



# **Desconcentración en el mercado de señales de televisión paga. ESPN cede contenidos y la marca FOX Sports pasa a manos de MEDIAPRO.**

Como resultado del análisis de la fusión entre The Walt Disney Company y Twenty First Century Fox, INC., la CNDC recomendó a la Secretaría de Comercio Interior aprobar la desconcentración de Disney y el ingreso de MEDIAPRO en el mercado de señales deportivas básicas.



Comisión Nacional  
de Defensa  
de la Competencia

1  
HITO

## Fusión de Disney- Fox (Concentración)

### ¿Quiénes se fusionan?

The Walt Disney Company adquiere el control exclusivo sobre Twenty-First Century Fox, INC.

### ¿A qué se dedican?

Tanto Disney como Fox se encuentran activas principalmente en la producción y distribución/licenciamiento de contenido audiovisual para televisión, salas de cine y otros medios alternativos, la operación y comercialización de señales de televisión y el licenciamiento de derechos a fabricantes de productos de consumo.



2  
HITO

## Informe de Objeción

La CNDC **objetó la fusión** de Disney- Fox a partir de identificar potenciales efectos económicos no deseados para las y los consumidores:

- **Fuerte concentración en el mercado de señales deportivas básicas:** de concretarse la fusión, Disney hubiese obtenido el 64% del mercado, controlando 7 de las 9 señales deportivas básicas.
- **Control de una gran cantidad de señales:** Disney hubiese incrementado su poder de negociación al controlar una gran cantidad de señales incluyendo algunas de gran interés para la audiencia.



3  
HITO

## Condicionamiento

Las propuestas de desconcentración presentadas por Disney no resultaron suficientes para mitigar los problemas de competencia que generaba la operación. Por este motivo la CNDC emitió un Dictamen condicionando la fusión al cumplimiento de los siguientes ítems:

**Objetivo 1:** Generar una señal sustituta en el abono básico que ofrezca contenidos de interés para las y los espectadores.

### Condicionamiento:

- Transferir a otro operador los principales eventos deportivos en vivo que contenía Fox Sports.
- Dar de baja las 3 señales deportivas Fox Sports.

**Objetivo 2:** Morigerar los efectos de cartera (la concentración de una gran cantidad de señales de interés para los televidentes, incluyendo por ejemplo el Fútbol Premium local, infantiles, películas, etc.) que afecta a los distribuidores de señales (cableoperadores) y a otras señales.

### Condicionamiento:

- Extender los términos y condiciones comerciales vigentes previos a la operación.
- Ofrecer señales sin empaquetamiento.
- Eliminar la exigencia de cantidades mínimas de abonados.
- El costo de las señales premium para los cableoperadores no podrá superar los ingresos por el mismo.
- Disney no podrá transmitir los eventos transferidos por un plazo de 5 años.



4  
HITO

## Desconcentración



# Desconcentración



## Decisión de la CNDC: la desconcentración

Para evitar la conformación de una posición dominante en el mercado de señales deportivas, la CNDC exigió la transferencia de ciertos activos relevantes a un nuevo competidor.



## Contenidos transferidos

Disney se desprende de los principales contenidos deportivos en vivo del abono básico de Fox, así como también de la marca Fox Sports.



## Empresa entrante

MEDIAPRO, grupo líder en el sector audiovisual europeo, transmitirá los eventos adquiridos bajo la marca Fox Sports en Argentina. La inversión inicial de MEDIAPRO para ingresar en el mercado argentino es cercana a los **30 millones de dólares anuales**, destinados a adquirir los derechos cedidos por Disney. Adicionalmente, deberá invertir en generar su producción propia de contenidos, como mínimo en los próximos 5 años.



Pasos a seguir: la CNDC realizará un monitoreo del cumplimiento de los compromisos conductuales establecidos sobre Disney en la comercialización de señales en Argentina.

La desconcentración y los compromisos impuestos por la CNDC beneficia a más de 8 millones de hogares que se encuentran suscriptos al servicio de televisión paga en Argentina. La CNDC continúa defendiendo la competencia de los mercados, y así protege el interés económico general y el bienestar de las y los consumidores.