operación, el cual ocurrió con fecha 14 de junio de 2018 todas las subsidiarias de la firma TIME WARNER INC., se convirtieron en subsidiarias de la firma AT&T INC.

Que el día 5 de julio de 2018 las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., solicitaron la confidencialidad de la documentación acompañada como “Anexo 2 a – 11 y Anexo 2 a – 12”.

Que con fecha 24 de julio de 2018 la citada ex Comisión Nacional ordenó formar el correspondiente anexo confidencial, ordenándolo reservar en forma provisoria por la Dirección de Registro de dicho organismo y formar un Anexo confidencial como IF-2018-48053302-APN-DR#CNDC.

Que el día 5 de septiembre de 2018, las firmas notificantes realizaron una presentación en la cual acompañaron documentación relacionada con aquella información objeto de la confidencialidad solicitada el día 5 de julio de 2018, y el día 13 de septiembre de 2018 la mencionada ex Comisión Nacional ordenó formar Anexo confidencial con la totalidad de la presentación como, IF-2018-45516213-APN-DR#CNDC, y que la misma se reserve en forma provisoria por la Dirección de Registro.

Las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., el día 19 de septiembre de 2018, solicitaron la confidencialidad de la documentación acompañada como “Anexo 5 a y b) iv – Confidencial”, y el día 21 de septiembre de 2018 la ex Comisión Nacional anteriormente mencionada ordenó formar Anexo confidencial el cual está identificado como IF-2018-48009909-APN-DR#CNDC y reservar dicha documentación en la Dirección de Registro.

Que el día 1 de noviembre de 2018 las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., nuevamente realizaron una presentación en donde solicitaron tratamiento confidencial de algunos anexos y aclararon las confidencialidades antes solicitadas, con fecha 14 de noviembre de 2018 la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, ordenó formar el correspondiente Anexo confidencial como IF-2018-60715755-APNDR#CNDC y que el mismo se reserve de forma provisoria por la Dirección de Registro.

Que asimismo, las firmas notificantes., realizaron una presentación con fecha 6 de agosto de 2019 en donde solicitaron el tratamiento confidencial de ciertos anexos, en virtud de ello la citada x Comisión Nacional, con fecha 14 de agosto de 2019 ordenó la formación del correspondiente anexo confidencial, como IF-2019-74649064-APNDR#CNDC y que el mismo se reserve en forma provisoria por la Dirección de Registro.

Que el día 6 de septiembre de 2019 las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., realizaron una presentación en virtud de la cual solicitaron el tratamiento confidencial de DOS (2) Anexos allí acompañados, presentando en dicha oportunidad los correspondientes resúmenes no confidenciales. En tal sentido el día 11 de septiembre de 2019 se ordenó formar el correspondiente anexo confidencial como IF-2019-82140213-APN-DR#CNDC reservando el mismo en la Dirección de Registro.

Que por ultimo las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., acompañaron las traducciones públicas de los DOS (2) Anexos acompañados con fecha 6 de septiembre, y sobre los cuales, en consecuencia, también solicitaron la confidencialidad y en consecuencia se formó el Anexo como IF-2019-84538894-APN-DR#CNDC.

Que las empresas involucradas notificaron la operación de concentración económica, en tiempo y forma, conforme a lo previsto en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del inciso c) del Artículo 7° de la Ley N° 27.442.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera la suma correspondiente a CIEN MILLONES (100.000.000) de unidades móviles —monto que, para el corriente año, equivale a PESOS DOS MIL MILLONES (\$ 2.000.000.000)—, lo cual se encuentra por encima del umbral establecido en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, y la transacción no resulta alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que, en virtud del análisis realizado, la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 8° de la Ley N° 27.442, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, la mencionada ex Comisión Nacional emitió el Dictamen de fecha 8 de octubre de 2019, correspondiente a la “CONC. 1643”, aconsejando al señor Secretario de Comercio Interior autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición del control exclusivo de la firma AT&T INC., sobre la firma TIME WARNER INC., todo ello de acuerdo a lo previsto en el Artículo 14 inciso a) de la Ley N° 27.442; y Conceder la confidencialidad solicitada por las partes respecto de los anexos IF-2018-48053302-APN-DR#CNDC, IF-2018-45516213-APN-DR#CNDC, IF-2018-48009909-APN-DR#CNDC, IF-2018-60715755-APN-DR#CNDC, IF-2019-74649064-APN-DR#CNDC, IF-2019-82140213-APN-DR#CNDC e IF-2019-84538894-APN-DR#CNDC y formar el Anexo Confidencial definitivo con la documentación reservada por la Dirección de Registro.

Que el suscripto comparte los términos del mencionado dictamen, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, incluyéndose como Anexo de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 y el Decreto N° 174 de fecha 2 de marzo de 2018 y sus modificatorios, el Artículo 5° del Decreto N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y el Artículo 22 del Decreto N° 48 de fecha 11 de enero de 2019.

Por ello,

## EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

### RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Concédense las confidencialidades solicitadas por las firmas TIME WARNER INC, y AT&T INC., los días 5 de julio, 5 de septiembre, 19 de septiembre, 1 de noviembre de 2018, 6 de agosto , 6 de septiembre y 17 de septiembre de 2019, respecto de los Anexos IF-2018-48053302-APN-DR#CNDC, IF-2018-45516213-APN-DR#CNDC, IF-2018-48009909-APN-DR#CNDC, IF-2018-60715755-APN-DR#CNDC, IF-2019-74649064-APN-DR#CNDC, IF-2019-82140213-APN-DR#CNDC e IF-2019-84538894-APN-DR#CNDC, respectivamente, contenedores de la documentación objeto de las confidencialidades reservados en la Dirección de Registro de la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO.

ARTÍCULO 2°.- Autorízase la operación de concentración económica notificada, consistente en la adquisición del control exclusivo de la firma AT&T INC., sobre la firma TIME WARNER INC, todo ello de conformidad con lo previsto en el inciso a) del Artículo 14 de la Ley N° 27.442.

ARTÍCULO 3°.- Considérase al Dictamen de fecha 8 de octubre de 2019 correspondiente a la “Conc 1643” emitido por la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA que, como Anexo IF-2019-

91393066-APN-CNDC#MPYT, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 4º. - Notifíquese a las firmas interesadas.

ARTÍCULO 5º.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by WERNER Ignacio  
Date: 2019.10.24 18:08:55 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Ignacio Werner  
Secretario  
Secretaría de Comercio Interior  
Ministerio de Producción y Trabajo



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2019 - Año de la Exportación

**Dictamen firma conjunta**

**Número:** IF-2019-91393066-APN-CNDC#MPYT

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Martes 8 de Octubre de 2019

**Referencia:** CONC 1643 - Dictamen Art. 14 inciso a)

---

SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° EX-2018-29901019- -APN-DGD#MP del registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado “CONC.1643 - AT&T INC. Y TIME WARNER INC. S/NOTIFICACIÓN ART. 9 LEY 27.442”.

**I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES**

**I.1. La Operación**

1. La operación de concentración económica notificada con fecha 22 de junio de 2018, que se produce en el exterior generando efectos a nivel nacional, consiste en la adquisición del control exclusivo de AT&T INC. (en adelante “AT&T”), sobre TIME WARNER INC. (en adelante “TIME WARNER” o “TW”), de acuerdo con el Contrato y el Plan de Fusión de fecha 22 de octubre de 2016 (en adelante “Acuerdo de Fusión”).

2. Conforme a lo establecido en el Acuerdo de Fusión, WEST MERGER SUB INC, una subsidiaria totalmente controlada por AT&T, fue fusionada con y dentro de TIME WARNER, siendo ésta última la empresa sobreviviente como una subsidiaria totalmente controlada por AT&T.

3. Inmediatamente después, TIME WARNER se fusionó con y dentro de WEST MERGER SUB II, LLC,1 una sociedad de responsabilidad limitada constituida de conformidad con las leyes del estado de Delaware, y subsidiaria totalmente controlada por AT&T.

4. Cabe mencionar que, al cierre de la operación, el cual ocurrió con fecha 14 de junio de 20182 todas las subsidiarias de TIME WARNER, se convirtieron en subsidiarias de AT&T.

**I.2. La actividad de las partes**

**I.2.1. Por la parte Compradora**

5. AT&T es una sociedad anónima constituida de conformidad con las leyes del estado de Delaware, Estado Unidos, cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Nueva York. AT&T es una empresa holding de comunicaciones que cuenta con cuatro divisiones operativas:

1) AT&T Comunicaciones: compuesta por las divisiones de Negocios (dedicada a la provisión de forma global a clientes corporativos de servicios como IP-based, productos relacionados con Ethernet y banda ancha, entre otros), Movilidad, y Entretenimiento (dedicada a la provisión de servicios de video, Internet, comunicaciones de voz y publicidades interactivas dirigidas a clientes ubicados en los Estados Unidos), y Tecnología e Innovación (que trabaja con desarrolladores y empresas incipientes para abrir la red de AT&T a la innovación);

2) AT&T Medios: esta división estaba formada por los actuales negocios de TIME WARNER – HBO, WARNER BROS., y las redes de TURNER, como CNN, TNT, TBS y CARTOON NETWORK, así como las tendencias de contenidos de AT&T, que incluyen a AT&T SPORTS NET, AUDIENCE NETWORK y OTTER MEDIA.

3) AT&T Internacional: esta división brinda servicios de entretenimiento en Latinoamérica y servicios inalámbricos en México. Los servicios de entretenimiento por video se brindan principalmente a clientes residenciales que utilizan tecnología satelital.

4) AT&T Publicidad y Análisis: esta división será responsable de crear una plataforma para utilizar los datos obtenidos, y utilizarlos en publicidad dirigida de mayor valor agregado.

6. AT&T, particularmente en Argentina desarrolla las siguientes actividades: (i) La oferta de servicios minorista de televisión paga a consumidores por satélite. Estos servicios se brindan a través de DIRECTV Argentina S.A. (en adelante “DIRECTV Argentina”), una subsidiaria totalmente controlada por AT&A; (ii) La provisión de servicios residenciales de internet bajo la marca “DirecTV Net” en ciertas ciudades; (iii) La prestación de servicio de comunicaciones a clientes empresariales, que incluyen servicios de transporte de dato de redes privadas y servicios gestionados de IT relacionados a clientes empresariales. AT&T provee estos servicios a través de una subsidiaria argentina de su exclusiva propiedad denominada AT&T COMMUNICATIONS SERVICES ARGENTINA S.R.L. (en adelante “AT&T CSA”).

7. Asimismo, AT&T, a través de DIRECTV Argentina, desarrolla otras actividades más limitadas e incidentales, que no serían centrales para los negocios de AT&T en Argentina. Esas actividades consisten en: (a) la venta por parte de DIRECTV Argentina de una pequeña cantidad de espacios publicitarios a terceros interesados en algunos de los canales de televisión paga que distribuye. DIRECTV Argentina también comercializa espacios publicitarios insertados en sus canales OnDIRECTV y DIRECTV Sports; (b) DIRECTV Latin America LLC a su vez genera ingresos directos en Argentina por el sub-licenciamiento a terceros de eventos futbolísticos de España; (c) la co-producción de trece películas cinematográficas por parte de DIRECTV Argentina, que ofrece a sus propios suscriptores bajo la modalidad pay-per-view; (d) a través de DIRECTV Argentina, ha coproducido siete programas/mini series de TV con CISNE FILMS S.R.L., STORY LAB S.A., LUZ LIBRE S.R.L., SONY MUSIC ENTRETAINMENT ARGENTINA S.A. y Diego Armando Korol, que ofrece a sus suscriptores a través de sus canales (OnDIRECTV y DIRECTV Sports); (e) OnDIRECTV y DIRECTV Sports son producidos por DIRECTV Latin America para su distribución exclusiva en sus plataformas –de su titularidad exclusiva- satelitales de distribución en español para Latinoamérica.

8. DIRECTV Argentina es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina

dedicada a la prestación de televisión paga y del servicio de acceso a internet DirectvNET. Sus actividades secundarias son: sublicenciar eventos futbolísticos de España, la coproducción (financiación) de 13 películas. La coproducción de 7 miniseries. La producción de las señales OnDirecTV y DirecTV Sports. Esta empresa se encuentra directamente controlada por DIRECTV Latin America LLC, y en última instancia por AT&T.

9. ALPHA TEL S.A. es una sociedad constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina que opera y administra la infraestructura de red que utiliza DirecTV para ofrecer el servicio de acceso a internet. Esta empresa se encuentra controlada por Alpha Tel Holdings (Islas Caimán) quien posee el 95% de las acciones.

10. AT&T CSA es una sociedad de responsabilidad limitada constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina que brinda servicios de telecomunicaciones al sector corporativo. Esta empresa se encuentra controlada indirectamente por AT&T.

11. TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina. Esta empresa cuenta con licencia de explotación de derechos para la radiodifusión de eventos deportivos en vivo. Asimismo, produce contenidos televisivos deportivos, y produce y comercializa la señal deportiva TyC Sports. Esta empresa se encuentra controlada en forma conjunta por DIRECTV LATIN AMERICA LLC y el Grupo Nofal.

#### I.2.2. Por parte de la Objeto

12. TIME WARNER, inmediatamente antes del cierre de la transacción, era una sociedad limitada constituida de conformidad con las leyes del Estado de Delaware, Estados Unidos, cuyas acciones cotizaban en la Bolsa de Valores de Nueva York. Conforme lo informado por las partes, únicamente THE VANGUARD GROUP, INC. y BLACKROCK INC., poseían tenencias accionarias mayores al 5%, con el 6,52% y el 5,84% respectivamente, al 31 de diciembre de 2017.

13. TIME WARNER es una empresa global de medios y entretenimiento que cuenta con tres divisiones operativas:

- 1) TURNER: constituida principalmente por canales de televisión paga y activos de medios digitales;
- 2) HBO: constituida principalmente por canales de televisión paga, servicios de programación de streaming, licenciamiento de contenido de programación de producción original a terceros y licenciamiento, ventas y distribución de entretenimiento para el hogar; y
- 3) WARNER BROS.: consistente principalmente en la producción de contenidos para televisión, largometraje, entretenimiento para el hogar y videojuegos y su distribución al por mayor.

14. TIME WARNER no realiza actividades directas en Argentina, sino que se encuentra activa a través de sus subsidiarias. En tal sentido, TIME WARNER lleva a cabo las actividades que a continuación se detallan.

15. IMAGEN SATELITAL S.A., es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina, cuya actividad consiste en la producción de contenido de programación televisiva, licenciamiento de derechos de teledifusión de contenidos audiovisuales televisivos (exclusivamente en Argentina). A su vez comercializa las señales de televisión paga TNT, TCM, SPACE, ISAT, YBS, WARNER, TNT SERIES, GLITZ, TruTV, CARTOON NETWORK, BOOMERANG, TOONCAST, MUCH MUSIC, HTV, CNN y CNN en español. Esta empresa se encuentra directamente controlada por Turner International Latin America Inc., y en última instancia por WARNER MEDIA LLC.

16. HBO LATIN AMERICA GROUP, es una empresa cuya actividad consiste en la comercialización de señales de televisión paga HBO, HBO2, HBO FAMILY, HBO SIGNATURE, HBO PLUS, HBO PLUS REGIOL, MAX, MAX UP, MAX PRIME, MAX PRIME PAN-REGIONAL, y CINEMAX. A su vez comercializa HBO GO, una plataforma VOD de contenido generado por HBO. Comercializa espacios publicitarios para las señales de televisión paga y produce contenido audiovisual. Es un joint venture no consolidado que comprende un grupo de empresas relacionadas, que Time Warner, indirectamente a través de HBO, controla conjuntamente junto con Ole Communications, un tercero no relacionado.

17. HBO INTERNATIONAL MARKETING, LTD. Sucursal Argentina, es una sucursal de una sociedad extranjera. Es sucursal de HBO Olé International Marketing Ltd., una sociedad de responsabilidad limitada constituida en las Islas Vírgenes Británicas, que es una subsidiaria totalmente controlada de HBO LATIN AMERICA GROUP. Su actividad consiste en la provisión de servicios promocionales y de marketing relativos a los servicios de televisión paga de HBO LAG en Argentina.

18. WARNER BROS. (SOUTH) INC. Sucursal Argentina, es una sucursal de una sociedad extranjera constituida bajo las leyes del Estado de Delaware, Estados Unidos de América, dedicada a la distribución de películas.

19. TURNER BRADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC. (Subsidiaria Extranjera) es una subsidiaria extranjera cuya actividad consiste en licenciar propiedad intelectual a terceros para su uso en productos y/o eventos.

20. WARNER BROS. INTERNATIONAL TELEVISION DISTRIBUTION INC (Subsidiaria extranjera), es una sociedad constituida de conformidad con las leyes del estado en Delaware, Estados Unidos de América, dedicada a licenciar contenido de Warner Bros. (incluyendo largometrajes, programación animada y programación hecha para televisión) a emisoras argentinas y a proveedores de video en on demand regionales cuyos servicios también están disponibles a suscriptores en Argentina.

21. WARNER BROS INTERNATIONAL TELEVISION PRODUCTION INC. (Subsidiaria extranjera) es una subsidiaria extranjera dedicada a licenciar contenido de Warner Bros. (incluyendo largometrajes, programación animada y programación hecha para televisión) a emisoras argentinas y a proveedores de video en on demand regionales cuyos servicios también están disponibles a suscriptores en Argentina.

22. WARNER HOME VIDEO (Subsidiaria extranjera) es una subsidiaria extranjera, que tiene como actividad la distribución exclusiva de los programas en formato físico (por ejemplo, DVD o Blu-ray) de HBO en Argentina.

23. WARNER BROS. PICTURES (Subsidiaria extranjera) es una subsidiaria extranjera, cuya actividad consiste en la distribución de películas a través de terceros que distribuyen dichos productos internacionalmente (incluyendo a Argentina).

## II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

24. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442 habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

25. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 7° inciso a) de la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia.

26. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera la

suma correspondiente a cien millones (100.000.000) de unidades móviles —monto que, para el momento de efectuarse la notificación de la operación, equivalía a PESOS DOS MIL MILLONES—, encontrándose por encima del umbral establecido en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, y la transacción no resulta alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

### III. EL PROCEDIMIENTO

27. El día 22 de junio de 2018 las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación en forma conjunta del Formulario F1.

28. Con fecha 23 de julio de 2018, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario F1 haciéndoles saber a las partes que el plazo previsto en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 no comenzaría a correr hasta tanto dieran cumplimiento con lo solicitado en el apartado 3, y el mismo quedaría automáticamente suspendido hasta tanto dieran cumplimiento con lo requerido en el apartado 5 del mismo proveído.

29. El 6 de septiembre de 2018, atento al estado de las presentes actuaciones y uso de las facultades conferidas por la Resolución SC N° 359/2018 y en virtud de lo estipulado en el Artículo 17 de la Ley N° 27.442, esta Comisión Nacional solicitó la intervención del ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES – ENACOM, librando en misma fecha el oficio correspondiente. Dicho organismo dio cumplimiento a su intervención con fecha 29 de marzo de 2019 luego de reiterados pedidos de prórroga.

30. Con fecha 15 de enero de 2019, atento el estado de autos, como medida de mejor proveer y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28 inciso r) y artículo 31 inciso f) de la Ley N° 27.442 y de lo dispuesto en la Resolución N° 359/2018 de la Secretaría de Comercio, esta Comisión Nacional citó a audiencia testimonial en la sede de esta Comisión a personal idóneo con conocimiento sobre los partidos de fútbol emitidos en el marco de la SUPERLIGA ARGENTINA DE FÚTBOL de la firma FOX LATIN AMERICAN CHANNEL S.R.L. La misma se llevó a cabo el día 1 de febrero de 2019.

31. Con fecha 12 de abril de 2019, atento el estado de autos, como medida de mejor proveer y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28 inciso r) y artículo 31 inciso f) de la Ley N° 27.442 y de lo dispuesto en la Resolución N° 359/2018 de la Secretaría de Comercio, esta Comisión Nacional citó a audiencia testimonial en la sede de esta Comisión a personal idóneo con conocimiento de contrataciones de señales, armado de grilla y estrategia competitiva de las empresas SUPERCANAL S.A. (la cual se llevó a cabo el día 6 de mayo de 2019), TELECENTRO S.A. (la cual se llevó a cabo el día 8 de mayo de 2019), AMX ARGENTINA S.A. (la cual se llevó a cabo el día 9 de mayo de 2019), TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. (la cual se llevó a cabo el día 16 de mayo de 2019), ASOCIACIÓN ARGENTINA DE TELEVISIÓN POR CABLE (la cual se llevó a cabo el día 17 de mayo de 2019), RED INTERCABLE S.A. (la cual se llevó a cabo el día 6 de junio de 2019), COLSECOR COOP. LTD. (la cual se llevó a cabo el día 15 de mayo de 2019).

32. Finalmente, con fecha 17 de septiembre de 2019 luego de varias presentaciones parciales las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado y reanudando el plazo establecido en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 a partir del día hábil posterior al enunciado.

### IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA.

#### IV.1. Naturaleza de la operación

33. Como fue expuesto, la presente operación consiste en la fusión por absorción de Time Warner por parte de AT&T. La operación es de carácter global con foco principal en Estados Unidos, y tiene efectos en la República Argentina a través de las empresas subsidiarias.

34. A nivel internacional, AT&T es una de las principales empresas de telecomunicaciones del mundo. El principal mercado de la compañía es los Estados Unidos donde tiene presencia en los mercados mayoristas y minoristas tanto en comunicaciones de datos, como de acceso a Internet y de contenido audiovisual. Time Warner también es un operador global con foco principal en los Estados Unidos y se dedica fundamentalmente a la producción y licenciamiento de contenido audiovisual (cinematográfico y para televisión), a la comercialización de señales de televisión y a la distribución de contenido audiovisual a los hogares a través de distintas plataformas tecnológicas.

35. En lo que atañe estrictamente a la República Argentina, AT&T se encuentra activa principalmente en el mercado de TV paga, en el que realiza la distribución de señales de TV al hogar a través de la empresa DIRECTV. A su vez, DIRECTV controla –junto al Grupo Nofal- la empresa TORNEOS, que es licenciataria de derechos exclusivos sobre eventos deportivos, produce contenido deportivo, y es propietaria –junto al Grupo Clarín- de la señal deportiva TyC Sports. En lo relativo al mercado de telecomunicaciones, el grupo adquiriente presta servicios orientados al sector corporativo y cuenta con una presencia incipiente en el servicio de acceso a internet residencial.<sup>3</sup> Por el lado de Time Warner, el grupo se dedica al licenciamiento de contenido fílmico para cines y otros canales de distribución, al licenciamiento de contenido audiovisual para televisión, tanto a señales propias –que son licenciadas a operadores de televisión paga- como a señales de terceros, y a la comercialización de señales de televisión paga.

36. Para un mayor detalle, la Tabla 1 describe la actividad económica de las empresas afectadas en la República Argentina.

Tabla N° 1: Comparación de las actividades de las empresas afectadas (compradoras y objeto) en Argentina

Empresas afectadas		Actividad económica principal
AT&T	AT&T Communications Services Argentina SRL	Servicios de telecomunicaciones al sector corporativo
	DirecTV Argentina	Prestador de televisión paga y del servicio de acceso a Internet DirectvNET. Actividades secundarias: sublicencia eventos futbolísticos de España, coprodujo (financió) 13 películas. Coprodujo siete miniserias. Produce las señales OnDirecTV y DirecTV Sports.
	Alpha Tel S.A.	Opera y administra la infraestructura de red que utiliza DIRECTV para ofrecer el servicio de

		acceso a internet.
	Torneos y Competencias S.A.	Cuenta con licencia de explotación de derechos para la radiodifusión de eventos deportivos en vivo. Producción de contenidos televisivos deportivos. Producción y comercialización de la señal deportiva TyC Sports.
Time Warner	Imagen Satelital S.A.	Producción de contenido de programación televisiva. Licenciamiento de derechos de teledifusión de contenidos audiovisuales televisivos (exclusivamente en Argentina) Comercializa las señales de televisión paga TNT, TCM, Space, ISAT, TBS, Warner, TNT Series, Glitz, TruTV, Cartoon Network, Boomerang, ToonCast, MuchMusic, HTV, CNN y CNN en español.
	HBO Latin America Group	Comercializa las señales de televisión paga HBO, HBO2, HBO Family, HBO signature, HBO Plus, HBO Plus Regional, MAX, MAX UP, MAX Prime, MAX Prime Pan-Regional y Cinemax. Comercializa HBO Go, una plataforma VOD de contenido generado por HBO. Comercializa espacios publicitarios para las señales de televisión paga. Producción de contenido audiovisual.
	HBO International Marketing, Ltd. Sucursal Argentina	Provisión de servicios promocionales y de marketing relativos a los servicios de televisión paga de HBO LAG en Argentina.
	Warner Bros. (South) Inc. Sucursal	Distribución de películas.

	Argentina	
	Turner Broadcasting System Latin America, inc (subsidiaria extranjera)	Licencia propiedad intelectual a terceros para su uso en productos y/o eventos.
	Warner Bros. International Television Distribution Inc (subsidiaria extranjera)	Licencia contenidos de Warner Bros. (incluyendo largometrajes, programación animada y programación hecha para televisión) a emisoras en Argentina y a proveedores de video on demand regionales cuyos servicios también están disponibles a suscriptores en Argentina.
	Warner Bros. International Television Production Inc (subsidiaria extranjera)	Licencia contenidos de Warner Bros. (incluyendo largometrajes, programación animada y programación hecha para televisión) a emisoras en Argentina y a proveedores de video on demand regionales cuyos servicios también están disponibles a suscriptores en Argentina.
	Warner Home Video (subsidiaria extranjera)	Tiene como actividad la distribución exclusiva de los programas en formato físico (por ejemplo DVD o Blu-ray) de HBO en Argentina.
	Warner Bros. Pictures (subsidiaria extranjera)	Distribuye películas a través de terceros que distribuyen dichos productos internacionalmente (incluyendo a Argentina)

Fuente: elaboración propia en base a información aportada por las partes

37. La siguiente tabla resume las actividades de las empresas y las potenciales relaciones horizontales o verticales para el análisis de la presente operación.

Tabla 2: Actividades de las empresas notificantes

Actividad	AT&T	Time Warner

Derechos exclusivos sobre eventos deportivos	X	X
Producción de contenido de TV para terceros	X	X
Licenciamiento de contenido pre producido para TV	X	X
Producción y comercialización de señales	X	X
Distribución de señales al hogar	X	
Plataformas VOD	X	X
Producción de películas	X	
Distribución de películas		X
Videojuegos		X
Licenciamiento de derechos de propiedad intelectual		X
Venta de espacios publicitarios	X	X

Fuente: elaboración propia en base a la información aportada por las partes

38. Tal como se desprende de las tablas precedentes, las empresas notificantes tienen actividades a lo largo de toda la cadena de valor del sector audiovisual. La operación es esencialmente vertical, verificándose una integración entre la producción y la distribución de señales de televisión paga, que se analiza en la sección IV.2. Sin embargo, dadas las actividades de las partes, también se observan otras relaciones –horizontales - que serán brevemente analizadas en la sección IV.3.

#### IV.2. Relación vertical entre comercialización y distribución de señales de televisión paga

39. A continuación, se abordará únicamente la relación vertical entre la comercialización de señales de televisión paga del grupo TW y la distribución de señales de TV paga al hogar que realiza DirecTV.

##### IV.2.1. Definición de los mercados relevantes

###### IV.2.1.1. Introducción al sector

40. Tradicionalmente, la cadena de valor del sector audiovisual ha estado conformada por los productores de contenido, los productores de señales y los distribuidores de señales a los hogares<sup>4</sup>. El primer eslabón involucra la producción y creación de contenido para televisión. El segundo, compuesto por los programadores de señales, demanda el contenido producido en el eslabón anterior y lo agrupa para elaborar una grilla de programación que luego es ofrecida bajo la forma de una señal de televisión. Finalmente, los distribuidores de señales adquieren señales y arman un paquete de señales con distintas temáticas que es ofrecido a los consumidores finales bajo distintas tecnologías de distribución (satelital, cable, IPTV, entre otros). Además, en algunos casos como el presente, la producción de contenido solamente puede tener lugar si se obtienen los derechos correspondientes sobre el evento en particular.

41. En la actualidad, el desarrollo tecnológico ha permitido la aparición de nuevas formas de distribución de contenido al hogar. De este modo, el contenido producido en el primer eslabón también puede ser demandado por plataformas de contenido no lineal (Video on Demand –VoD) que luego ofrecen su programación a los usuarios finales de manera directa. Si bien existen operadores que exclusivamente ofrecen VoD, la mayoría de los operadores de televisión paga ofrece a los usuarios el servicio lineal y no lineal de manera conjunta.<sup>5</sup> Cabe agregar que la oferta de VoD suele utilizar el modelo de negocios OTT (Over The Top) que, a diferencia de la forma tradicional de los servicios de televisión paga donde el operador distribuye los contenidos al hogar a través de su red, le permite al usuario acceder a los contenidos a través de la red de internet –y por ende a través de la infraestructura de un tercero-. Ejemplos de OTT pueden ser tanto Netflix como HBO Go, así como también las plataformas VoD de los operadores de TV paga que tienen red propia pero que a través de internet pueden ofrecer el producto por fuera de su red, como el caso de Flow (Cablevisión), Movistar Play (Telefónica), Telecentro Play (Telecentro) y el reciente lanzamiento de DirecTV Go<sup>6</sup>.

42. Por consiguiente, bajo el modelo tradicional de negocios se observan tres relaciones económicas: a) entre productores de contenido y productores de señales (o agrupadores de contenido), b) entre productores de señales y distribuidores de señales, y c) entre estos últimos y los consumidores finales. Por su parte, bajo la modalidad de VoD, hay dos relaciones: a) entre productores de contenido y plataformas VoD, y b) entre estas plataformas y los consumidores finales. En los casos en los que existen derechos exclusivos para la explotación de un contenido, se agrega un actor más en la cadena de valor que es precisamente quien origina esos derechos.

43. A continuación, a los efectos de analizar la relación vertical principal que se genera como resultado de la operación bajo análisis, se analizarán los mercados relevantes de a) producción y comercialización de señales, y b) distribución de señales de televisión paga al hogar.

#### IV.2.1.2. Mercados de producción y comercialización de señales

44. Esta Comisión ha analizado el mercado de producción de señales en anteriores dictámenes.<sup>7</sup> Allí se ha manifestado que las señales abiertas forman parte de un mercado diferente al de las señales pagas. A su vez, esta Comisión Nacional ha segmentado el análisis de los efectos de operaciones de concentración económica sobre la competencia en el mercado de señales según la temática de su contenido que permite distinguir las señales de noticias, deportes, documentales, infantiles o películas y series, entre otras.<sup>8</sup>

45. Por su parte, antecedentes internacionales segmentan el análisis del mercado entre las señales de los planes básicos y las señales Premium (aquellas por las que los consumidores finales abonan un monto adicional al del plan básico).<sup>9</sup> Esto se explica por las características del contenido que emiten y la diferencia que el público percibe a la hora de contratar las señales, lo que se pone de manifiesto en los diferentes modelos de negocio.

46. En lo que respecta a los límites geográficos del mercado, el mismo se considera nacional ya que las empresas competidoras comercializan sus señales en todo el territorio.

#### IV.2.1.3. Mercado de distribución de señales de televisión paga al hogar

47. El mercado de televisión paga ha sido definido por esta Comisión en el Dictamen N° 637 y 291/2017 entre otros.<sup>10</sup> Allí se identificaron como servicios sustitutos al servicio de televisión por cable y al servicio de televisión satelital y se los consideró como parte de un mismo mercado relevante. A dichas tecnologías de transmisión debe agregarse la televisión a través del protocolo de internet (IPTV) de reciente incorporación en Argentina.<sup>11</sup>

48. Un elemento a considerar es que el modelo de negocios de las plataformas denominadas OTT (Over The Top), ha impulsado el fenómeno conocido internacionalmente como “cord-cutting”, el cual refiere a los usuarios que cancelan el servicio de suscripción de TV paga tradicional y consumen los contenidos y servicios a través de una conexión a internet.

49. En este sentido, se observa que las nuevas tendencias de consumo audiovisual y de ofertas OTT podrían presentar algunos elementos para ampliar el mercado relevante. Sin embargo, esto no es necesario a los efectos del análisis de la presente operación, dado que, si con la definición más estrecha no se encuentran problemas de competencia, tampoco los habrá con una más amplia.

50. En lo que refiere al mercado geográfico, los análisis previos han contemplado un límite de carácter local, sin embargo y tal como se verá más adelante, para el presente caso resulta apropiado incluir tanto un análisis local como nacional.

51. En consonancia con lo mencionado, para el análisis de la presente operación se incluirán dentro del mercado de televisión paga a los servicios de televisión paga por redes fijas (cable y/o fibra) y satelital, a nivel local y nacional.

#### IV.2.2. Efectos económicos verticales de la operación

52. Los efectos verticales de la operación involucran al mercado de producción y comercialización de señales y al de distribución de señales de televisión paga.

53. Las participaciones en el mercado de televisión paga a nivel nacional son las siguientes:

Tabla 3: TV paga. Participaciones de mercado por cantidad de abonados.

Año 2017. República Argentina.

Empresa	Participación
Cablevisión	39%
DIRECTV	32%
Red Intercable	7%

Supercanal	6%
Telecentro	6%
Colsecor	2%
Otros	8%

Fuente: Información de Business Bureau aportada por las partes

54. Cabe aclarar que en el año 2018 las empresas AMX (bajo la marca comercial Claro) y Telefónica (bajo la marca comercial Movistar) han ingresado al mercado de televisión paga a través de su red de internet por vínculo físico al hogar. Ambas compañías ofrecen, además de televisión paga, los servicios de internet residencial, telefonía fija y telefonía móvil.

55. Las participaciones en el mercado de comercialización de señales de TV paga medidas por audiencia se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 4: Participación de mercado por audiencia. República Argentina. 2017

Empresa	Participación
Time Warner	18%
Artear	15%
Fox Networks Groups	14%
The Walt Disney Company	13%
Grupo Ceibo	8%
Discovery Communications	6%

Fuente: información de las partes en base a Ibope

56. Bajo un análisis agregado del efecto vertical de la operación en el mercado de comercialización de señales y el

de televisión paga, los indicadores de concentración muestran que la empresa objeto cuenta con una participación menor al 20% en el mercado aguas arriba y que el mercado aguas abajo tiene un IHH menor al 3000, por lo que en este escenario puede considerarse que la presente operación no despierta motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia.<sup>12</sup>

57. A continuación, se realizará el análisis en el escenario que segmenta el mercado de señales por la temática de su contenido con información presentada por las partes en base a la audiencia que surge de las estadísticas de Ibope.

58. El género de cine y series es liderado por TW que cuenta con el 40% de la audiencia con señales como TNT, TNT Series, Space, ISAT, TCM, Warner, TBS y Cinemax. Sin embargo, en este segmento están presentes otros competidores significativos como, entre otros, FOX (28% del mercado), Sony, Universal y AMC. A su vez, el segmento Premium de Cine y Series está conformado por las señales HBO del grupo objeto y las señales del grupo FOX.

59. En lo que concierne al género infantil TW cuenta con el 32% del mercado. Se distingue la presencia de numerosos jugadores relevantes como Disney (48% del mercado, tres señales), Discovery (una señal), Viacom (dos señales) y Fox (dos señales) que ofrecen una alternativa competitiva significativa para la oferta de contenido en dicho género dentro de la grilla que ofrecen los operadores de televisión paga.

60. Por su parte, TW comercializa la señal deportiva Premium TNT Sports, que transmite en vivo de manera exclusiva el 50% de los partidos de la Superliga Argentina de Fútbol (el otro 50% es transmitido por la señal Fox Sports Premium).

61. Dado que en el resto de los géneros las participaciones de mercado de TW son muy bajas (documental 6%, variedades 3% y noticias 1%) por lo que se descartan efectos verticales relevantes, a continuación, se analizan los efectos económicos de las relaciones verticales entre la comercialización y la distribución de señales de cine y series (básicas y Premium) y de la señal deportiva Premium TNT Sports.

#### IV.2.2.1. Teorías del daño de las relaciones verticales a analizar

62. El potencial riesgo que debe ser analizado en una relación vertical es el de cierre anticompetitivo de mercados, lo cual puede darse a través del bloqueo de clientes o el bloqueo de insumos.<sup>13</sup> El primero de ellos puede implementarse, en el extremo, mediante una negativa de compra de la empresa que se desempeña en el mercado aguas abajo de los insumos comercializados en el mercado aguas arriba. En este primer caso, la hipótesis a evaluar consistiría en determinar si DirecTV podría negarse a comprar señales competidoras de Time Warner y cómo esto podría afectar a la competencia. El segundo efecto a evaluar, el bloqueo de insumos, consiste en estrategias que podrían aumentar significativamente los costos de los competidores de DirecTV o disminuir la calidad de su producto al negarle la venta de señales de televisión paga.<sup>14</sup>

63. Para analizar la probabilidad de que esto ocurra y sus posteriores efectos sobre la competencia corresponde considerar i) la habilidad de la entidad fusionada para efectuar la conducta y ii) los incentivos para incurrir en este tipo de estrategias.<sup>15</sup>

64. De la evaluación del primero de los efectos surge que los mismos no tendrían perjuicios para la competencia en el marco de la presente operación. En este sentido, debe destacarse que las empresas de televisión paga se caracterizan por ofrecer una multiplicidad de señales que cubren una amplia variedad de contenido con el objetivo de captar una mayor cantidad de audiencia. De este modo, un abono ofrecido por DirecTV que contenga solamente las señales de TW generaría una pérdida de calidad y variedad de su producto, lo que le implicaría una desventaja

frente a una oferta más amplia y variada por parte de sus competidores con la consecuente potencial pérdida de cliente e ingresos. Por consiguiente, no se advierte que la entidad fusionada tenga los incentivos para realizar una conducta de este tipo, y por ende la primer hipótesis de daño descripta no tiene sustento.

65. Para el análisis del segundo de los efectos, el bloqueo de insumos, debe observarse que la habilidad para desarrollar estas estrategias está ligada a la importancia de los canales de Time Warner para los operadores de TV paga. En este sentido, para que el bloqueo sea una preocupación, los insumos comercializados por la entidad fusionada en el mercado aguas arriba deben ser significativamente importantes para el servicio ofrecido en el mercado aguas abajo.

66. Por otro lado, los incentivos están estrechamente ligados a la rentabilidad de dicha estrategia. A raíz de ello debe advertirse que una potencial conducta de este tipo conlleva dos efectos contrapuestos que actúan sobre los beneficios del grupo verticalmente integrado. Por un lado, el bloqueo de insumos generaría una caída en los ingresos debido a la reducción de las ventas en el mercado de señales; por otro lado, la degradación del producto de un competidor en el mercado aguas abajo podría derivar en un aumento de las ventas de los abonados de DirecTV en caso de que exista un traspaso de abonados de los competidores hacia el grupo comprador. En definitiva, esta estrategia solo sería rentable si el beneficio derivado del aumento en el ingreso del mercado de televisión paga fuera superior a la pérdida generada por la reducción de las ventas en el mercado aguas arriba. Este escenario se analizará en los dos apartados siguientes.

#### IV.2.2.1.a Ausencia de efectos verticales restrictivos de la competencia relativos a las señales de cine y series

67. Existen numerosas señales alternativas de calidad similar a las de TW como las señales del grupo FOX (que también comercializa señales Premium), las señales de los estudios SONY, UNIVERSAL, y otras señales como las de los grupos AMC y A&E, que podrían satisfacer la demanda de los usuarios.

68. Nótese además que el contenido que transmiten las señales de cine y series no es en vivo (a diferencia de un evento deportivo, la cobertura de un evento de espectáculos o de una noticia) y además, a excepción de algún contenido en particular, su transmisión tampoco suele ser exclusiva.<sup>16</sup> Una película, por ejemplo, típicamente se exhibe en una señal de televisión paga al año de haber sido exhibida en las salas de cine, y siete u ocho meses después de haber sido distribuida a través de medios físicos (DVD, Blu ray) y plataformas VOD. En este sentido, si bien la instancia de consumo es diferente, y por lo tanto los distintos medios de distribución no están incluidos en el mismo mercado relevante que las señales de televisión paga, se advierte que el contenido que emiten estas señales no necesariamente es novedoso, lo que en definitiva afecta la importancia que el consumidor final le otorga.

69. Por otro lado, es importante destacar los cambios de los últimos años en la modalidad de consumo del contenido audiovisual, que tienen especial relevancia para los contenidos de cine y series. Tal como lo explicara el representante de Telecentro en audiencia ante esta Comisión Nacional, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha modificado los hábitos de consumo de los usuarios, quienes actualmente manifiestan un deseo de consumir contenido cuándo, cómo y dónde quieren. En este orden, si bien hay casos de la experiencia internacional que han considerado a las plataformas OTT de televisión no lineal como complementarias y no como sustitutas del servicio lineal de televisión paga<sup>17</sup>, se observa que estas plataformas están mejor preparadas para satisfacer de una mejor manera los nuevos hábitos de consumo, tanto a través de su oferta de contenido a la carta, como a través de la posibilidad de acceder al contenido a través de distintos dispositivos de manera remota.<sup>18</sup> En lo relativo al género de películas y series es importante destacar la proliferación de distintas plataformas, tales como Netflix.<sup>19</sup>

70. Estos cambios en las preferencias de los consumidores relativizan la importancia de las señales de cine y series

de televisión paga, dado que los usuarios pueden consumir el mismo tipo de contenido a través de medios alternativos. Debe tenerse en cuenta que los operadores de televisión paga suelen ofrecer de manera gratuita a sus usuarios su propia plataforma de Video On Demand con contenido de cine y series a la carta. Esta herramienta los convierte en demandantes de contenido y les permite ofrecer contenido a los usuarios de manera directa, sin la intermediación de las señales de cine y series. De este modo, los distribuidores podrían –y de hecho algunos lo hacen- brindar una oferta atractiva de contenido de cine y series para sus usuarios de manera independiente.

71. Por lo hasta aquí descrito la relación vertical entre la comercialización de señales de cine y series, tanto básicas como Premium, y la distribución de señales de TV paga al hogar no tiene la potencialidad de afectar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

#### IV.2.2.1.b Ausencia de efectos verticales restrictivos de la competencia relativos a la señal TNT Sports

72. De la investigación llevada a cabo por esta Comisión Nacional se deduce que no hay elementos para concluir que la consolidación de DirecTV y la señal TNT Sports pueda generar efectos exclusorios en el mercado de TV paga.

73. En primer lugar, el principal contenido de la señal deportiva TNT Sports es la emisión en exclusividad del 50% de los partidos de fútbol de la liga argentina de primera división. Sin embargo, los derechos del otro 50% pertenecen a FOX, que no está integrada verticalmente con la actividad de distribución de TV paga. De esta manera la capacidad de TW de realizar una práctica comercial anticompetitiva con la sola utilización de su señal TNT Sports es muy baja por las características específicas del contenido, ya que el mismo tiene valor en la medida en que se comercializa en un 100% tal como se comercializan los partidos de la Superliga en la actualidad.

74. Por otro lado, no es esperable que una estrategia de utilizar los derechos de transmisión a nivel nacional de la Superliga como forma de exclusión de competidores en el mercado de TV paga pueda materializarse. Como se muestra en la Tabla 3 el operador de TV paga DirecTV cuenta con el 32% del mercado de TV paga a nivel nacional, lo cual es un porcentaje insuficiente como para afirmar que DirecTV tiene capacidad para llevar a cabo una práctica exclusoria. En particular, DirecTV compite con operadores fuertes de TV paga tales como Telecom, Telecentro y Supercanal y AMX y Telefónica como operadores entrantes, que cuentan con una tecnología que les permite hacer ofertas empaquetadas de TV paga con Internet lo que les representa una ventaja frente al usuario en relación a las ofertas que puede hacer DirecTV con la tecnología satelital.

75. Por otro lado, en localidades pequeñas donde DirecTV pudiera tener participaciones más altas en la cantidad de abonados, tampoco resulta esperable que la operación genere efectos verticales restrictivos de la competencia.

76. Se observa que DirecTV presenta uniformidad de su oferta de señales, abonos y precios a nivel nacional. Por consiguiente, las condiciones de competencia de las principales aglomeraciones urbanas más rentables (y más competitivas) son las que de algún modo condicionan la estrategia competitiva de DirecTV, que luego se replica a nivel nacional.

77. En este sentido, y a diferencia de sus competidores, debido a su tecnología satelital DirecTV no necesariamente cuenta con presencia local (fuerza de venta, atención al cliente, retención de clientes, mantenimiento, etc.) en cada una de las plazas donde tiene clientes.

78. En localidades pequeñas, los competidores son típicamente cooperativas o empresas locales, que suelen prestar servicios de TV e Internet y están generalmente vinculadas a COLSECOR o RED INTERCABLE. Estas entidades reúnen de manera aproximada a 260 y 275 prestadores respectivamente, entre cooperativas y pequeñas empresas a

lo largo de todas las provincias del país. La función de estas agrupaciones es actuar como intermediarios entre los comercializadores de señales y sus representadas, adquiriendo la licencia para la transmisión de las señales y distribuyéndolas entre sus asociados<sup>20</sup>. Estas agrupaciones ayudan así a compensar la capacidad de negociación de los operadores pequeños.

79. De esta manera, la presencia local limitada de DirecTV, la competencia heterogénea ante un modelo de comercialización uniforme a nivel nacional donde muchos competidores locales ofrecen paquetes multiple-play, y la negociación conjunta en la adquisición de contenidos y señales por parte de los competidores locales de DirecTV, le dificultarían a DirecTV aumentar la cantidad de suscriptores mediante una negativa de venta a los competidores por parte de TW.

80. Por todo lo hasta aquí manifestado, se concluye que la relación vertical que se genera como consecuencia de la presente operación no tiene la potencialidad de afectar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

### IV.3. Otras relaciones horizontales

#### IV.3.1. Derechos exclusivos sobre eventos deportivos

81. Time Warner cuenta con los derechos exclusivos para la radiodifusión del 50% de los partidos del torneo de primera división del fútbol argentino, mientras que el grupo adquiriente, a través de TORNEOS, cuenta con los derechos para la radiodifusión de eventos deportivos relativos al fútbol y a otros deportes como básquet y tenis, entre otros. En lo que refiere a los partidos de fútbol de TORNEOS, se distinguen eventos a nivel selecciones nacionales (Copa del Mundo, Copa América, eliminatorias para la Copa del Mundo y amistosos que dispute la Selección Argentina), y a nivel de equipos domésticos (Copa Argentina, Supercopa Argentina y amistosos de algunos equipos de primera división).

82. Tal como lo indicó esta Comisión en decisiones previas<sup>21</sup>, los partidos de la Superliga Argentina de Fútbol pueden ser considerados como un mercado en sí mismo debido a las características de sus participantes (equipos de primera división), la cantidad de partidos que se juegan por año (actualmente veinticinco), la periodicidad de los mismos (salvo excepciones todos los fines de semana desde agosto hasta diciembre y desde febrero hasta abril) y los días en los cuales se disputan los encuentros (desde el viernes a la noche hasta el lunes a la noche, con especial hincapié en los días sábado y domingo).

83. Estas características no las reúnen ni los partidos donde participan selecciones nacionales ni tampoco aquellos torneos domésticos donde participan equipos de primera división.<sup>22</sup> A raíz de ello, no se observan motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia para este mercado.

#### IV.3.2. Producción de contenido para televisión y licenciamiento de contenido para televisión

84. Algunos antecedentes a nivel internacional dividen el mercado entre a) contenido de cine, b) contenido deportivo y c) otros contenidos.<sup>23</sup> El grupo adquiriente produce contenido al interior de la firma para sus propias señales (DirecTV Sports y On DirecTV)<sup>24</sup> y tiene una participación ínfima en el licenciamiento de contenido pre producido<sup>25</sup>. A su vez, mediante TORNEOS, produce contenido deportivo tanto al interior de la firma como para terceros. Por su parte, el grupo objeto produce y licencia contenido audiovisual de diversas temáticas tanto al interior de la firma como para terceros. Sin embargo, en lo relativo al segmento deportivo TW solamente produce contenido al interior de la firma, por lo que, bajo la segmentación expuesta, no existiría una relación horizontal. En caso de ampliar el mercado, se estima que la participación conjunta tanto en producción como en licenciamiento es

marginal, y existe un amplio abanico de empresas que producen y licencian contenidos en todos los segmentos. Por consiguiente, la operación no tiene la potencialidad de afectar la competencia de manera que pueda resultar en perjuicio al interés económico general.

#### IV.3.3. Producción y comercialización de señales

85. A continuación, se detallan las señales de las partes por cada uno de los segmentos temáticos.

Tabla 3: Señales de televisión paga deportivas básicas y Premium de las partes y sus principales competidores

Temática	Señales DTV	Señales Time Warner	Principales competidores
Deportes	TyC Sports, DTV Sports (no se comercializa terceros)		ESPN, ESPN 2, ESPN 3, Fox Sports, Fox Sports, 2, Fox Sports 3, DeporTV
Deportes Premium		TNT Sports	Fox Sports Premium

Fuente: elaboración propia en base a información de las partes y sitios web de operadores de televisión paga

Tabla 4: Señales de televisión paga de cine y series básicas y Premium de las partes y sus principales competidores

Temática	Señales DTV	Señales Time Warner	Principales competidores
Cine y series	OnDirecTV (no se comercializa a terceros)	TNT Series, TNT, Space, ISAT, TCM, Warner, TBS, Cinemax	Fox, Cinecanal, FXM, FX, Sony, AXN, Universal Channel, Studio Universal, AMC, Europa Europa
Cine y series Premium		HBO, HBO 2, HBO Plus Este, HBO Family, HBO Signature, Max, Max Prime, Max Up	Grupo Fox

Fuente: elaboración propia en base a información de las partes y sitios web de operadores de televisión paga

Tabla 5: Señales de televisión paga de otras temáticas de las partes y sus principales competidores

Temática	Señales DTV	Señales Warner Time	Principales competidores
Infantiles		Cartoon Network, Boomerang	Disney Channel, Disney Jr, Disney XD, Nick Jr, Nickelodeon, Discovery Kids
Documentales		Tru TV	Discovery Channel, Discovery Home & Health, History Channel, National Geographic
Noticias		CNN en español	TN, Cronica TV, C5N, A24
Variedades		Glitz	MTV, Ciudad Magazine, El gourmet, E!, Fox Life

Fuente: elaboración propia en base a información de las partes y sitios web de operadores de televisión paga

86. Tal como se desprende de las tablas precedentes, el grupo comprador cuenta con señales que son exclusivamente distribuidas por DIRECTV, por lo que no participa como oferente de señales. A su vez, mediante su participación en TORNEOS, es socio del Grupo Clarín en la señal deportiva básica TyC Sports que es licenciada a distintos cableoperadores. El grupo objeto, por su parte, cuenta con una extensa oferta de señales de distintas temáticas, entre las que se incluye la señal deportiva Premium TNT Sports, que como ya se mencionó su contenido principal es el 50% de los partidos de la Superliga, y que por sus características puede ser considerado un mercado en sí mismo. Por consiguiente, no se observan relaciones horizontales ni elementos de preocupación respecto de los efectos de la operación sobre la competencia en estos mercados.

#### IV.3.4. Plataformas Video On Demand

87. Ambos grupos cuentan con plataformas de tipo VoD. En el caso del grupo comprador, el servicio denominado DirecTV Play es un complemento del servicio de distribución de señales que se incluye en cada uno de los planes que ofrece la empresa. El mismo no se comercializa por separado sino conjuntamente al servicio de televisión tradicional. A su vez, DirecTV ha lanzado recientemente el servicio DirecTV Go que permite acceder al contenido mediante acceso a internet y puede ser contratado sin necesidad de estar suscripto al servicio satelital. El grupo objeto comercializa la plataforma HBO GO que incluye programación original de HBO y contenido de terceros licenciado. Ambas plataformas tienen una participación marginal en Argentina, por lo que esta Comisión considera que esta relación no es preocupante desde el punto de vista de la competencia.

#### IV.3.5. Espacios publicitarios

88. Los efectos horizontales en carácter de oferentes de espacios publicitarios son mínimos debido a la baja participación de las partes en la inversión publicitaria. Téngase presente que, según la Cámara Argentina de Agencias de Medios, para el año 2016 el 39% de la inversión en publicidad correspondió al rubro televisión, donde

incluso la televisión paga representó menos inversión en publicidad que la televisión abierta. En consecuencia, esta relación no es preocupante desde el punto de vista de la competencia.

#### IV.4. Cláusulas de Restricciones

89. Habiendo analizado la documentación aportada por las partes a los efectos de la presente operación, esta Comisión Nacional advierte que en el documento por el cual se instrumentó la operación notificada no surgen cláusulas con poder como para restringir la competencia.

90. Sin perjuicio de ello, en la Cláusula 9.7 del Acuerdo y Plan de Fusión se menciona la existencia de un Acuerdo de Confidencialidad de fecha 29 de agosto de 2016, y un Acuerdo de Confidencialidad del Grupo Autorizado de fecha 17 de octubre de 2016.

91. Con fecha 6 de septiembre de 2019 las partes realizaron una presentación en relación a dichos acuerdos, acompañando copia simple de los mismos, solicitando su tratamiento confidencial y acompañando en dicho acto el correspondiente resumen no confidencial.

92. Las partes indicaron respecto del Acuerdo de Confidencialidad de fecha 29 de agosto de 2019, que “su alcance es proteger la informa información confidencial intercambiada en el marco de la negociación de la Transacción notificada”. Asimismo, informaron que el plazo del acuerdo se estableció en DOS (2) años, luego de la finalización de las discusiones para la transacción.

93. Respecto del Acuerdo de Confidencialidad del Grupo Autorizado de fecha 17 de octubre de 2016, las partes informaron que el mismo fue firmado en el marco del acuerdo mencionado en el apartado anterior y que el “objeto del mismo es establecer los procedimientos que tienen que tener en cuenta las partes para un intercambio seguro de la información que se consideraba sensible o altamente confidencial durante la negociación de la Transacción notificada y en particular, limitar el acceso a dicha información a un grupo reducido de individuos”. Las partes indicaron que el plazo de vigencia de este acuerdo es el mismo que el establecido en el Acuerdo de Confidencialidad de fecha 26 de agosto de 2016, ya que no fue específicamente modificado por el acuerdo bajo análisis.

94. En este caso, y según se ha expuesto en la sección precedente, esta Comisión Nacional no ha encontrado elementos de preocupación respecto de la operación notificada y, habiendo evaluado los criterios de necesidad, vinculación, duración, partes involucradas y alcance, no existen objeciones que formular a las restricciones estipuladas, tal como han sido acordadas en el marco de la transacción -en las condiciones y términos ya reseñados.

#### V. CONFIDENCIALIDAD

95. Con fecha 5 de julio de 2018 las partes manifestaron su necesidad de mantener de forma confidencial los anexos presentados como “Anexo 2 a – 11 y Anexo 2 a – 12”.

96. En tal sentido, con fecha 24 de julio de 2018 esta Comisión Nacional ordenó formar el correspondiente anexo confidencial, ordenándolo reservar en forma provisoria por la Dirección de Registro, y solicitó a las partes el correspondiente resumen no confidencial. Dicho anexo se formó con el N° IF-2018-48053302-APN-DR#CNDC.

97. Con fecha 5 de septiembre de 2019 las partes realizaron una presentación, en donde en relación a las confidencialidades solicitadas, con fecha 13 de septiembre de 2018 esta CNDC ordenó a formar anexo confidencial con la totalidad de la presentación, y que la misma se reserve en forma provisoria por la Dirección de Registro.

Dicho anexo se formó bajo el N° IF-2018-45516213-APN-DR#CNDC.

98. Con fecha 19 de septiembre de 2018 las partes realizaron otra presentación en donde solicitaron tratamiento confidencial del Anexo 5 a y b) iv – Confidencial, presentado.

99. En tal sentido con fecha 21 de septiembre de 2018 esta Comisión Nacional ordenó forma el correspondiente anexo confidencial y que el mismo se reserve en forma provisoria por la Dirección de Registro. Dicho anexo se formó bajo el N° IF-2018-48009909-APN-DR#CNDC.

100. Con fecha 1 de noviembre de 2018 las partes nuevamente realizaron una presentación en donde solicitaron tratamiento confidencial de algunos anexos y aclararon las confidencialidades antes solicitadas. En tal sentido esta CNDC con fecha 14 de noviembre de 2018 ordenó formar el correspondiente anexo confidencial y que el mismo se reserve de forma provisoria por la Dirección de Registro. Dicho anexo se formó bajo el N° IF-2018-60715755-APN-DR#CNDC.

101. Asimismo, las partes realizaron una presentación con fecha 6 de agosto de 2019 en donde solicitaron el tratamiento confidencial de ciertos anexos, en virtud de lo cual esta Comisión Nacional con fecha 14 de agosto de 2019 solicitó la formación del correspondiente anexo confidencial y que el mismo se reserve en forma provisoria por la Dirección de Registro. Dicho anexo se formó bajo el N° IF-2019-74649064-APN-DR#CNDC.

102. Con fecha 6 de septiembre de 2019 las partes realizaron una presentación en virtud de la cual solicitaron el tratamiento confidencial de dos anexos allí acompañados, presentando en dicha oportunidad los correspondientes resúmenes no confidenciales. En tal sentido esta CNDC con fecha 11 de septiembre de 2019 ordenó formar el correspondiente anexo confidencial y que el mismo se reserve de forma provisoria por la Dirección de Registro. Dicho anexo se formó bajo el N° IF-2019-82140213-APN-DR#CNDC.

103. En dicha oportunidad las partes explicaron que los acuerdo en cuestión, devinieron abstractos como consecuencia de la consumación de la transacción, ya que tenían alcance limitado a la negociación de la transacción y sus términos establecían una vigencia restringida, por ende, se podría concluir que los mismos no causan un detrimento a terceros ni tienen virtualidad para afectar el interés económico general.

104. Por último, con fecha 17 de septiembre de 2019, las partes acompañaron las traducciones públicas de los dos anexos acompañados con fecha 6 de septiembre, y sobre los cuales, en consecuencia, también solicitaron la confidencialidad. Resulta preciso aclarar que las partes no acompañan nuevos resúmenes no confidenciales, ni se les requirieron, dado que simplemente son traducciones de anexos ya acompañados y sobre los cuales ya se presentaron los correspondientes resúmenes no confidenciales.

105. En este sentido, y teniendo en cuenta que la información acompañada por las partes importa información sensible, pero no relevante para la resolución del caso planteado, esta COMISIÓN NACIONAL considera que resultan suficientes como resúmenes no confidenciales la información vertida en sus presentaciones y que debe concederse la confidencialidad solicitada.

## VI. CONCLUSIÓN

106. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 8° de la Ley N° 27.442, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

107. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO:

a) autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición del control exclusivo de AT&T INC. sobre TIME WARNER INC., todo ello de acuerdo a lo previsto en el Artículo 14 inciso a) de la Ley N° 27.442; y

b) Conceder la confidencialidad solicitada por las partes respecto de los anexos con N° IF-2018-48053302-APN-DR#CNDC, IF-2018-45516213-APN-DR#CNDC, IF-2018-48009909-APN-DR#CNDC, IF-2018-60715755-APN-DR#CNDC, IF-2019-74649064-APN-DR#CNDC, IF-2019-82140213-APN-DR#CNDC y IF-2019-84538894-APN-DR#CNDC y formar el Anexo Confidencial definitivo con la documentación reservada por la Dirección de Registro.

108. Elévese el presente Dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR.

1 Esta empresa cambió su denominación a WARNER MEDIA, LLC, conforme fuera acreditado por las partes mediante documentación adjunta en su presentación de fecha 1 de noviembre de 2018.

2 Acreditada por las partes con documentación adjunta en su presentación de fecha 1 de noviembre de 2018.

3 El servicio de internet residencial ofrecido por DirecTV cuenta con menos de 60 mil abonados ubicados principalmente en las provincias de Mendoza, Córdoba y Buenos Aires.

4 Véase por ejemplo Dictamen N° 618, S01:0009787/2007, caratulado: "TURNER INTERNATIONAL, INC., TURNER INTERNATIONAL HOLDING COMPANY, y CLAXSON INTERACTIVE GROUP INC y EL SITIO INC. S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. 614)", entre otros.

5 Netflix, por ejemplo, es un operador que exclusivamente ofrece un servicio de VoD. HBO Go, de TW, también se ofrece como un servicio VoD. Cablevisión con su servicio Flow, Telecentro con Telecentro Play, DirecTV con DTV Play, por mencionar algunos, ofrecen ambos servicios (lineal y no lineal).

6 Al momento de la notificación de la presente operación DirecTV solamente contaba con la plataforma no lineal DTV exclusiva para los usuarios de DirecTV. Recientemente DirecTV lanzó la plataforma DirecTV Go que funciona como una OTT y puede ser contratada de manera independiente a su servicio de televisión satelital.

7 Ver Dictamen N° 128, Resolución SC 605/2017 Expediente S01:0531592/2016 caratulado "VIACOM CAMDEN LOCK LIMITED, TELEFÓNICA DE CONTENIDOS S.A. Y TELEFÓNICA HOLDING DE ARGENTINA S.A. S/NOTIFICACIÓN ART 8 DE LA LEY 25156 (CONC.1396)" Dictamen N° 394 del Expediente N° S01:00174681/02, caratulado: "PSH, FOX Y LIBERTY S/ NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156" (Conc.378) y Dictamen N° 618 del Expediente N° S01:0020359/2007, caratulado: "TURNER INTERNATIONAL, INC., TURNER INTERNATIONAL HOLDING COMPANY Y CLAXSON INTERACTIVE GROUP INC, Y EL SITIO, INC. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8 LEY N° 25.156" y

8 Ver Dictamen N° 618, S01:0009787/2007, caratulado: "TURNER INTERNATIONAL, INC., TURNER INTERNATIONAL HOLDING COMPANY, y CLAXSON INTERACTIVE GROUP INC y EL SITIO INC. S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. 614)".

9 Caso M.7194 Liberty Global/ Corelio/ W&W/ De Vijver Media de la Comisión Europea, CADE (Ato de Concentração n°: 08700.004494/2018-53, The Walt Disney Company Ltda. e Twenty-First Century Fox, Inc.) de Brasil.

10 Ver Dictamen N°637 correspondiente al Expediente S01:0373486/2006 caratulado "GRUPO CLARIN S.A., VISTONE LLC, FINTECH ADVISORY INC, FINTECH MEDIA LLC, VLG ARGENTINA LLC Y CABLEVISION S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (CONC. 596)" y Dictamen 291/17 correspondiente al Expediente S01:0268071/2016 "SAN LUIS CABLE S.A. Y TV CA S.A. S/ NOTIFICACIÓN ART.8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 1338)".

11 Para una descripción de los actores del sector y sus diferentes tecnologías ver Dictamen IF-2018-30780664-APNCNDC#MP relativo al expediente N° EX-2017-19218822--APNDDYME#MP, caratulado "CABLEVISIÓN S.A., CABLEVISIÓN HOLDING S.A., TELECOM ARGENTINA S.A., FINTECH MEDIA LLC Y FINTECH TELECOM LLC S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156 (CONC. 1507)".

12 "Puede considerarse que una concentración entre un proveedor y un cliente cuyas participaciones son ambas menores al 30% (como oferente y como demandante del producto involucrado, respectivamente) no debería generar preocupación en términos de reducción de la competencia. Tampoco deberían generarse tales preocupaciones si los índices de concentración IHH son menores a 3000 puntos, tanto del lado de la oferta como de la demanda, así como en los casos en los cuales dichas condiciones se combinan (es decir, una participación de mercado inferior al 30% del lado de la demanda y un IHH inferior a 3000 puntos del lado de la oferta, y viceversa)." Ver Lineamientos para el control de concentraciones económicas Resolución Secretaría de Comercio No. 208/2018, pág.21.

13 Ver Lineamientos para el control de concentraciones económicas Resolución Secretaría de Comercio No. 208/2018, pág.21

14 Este efecto, conocido en la industria audiovisual como blackout, ha sido analizado por el Departamento de Justicia -DOJ- de Estados Unidos en la investigación de la presente fusión. Ver <https://www.justice.gov/atr/case-document/file/1012916/download>. Las objeciones del DOJ fueron desestimadas por la Justicia Federal en primera instancia y posteriormente por la Corte de Apelaciones.

15 Ver las "Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings" de la Comisión Europea y las "Guidance on Substantive Merger Control" de la Bundeskartellamt, entre otros.

16 La excepción a esta exclusividad suele ser parte del contenido audiovisual emitido por los canales Premium, como por ejemplo las series Game Of Thrones (HBO) y Vikings (Fox), entre otras.

17 Ver Caso Charter Communications/ Time Warner Cable/ Advance Newhouse Partnership de la Federal Communications Commission, pág. 72, informe de aprobación de la fusión Disney Fox de la Fiscalía General de Económica de Chile (págs. 8 y 9). Por su parte, la Comisión Europea de Competencia dejó la definición abierta en el Caso M.8785 Disney/21 Century Fox (ver págs. 19 y 20).

18 El representante de Telecentro manifestó en audiencia ante esta Comisión Nacional que: "Es sabido que el streaming está ganando la batalla en el mercado audiovisual, cuenta de esto surge de nuestra propia experiencia en la cual cada vez más clientes de nuestra cartera solicitan la baja de la televisión por suscripción o directamente nos llaman para contratar acceso a internet. La televisión por suscripción consideramos que cada día va a perder mayor cantidad de adeptos puesto que las nuevas generaciones, los chicos directamente prefieren la conectividad online y ver lo que quieren, cuando quieren y donde quieren. Quien ofrece estos servicios se ven altamente beneficiados y si las hacedoras de contenido y proveedoras de contenido, que ya desarrollan esta tecnología y la incentivan y ofrecen más cantidad de contenido, cada día esto es evidente que va a perjudicar a los servicios de televisión de pago."

19 Otras opciones son Cinear.play, Amazon Prime Video, Qubit.tv, Mubi, etc.

20 Según surge de las audiencias celebradas con los representantes de COLSECOR y Red Intercable.

21 Ver dictamen N°6439620 relativo a la adquisición de FSLA Holding del 50% de los derechos audiovisuales de los partidos de fútbol del campeonato de la primera división "A" del fútbol argentino.

22 La Supercopa, por ejemplo, es una copa que se disputa entre el ganador de la Superliga Argentina de Fútbol y el ganador de la Copa Argentina, y consta de un solo partido al año. La Copa Argentina es un torneo de eliminación directa donde participan todos los equipos de las ligas de la Asociación del Fútbol Argentino y que por lo tanto incluye a los torneos del ascenso (B Nacional, B metropolitana, primera C, primera D, Federal A y Federal B). Aquí, un equipo de primera división puede competir en uno hasta seis partidos en el año dependiendo de su desempeño, los partidos se disputan sin una periodicidad determinada y se juegan típicamente los días de semana.

23 Ver por ejemplo, antecedentes de la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea como M.5932 NewsCorp/BSkyB, M.5121 NewsCorp/Premiere, Ver M. 2876 NewsCorp/Telepiu, entre otros

24 También ha producido siete miniserias que no han sido licenciadas a terceros.

25 Lo único que licenció fueron algunos partidos de la Liga Española de Fútbol y de la Copa del Rey a Cablevisión S.A.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2019.10.03 14:17:11 -03:00

María Fernanda Viicens  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2019.10.04 13:56:25 -03:00

Roberta Marina Bidart  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2019.10.04 15:40:06 -03:00

Eduardo Stordeur  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2019.10.08 13:32:22 -03:00

Pablo Trevisan  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2019.10.08 13:35:32 -03:00

Esteban Greco  
Presidente  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia