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

GRAL. DESPACHO Y MESA de ENTRADAS 304

BUENOS AIRES, 7 AGO 2002

VISTO el Expediente Nro. 064-014665/1999 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente del VISTO, se inició como consecuencia de la denuncia recibida el 24 de septiembre de 1999 por el Sr. Aldo Omar Curiale en su carácter de Director de SURCOR TV por presunta violación a la Ley N° 22.262, ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado dependiente de la SECRETARÍA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

Que la denunciante manifestó la ciudad de Córdoba existen dos empresas prestadoras del servicio de televisión por cable, CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A., ambas denunciadas, y que entre ellas no existiría competencia efectiva ya que a partir del mes de julio de 1998 concertaron la división de las zonas de la ciudad en dos partes, transfiriéndose compulsivamente los abonados de una empresa a la otra, configurándose así una situación con un solo prestador en cada una de las zonas.

PROYECTO N° 2934

Que refiere la denunciante que en parte de la zona adjudicada a MULTICANAL S.A., (un pequeño sector en la Zona Sur de la Ciudad de Córdoba) dicha empresa compite con SURCOR TV, quien posee sólo un 1.5% del total de los abonados de la ciudad, y que la presencia de SURCOR TV en dicha zona impulsó a

DIR. GRAL. de DERECHO y ... 305

MULTICANAL S.A. a llevar a cabo, en abuso de posición dominante, una política de precios desleal y claramente monopólica.

Que la denunciante explicó que a partir del mes de abril de 1999 la firma MULTICANAL S.A. ofrecía sólo para determinadas zonas donde competía con SURCOR TV y para potenciales clientes que no fueran sus abonados, una promoción limitada consistente en un costo para el abono básico mensual de $ 25,40 (que incluía además un perdón de deuda para los ex abonados que hubiesen sido desconectados y que desearen reconectarse), siendo que para el resto de los abonados de su mercado (e incluso para sus abonados de ese sector) el precio del abono básico mensual era de $ 37.60, para una sola boca, y $ 41.30 para dos bocas.

Que el denunciante indicó que a partir del mes de agosto, MULTICANAL S.A. extendió la misma promoción a todos los abonados y también a los nuevos barrios en los que SURCOR TV comenzaba a funcionar, y con la supuesta finalidad de eliminar a SURCOR TV como competidora potencial en toda la ciudad, haciendo abuso de su posición dominante en el mercado y encarando estrategias de precio totalmente discriminatorias contrarias a toda ética y a los usos comerciales.

M.P.
EXPEDIENTE N°
2934

Que con la finalidad de acreditar los extremos invocados, el denunciante adjuntó las siguientes pruebas documentales: fotocopia del artículo periodístico publicado por el diario "La Voz del Interior" del 29/06/99, Sección Artes y Espectáculos; fotocopia de solicitud de servicio de MULTICANAL S.A. confeccionada a un cliente del Barrio Ciudadela en donde consta que el precio por el abono de mayo a diciembre de 1999 era de $ 25,40 por mes; y original de una factura de

MULTICANAL S.A. de otra zona de la ciudad, en la que el abono

Que la denuncia fue ratificada el día 4 de noviembre de 1999, de conformidad con las disposiciones de los artículos 175 y 176 del Código Procesal Penal de la Nación, de aplicación supletoria de acuerdo a lo establecido en el artículo 43 de la Ley Nº 22.262.

Que se corrió traslado de la denuncia las firmas CABLEVISION S.A Y MULTICANAL S.A. a fin de que brindaran las explicaciones que estimaran conducentes, conforme a lo prescripto en el artículo 20 de la Ley Nº 22.262.

Que en ejercicio de las facultades emergentes del artículo 12 de la Ley Nº 22.262, funcionarios de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia se constituyeron en la Ciudad de Córdoba los días 1, 2, 3 y 4 de febrero de 2000 para tomar declaración testimonial a algunos abonados de televisión por cable de la Ciudad de Córdoba.

Que en su descargo, CABLEVISION S.A. manifestó que la denuncia de SURCOR TV se refiere puntualmente a una conducta realizada por la empresa MULTICANAL S.A., consistente en una política de precios promocionales en determinada zona de la Ciudad de Córdoba.

PROYECTO Nº 2934

Que, a su juicio, la sola mención en la denuncia del hecho de que a partir de julio de 1998 se concretaron los efectos de la escisión- fusión de Video Cable Comunicación S.A (VCC) produciéndose con ello la consecuente división de activos en la Ciudad de Córdoba, entre MULTICANAL S.A. y CABLEVISIÓN S.A., no configuraba una base válida para que la actuación administrativa dirigida en contra de CABLEVISION S.A., manifestando que con fecha 17/10/98, la sociedad

Gral. de DESPACHO 307

FINTELCO S.A., controlante de VCC, fue adquirida a nivel nacional en un 50% por CABLEVISION S.A. y en un 50% por MULTICANAL S.A.. siendo sometida la sociedad VCC con posterioridad a un proceso de escisión fusión como resultado del cual los activos de VCC fueron divididos entre CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A..

Que la denunciada manifestó que no existió ningún acuerdo por parte de CABLEVISION S.A. que eliminara o limitara de algún modo la competencia en el mercado, y que las conductas denunciadas no configuraban distorsión de la competencia, ni abuso de posición dominante, y que no perjudicaban el interés económico general.

Que MULTICANAL S.A. presentó sus explicaciones manifestando que en octubre de 1997 las empresas CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A. adquirieron conjuntamente el 100% de las acciones de FINTELCO S.A. en una porción del 50% para cada parte, siendo FINTELCO sociedad controlante de VCC.

Que los abonados y las redes se distribuyeron entre MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. procurando que cada empresa quedara con una cantidad similar.

Que, a su entender, la escisión no significó la división de mercado que acusa SURCOR TV ya que nadie fue excluido del mismo ni se imponen barreras de entrada al mercado.

Que MULTICANAL S.A. indicó que el criterio con que se efectuó la escisión fue que cada empresa debía recibir una cantidad de abonados similar en cada ciudad y que en aquellas localidades en donde ello no fuera posible por

Expediente N° 2954

cuestiones técnicas o porque el criterio resultaba antieconómico, se debía efectua una compensación en otro lugar de la región, y que el criterio mencionado par efectuar la escisión era demostrativo del hecho de que las adquirentes de VCC n quisieron crear plazas donde una de ellas tuviera una posición de dominio monopólica que impidiera a otra empresa acceder al mercado, sino establecer un situación de equilibrio para que existiera una verdadera competencia en la puja po adquirir clientela.

Que en cuanto a la política de precios implementada por MULTICANA S.A., la denunciada manifestó que la misma era un claro ejemplo de la competenci efectiva que existe en el sector, ya que se trataba de una promoción por tiemp limitado, no imponiendo precios desleales o contrarios a toda ética y a los uso comerciales tal como la denunciante sostuvo.

Que explicó que MULTICANAL S.A. ofrecía varias promociones distintas la denunciada según fuera la estructura del mercado donde se operaba y conform a la demanda que existiera en él, y que es falso que se ofrezcan descuentos promociones solo en la zona donde opera SURCOR TV.

Que respecto a la supuesta división de mercado por parte d MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. luego de la escisión de VCC, si bien est Comisión Nacional entiende que no forma parte de la presente causa, cabe señala que dicha conducta está siendo investigada en otras actuaciones, debido a que e un hecho que ha ocurrido en este mercado y que podría resultar violatoria de la Le de Defensa de la Competencia.

Que la conducta imputada por SURCOR S.A. a MULTICANAL S.A

2934

consistiría en un abuso de posición dominante a través de la aplicación de precios desleales y contrarios a toda ética y usos comerciales.

Que debido a ello el análisis debería consistir en determinar, en forma previa, si la disminución del precio de venta del servicio de televisión por cable en aquellas áreas donde MULTICANAL S.A. encuentra la competencia de SURCOR S.A. constituye una conducta exclusoria.

Que cabe destacarse, en el análisis de la conducta denunciada, que MULTICANAL no ofrece un precio homogéneo a todos sus clientes, destacándose precios especiales para consorcios, jubilados, ciertas obras sociales o asociaciones, encargados de edificios y los descuentos por débito automático o nuevos abonados.

Que MULTICANAL S.A. argumenta que la conducta denunciada refleja en forma legítima la respuesta competitiva a la entrada de un competidor que ofrece servicios de similares características a precios menores. En este sentido resulta importante analizar cómo se ha desarrollado el contexto competitivo entre las firmas intervinientes.

Que del análisis comparativo de la evolución del número de abonados del denunciado y la denunciada se permite inferir que la práctica llevada a cabo por MULTICANAL S.A. le permitió revertir una tendencia decreciente en el número de abonados, pudiéndose interpretar que la conducta no resulta anticompetitiva debido a que existiría una justificación legítima desde el punto de vista comercial para llevar a cabo la misma, esto es la necesidad de igualar la oferta presentada por un competidor, por lo que, específicamente, no sería legítimo desde el punto de vista de la defensa de la competencia restringir a un participante del mercado la posibilidad

PROYECTO Nº
2934

de adoptar métodos comerciales que utilizan sus competidores.

Que MULTICANAL S.A. pudo haber tenido una estrategia de fijación de precios por encima de los que surgirían de un proceso competitivo dada su posición de dominio en el mercado por no enfrentar ningún tipo de competencia, y posteriormente, con el ingreso de SURCOR S.A., MULTICANAL S.A. optó por igualar los precios del competidor con el objeto de no perder su participación en el mercado.

Que la firma denunciada notificó a esta Comisión Nacional que la denunciante, SURCOR S.A., inició en noviembre de 2000 una promoción para la suscripción de nuevos abonados, consistente en una rebaja en el precio del abono básico del servicio si el abonado suscribe un contrato por 18 meses, sugiriendo, sin embargo, la existencia de un entorno competitivo.

Que la conducta denunciada es la disminución del precio de venta del servicio de televisión por cable en aquellas áreas donde el operador, MULTICANAL S.A., encuentra competencia.

Que la denunciada, al encontrarse frente a un operador de TV por cable que ofrece un servicio similar a un menor precio, haya cambiado su estrategia intentando reducir el precio de sus abonos no es una conducta sancionable desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Que ante la estrategia llevada a cabo por la denunciada, la denunciante ha diseñado la propia, consistente en una sustancial rebaja del precio del abono y otros beneficios para los suscriptores, evidenciando de esa manera el proceso competitivo que se produce en la región bajo estudio.

1934

Que por todo lo expuesto, se puede establecer que no existen elementos de juicio suficientes para determinar que la conducta imputada a MULTICANAL S.A. constituya un abuso de su posición dominante en el mercado de televisión por cable en la Ciudad de Córdoba.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó que se acepten las explicaciones brindadas por las denunciadas y proceder al archivo de las presentes actuaciones de conformidad con lo establecido en el artículo 21 de la Ley N° 22.262.

Que el suscrito comparte los términos del dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, 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 es competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en el artículo 58 de la Ley N° 25.156 .

Por ello,

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

RESUELVE:

ARTICULO 1°. – Aceptar las explicaciones brindadas por las denunciadas, con arreglo a lo previsto por el artículo 21 de la Ley N° 22.262 y disponer el archivo de las actuaciones citadas en el visto.

ARTICULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente, al dictamen emitido po

M.P. 2934

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

312

la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 5 d

julio año 2002. que en DIECIOCHO (18) fojas autenticadas se agrega como Anexo I

ARTICULO 3°. - Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 37

Dr. Hugo O. Settembrino
Secretario de la Competencia, la Desregulación y la
Defensa del Consumidor

2934

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

3/13

37

Expte. Nº 064-014655/99 (C-516) MV/MB
Dictamen Nº 380 /2002
BUENOS AIRES 05 JUL 2002

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo Expediente Nº 064-014655/99, del registro del Ministerio de Economía, iniciadas como consecuencia de la denuncia formulada por la firma SURCOR TV, contra las firmas CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A., por presunta violación a la Ley 22.262.

I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. La firma denunciante, SURCOR TV, es una empresa prestadora del servicio de televisión por cable que posee un 1,5% del total de abonados de la ciudad de Córdoba.

2. Las denunciadas son las empresas CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A., ambas empresas prestadoras del servicio de televisión por cable en el ámbito nacional.

M.P.

II. LA DENUNCIA

3. Sostuvo la denunciante que "en la ciudad de Córdoba existen dos empresas prestadoras del servicio de televisión por cable, ellas son, CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A., y que entre ellas no existiría competencia efectiva ya que a partir del mes de julio de 1998 concertaron la división de las zonas de la ciudad en dos partes, transfiriéndose compulsivamente los abonados de una empresa a la otra, configurándose así una situación con un solo prestador en cada una de las zonas".

4. Indicó la denunciante que en parte de la zona "adjudicada a MULTICANAL S.A." (un pequeño sector en la Zona Sur de la Ciudad de Córdoba) dicha empresa compite con SURCOR TV, quien posee sólo un 1.5% del total de los abonados de la ciudad.

5. La denunciante manifestó que "la presencia de SURCOR TV en dicha zona impulsó a MULTICANAL S.A. a llevar a cabo, en abuso de posición dominante, una política de precios desleal y claramente monopólica".

6. La denunciante explicó que "a partir del mes de abril de 1999 la firma MULTICANAL S.A. ofrecía solo para determinadas zonas (solo en aquellas donde competía con SURCOR TV, los barrios, Suarez, Capital Sur, Altos de Velez Sarfield, Residencial Velez Sarfield, Atlántica, San Daniel, Ciudadela, California, Las Flores, Los Molinos, Parque Horizonte, Latino, Farina, Irupé y Santa Mónica), y sólo para potenciales clientes que no fueran sus abonados, (abonados de SURCOR TV, ex abonados de MULTICANAL y vecinos no abonados a ninguna de las empresas), una promoción (con vencimiento el 31/12/99) consistente en un costo para el abono básico mensual de $ 25.40 (que incluía además un perdón de deuda para los ex abonados que hubiesen sido desconectados y que desearen reconectarse), siendo que para el resto de los abonados de su mercado (e incluso para sus abonados de ese sector) el precio del abono básico mensual era de $ 37.60, para una sola boca, y $ 41.30 para dos bocas".

7. El denunciante indicó "que a partir del mes de agosto, posiblemente con el conocimiento de que SURCOR TV había comenzado el cableado en otros barrios (Los Molinos, Ampliación las Flores 1º, 2º y 3º, Ampliación Artigas, Kennedy, entre otros), y seguramente también ante la queja de los abonados que no habían sido incluidos en la promoción, MULTICANAL S.A. extendió la misma promoción a todos los abonados y también a los nuevos barrios en los que SURCOR TV comenzaba a abarcar".

8. El denunciante indicó que "los hechos detallados permiten apreciar como

MULTICANAL S.A., seguramente a partir de la diferencia de precios existentes entre las dos empresas y tal vez con el fin de eliminar a SURCOR TV como competidora potencial en toda la ciudad, haciendo abuso de su posición dominante en el mercado, decidió encarar estrategias de precio totalmente discriminatorias contrarias a toda ética y a los usos comerciales".

9. A fin de acreditar los extremos invocados, el denunciante adjuntó las siguientes pruebas documentales: fotocopia del artículo periodístico publicado por el diario "La Voz del Interior" del 29/06/99, Sección Artes y Espectáculos; fotocopia de solicitud de servicio de MULTICANAL S.A. confeccionada a un cliente del Barrio Ciudadela en donde consta que el precio por el abono de mayo a diciembre de 1999 era de $ 25,40 por mes; y original de una factura de MULTICANAL S.A. de otra zona de la ciudad, en la que el abono mensual era de $ 41,30 (para dos bocas), entre otras.

III. PROCEDIMIENTO

10. Esta Comisión Nacional recibió con fecha 24 de septiembre de 1999 la denuncia que dio origen a estas actuaciones. Mediante acta labrada con fecha 04 de noviembre de 1999, se procedió a tomar la ratificación de la denuncia al Sr. Aldo Omar Curiale en su carácter de Director de SURCOR TV, de conformidad con lo previsto en el artículo 175 del CPPN, de aplicación supletoria según lo establece el artículo 20 de la Ley Nº 22.262.

11. Posteriormente, se corrió traslado de la denuncia a las firmas CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A., a fin de que brindaran las explicaciones que estimaran conducentes, según lo prescripto por el artículo 20 de la Ley Nº 22.262.

12. En ejercicio de las facultades emergentes del artículo 12 de la Ley Nº 22.262, funcionarios de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia se constituyeron en la Ciudad de Córdoba los días 1, 2, 3 y 4 de febrero de 2000 para tomar declaración testimonial a algunos abonados de televisión por cable de la Ciudad de Córdoba.

DIR. GRAL. de DESPAC 316

IV. LAS EXPLICACIONES

13. El día 15 de diciembre de 1999 CABLEVISION S.A. contestó el traslado en tiempo y forma manifestando "que la denuncia de SURCOR TV se refiere puntualmente a una conducta realizada por la empresa MULTICANAL S.A., consistente en una política de precios promocionales en determinada zona de la Ciudad de Córdoba".

14. La denunciada, CABLEVISION S.A., indicó "que la sola mención en la denuncia del hecho de que a partir de julio de 1998 se concretaron los efectos de la escisión- fusión de Video Cable Comunicación S.A (VCC) produciéndose con ello la consecuente división de activos en la Ciudad de Córdoba, entre MULTICANAL S.A. y CABLEVISIÓN S.A., no configuraba una base válida para que la actuación administrativa dirigida en contra de CABLEVISION S.A.".

15. Por otra parte, manifestó que con fecha 17/10/98, la sociedad FINTELCO S.A., controlante de VCC, fue adquirida a nivel nacional en un 50% por CABLEVISION S.A. y en un 50% por MULTICANAL S.A. Posteriormente, la sociedad VCC fue sometida a un proceso de escisión fusión como resultado del cual los activos de VCC fueron divididos entre CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A..

2934

16. La denunciada manifestó que no existió ningún acuerdo por parte de CABLEVISION S.A. que eliminara o limitara de algún modo la competencia en el mercado.

17. CABLEVISION S.A. indicó finalmente que las conductas denunciadas no configuraban distorsión de la competencia, ni abuso de posición dominante, y que no perjudicaban el interés económico general.

18. Con fecha 22 de diciembre de 1999, MULTICANAL S.A. presentó sus explicaciones manifestando que en octubre de 1997 las empresas CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A. adquirieron conjuntamente el 100% de las acciones de FINTELCO S.A. en una porción del 50% para cada parte. FINTELCO era la

sociedad controlante de VCC. Los abonados y las redes se distribuyeron entre MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. procurando que cada empresa quedara con una cantidad similar.

19. A su entender, la escisión no significó la división de mercado que acusa SURCOR TV pues nadie fue excluido del mismo ni se imponen barreras de entrada al mercado. MULTICANAL S.A. indicó "que el criterio con que se efectuó la escisión fue que cada empresa debía recibir una cantidad de abonados similar en cada ciudad y que en aquellas localidades en donde ello no fuera posible por cuestiones técnicas (insuficiencia de redes, etc) o porque el criterio resultaba antieconómico, se debía efectuar una compensación en otro lugar de la región".

20. Esta denunciada aclaró que el criterio mencionado para efectuar la escisión (tanto en el ámbito local como nacional) era demostrativo del hecho de que las adquirentes de VCC no quisieron crear plazas donde una de ellas tuviera una posición de dominio o monopólica que impidiera a otra empresa acceder al mercado, sino establecer una situación de equilibrio para que existiera una verdadera competencia en la puja por adquirir clientela.

21. En cuanto a la política de precios implementada por MULTICANAL S.A., la denunciada manifestó que la misma era un claro ejemplo de la competencia efectiva que existe en el sector, ya que se trataba de una promoción por tiempo limitado, no imponiendo precios desleales o contrarios a toda ética y a los usos comerciales tal como la denunciante sostuvo. Es decir que lo que SURCOR TV denunció como "precios desleales" o contrarios a toda ética y a los usos comerciales eran precisamente claras manifestaciones de la lucha por la clientela en un mercado.

22. Además, explicó que MULTICANAL S.A. ofrecía varias promociones y que la descripta en la denuncia no era la única. En este orden de ideas manifestó que existía una promoción para departamentos a $ 26,50 por el abono mensual, que en el sector Noroeste de la ciudad ofrecía el abono mensual a $ 28 que a los jubilados le ofrecía el abono mensual de $ 28,70, que donde operaba la firma

Integra Cable ofrecía el abono mensual a $ 25 y que también ofrecía el abono mensual a personal afiliado a APEC a $ 28,70. Es decir, que existían diferentes promociones, según fuera la estructura del mercado donde se operaba conforme a la demanda que existiera en él.

23. Esta denunciada indicó que "es falso en consecuencia que MULTICANAL S.A. ofrezca descuentos o promociones solamente en la zona donde opera SURCOR TV, estos hechos demuestran que con el fin de captar clientela MULTICANAL S.A. ofrece diferentes promociones o bonificaciones, y que éstas no están limitadas a las zona donde opera la denunciante".

V. MEDIDAS PROCESALES

24. El día 04 de mayo de 2000 se le solicitó a MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. que aportaran información relacionada con el costo del abono básico, avalado por estructura de costos de la empresa, la evolución de los precios estipulados para cada zona de la ciudad de Córdoba y la evolución de la cantidad de abonados de la empresa.

25. El día 4 de mayo de 2000 se solicitó información al COMFER sobre la cantidad de abonados de las empresas SURCOR TV, MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. en la provincia de Córdoba; la fecha en que se produjo la operación de escisión fusión entre VCC, MULTICANAL S.A., CABLEVISION S.A.; y la normativa a las que se encuentran sujetas las empresas prestadoras de televisión por cable.

2334

VI. ENCUADRAMIENTO JURIDICO Y ECONOMICO DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

26. En los hechos descriptos por SURCOR S.A., se menciona que desde el momento de la venta y escisión de la firma VCC, el mercado de cableoperadores en la ciudad de Córdoba ha sido dividido entre sus dos empresas compradoras, CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A..

27. Continúa manifestando que ambas empresas habrían "...concertado una división de las zonas de la ciudad en dos partes transfiriéndose abonados compulsivamente con claras pretensiones monopólicas para cada una de las zonas..." (fs. 2).

28. Posteriormente la denunciante menciona que en la zona supuestamente adjudicada a MULTICANAL S.A., ésta compite con SURCOR S.A., y que la presencia de esta última impulsó a la primera a "...llevar a cabo, en abuso de su posición dominante, una política de precios desleal y claramente monopólica, que es precisamente la razón de la presente denuncia." (fs. 2)

29. De este modo, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia entiende, en este caso, que CABLEVISION S.A. no ha participado de la supuesta conducta anticompetitiva, toda vez que la denunciante manifestó que la autoría de los hechos le era atribuible a la firma MULTICANAL S.A.

30. En un sentido similar, en la ampliación de la ratificación de la denuncia, la denunciante manifiesta "En oportunidad de efectuar la ratificación de denuncia en contra de la empresa MULTICANAL S.A.....", lo cual pone de relieve que esta sería la empresa sujeta a investigación ya que es quien efectivamente compite con la denunciate y sobre quien se atribuye la conducta. (fs. 42)

31. No obstante ello, y respecto a la supuesta división de mercado por parte de MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. luego de la escisión de VCC, si bien esta Comisión entiende que no forma parte de la presente causa, cabe señalar que dicha conducta está siendo investigada en otras actuaciones, debido a que es un hecho que ha ocurrido en este mercado y que podría resultar violatoria de la Ley de Defensa de la Competencia[1].

32. En conclusión, en las presentes actuaciones se analizarán los efectos que ha tenido la conducta imputada por SURCOR S.A. a MULTICANAL S.A., por lo cual

PROYECTO Nº 334

se aconsejará aceptar las explicaciones dadas por CABLEVISION S.A., sin perjuicio de lo expuesto en el numeral anterior

33. La conducta imputada por SURCOR S.A. a MULTICANAL S.A. consistiría en un abuso de posición dominante a través de la aplicación de precios desleales y contrarios a toda ética y usos comerciales

34. Debido a ello el análisis debe consistir en determinar, en forma previa, si la disminución del precio de venta del servicio de televisión por cable en aquellas áreas donde el operador, MULTICANAL S.A., encuentra la competencia de SURCOR S.A. constituye una conducta exclusoria

35. A tal efecto, resulta necesario en primer lugar establecer el mercado relevante involucrado, tanto desde el punto de vista del producto como del geográfico.

VI.1. Mercado Relevante del Producto

36. El concepto de mercado relevante del producto tiene la finalidad de definir el ámbito dentro del cual se evaluará el carácter anticompetitivo de una conducta determinada. En este sentido, se considera que el mercado relevante del producto está compuesto por la mínima canasta de bienes para la cual a un hipotético monopolista de todos ellos, le sería rentable aumentar el precio de los mismos en forma leve, pero significativa y permanente.

2934

37. Teniendo en cuenta lo señalado en el punto anterior, en el caso bajo examen es necesario determinar, como primera medida, el grado de sustitución existente entre los diversos servicios de difusión de señales para televisión, y en base a ello evaluar si pertenecen, o no, a un mismo mercado. A tal fin, en primer lugar debe analizarse cuáles son las diferencias entre la televisión por aire y los sistemas de televisión pagos, destacándose, entre estos últimos, la televisión por cable y la televisión satelital.

[1] Expediente N° 234-14/98 "Multicanal S.A. y Otro s/denuncia Ley 22.262" y Expediente N° 064-004218/98 "Video Cable 6 S.A. y Otras s/Inf. Art. 1 Ley 22.262".

38. El servicio de televisión abierta cuenta con algunas características de los bienes públicos en el sentido de que no existe rivalidad entre los consumidores, el uso del servicio por un consumidor adicional no afecta al resto, debido a que el costo marginal de agregar un nuevo televidente es nulo. Al mismo tiempo también se caracteriza por la no exclusión y el libre acceso, ya que para acceder a la imagen alcanza con tener un televisor en el radio de alcance de la señal.

39. Las características señaladas determinan que no pueda implementarse un precio por el servicio de televisión abierta[2], por lo cual su financiamiento proviene de la publicidad. Esta a su vez resulta ser una demanda derivada de la demanda de la señal, que se encuentra conformada por la audiencia y que en última instancia depende de la "calidad" de los contenidos, entendida esta última en relación al interés que despiertan entre los espectadores.

40. A diferencia de lo que ocurre con la televisión abierta, la televisión paga se presenta como un "bien privado", ya que para acceder al mismo el consumidor debe pagar un precio, siendo este precio la fuente de financiamiento básico del servicio.

41. En consecuencia, la principal fuente de ingresos por la que pugnan las empresas que prestan servicios de televisión paga no es la misma que por la que compiten las firmas que ofrecen señales de televisión por aire. Así, mientras que el sistema de televisión paga obtiene la mayor parte de sus ingresos a partir de los suscriptores al mismo, de modo que la competencia en dicho sector se verifica en la captación de abonados, el sistema de televisión abierta obtiene sus ingresos de la publicidad que colocan los anunciantes en los diferentes programas que emite.

42. Otro aspecto que los diferencia es que tradicionalmente la televisión paga no produce contenidos, sino que se limita a distribuir los producidos por otros previamente contratados; mientras que la televisión abierta normalmente produce o

[2] Debido al problema de "Free Riding".

DIR. GRAL. de DESPACHO
323
ENTRADAS

hace producir los contenidos que se emiten por su señal. Sin embargo evidencias recientes mostrarían que la televisión paga estaría incursionando en la producción de contenidos con mayor intensidad, por lo que, de continuar esta tendencia este aspecto de diferenciación se encontraría limitado.

43. Una de las características más importantes del servicio brindado por los sistemas de televisión paga es que el mismo no consiste en la provisión de un contenido determinado, sino en la posibilidad que le brinda al consumidor de acceder a una amplia gama de señales, cada una de las cuales agrupa distintos tipos de contenido. Por ello, puede definirse a los servicios de televisión paga como "distribuidores pagos de señales múltiples", ya que representan un medio a través del cual el usuario incrementa su posibilidad de elección entre un abanico de opciones.

44. Este rasgo distintivo de los servicios de televisión paga implica que ellos no pueden ser considerados sustitutos a otras formas alternativas de acceder a contenidos específicos (por ejemplo las videocassetteras, las cuales permiten acceder en cada momento a un contenido específico, por ejemplo películas de alquiler). Claramente esto no sustituye al servicio de televisión paga considerado en su conjunto ya que éste permite el acceso a una serie de posibilidades que van más allá de una categoría de programación determinada.

PROYECTO N°
2934

45. Además puede observarse una importante diferencia entre los servicios provistos por la televisión abierta y los sistemas de televisión paga. En nuestro país, la televisión abierta brinda al televidente relativamente pocas alternativas. En Capital Federal, la zona del país con mayor cantidad de emisoras de estas características, los televidentes pueden optar solamente entre cinco señales, mientras que en el resto del país las opciones disponibles son aún menores.

46. En razón a las diferencias que se han identificado precedentemente, es que esta Comisión Nacional considera que la televisión abierta por aire no es un fuerte sustituto de la televisión paga, no revelándose, en consecuencia, competencia sustancial entre ambos sistemas. Esta conclusión es aplicable a los servicios de

antena comunitaria de TV, los que habitualmente actúan como repetidoras de las señales emitidas por los canales de televisión abierta

47. Asimismo, resulta necesario analizar el grado de sustitución existente entre los distintos servicios de televisión paga o como se los llamara anteriormente "distribuidores pagos de señales múltiples". En este caso los principales oferentes de este tipo de servicios son la televisión por cable y la televisión satelital.

48. Entre los mencionados sistemas de televisión paga se presentan diferencias sustanciales tanto desde el punto de vista de los precios como desde las características tecnológicas. La televisión por cable se caracteriza por ofrecer un servicio con menores costos y con una instalación más sencilla respecto de la televisión satelital, la cual tiene un precio mayor que se justifica en la mayor cantidad de señales y una mayor calidad de imagen y sonido. Además, la instalación del sistema satelital exige una antena satelital y un decodificador para cada uno de los televisores, hecho que encarece la instalación.

49. Por lo expuesto puede considerarse, en principio, que los sistemas de televisión por cable y de televisión satelital no pertenecen al mismo mercado de producto. No obstante ello, cabe mencionar que los costos de acceso a la televisión satelital son cada vez menores y que esto la posiciona como un potencial competidor en las áreas de cobertura de la televisión por cable.

M.P.
PROYECTO Nº
2934

VI.2. Mercado Geográfico Relevante

50. El mercado geográfico de la televisión por cable presenta un alcance que resulta limitado tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. En efecto, la oferta del servicio se encuentra limitada a las áreas geográficas que cubre la red de distribución.

51. Asimismo, la demanda se encuentra limitada a las ofertas de televisión por cable que se presenten en el área donde se encuentre localizado el hogar, ya que es allí donde los televidentes reciben las señales, resultando poco probable que decidan

DIR. GRAL. de CR
325

mudarse a los efectos de cambiar de cableoperador.

52. En consecuencia, el mercado geográfico en este caso se limita a la región donde el denunciado y el denunciante, a través de la extensión de sus redes, ofrecen sus servicios de televisión por cable, esto es en parte de la Ciudad de Córdoba.

VI.3. Caracterización del Mercado de Televisión por Cable en la Ciudad de Córdoba

53. A partir de lo expuesto, una vez definido el mercado, resulta útil establecer en forma amplia cómo se desenvuelve el mismo.

54. En la Ciudad de Córdoba el servicio de Televisión por Cable es ofrecido, principalmente, por cuatro empresas: MULTICANAL S.A., CABLEVISION S.A., INTEGRA CABLE S.A. y SURCOR S.A.. Asimismo, CORDOBA CABLE S.A. es una compañía que se encuentra realizando el tendido de la red para el inicio de sus actividades.

55. Entre las firmas mencionadas en el párrafo precedente se destacan las dos primeras por ser las que reúnen el mayor número de abonados y cuentan con el tendido de red más amplio. Asimismo, INTEGRA CABLE S.A. es una empresa que se encuentra controlada por CABLEVISION S.A..

PROC
2934

56. En este contexto y con el ánimo de establecer la envergadura de las mencionadas firmas en el mercado definido, se puede indicar que CABLEVISION S.A. cuenta con un total de aproximadamente 73.600 abonados, MULTICANAL S.A. alcanza los 62.500, en tanto que SURCOR S.A. ronda los 2.000 abonados.

57. En relación a las tarifas que cada una de las firmas cobran a sus abonados, las mismas no resultan por lo general homogéneas ya que si bien hay un precio establecido para el abono básico, se aplican tarifas diferenciales para consorcios, jubilados, ciertas zonas particulares, promociones de lanzamiento y otras.

58. En cuanto al tendido de las redes, resulta importante analizar la superposición que existe entre las distintas empresas. Al respecto CABLEVISION S.A. y MULTICANAL S.A. son las firmas que presentan una mayor cobertura, superponen sus redes y cuentan con abonados en 12 barrios, mientras que en el resto de la ciudad o bien compiten con otros operadores o son los únicos prestadores. Por su parte, SURCOR S.A. encuentra en toda su zona de tendido, la competencia de MULTICANAL S.A..

VI.4. La Conducta

59. En la presentación de la denuncia, SURCOR S.A. afirma que MULTICANAL S.A. habría incurrido en un abuso de su posición dominante al aplicar una política de precios que resultaría, según su entender, desleal y monopólica.

60. Dicha conducta se habría llevado a cabo mediante la reducción del precio de los abonos sólo en aquellas zonas donde encuentra la competencia de SURCOR S.A.. El denunciante interpreta que la conducta de discriminación de precios entre los abonados de MULTICANAL S.A. constituye un intento de eliminarlo del mercado a fin de reafirmar la posición dominante que ostenta en el mismo.

61. La promoción que ofrece MULTICANAL S.A. en el área donde opera SURCOR S.A. consiste en brindar la conexión gratis, un abono mensual de $28 (valor regular del abono básico $ 41,30), boca adicional sin cargo, descuento del 10% durante los primeros tres meses en caso de adherir al débito automático y decodificador sin cargo en caso de solicitar algún evento codificado. Al respecto, si bien la promoción se orienta hacia los nuevos abonados, quienes ya eran clientes de la denunciada pueden solicitar la adhesión a la misma.

62. Debe destacarse que MULTICANAL S.A. no ofrece un precio homogéneo a todos sus clientes, ya que cuenta con sistemas de descuentos y precios especiales para casos particulares. Respecto a ello se pueden destacar los precios especiales para consorcios, jubilados, ciertas obras sociales o asociaciones, encargados de edificios y los descuentos por débito automático o nuevos abonados.

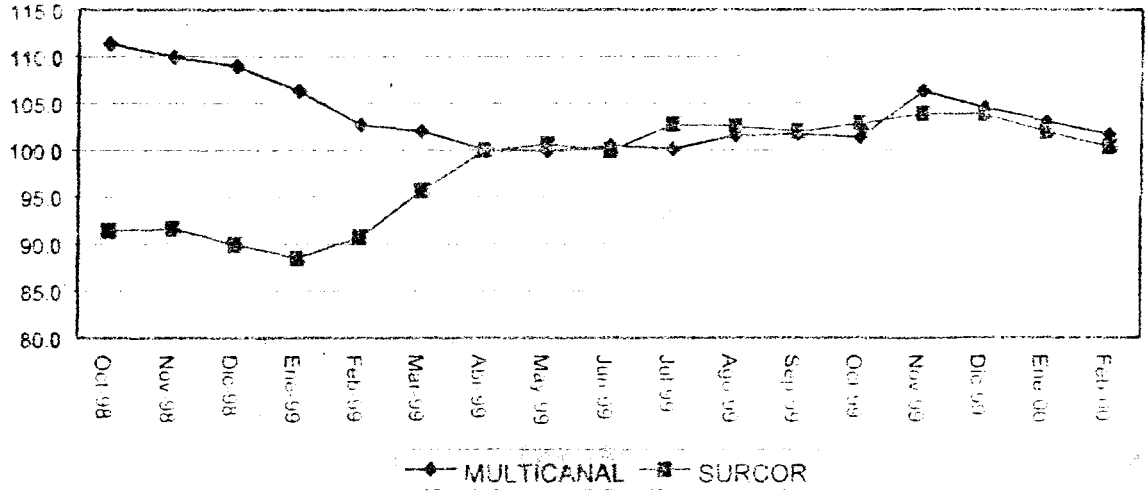
63. MULTICANAL S.A. argumenta que la conducta denunciada refleja en forma legítima la respuesta competitiva a la entrada de un competidor que ofrece servicios de similares características a precios menores. En este sentido resulta importante analizar cómo se ha desarrollado el contexto competitivo entre las firmas intervinientes.

64. Al respecto, en el gráfico N°1 se puede observar la evolución del número de abonados tanto de la denunciante como de la denunciada. A los fines comparativos se han homogeneizado los valores tomando como base el mes de abril de 1999, fecha en la que se inicia la promoción de MULTICANAL S.A..

65. De los datos expuestos, se observa que la situación previa a la promoción mostraba una caída en el número de abonados de la denunciada y un importante incremento en el total de abonados de la denunciante. Asimismo, una vez implementada la promoción por parte de MULTICANAL S.A. se observa que ambas empresas mantuvieron un sendero similar en cuanto a la evolución del número de abonados.

66. El análisis presentado permite inferir que la práctica llevada a cabo por MULTICANAL S.A. le permitió revertir una tendencia decreciente en el número de abonados.

Gráfico N°1: Evolución del total de abonados.
(Base: Abril 1999 = 100)



Fuente: información presentada por las firmas.

67. Se puede interpretar que la conducta no resulta anticompetitiva debido a que existiría una justificación legítima desde el punto de vista comercial para llevar a cabo la misma, esto es la necesidad de igualar la oferta presentada por un competidor. Esta conducta es la que se conoce en la jurisprudencia de los Estados Unidos como "meeting competition", que consiste fundamentalmente en el establecimiento de un precio que permita igualar el precio del competidor[3]. Específicamente, no sería legítimo desde el punto de vista de la defensa de la competencia restringir a un participante del mercado la posibilidad de adoptar métodos comerciales que utilizan sus competidores.

68. En la situación previa a la extensión del tendido del cable por parte de SURCOR S.A. en determinadas áreas, MULTICANAL S.A. pudo haber tenido una estrategia de fijación de precios por encima de los que surgirían de un proceso competitivo dada su posición de dominio en el mercado por no enfrentar ningún tipo de competencia. Luego, con el ingreso de SURCOR S.A. en algunas áreas donde sólo ofrecía servicios MULTICANAL S.A. ésta, al verse enfrentada a un nuevo

[3] United States of America Vs. AMR Corporation, American Airlines, Inc. and AMR Eagle Holding Corporation, No. 99-1180-JTM, The United States District Court for The District Of Kansas.

entrante que ofrecía el servicio a precios sensiblemente inferiores, optó por igualar los precios del competidor con el objeto de no perder su participación en el mercado.

69. Asimismo, resulta importante destacar que en la ratificación de su denuncia, SURCOR S.A. informó que la denunciada estaba incurriendo en la misma conducta en otras zonas de la ciudad, en aquellas donde CORDOBA CABLE S.A. se encontraba iniciando sus actividades. Con relación a ello el gerente de CÓRDOBA CABLE S.A., en declaración testimonial (fs.111/112), manifestó que en el área donde la empresa se encontraba cableando MULTICANAL S.A. había disminuido el precio del abono a $25, que no obstante ello creía que existía margen para ingresar, y que si bien aún no habían definido el precio del abono, sostuvo que podía ofrecer un servicio mejor.

70. Adicionalmente, debe tenerse en consideración que la firma denunciada notificó a esta Comisión Nacional que la denunciante, SURCOR S.A., inició en noviembre de 2000 una promoción para la suscripción de nuevos abonados. La misma consiste en la rebaja de $13.09 + IVA en el precio del abono básico del servicio si el abonado suscribe un contrato por 18 meses, representando, según se promociona, un ahorro de $206.90 a lo largo del mencionado plazo.

2934

71. Lo indicado precedentemente sugiere la existencia de un entorno competitivo

VI.5. Consideraciones finales

72. La conducta denunciada es la disminución del precio de venta del servicio de televisión por cable en aquellas áreas donde el operador, MULTICANAL S.A., encuentra competencia. Que la denunciada, al encontrarse frente a un operador de TV por cable que ofrece un servicio similar a un menor precio, haya cambiado su estrategia intentando reducir el precio de sus abonos no es una conducta sancionable desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

73. La defensa de la competencia implica que todas las firmas, incluidas las dominantes, se encuentran en condiciones de competir, y que esta competencia resulta deseable. Debido a ello no resulta anticompetitiva una conducta llevada a cabo por una empresa que reduce sus precios para igualar aquellos que ofrece su competidor.

74. Es razonable pensar que, ante este contexto, las empresas establecidas intentarán aumentar sus ventas bajando sus precios y acercándolos a sus costos a fin de aumentar su penetración en el mercado relevante, beneficiando finalmente a los consumidores.

75. La defensa de la competencia tiene como fin hacer que los mercados funcionen bajo un contexto competitivo, por lo que no sería dable suponer que a un participante del mercado se le prohiba o bien se le objete llevar a cabo una conducta competitiva.

76. Más aún, ante la estrategia llevada a cabo por la denunciada, la denunciante ha diseñado la propia, consistente en una sustancial rebaja del precio del abono y otros beneficios para los suscriptores, evidenciando de esa manera el proceso competitivo que se produce en la región bajo estudio.

77. Por todo lo expuesto, se puede establecer que no existen elementos de juicio suficientes para determinar que la conducta imputada a MULTICANAL S.A., constituya un abuso de su posición dominante en el mercado de televisión por cable en la Ciudad de Córdoba. Como se ha mencionado anteriormente la presunta división de mercado entre MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. no ha sido tratada en el presente dictamen por no encontrarse dentro del objeto de la denuncia.

VII. CONCLUSION

37

DIR. GRAL. de DESPACHO y MESA de ENTRADAS 331

En virtud de todo lo expuesto, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia recomienda al SEÑOR SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACION Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR aceptar las explicaciones de las firmas denunciadas, MULTICANAL S.A. y CABLEVISION SA, y en consecuencia, disponer el archivo de las presentes actuaciones.

LUCAS GROSMAN
VOCAL

EDUARDO SGUIGLIA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
PRESIDENTE

VOCAL

N.T.
PROYECTO N.
2934

Nota de Secretaría: El Dr. Eduardo Montamat no emite su opinión en el presente, en virtud de encontrarse ausente en misión oficial. Conste.

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia