

**EGRÉGIO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA  
ECONÔMICA – CADE**

**SUPERINTENDÊNCIA-GERAL**

**COORDENAÇÃO GERAL DE ANÁLISE ANTITRUSTE 4**

**São Paulo:**  
Avenida Brigadeiro Faria Lima, 1461  
13º andar – conj. 132 e 133 - Torre Sul  
01452-002 - São Paulo - SP  
Tel.: + 55 11 3095-2566  
Fax: + 55 11 3813-9693  
[adv-fm@fm-advogados.com.br](mailto:adv-fm@fm-advogados.com.br)

**Brasília:**  
Executivo Office Tower  
Setor Hoteleiro Norte,  
Qd. 2, Bl. E, sls. 820/821/822  
70702-904 - Brasília - DF  
Tel.: + 55 61 3327-6541  
Fax: + 55 61 3327-9783  
[brasilia@fm-advogados.com.br](mailto:brasilia@fm-advogados.com.br)

[www.fm-advogados.com.br](http://www.fm-advogados.com.br)

**VERSÃO DE ACESSO PÚBLICO**

**Solicitação de Acesso Restrito:** Nos termos do art. 92 da Resolução n.º 20/CADE/2017, requer-se seja deferido acesso restrito às informações marcadas nesta peça, tanto na via pública (tarja preta), quanto na de acesso restrito (tarja cinza), por estarem devidamente protegidas, nos termos do art. 92, inciso XIV, do aludido normativo.

**Processo Administrativo para Análise de Ato de Concentração Econômica  
n.º 08700.001390/2017-14**

**Claro S.A. ("Claro")**, devidamente qualificada nos autos do Processo Administrativo para Análise de Ato de Concentração Econômica ("Ato de Concentração" em epígrafe, em que são Requerentes **Time Warner Inc.** e **AT&T Inc.** vem, respeitosamente, por seus advogados que esta subscrevem, apresentar manifestação em atenção ao Parecer n.º 05/2017/CGAA4/SGA1/SG/CADE, a fim de esclarecer alguns pontos ali abordados em relação ao mercado e ao grupo **Claro**.

Embora não habilitada como terceira interessada no presente Ato de Concentração, a **Claro** pede vênica para registrar surpresa quanto ao conteúdo do Parecer exarado pela d. Superintendência-Geral ("**SG**"), posto que algumas das questões ali tratadas, no entender da empresa, não condizem com a realidade do mercado e/ou necessitam ser melhor esclarecidas, a fim de se evitar qualquer equívoco em relação à postura ou às atividades da empresa.

Com efeito, a **Claro** apresenta abaixo os esclarecimentos que considera relevantes:

PROT. 001.0 - 08700 - 22-SGT-2017-15:21 - 1/1  
Conselho Administrativo de Defesa Econômica-CADE/MO

**1. Mercado relevante: não inclusão de concorrentes *over-the-top* no mercado de TV de Assinatura.**

Em linhas gerais, a d. **SG** entendeu, no citado Parecer, que os modelos *Over-the-Top* ("**OTT**") existentes no mercado apontariam para uma relação mais de complementaridade do que de concorrência direta e efetiva com a TV por assinatura. Destacam-se, abaixo, alguns dos argumentos nesse sentido, *in verbis*:

"75. Por oportuno, se esclarece que há diferença entre o segmento de VoD aqui descrito e os chamados serviços '*over-the-top*', ou OTTs. Os OTTs se referem a produtos ou serviços que se valem da estrutura de transmissão da internet (fixa ou móvel) para distribuição. Assim, VoDs podem ser um tipo de OTT já que podem se valer da internet como estrutura de distribuição. No entanto, nem todo VoD é um OTT, uma vez que também pode ser distribuído por meio de redes fechadas, que se valem de outras tecnologias para distribuição como, por exemplo, as próprias redes de TV por Assinatura. Em verdade, as Requerentes oferecem vários serviços de VoDs como **Sky Online**, disponível somente para assinantes **Sky** e que permite acesso a aplicações VoD da **TW**, como o **Cartoon Network Go**, a **TNT Go**, etc. (Grifos originais).<sup>1</sup>

178. Com relação à oportunidade de se incluir também concorrentes OTT no mercado de TV por Assinatura, pondera-se que, sob a ótica da oferta, é distinta a natureza dos dois segmentos afetos a Operação: para a TV por Assinatura, temos atividade de programação, para VoD, temos a atividade de formação de catálogo. Ainda que a produção seja atividade comum, as atividades distintas acabam por gerar produtos distintos, com lógicas, incentivos e mecanismos de funcionamento distintos. A atividade de programação seria distintiva para o produto final ofertado no mercado de TV por Assinatura. Sob a ótica da demanda, também não se vislumbra uma substituição perfeita: alguns tipos de conteúdo, como jornalismo e esportes ao vivo, adaptam-se especialmente bem ao modelo de negócio de TV por Assinatura. O valor atribuído ao sincronismo da transmissão com os acontecimentos ou o ineditismo faz com que estes conteúdos não se adequem ao elemento distintivo das plataformas OTTs que é a não-linearidade. Julga-se, assim, que para fins desta análise não é oportuna a inclusão de plataformas avulsas no mesmo mercado relevante. (Grifos nossos).<sup>2</sup>

196. Reitera-se, portanto, que para fins desta análise, adota-se como mercado relevante o mercado de operação de TV por Assinatura nos termos já adotados pela Requerentes em sua Notificação. Assim, os VoDs distribuídos por meio de plataformas avulsas não são considerados como parte do mercado relevante. A dimensão de geográfica adotada é nacional<sup>3</sup>".

Não obstante a conclusão da d. **SG**, a **Claro**, conforme antecipado em resposta ao Ofício n.º 1879/2017/CADE, submetida a esta d. **SG** em 2 de junho de 2017, é do entendimento de que o serviço **OTT** é substituto do de distribuição de conteúdo (SeAC) e, desta forma, de que são concorrentes neste mercado empresas como a Netflix, Amazon e Itunes, entre outros.

<sup>1</sup> Item n.º 75 do Parecer n.º 05/2017CADE. Pág. 19.

<sup>2</sup> Idem. Pág. 39.

<sup>3</sup> Ibidem. Pág. 43.

Apresenta-se, abaixo, as participações de mercado para o último trimestre de 2016 e primeiro trimestre de 2017, com base no número de assinantes para os serviços de TV por assinatura e serviços **SVOD**, da **Consultoria Dataxis**:

**(INFORMAÇÃO DE ACESSO RESTRITO)**

|                             | BASE DE ASSINANTES |            | MKT SHARE  |            | FONTE   |
|-----------------------------|--------------------|------------|------------|------------|---------|
|                             | Q4/2016            | Q1/2017    | Q4/2016    | Q1/2017    |         |
| Assinantes de serviços SVOD | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | I                  | [REDACTED] | I          | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | I                  | [REDACTED] | I          | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |
| [REDACTED]                  | [REDACTED]         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | Dataxis |

19

Fonte: Consultoria Dataxis

Neste diapasão, a **Claro** reproduz, abaixo, matéria recentemente veiculada no sítio eletrônico Teletela que revela o crescimento exponencial dos serviços **SVOD** em relação aos de TV por assinatura.

**A base global do serviço de SVOD chegou a 230 milhões em 2016 e deve crescer para quase 530 milhões até 2021. A base global do serviço de TV por assinatura também deve crescer, de acordo com os dados apresentados, saltando de 920 milhões em 2016 para um pouco mais de 1 bilhão em 2021.** O problema está nos mercados onde o serviço de pay-tv já está consolidado. A

g

*expectativa de Broughton é que a base total dos assinantes de TV nos Estados Unidos, incluindo operadoras e operadoras virtuais (como o serviço DirecTV Now, por exemplo) caia, até o final de 2021, ao mesmo nível de 2004. No mercado europeu, a expectativa é que o declínio seja menos acentuado, mas com impacto semelhante na margem de lucro das operadoras.*

*No mercado global, a Netflix tem 47% de participação no SVOD, bem à frente da Amazon, que está em segundo lugar com 19%, e do Hulu, que conta com 8% dos assinantes. Embora haja uma grande concentração, com três serviços recebendo quase 75% do gasto com o serviço OTT, é possível ser otimista com relação à participação de serviços das programadoras que ainda tem participação pequena. De acordo com o executivo, os consumidores estão cada vez mais dispostos a pagar por múltiplos serviços. Hoje, também no mercado americano, 40% pagam tanto por um serviço de OTT quanto por TV por assinatura. Há dois anos, apenas 24% pagavam por mais de um serviço de vídeo.*

*A migração dos investimentos de licenciamento em conteúdo para aquisição de conteúdo original, com a subsequente redução no tamanho do acervo dos serviços de SVOD também apontam à tendência de assinatura de múltiplos serviços.<sup>4</sup> (grifou-se).*

Ou ainda, matéria veiculada no site Tecmundo, onde, com base em dados recentes da ANATEL (abril de 2017), se demonstra, claramente, que há substitutibilidade entre os serviços de **SVOD** e de TV por assinatura.

**"Com uma infinidade de conteúdo audiovisual de qualidade disponível na internet, as operadoras de TV por assinatura sofrem com a constante queda na quantidade de assinantes de seus serviços.** De acordo com os últimos dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), os números deste ano não são os melhores.

*Somente em abril as empresas tiveram que lidar com a perda de 171.233 clientes, o que corresponde a 0.9% a menos de usuários que o mês anterior. Apesar disso, o número de pessoas que usam o serviço de TV via satélite se manteve praticamente estável no último ano.*

*As maiores taxas de cancelamento foram na região nordeste. Em comparação com o mesmo período do ano passado, Piauí, Maranhão e Rio Grande do Norte são os líderes da lista das suspensões, com redução registrada em 9,66%, 7,32% e 6,26%, respectivamente.*

*As operadoras que mais tiveram seus serviços cortados da lista dos consumidores foram a Claro/NET e a Vivo. Já a que apresentou maior*

<sup>4</sup> [http://teletela.com.br/teletime/14/09/2017/tv-paga-segue-crescendo-no-mundo-mas-sofrera-forte-impacto-do-svod-nos-mercados-consolidados/?noticiario=TT&\\_akacao=4468584&\\_akcnt=a7ee9490&\\_akvkey=b874&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELETIME+News+-+14%2F09%2F2017+22%3A24](http://teletela.com.br/teletime/14/09/2017/tv-paga-segue-crescendo-no-mundo-mas-sofrera-forte-impacto-do-svod-nos-mercados-consolidados/?noticiario=TT&_akacao=4468584&_akcnt=a7ee9490&_akvkey=b874&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELETIME+News+-+14%2F09%2F2017+22%3A24) Acesso em 19 de setembro de 2017.

*W*

*crescimento – apesar do número em baixa – foi a OI, com 1,63% a mais de usuários.*

**Em contrapartida, em um ano, o número de assinantes de internet por fibra óptica cresceu em 20,6%. No período entre março e abril deste ano, o aumento foi de 0,14%.<sup>5</sup>**  
(grifou-se).

Diante do acima exposto, não há como negar que os competidores que atuam no segmento de prestação de serviços **SVOD** vêm exercendo e intensificando forte pressão competitiva frente às operadoras de TV por assinatura, sendo tais serviços plenamente substituíveis entre si do ponto de vista da demanda.

Nesse sentido, a **Claro** entende, com a devida vênia e divergindo do quanto afirmado pela d. **SG**, que devem integrar o mercado relevante considerado na análise do Ato de Concentração tanto o serviço de TV por assinatura, quanto o de **SVOD**.

## 2. Das práticas aventadas à Claro

É imperativo, antes de mais, registrar que a **Claro** sempre atuou em conformidade com as normas de direito concorrencial e em estrita observância dos limites que lhe são impostos pela Lei do Serviço de Acesso Condicionado – SeAC, razão pela qual, causa-lhe, espécie, ter sido aventada, ainda que hipotética e cerebrinamente, a inferência de que, da presente operação, decorreria um aumento de probabilidade de poder coordenado entre Sky e **Claro**, em razão da participação societária da Globo nestes grupos.

Conforme mencionado na resposta da **Claro** ao Ofício n.º 1879/2017, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

<sup>5</sup> Informação extraída, em 21/09/2017, do site: <https://www.tecmundo.com.br/tv-a-cabo/117898-tv-assinatura-tem-queda-170-mil-clientes-abril-segundo-anatel.htm>. Matéria datada de 16 de junho de 2017.

*[Handwritten signature]*

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Por fim, no que se refere à alegação de que a NET teria se negado a distribuir, em 2013, o canal Esporte Interativo, alegadamente por ser este concorrente direto do Sport TV, registra a **Claro**, que esta é matéria de cunho estritamente comercial e privada. Isto porque, à época, seja por este ser um Canal de Radiodifusão (e, portanto, "não obrigatório"), seja pelos termos comerciais ofertados à época pelo Canal, simplesmente a distribuição do Esporte Interativo não era de interesse (comercial e estratégico) da NET<sup>8</sup>. Esta controvérsia privada, pontual e isolada, não pode, mesmo em hipótese, ser cogitada como qualquer indício de fechamento de mercado para às programadoras.

Feito os devidos esclarecimentos e esperando contribuir com a instrução do presente Ato de Concentração, requer a **Claro** seja deferido tratamento Confidencial às informações destacadas no texto na versão de acesso restrito (tarjadas em cinza) e na versão pública (tarjadas em preto), por estarem devidamente protegidas, nos termos do art. 92, inciso XIV, do Regimento Interno do CADE.

Termos em que,  
Pede deferimento.

De São Paulo para Brasília, 22 de setembro de 2017.

**CLARO S.A.**

\_\_\_\_\_  
**José Inácio Gonzaga Franceschini**  
OAB/SP n.º 28.711

\_\_\_\_\_  
**Cristhiane Helena L. Ferrero Taliberti**  
OAB/SP n.º 252.787

[REDACTED]

<sup>7</sup> Resposta da **Claro** ao Ofício nº 1879/2017.

<sup>8</sup> A negociação faz parte da dinâmica de contratação de canais em IPTV. Isto porque, a distribuição deles incorre em custos, que não podem ser repassados aos assinantes.

[REDACTED]

[REDACTED]

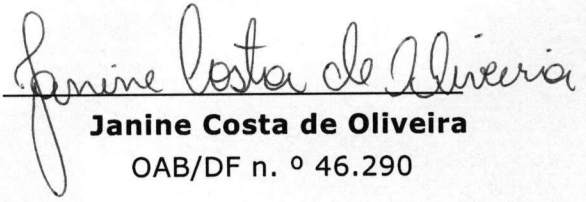
**FRANCESCHINI  
e MIRANDA  
Advogados**

8

---

**Igor Voronkoff Carnaúba Araújo**

OAB/SP n. ° 349.541

  
**Janine Costa de Oliveira**

OAB/DF n. ° 46.290