

**RESUMEN Y ANÁLISIS DE LA RESOLUCIÓN 33268 DE
2005 DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y
COMERCIO**

Caso Casas Editoriales
Se condiciona una operación de integración empresarial

Investigados:
**EDITORIAL TELEVISA COLOMBIA S.A., EDITORA CINCO CULTURAL S.A.
y EDITORA CINCO RECREATIVA S.A.**

Análisis del CEDEC

Por:

Alfonso Miranda Londoño

Bogotá D.C., junio de 2020

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. DEFINICIÓN DE MERCADOS RELEVANTES Y CUOTA DE PARTICIPACIÓN	3
3. EFECTOS DE LA OPERACIÓN Y CONSIDERACIONES ADICIONALES.....	4
4. CONSIDERACIONES DE SOBRE LA OPERACIÓN PROYECTADA	5
5. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES DEL CEDEC	6

RESUMEN Y ANÁLISIS DE LA RESOLUCIÓN 33268 DE 2005 DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Se condiciona una operación de integración empresarial

Intervinientes:

**EDITORIAL TELEVISIA COLOMBIA S.A., EDITORA CINCO CULTURAL S.A.
y EDITORA CINCO RECREATIVA S.A.**

1. Introducción

La operación que se pretende adelantar consiste en la compra del conjunto de activos tangibles e intangibles del negocio editorial para la publicación de la totalidad de revistas de las sociedades Editora Cinco Cultural S.A. y Editora Cinco Recreativa S.A., incluyendo inmuebles, instalaciones, equipos, marcas y demás derechos de propiedad intelectual, por parte de la casa matriz de Editorial Televisa Colombia S.A. de sociedades controladas por ella.

2. Definición de mercados relevantes y cuota de participación

Teniendo en cuenta el objeto de la resolución la Superintendencia realiza un análisis sobre cada uno de los mercados en los cuales se desarrollan las dos empresas interesadas en la integración:

Venta de espacios publicitarios a los anunciantes.

Al respecto concluyen que la inversión publicitaria en cada uno de los medios a partir del año 2001, se aprecia un crecimiento sostenido en la inversión que realizan las empresas en cada uno de los diferentes medios, lo cual implicaría la existencia de indicios de complementariedad entre ellos más que de sustituibilidad.

Revistas según contenido

Se deben excluir de la definición del mercado relevante a los otros medios de comunicación escritos tales como: prensa, folletos, separatas, así como los demás medios de comunicación e información (emisoras de radio, cadenas de televisión e Internet). Si bien todos los otros medios cumplen con la función de transmitir información, las características asociadas a ellos, el precio y contenido de los productos y las preferencias de los consumidores, no permiten que puedan incluirse dentro del mercado producto para el case bajo análisis.

Definición del ámbito geográfico de la operación

Es de ámbito nacional.

Con relación a cuota de participación la SIC observa que observa que tanto desde el punto de vista del lector -en términos de ventas de ejemplares-, como del anunciante —medido en función del EGM-, la operación proyectada conllevaría a una variación considerable de la posición de la empresa TELEVISA en los mercados de revistas para Nuevos Padres y Juvenil. Por tal razón, se requiere analizar elementos adicionales tales como efectos de la operación y barreras a la entrada que permitan dilucidar si la operación tendría la potencialidad de afectar sustancialmente la estructura de mercado y restringir en forma indebida la competencia.

3. Efectos de la operación y consideraciones adicionales

Indica la SIC que se percibe una importante modificación de los índices de concentración en los mercados definidos. En el mercado de revistas de contenido Juvenil, el valor del índice es cerca de 30 veces superior a la variación considerada problemática en mercados altamente concentrados y con relación al mercado de revistas para el segmento de Nuevos Padres, se observa que es un mercado altamente concentrado y se convertiría en un mercado monopólico.

Del análisis de los índices de concentración se concluye que la estructura se modificaría considerablemente en los mercados de revistas de contenido Juvenil y Nuevos Padres como consecuencia de la operación propuesta, reduciendo la competencia efectiva para TELEVISA en cada uno de ellos. Igualmente, la operación de concentración proyectada supondrá el fortalecimiento de TELEVISA en los mercados señalados y crearía una amplia distancia entre la nueva entidad y sus inmediatos competidores. En efecto, la nueva entidad dispondría de una cuota de participación cerca de 7 veces o superior respecto de su nuevo segundo competidor, lo cual afectaría de manera considerable la estructura en los mercados bajo estudio.

Aunado a lo anterior se observa que TELEVISA se encuentra integrada verticalmente con DISUNIDAS, la cual es actualmente la principal empresa distribuidora del medio y las otras empresas editoriales empresas editoriales, dependen en gran medida del Grupo TELEVISA para la distribución de sus productos.

El cambio que sucedería como resultado de La operación proyectada tendría el potencial de afectar en forma importante la competencia en el mercado de revistas, si se tiene en cuenta que la distancia frente al competidor más cercano en los mercados analizados se incrementaría de forma considerable. Del mismo modo, el tercer competidor en el mercado Juvenil -cabe señalar que en el mercado de Nuevos Padres no existe-, sería más de diez veces inferior, situación que va empeorando con los restantes competidores. Por tanto, se daría un cambio sustancial en la estructura del mercado, en la cual la distancia del líder respecto de sus inmediatos competidores aumentaría ostensiblemente.

Lo anterior permitiría que el ente integrado pudiera comportarse de manera independiente respecto de sus competidores, toda vez que no se evidencia que estos se encuentren en capacidad de ejercer un contrapeso competitivo efectivo, aunado a que no se encuentran integrados verticalmente y la distribución de sus productos depende del Grupo TELEVISA, lo cual -se reitera-, si bien constituye un hecho preexistente a la operación, no deja de ser algo que aminora el poder de contrapeso que pudieran ejercer los competidores. Adicionalmente, la circunstancia descrita no solo afectaría al lector, como consumidor final, sino que adicionalmente tendría el potencial de afectar a los anunciantes.

Con relación a la competencia actual o potencial la SIC considera que si bien existe un importante número de revistas en el mercado nacional, lo cierto es que la gran mayoría de ellas poseen participaciones insignificantes, por yentas de ejemplares, lo cual implica que no están representando una fuente de competencia significativa para las empresas intervinientes.

En lo referente a la competencia potencial, resulta evidente que es posible elaborar contenidos y así diseñar publicaciones, ya sea por parte de editoriales entrantes o establecidas. No obstante, la calidad del contenido depende de la experiencia de La editorial en la materia, de su conocimiento del mercado y de elevadas inversiones publicitarias. Así, pues, de no existir estas condiciones mínimas, el desarrollo de la actividad involucra un riesgo importante para un competidor potencial.

En lo referente a la competencia potencial, considera la SIC que si bien resulta posible elaborar contenidos y diseñar publicaciones, la calidad del contenido depende de La experiencia de la editorial en la materia, de su conocimiento del mercado y de elevadas inversiones publicitarias. Así, pues, de no existir estas condiciones mínimas, el desarrollo de la actividad involucra un riesgo importante para un competidor potencial.

Adicionalmente las intervinientes expresan que EDITORA CINCO está en una precaria situación económica, que la hace inviable financieramente al punto que se encuentra ante un inminente cierre de operaciones en el país. Sobre esa base, las intervinientes sostienen que la operación proyectada evitaría la desaparición de 81 títulos.

Aunque la SIC no desconoce la situación financiera de EDITORA CINCO, es de señalar que la misma requiere de un análisis exhaustivo a partir del cual se determine que la operación proyecta se constituye en el único medio posible para evitar la salida del mercado de la empresa en problemas. Sin embargo, esta situación no fue demostrada por las intervinientes. En tal sentido, no debe olvidarse que la carga de la prueba, le corresponde a los que alegan una determinada conducta.

4. Consideraciones de sobre la operación proyectada

Al perfeccionarse la operación proyectada, TELEVISA lograría una cuota sustancial en los

mercados de revistas de contenido para Nuevos Padres y Juvenil. Este hecho, aunado a la distancia respecto de sus competidores y las barreras de entrada existentes, permite concluir que el ente resultante de la integración estaría en capacidad de determinar las condiciones del mercado de manera independiente de sus competidores y clientes. Por consiguiente, se hace preciso condicionar la operación de integración bajo estudio.

Con base en lo anterior, se imponen las siguientes condiciones para el otorgamiento: condicionamientos en el mercado de revistas para Nuevos Padres y condiciones de venta, distribución y comercialización de revistas.

5. Análisis y conclusiones

En el caso en estudio se observa que el mismo se desarrolló en vigencia de la Ley 155 de 1059 por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. y el Decreto 1302 de 1964 los cuales ya no se encuentran vigentes.

Si bien en la parte resolutive del acto administrativo se indica que no objeta la operación de integración, esta quedó condicionada al cumplimiento del numeral séptimo de la parte considerativa.

No me son clara las razones por las cuales la SIC no objeta la presente integración ya que de la lectura de la parte considerativa se observa que la empresa TELEVISA quedaría con el monopolio del sector, aunado a lo anterior no se realiza el estudio con el cual se pueda determinar que la operación proyectada es el único medio posible para evitar la salida del mercado de la empresa EDITORA CINCO y la inviabilidad financiera no fue demostrada por los intervinientes.

Proyectado por: Diego Guarín