

Unclassified

Spanish - Or. English

1 September 2022

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS  
COMPETITION COMMITTEE**

**LATIN AMERICAN AND CARIBBEAN COMPETITION FORUM (Spanish version) FORO  
LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE COMPETENCIA - Sesión III: Fusiones de Medios**

**- Contribución de Portugal -**

27 y 28 de septiembre de 2022

Se hace circular el documento adjunto elaborado por México PARA SU DEBATE en la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia que se llevará a cabo los días 27-28 de septiembre de 2022, en Río de Janeiro, Brasil.

Sra. Lynn Robertson (Lynn.Robertson@oecd.org)  
México: asuntosinternacionales@ift.org.mx and international@cofece.mx.

**JT03501691**

## *Sesión III: Fusiones de medios*

### *– Contribución de Portugal –*

#### **1. Introducción**

1. En los últimos tiempos ha habido importantes cambios en la distribución y el consumo de medios que están modificando la manera en que las empresas compiten en este sector.
2. Dado que las principales fuentes de ingresos de las empresas que operan en el sector de los medios suelen ser las cuotas de suscripción y la publicidad, la evaluación de una fusión de medios normalmente no se limita a un análisis del efecto del precio sino también a su impacto en la producción, la calidad, la elección y la innovación.
3. Las fusiones de medios pueden ser de carácter horizontal (por ejemplo, una fusión entre dos canales de televisión) o de carácter vertical (por ejemplo, una fusión entre un proveedor de contenido y un operador de una plataforma que agrupa y entrega contenidos a los consumidores). Esta contribución se centra exclusivamente en fusiones verticales de medios al analizar la fusión Altice / Media Capital que fue evaluada por la Autoridad de Competencia de Portugal (Autoridade da Concorrência, «AdC») en 2017-18<sup>1</sup>.
4. El resto de la contribución se organiza como sigue. La sección II describe cómo la AdC analiza las fusiones verticales. La sección III hace una breve descripción de la fusión Altice / Media Capital. La sección IV concluye.

#### **2. Resumen: evaluación de las fusiones verticales en Portugal**

5. En Portugal, las fusiones se notifican siempre que alcancen determinados umbrales de volumen de negocio o de cuota de mercado<sup>2</sup> y, en cuanto a esto, no hay diferencia entre fusiones horizontales y verticales.
6. Con la finalidad de evaluar las fusiones verticales, la AdC suele remitirse a las directrices sobre fusiones no horizontales de la Comisión Europea.<sup>3</sup>
7. En general, la AdC considera que es menos probable que las fusiones verticales den lugar a una disminución significativa de la competencia que las horizontales. No obstante,

---

<sup>1</sup> Ccent no. 35/2017 – Altice/ Media Capital. Hay más información disponible (en portugués) en: [https://extranet.concorrenca.pt/PesquisAdC/CCENT\\_Page.aspx?Ref=Ccent\\_2017\\_35](https://extranet.concorrenca.pt/PesquisAdC/CCENT_Page.aspx?Ref=Ccent_2017_35). Véase nota de prensa (en inglés) en: <https://www.concorrenca.pt/en/articles/adc-opens-depth-investigation-alticemedia-capital-merger>. Las partes abandonaron la fusión antes de que se emitiera la decisión de segunda fase.

<sup>2</sup> Conforme al artículo 37(1) de la Ley de Competencia portuguesa, es necesaria la notificación cuando: (i) se adquiere, crea o refuerza una cuota de mercado igual o superior al 50% del mercado nacional (criterio de cuota de mercado); (ii) las empresas implicadas han alcanzado un volumen de negocios agregado en Portugal superior a 100 millones de euros y el volumen de negocios en Portugal de al menos dos de estas empresas supera los 5 millones de euros (criterio de volumen de negocios); y (iii) se adquiere, crea o refuerza una cuota de mercado igual o superior al 30% pero inferior al 50% en el mercado nacional, y el volumen de negocios individual en Portugal de al menos dos de las empresas implicadas supera los 5 millones de euros (criterio mixto).

<sup>3</sup> Directrices sobre la evaluación de las fusiones no horizontales según el Reglamento del Consejo sobre control de concentraciones entre empresas, OJ C 265, 18.10.2008.

hay varias formas en las que una fusión vertical puede plantear problemas de competencia como el bloqueo de insumos o clientes, mayores barreras de entrada y otros efectos no horizontales como el acceso a la información confidencial. Además, podrían surgir efectos coordinados de las fusiones verticales.

8. La AdC suele seguir un análisis de «capacidad/incentivos/efectos», pero el marco analítico es flexible y se elige caso por caso para dar cabida a todas las teorías del daño creíbles (por ejemplo, los efectos coordinados).

9. En el análisis se tienen en cuenta los argumentos de eficiencia, pero la carga de la prueba recae en las partes notificantes y debe seguir principios generales y acumulativos establecidos por la Comisión Europea en sus directrices.

10. Como norma general, la AdC está abierta a aceptar soluciones para resolver posibles problemas de competencia en las fusiones verticales. Sin embargo, existe una fuerte preferencia hacia las soluciones estructurales en detrimento de las soluciones de comportamiento.<sup>4</sup> La AdC tiende a aceptar las soluciones de comportamiento a corto plazo únicamente bajo un espectro de condiciones muy limitado, ya que este tipos de soluciones no actúa en las causas de los problemas de competencia (es decir, estructura de mercado o contestabilidad) y se limita a restringir los efectos adversos derivados de la fusión (es decir, aborda los síntomas de los problemas, no las causas).

### 3. Bloqueo de insumos en el sector de los medios: la fusión Altice/ Media Capital

11. En agosto de 2017, una filial propiedad de Altice Europe N.V. («Altice»), un grupo de medios y telecomunicaciones anunció que adquiriría el control total del Grupo Media Capital, SGPS, S.A. («MC»), principal productor de medios y contenidos que opera en Portugal.

12. Esta fusión fue notificada a la AdC y dio lugar a una profunda investigación sobre el posible impacto negativo de la fusión en la competencia de los mercados de medios y telecomunicaciones de Portugal. Altice presentó un conjunto de soluciones de comportamiento que no abordaban adecuadamente los problemas de competencia identificados por la AdC.

13. A pesar de que Altice decidió retirar la notificación, la AdC pudo concluir, en su evaluación de competencia, que la transacción acabaría obstaculizando gravemente la competencia efectiva en los mercados de telecomunicaciones y medios, con efectos negativos para los consumidores.

#### 3.1. Fondo

14. Altice (a través del operador de telecomunicaciones y televisión de pago MEO) es la antigua empresa estatal de telecomunicaciones activa en todos los segmentos de los servicios de comunicaciones electrónicas, incluida la gestión de la red de televisión digital terrestre. MEO suministra servicios de telecomunicaciones (voz, video, datos e Internet) con soporte en redes móviles y fijas, forma parte de la oferta minorista de canales de televisión de pago a través de su plataforma de televisión de pago y de servicios múltiples (es decir, servicios combinados de voz, televisión e Internet). En 2016, MEO contaba con

---

<sup>4</sup> Véase Directrices de la AdC sobre la adopción de compromisos en el control de concentraciones, disponible (en portugués) en [https://www.concorrenca.pt/sites/default/files/Comunicado201109\\_DOC\\_2-Linhas\\_de\\_Orientacao.pdf](https://www.concorrenca.pt/sites/default/files/Comunicado201109_DOC_2-Linhas_de_Orientacao.pdf).

el 39% de todos los abonados a la televisión de pago, así como el 43% de los ingresos por servicios múltiples en Portugal.

15. En ese momento, la empresa a adquirir (MC), controlaba, *entre otras cosas*, el estudio de televisión y la productora de contenidos Plural, los canales de televisión de habla portuguesa bajo la marca TVI (TVI, TVI24, TVI Ficção y TVI Reality), así como una serie de medios de comunicación (emisoras de radio, un portal de Internet y una plataforma de contenidos en línea).

16. Los canales TVI representaron, en 2016, una cuarta parte de la cuota media diaria de visualización de todos los canales de televisión distribuidos en Portugal. Además, los programas de TVI (en su mayoría producidos por Plural) se encontraban, en ese momento, sistemáticamente en el TOP 10 de los programas más vistos (los 6 primeros de los 10 programas más vistos en 2016, excluidos los partidos de fútbol). La publicidad de los canales TVI representó entre el 40% y el 50% de todos los ingresos publicitarios de la televisión en Portugal en 2016.

17. Altice y MC ofrecen pocos servicios que compitan directamente entre sí. Su principal relación es que MC suministra canales TVI a Altice que a continuación distribuye a los consumidores. Por tanto, se trata principalmente de una fusión vertical entre uno de los principales actores en el sector de las telecomunicaciones, la distribución minorista de servicios de televisión de pago y los servicios múltiples, por un lado, y el líder de mercado de distribución mayorista de contenidos audiovisuales y canales de televisión de habla portuguesa, incluido el canal más visto (medido en términos de cuota de audiencia e ingresos publicitarios), TVI, por otro.

## 3.2. Evaluación

18. La transacción se refería a todos los niveles de la cadena de valor televisiva y planteaba problemas de competencia en una serie de mercados diferentes relacionados verticalmente, de los cuales el más importante era el relativo a la posibilidad de bloquear los canales TVI de MC a los rivales de Altice en la prestación de servicios de televisión de pago (bloqueo de insumos).<sup>5</sup>

19. En este contexto, la AdC evaluó la posibilidad de que Altice impidiera a los operadores de televisión de pago rivales el acceso a canales TVI o aumentaran las tarifas por transporte de dichos canales de manera que se produjeran impedimentos significativos a la competencia en la prestación de servicios de televisión de pago, integrados o no en ofertas múltiples.

20. Este tipo de efecto anticompetitivo fue identificado anteriormente, por ejemplo, por la FCC (Comisión Federal de Comunicaciones) en la fusión Comcast/NBCU y por la Comisión Europea en las transacciones Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media.

### 3.2.1. Exclusión de rivales (bloqueo total de insumos)

21. En primer lugar, la AdC evaluó si la operación aumentaría la capacidad y el incentivo de MC para negar el suministro de canales TVI<sup>6</sup> a los competidores minoristas de Altice, provocando que se volvieran competidores menos efectivos.

---

<sup>5</sup> Aparte del bloqueo de canales de televisión, la AdC evaluó la posibilidad de bloquear otros productos (por ejemplo, la publicidad) y el bloqueo de los clientes, así como al impacto resultante del acceso a información comercialmente sensible.

<sup>6</sup> A saber, el canal principal y generalista TVI y TVI24, un canal de noticias de 24 horas.

22. La AdC concluyó que el canal principal de TVI o TVI24 es importante para los competidores de Altice y no existen buenos sustitutos de otras fuentes que permitan a los rivales de Altice aplicar estrategias eficaces y oportunas en respuesta. Además, la AdC concluyó que dicha estrategia sería rentable para la empresa integrada verticalmente.

23. Bloquear canales TVI a los rivales de Altice supondría (i) perder las tarifas por transporte de los operadores de televisión de pago rivales bloqueados; (ii) perder los ingresos publicitarios por la reducción del alcance de los espectadores de estos canales y (iii) perder los ingresos por interacción con los clientes,<sup>7</sup> también por la reducción del alcance de los espectadores de estos canales.

24. En el análisis, se asumió que los ingresos por publicidad e interacción con el cliente eran directamente proporcionales a la cuota de abonados de cada plataforma de televisión de pago antes del bloqueo. Por tanto, la estrategia del bloqueo de insumos daría lugar a una pérdida de ingresos correspondiente a los ingresos publicitarios previos a la operación de cada plataforma rival reducidos por la proporción de abonados de estas plataformas que se cambiarían a Altice o a otras plataformas no bloqueadas para poder seguir viendo canales TVI.

25. Además, se partió de la base de que una reducción de los ingresos por publicidad e interacción con los clientes daría lugar a una reducción equivalente de los beneficios de MC, dado que los costes no variarían.

26. Las ganancias derivadas del bloqueo total de insumos equivaldrían a los beneficios adicionales obtenidos por Altice como resultado de nuevos abonados que se cambiarían a la plataforma de Altice en respuesta a las pérdidas de canales TVI en las plataformas bloqueadas.

27. Para estimar las tasas de cambio de abonados, la AdC tuvo que determinar tanto la fracción de clientes que decidirían abandonar a los rivales de Altice (tasa de salida) como la fracción de estos clientes salientes que se cambiarían a Altice (tasa de desvío).

28. Para calcular las tasas de desvío se utilizaron datos históricos recogidos por operadores de televisión de pago. Para calcular la tasa de salida, la AdC realizó una encuesta a consumidores con 1.550 entrevistas en las que se pedía a los hogares que calificaran (en una escala de 0 a 10, en la que 10 es «me cambiaría sin ninguna duda») la probabilidad de cambiar en el caso de que su actual proveedor de servicios de televisión de pago no ofreciera el canal principal TVI, TVI24 o ambos en su *paquete* de canales.

29. Los resultados de la encuesta de consumidores mostraron una mayoría de los abonados a los rivales de Altice que no cambiarán sus actuales proveedores si el canal principal TVI, TVI24 o ambos se retiraran del paquete de canales. Sin embargo, un importante número de encuestados mostró una alta disposición a cambiar (considerando solo el nivel 10 de la escala de la encuesta): alrededor del 15% de encuestados en el caso de retirar el canal principal TVI, el 7% en caso de retirar el canal de noticias TVI24 y el 18% en caso de retirar ambos. A partir de esta encuesta resultó posible estimar el número real de abonados que se cambiaron a Altice como resultado de una estrategia de bloqueo de insumos total.

30. Para estimar el incremento de los beneficios de cada abonado que se cambia a Altice, la AdC utilizó los datos facilitados por la parte notificante, en los que ésta estimaba

---

<sup>7</sup> Los ingresos por interacción con el cliente se generan a partir de las llamadas realizadas por los espectadores en el transcurso de un determinado programa o concurso de televisión. Estos ingresos son importantes para los principales canales portugueses, como TVI, SIC y RTP.

el incremento de beneficios *por* tipo de servicio.<sup>8</sup> La AdC partió de la base de que los abonados que cambiaran a Altice generarían un margen equivalente al margen de contribución medio de Altice *por* abonado y *por* servicio en la base de clientes existente del rival.<sup>9</sup>

31. A continuación, la AdC evaluó los incentivos de Altice para participar en una serie de escenarios de bloqueo de insumos que implicaban la retención permanente de canales TVI de sus rivales. Concluyó que Altice tendría la capacidad y el incentivo para: (i) bloquear el canal principal TVI a su rival más importante; (ii) bloquear TVI24 a cada uno de sus rivales; (iii) bloquear ambos, TVI y TVI24 a su rival más importante; y (iv) bloquear el principal canal TVI o TVI24 simultáneamente a todos sus rivales.

32. En estas situaciones, las ganancias estimadas en el suministro de televisión de pago compensaron con creces las pérdidas por ingresos provenientes de servicios de publicidad y de servicios de interacción con el cliente y tarifas de transporte.

### 3.2.2. Aumento de los costes de los rivales (bloqueo parcial de insumos)

33. A pesar de que algunas estrategias de bloqueo de insumos habrían sido rentables, la AdC también evaluó la posibilidad de que la empresa integrada verticalmente estuviera dispuesta a suministrar canales TVI a los rivales de Altice, aunque a precios significativamente más altos en comparación con el escenario previo a la operación, aumentando los costes de los rivales y dificultando su capacidad para competir en la prestación de servicios de televisión de pago.

34. Dado que los contratos de distribución de los canales TVI se negocian bilateralmente entre MC y los operadores de televisión de pago, la AdC evaluó si la transacción reforzaría de manera significativa la posición de negociadora de MC *frente a* los rivales de Altice.

35. En esta situación, los canales TVI seguirían estando ampliamente distribuidos en la mayoría o en todas las plataformas de televisión de pago rivales, aumentando, por un lado, los ingresos de las tarifas de transporte y manteniendo, por otro lado, los niveles de audiencia constantes y, en consecuencia, los ingresos derivados de la publicidad y de los servicios de interacción con el cliente.

36. Para esta evaluación, la AdC utilizó un marco de negociación de Nash, como el utilizado por la Comisión Europea en su evaluación de la operación<sup>10</sup> *Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media* y por la FCC en su investigación de la fusión *Comcast/NBCU*.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> De los paquetes de «doble play» a los de «quíntuple play» que incluían la televisión de pago.

<sup>9</sup> Por ejemplo, si la base de abonados de un rival está compuesta del 40% de clientes de «triple play» y el 60% de clientes de «cuádruple play», entonces la AdC asumió que el abonado medio que se cambiará de ese rival a Altice contribuiría a los beneficios de Altice teniendo en cuenta el 40% del incremento de beneficios de Altice en los servicios de «triple play» y del 60% en los servicios de «cuádruple play» (incremento de beneficios de un abonado que se cambia de rival = (0.4 x incremento de beneficios de Altice en servicios de «triple play») + (0.6 x incremento de beneficios de Altice en servicios de «cuádruple play»)).

<sup>10</sup> Véase asunto M.7194 - Liberty Global / Corelio / W&W / De Vijver Media (decisión disponible en [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7194\\_20150224\\_20600\\_4264271\\_EN.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7194_20150224_20600_4264271_EN.pdf)).

<sup>11</sup> Véase Baker, Jonathan B., *Comcast/NBCU: The FCC Provides a Roadmap for Vertical Merger Analysis* (La FCC facilita una hoja de ruta para el análisis de las fusiones verticales) (5 de febrero de 2011). *Antitrust*, Vol. 25, Nº. 2. Primavera 2011; Rogerson, William (2012): *Vertical mergers in the video programming and distribution industry* (Fusiones verticales en el sector de la programación y distribución de vídeo): The case of

37. La AdC concluyó que esta transacción aumentaría sustancialmente la posición negociadora de MC en las negociaciones con los rivales de Altice sobre las tarifas de transporte de los canales TVI en comparación con la situación anterior a la fusión. Esto resultó cierto para todos los escenarios considerados (bloqueo parcial del canal principal TVI, TVI24, o ambos a cada uno de los rivales de Altice), con independencia de si un bloqueo total era una estrategia rentable o no.

38. De hecho, el modelo de negociación mostró que, tras la fusión, MC y los rivales de Altice siempre tendrían un incentivo para alcanzar un acuerdo (es decir, el excedente total de lograr un acuerdo era estrictamente positivo en todas las situaciones). La empresa integrada verticalmente podría obtener un aumento de las tarifas de transporte al menos tan alto como el aumento de los beneficios provenientes del bloqueo total. En cuanto a los rivales de Altice, sus pérdidas por el aumento de las tarifas de transporte serían menores que las derivadas de la pérdida de ingresos por abonados.

39. Incluso cuando el bloqueo total no fuera una estrategia rentable, MC seguiría siendo capaz de obtener tarifas de transporte bastante más altas porque el hecho de no alcanzar un acuerdo con los rivales de Altice después de la operación perjudicaría menos a MC que si no hubiera operación, ya que después de la operación MC internalizaría los beneficios de Altice.

40. Los equilibrios de Nash posteriores a la operación preveían varios incrementos en las tarifas de transporte que daban lugar a aumentos importantes en los costes totales de adquisición de contenidos para los rivales de Altice.

41. Por tanto, la AdC concluyó no solo que, tras la operación, la nueva entidad tendría una mejor posición negociadora de las tarifas de transporte con los rivales de Altice, sino también que el bloqueo parcial sería el resultado más probable de esta operación, puesto que provocaría mayores beneficios para la empresa integrada verticalmente.

### *3.2.3. Efectos*

42. La AdC concluyó que la empresa fusionada tendría la capacidad y el incentivo para aplicar estrategias de bloqueo total y parcial, lo que supondría una mayor probabilidad de un resultado del bloqueo parcial.

43. Unas tarifas de transporte más elevadas para los canales TVI darían lugar a un importante aumento de los costes de adquisición de contenidos para los rivales de Altice, que tendrían que aumentar las tarifas de los abonados. Además, la capacidad de los rivales de Altice para adquirir contenidos competitivos también se vería afectada negativamente.

44. En ambos casos, los rivales de Altice se convertirían en competidores menos eficaces, incrementando así la capacidad de la entidad fusionada para subir precios a los consumidores finales o reducir la presión para la adquisición y producción de contenidos de alta calidad.

45. Además, la AdC concluyó que la operación aumentaría las barreras de entrada, con especial énfasis en potenciales proveedores alternativos de bajo coste en línea, ya que estos proveedores no tendrían acceso a canales TVI o tendrían acceso en condiciones menos favorables que si no hubiera fusión.

---

Comcast-NBCU (El caso de Comcast-NBCU), Documento de trabajo CSIO, N°. 0116, Centro para el estudio de la organización industrial de la Universidad de Northwestern, Evanston, Ill.

#### 3.2.4. Soluciones

46. La parte notificante propuso adoptar una serie de soluciones. Sin embargo, dado que Altice decidió retirar su notificación en el transcurso de la investigación en profundidad, la AdC no adoptó una decisión que incluyera una evaluación detallada de la fusión y por esta razón, no es posible debatir las soluciones más detalladamente.

47. No obstante, puede decirse que estas eran soluciones de comportamiento puras (incluidas, entre otras, las obligaciones de transmisión y entrega). La AdC consideró que, en general, no abordaban de manera adecuada ni estructural los problemas de competencia señalados en la evaluación.

### 4. Observaciones finales

48. La experiencia de la AdC con las fusiones verticales en general indica que, aunque esas fusiones pueden ser menos propensas a producir efectos anticompetitivos que las fusiones puramente horizontales, todavía pueden provocar diversos problemas de competencia.

49. En la fusión vertical de medios comentada anteriormente, la AdC analizó varias teorías del daño y concluyó que el resultado más probable de la operación sería el bloqueo parcial de insumos a través del aumento de las tarifas de transporte. Esto habría provocado un aumento significativo de los costes de adquisición de contenidos, dificultando la capacidad de los rivales de Altice para ser competidores eficaces en la prestación de servicios de televisión de pago, lo que, en última instancia, habría provocado un aumento de los precios al consumidor o una disminución de la calidad del servicio.

50. Este caso demuestra que en las fusiones verticales de medios es esencial investigar la existencia de insumos altamente relevantes, es decir, insumos que confieren una sólida ventaja competitiva. En esta fusión, la AdC, mediante una encuesta a los consumidores, descubrió que los canales TVI se percibían por una parte considerable de consumidores como un insumo esencial, otorgando a la entidad que se fusionaba la capacidad de aumentar los costes a sus rivales en sentido descendente.

51. Además, en este caso, las soluciones de comportamiento propuestas por las partes se consideraron insuficientes, ya que no abordaban adecuadamente los múltiples problemas de competencia planteados. Las soluciones propuestas plantean riesgos muy importantes de especificación, elusión y control. Incluso sin estos riesgos, estas soluciones no afectarían a las causas originarias de los problemas de competencia (es decir, a la estructura de mercado o a la contestabilidad).

## Referencias

- Baker, Jonathan B., Comcast/NBCU: The FCC Provides a Roadmap for Vertical Merger Analysis (La FCC facilita una hoja de ruta para el análisis de las fusiones verticales) (5 de febrero de 2011). *Antitrust*, Vol. 25, N°. 2. Primavera 2011;
- Rogerson, William (2012): Vertical mergers in the video programming and distribution industry (Fusiones verticales en el sector de la programación y distribución de vídeo): The case of Comcast-NBCU (El caso de Comcast-NBCU), Documento de trabajo CSIO, N°. 0116, Centro para el estudio de la organización industrial de la Universidad de Northwestern, Evanston, Ill.
- Codinha, A., Costa M., Marques P. and Ribeiro M. (2018): Input foreclosure in telecoms/media vertical mergers: the MEO/GMC case (Bloqueo de insumos en fusiones verticales de telecomunicaciones y medios: el caso MEO/GMC), *Antitrust Chronicle*, Vol.2. Verano 2018. Disponible en: [https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/08/AC\\_August.pdf](https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/08/AC_August.pdf)