Ministerio de Economía
Secretaría de la Competencia, la Desregulación
y la Defensa del Consumidor

104

282

BUENOS AIRES, 05 SEP 2001

VISTO el Expediente N° 064-020982/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 58° de la Ley N° 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA.

Que, en consecuencia, las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6° a 16° y 58° de la Ley N° 25.156.

M.E.
PROCURACION N°
919

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica notificada, por la cual ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. adquirirá el SESENTA Y CINCO POR CIENTO (65%) del capital social de la firma PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A., acto que

SUE

encuadra en el artículo 6° inciso c) de la Ley Nº 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica, analizada en forma conjunta con la cláusula de no competencia, no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, dependiente de la SECRETARÍA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como ANEXO I y es parte integrante de la presente.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto, en virtud de lo establecido en los artículos 13° y 58° de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

M.E.
PROESGRALID N°
919

ARTÍCULO 1° .- Autorizar la operación de concentración económica notificada, consistente en la adquisición por parte de ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V., del SESENTA Y CINCO POR CIENTO (65%) del capital social de la firma PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A., de acuerdo a lo previsto por el artículo 13° inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2° .- Considérese parte integrante de la presente, al Dictamen emitido

Ministerio de Economía
Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor

por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 31 de Agosto del año 2001, que en DOCE (12) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°. – Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 104

Dr. Carlos Winograd
Secretario de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor

M.E.
PROESGRALD N°
019

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Ministerio de Economía
Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

104

Ref.: Expte. Nº 064-020982/2000 (C 268) DG/B

DICTAMEN N° 282

BUENOS AIRES, 31 AGO 2001

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° 064-020982/2000 (C 268) del Registro del Ministerio de Economía, caratulado "PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. Y ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. S/ NOTIFICACION ART. 8° Ley N° 25.156" por la cual ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. adquirirá el sesenta y cinco por ciento (65 %) del capital social de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A.

I. DESCRIPCION DE LA OPERACION Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La Operación

1. La operación notificada que se lleva a cabo en la República Argentina consiste en la adquisición por parte de ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. del sesenta y cinco (65 %) del capital social de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A., conforme surge del Contrato de Compraventa de Acciones de fecha 21 de diciembre de 2000 (fs. 144/263).

PROFESIONAL N° 919

La actividad de las partes

<u>El comprador:</u>

2. ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. se encuentra constituida y domiciliada en el Reino de los Países Bajos. Tiene por objeto social realizar las siguientes actividades: ofrecer la financiación de activos; obtener, otorgar y conceder licencias y similares; adquirir derechos de uso de derechos de autor, patentes, modelos, marcas, y

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

el producto que derivara de ellos; participar y financiar empresas, sociedades y asociaciones de cualquier manera.

3. No controla empresa alguna en la República Argentina. En el exterior controla diversas sociedades vinculadas a la industria del entretenimiento.

4. ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. se encuentra controlada por ENDEMOL ENTERTAINMENT HOLDING N.V. (100 %). Esta sociedad se encuentra constituida y domiciliada en el Reino de los Países Bajos.

5. La controlante final de estas empresas es TELEFONICA DE ESPAÑA, que controla a ENDEMOL ENTERTAINMENT HOLDING N.V. (99,20 %). Se encuentra constituida y domiciliada en el Reino de España.

<u>El vendedor:</u>

N.E.
PROESCRIBE N° 9

6. PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. es una sociedad constituida y con domicilio en la República Argentina. Dentro de su objeto social se encuentra la realización de las siguientes actividades: dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros a la explotación de servicios de Agencia de Publicidad; películas de corto o largo metraje y todo tipo de programas de radio o televisión, además de hacer todo lo necesario para completar o complementar su actividad, cuya propiedad intelectual registrará en legal forma; organización de eventos especiales y espectáculos de todo tipo.

7. Es una compañía cuyo capital accionario pertenece a dos personas físicas. No ejerce el control directo ni indirecto en ninguna empresa en el país o en el extranjero, como tampoco es controlada por empresas locales o extranjeras.

II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

8. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

9. La operación que se notifica consiste en la transferencia del SESENTA Y CINCO POR CIENTO (65 %) de las acciones y votos de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. a favor de ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V., constituyendo una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso c) de la Ley N° 25.156.

10. La obligación de notificar la operación de concentración descripta obedece a que el volumen de negocios de la empresa controlante final del grupo comprador, supera, en el ámbito nacional, el umbral establecido en el artículo 8 de la Ley N° 25.156.

III. PROCEDIMIENTO

11. El día 28 de diciembre de 2.000, las partes involucradas en la operación descripta precedentemente, notificaron ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley 25.156.

12. Analizada la información suministrada en la notificación, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entendió que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, notificándole a las partes las observaciones el día 9 de enero de 2001.

13. Con fecha 23 de enero de 2001, PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. completó satisfactoriamente la información requerida. El mismo día ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. presentó la información que se le requiriera, en forma parcial, lo que se le notificó el 31 de enero de 2001.

14. ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. efectuó una nueva presentación de información el día 22 de febrero de 2001, la cual también resultó insuficiente. La parte fue notificada el 5 de marzo de 2001.

15. El 31 de mayo de 2001 ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. cumplimentó toda la información requerida, teniéndose a partir de esa fecha por aprobado el

104

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

16. No obstante la información presentada por las partes, esta Comisión Nacional consideró necesario profundizar el análisis de los efectos de la operación notificada. En razón de ello se requirió a las mismas que brindaran información solicitada en el marco del Formulario F2, lo que fue notificado a las partes intervinientes el día 19 de julio de 2001, quedando suspendidos los plazos para que esta Comisión se expidiera.

17. El requerimiento efectuado en el marco del Formulario F2 fue contestado el día 2 de agosto de 2001. Al resultar incompleta la información presentada, se le notificó a las partes las nuevas observaciones el día 7 de agosto de 2001.

18. Finalmente, las partes cumplimentaron con lo solicitado el día 23 de agosto de 2001, reactivándose el término legal contemplado en el art. 13 de la Ley 25.156, cuyo vencimiento opera el día 11 de septiembre de 2001.

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

Naturaleza de la operación

19. Como ya fuera mencionado, PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. es una empresa dedicada a la producción de contenidos para televisión y actúa, además, como agente no exclusivo de venta de publicidad no tradicional.

20. En cuanto a la producción de contenidos televisivos, PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. se encarga de la producción artística y ejecutiva de los programas, concertando a tal efecto diversos tipos de contratos de locación de servicios con estudios de grabación y productores, editores, presentadores, etc. PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. imparte los criterios artísticos y técnicos de la producción de los mencionados programas (escenografía, musicalización, etc.). Todo este conjunto de actividades abarca el proceso completo desde la pre-producción hasta la post-producción del programa.

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

21. El conjunto de productoras de contenidos para televisión está compuesto por empresas independientes y por los "equipos" de los canales de televisión. En este sentido, los programas que componen la grilla de programación de un canal pueden ser desarrollados por éste con infraestructura humana y técnica propia o bien ser adquiridos a productores independientes, a través de la modalidad de producto "llave en mano" o a través de algún acuerdo de coproducción.

22. Los productos de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. emitidos durante el año 2000 fueron los siguientes: "Venite con Georgina", por Azul TV; "Versus", por TELEFE; "Todos al Diván", por Azul TV; "La Casa de Caramelito", por Canal 13 y "Tiempo Final", por TELEFE.

23. Por su parte, el grupo Endemol produce a nivel mundial diversos programas y películas para televisión (contenidos en general) que son transmitidos por distintos canales en todo el mundo. A través de sus subsidiarias también se hace cargo de la producción artística y ejecutiva de los programas y películas de televisión. Durante el año 2000, el grupo Endemol ha comercializado en el país los siguientes programas: "Por Quererte Tanto", por América 2 y "Nunca es Tarde", por Canal 13.

919

24. De lo anterior surge que existen entre PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. y Endemol relaciones horizontales en el mercado de producción de contenidos televisivos desde el momento en que ambas son consideradas productoras de tales contenidos como se demostrará más adelante. Estas relaciones son de escasa relevancia y no presentan peligro real o potencial desde el punto de vista de la competencia.

25. TELEFONICA S.A. controla en el país no sólo al grupo Endemol sino también a un grupo de empresas dedicadas al desarrollo de medios televisivos, a saber: TELEVISION FEDERAL S.A. (TELEFE), canales de TV abierta en provincias del interior y empresas comercializadoras de espacios publicitarios subsidiarias de TELEVISORA FEDERAL S.A., y una participación del cincuenta por ciento (50 %) en TELEARTE S.A. (CANAL 9). En virtud de ello se verifican entre TELEFONICA S.A. y PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. relaciones de naturaleza tanto vertical como horizontal. Esto es así

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

dado que dentro del grupo de empresas controladas indirectamente por TELEFONICA S.A. están aquellas que, al igual que PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A., se dedican a la producción de contenidos televisivos y a la comercialización de los espacios publicitarios cuyos derechos están a cargo del canal.

26. La demanda de contenidos televisivos está compuesta por empresas productoras y distribuidoras de señales, las cuales como fuera mencionado previamente, pueden generar sus propios programas, adquirirlos a terceros productores independientes o bien formar uniones transitorias para su coproducción. Estas empresas también suelen denominarse "agrupadores de programas" dado que adquieren los derechos de emisión de los contenidos y los organizan en torno a un horário de programación. Este es un paso intermedio en la cadena que va desde la producción hasta la emisión del contenido. Posteriormente las empresas productoras y distribuidoras de señales comercializan las mismas con los distribuidores de programación, grupo constituido por cableoperadores, operadores de televisión satelital y tecnologías de aire (televisión abierta) a efectos de alcanzar al televidente, último demandante de las señales

27. Con respecto a los espacios publicitarios, la actividad de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. se limita a la comercialización de publicidad no tradicional. A diferencia de los avisos emitidos durante la tanda comercial, la publicidad no tradicional se emite durante el segmento artístico del programa. La misma está a cargo generalmente del conductor del programa ayudado de un locutor, que es quien menciona la marca propiamente dicha, y algún elemento identificatorio del producto publicitado. Más allá de las características señaladas en relación a los avisos publicitarios emitidos durante la tanda y el segmento artístico, ambos espacios pueden considerarse sustitutos entre sí y, por ende, forman parte de un único mercado desde el punto de vista de la demanda, toda vez que tienen por objeto la publicidad y promoción de bienes y servicios a través de un medio de comunicación común, en un mismo horario y para el mismo segmento del público televidente.

FOLIO
919

El ámbito geográfico

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

28. El ámbito geográfico relevante a los fines del análisis de esta operación es todo el territorio nacional. Por lo tanto, habría que tener en cuenta a todas aquellas empresas que se dedican a la producción de contenidos para televisión.

29. Considerando que TELEFONICA S.A. controla indirectamente en el país, a través de diversas subsidiarias, emisoras de televisión provinciales, éstas deberían ser incluidas en el análisis en el caso que produzcan alguno de los contenidos que emiten. Al respecto, se puede afirmar que los contenidos transmitidos por canales del interior, según surge del dictamen Nº 45 de esta Comisión referido a la operación de concentración económica entre las empresas ATCO y ACISA, son en un 70% material adquirido a los canales vinculados de Buenos Aires y en un 30% de producción propia o de terceros. En general, este 30% se refiere a noticieros y programas de interés local.

30. Por lo tanto, por ser la participación de los canales del interior en la producción de contenidos poco significativa, pueden éstos omitirse a los fines del análisis. En este caso, el análisis se limitará únicamente a los canales de Buenos Aires y a las demás empresas dedicadas a la producción de contenidos para televisión que operan en dicha órbita. De no surgir problemas para la competencia en este mercado geográfico, tampoco se verificarán en una ámbito geográfico más ampliamente definido.

C.N.D.C. FOLIO Nº 919

Los efectos sobre la competencia

31. Como ya fuera mencionado, las relaciones horizontales se hallan presentes en dos ámbitos, la producción de contenidos televisivos por un lado y la comercialización de espacios de publicidad por el otro.

32. Respecto de la producción de contenidos para televisión, existe una importante variedad de empresas productoras de contenidos, ya sea que éstos se emitan por televisión abierta, sistemas de cable o televisión satelital; así como también aquellos contenidos adquiridos a empresas del exterior como ser películas y series. A los fines del presente dictamen, se optará por una visión más restringida en la cual se considerarán únicamente los contenidos generados por productoras independientes que emitan sus productos por televisión abierta, como ser el caso de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

S.A.. De no surgir evidencia sobre posibles efectos anticompetivos tampoco se verificarían tales efectos si se considerara la totalidad del universo de contenidos para televisión.

33. Para estimar la participación de mercado de las empresas involucradas en la presente operación se tomó como criterio la cantidad de horas de emisión de los distintos programas por ellas producidos. Así, considerando únicamente las productoras independientes y los contenidos que ellas producen, el total de horas de emisión en televisión abierta ascendería a 4.000 horas al año. La contribución de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. dentro de este total alcanzaría el 16%. Por su parte, la participación del grupo Endemol alcanzada en el mismo período fue aproximadamente del 2%, sumando un total de cien horas de emisión en el año. Por lo tanto, en forma conjunta el grupo Endemol y PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. lograrían una participación inferior al 20% del segmento considerado.

34. Es necesario considerar que en el cálculo realizado se está computando con igual ponderación todos los horarios de emisión. Sin embargo, existen bandas horarias consideradas centrales en virtud de los niveles de audiencia que generan. A su vez, dentro de una misma banda horaria existen variaciones de "rating". Ambas variables determinarán el valor de la publicidad y consecuentemente la facturación del programa. Por estas razones, el cálculo realizado en relación a la participación de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. y Endemol estaría sobreestimando la relevancia que las empresas detentan dentro del medio televisivo dado los horarios no centrales en los cuales sus programas salen al aire y los bajos niveles de rating que éstos alcanzan.

919

35. Si se considerara el total de horas de aire multiplicando el número de horas diarias durante las cuales se emiten los programas (habitualmente se extiende desde las 12 pm hasta la 1 am), por los 365 días del año, por los cinco canales de televisión abierta, daría un total de 23.725 horas al año. Los programas producidos por PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. alcanzaron una participación del 2,8% respecto de este total. Respectivamente, la participación del Endemol fue del 0,4%. Caben hacer al respecto las mismas consideraciones anteriormente realizadas en cuanto a la ponderación de los

ES FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

distintos programas, por las cuales la participación de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. estaría siendo sobreestimada.

36. Si bien no se tienen datos ciertos en relación a la participación de las demás empresas controladas por TELEFONICA S.A. en este segmento, el incremento de participación logrado a partir de la presente operación es poco significativo, representando apenas el 2,8% aportado por PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A..

37. Finalmente, como última consideración, es necesario resaltar la marcada atomización de la oferta que presenta el mercado de producción de contenidos. Como fuera previamente mencionado, el mismo está compuesto por una gran cantidad de empresas cuyas acciones no se limitan únicamente al ámbito de la televisión abierta, sino que abarcan al mismo tiempo la televisión por cable, la producción de contenidos para internet, productoras de cine, etc. No existen, por tanto, barreras a la entrada de significatividad, sean éstas legales o de naturaleza económica, que impidan el ingreso de empresas o personas cuyas ideas puedan constituir finalmente un producto televisivo.

N.E.
PRI... 319

38. Antes de analizar los efectos de la relación horizontal que se verifica en términos de la comercialización de espacios publicitarios, es conveniente describir brevemente la forma en que PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. recauda sus ingresos. La recaudación de ingresos depende de lo que se establezca en los contratos entre la productora (o productoras en caso de que se trate de una unión transitoria de empresas) y el canal que emitirá el contenido en cuestión. En general lo habitual es que éste último garantice un ingreso mínimo a la primera. Sobre este mínimo suele fijarse una cantidad adicional calculada sobre los ingresos que genera el programa en cuestión en todo concepto, sea tanda o publicidad no tradicional. Adicionalmente se pueden fijar premios por cada punto de rating que supere un nivel de rating considerado mínimo.

39. Sumando todos los ingresos que PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. ha generado en el transcurso del año 2000, los mismos alcanzan un total de aproximadamente $7.600.000. Esta cifra incluye el mínimo garantizado, los servicios de producción y coproducción y la venta de pubicidad no tradicional cuya recaudación es exclusivamente de la productora. Si se consideran los ingresos generados por PRODUCCIONES Y

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

PUBLICIDAD S.A. en concepto de comercialización de publicidad no tradicional y se calcula como procentaje del total de inversión publicitaria en televisión abierta para el año 2000 según datos de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, su participación no superaría el 1%. Las actividades realizadas por P&P como agencia de publicidad no tradicional son complementarias de la producción de contenidos, actividad principal de la empresa, y no revisten de esta manera entidad suficiente para que la presente operación alcance a modificar las condiciones del mercado de publicidad.

40. Con respecto a las relaciones verticales, es necesario destacar que, si bien TELEFONICA S.A. posee control indirecto sobre TELEVISION FEDERAL S.A. (TELEFE) y una participación del cincuenta por ciento (50 %) en TELEARTE S.A. (CANAL 9), ambas empresas emisoras de contenidos, y a su vez controla empresas productoras de contenidos (ENDEMOL y las mismas empresas emisoras), la poca relevancia en el mercado que posee PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. como productora de tales contenidos no altera en términos prácticos la integración vertical pre-existente entre empresas emisoras y productoras de contenidos del grupo Telefónica.

41. Por lo tanto, teniendo en cuenta: el número de empresas dedicadas a la producción de contenidos televisivos, incluyendo productoras independientes y a los mismos canales de televisión; la escasa participación que PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A. ha tenido en el pasado ya sea en el mercado de producción de contenidos para televisión o en el mercado de comercialización de espacios publicitarios; y la inexistencia de barreras que impidan el acceso de nuevos competidores al mercado, se desprende que la operación no representa peligro real o potencial desde el punto de vista de la competencia en el mercado relevante.

V.- CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS.

42. El contrato de compraventa de acciones abarca cinco Contratos Complementarios, dentro de los cuales se incluyen un Convenio de Accionistas y dos Convenios de No Competencia y Confidencialidad, los cuales fueran aportados con carácter confidencial y admitido por esta Comisión. En virtud de los convenios mencionados, tal como se manifestara en los resúmenes no confidenciales acompañados, las dos personas físicas

que fueran únicas accionistas de PROMOCIONES Y PUBLICIDAD S.A. se obligan a no participar en actividades que puedan ser consideradas una competencia para la sociedad objeto de la concentración.

43. A este tipo de cláusulas restrictivas de la competencia, por las cuales las partes involucradas en una operación de concentración limitan su propia libertad de acción en el mercado, cuando reúnen ciertos requisitos, la jurisprudencia comparada las califica como accesorias, pues son restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración. Estas cláusulas, para ser consideradas accesorias, no deben causar detrimentos a terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración y limitarse solamente a las partes.

44. Estas restricciones a la competencia son "accesorias" a la operación principal en el sentido de que están subordinadas en importancia a la misma y no pueden ser totalmente diferentes en su sustancia de las de la concentración. Además, estas reservas deben ser necesarias para la realización de la operación, lo cual significa que, de no existir, la operación podría no realizarse o su probabilidad de éxito sería menor.

45. La cuestión respecto a si estas restricciones cumplen con estas condiciones, no puede ser evaluada con carácter general. Su ponderación debe realizarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado, sobre la base de un análisis caso por caso.

46. Si bien el propósito de este tipo de cláusulas es la protección del valor de la inversión, estas cláusulas sólo estarán justificadas cuando su duración, ámbito geográfico de aplicación y contenido en cuanto a las actividades restringidas, no vayan más allá de lo que se considera razonable para lograr dicha protección.

47. En lo que respecta a la duración temporal permitida, se ha considerado que resulta adecuado un plazo que permita razonablemente al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad del valor de los activos y proteja su inversión, pudiendo variar según las particularidades de cada operación.

919

48. Con referencia al ámbito geográfico se entiende que debe circunscribirse a la zona en donde hubiera el vendedor introducido sus productos o servicios antes del traspaso.

49. Asimismo, cuando el alcance excede el ámbito territorial de la República, el análisis de estas cláusulas queda limitada al ámbito geográfico nacional, límite de la jurisdicción de esta Comisión Nacional.

50. En cuanto al contenido, el mismo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de empresa transferida.

51. En virtud de haberse comprobado que las características de las cláusulas restrictivas de la competencia se adecuan a las pautas fijadas por esta Comisión Nacional se concluye que las mismas resultan razonables.

VI.- CONCLUSIONES

52. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

53. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de ENDEMOL ENTERTAINMENT (FINANCE) B.V. del sesenta y cinco (65 %) del capital social de PRODUCCIONES Y PUBLICIDAD S.A., de acuerdo a lo previsto por el art. 13 inc. a) de la Ley 25.156.

M.E.
PROELCRA
919

EDUARDO MONTAMAT
VOCAL

DR. GABRIEL BOUZAT
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
PRESIDENTE

ESTEBAN M. GRECO
VOCAL

Lic. MAURICIO BUTERA
VOCAL