

411
Casos 494



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

66



BUENOS AIRES, 16 MAY 2003

VISTO el Expediente Nro. 064-008009/1999 del Registro del ex-MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente citado en el VISTO, se inició a partir de la denuncia presentada el día 1 de junio de 1999 por la empresa DECOTEVÉ S.A. contra las empresas TELE RED IMAGEN S.A. (TRISA) y TELEVISIÓN SATELITAL CODIFICADA S.A. (TSC), por presunta infracción a la Ley N° 22.262 de Defensa de la Competencia.

Que la empresa denunciante formuló su reclamo, consistente en i) la negativa de venta de las señales de fútbol de la ASOCIACIÓN DE FUTBOL ARGENTINO (AFA) a través de la fijación de un precio elevado y facilitando así el posicionamiento de CABLEVISION S.A. en la plaza comercial de la ciudad de Salta; ii) limitar y restringir la competencia en la Ciudad de Salta abusando de su posición dominante en el mercado nacional de provisión de señales del campeonato de fútbol; iii) limitar, mediante la acción concertada con CABLEVISION S.A. y PRAMER S.C.A., la distribución de las señales de televisión con el fútbol de la AFA para uso de las empresas de T.V. domiciliaria en la Ciudad de Salta; iv) obstaculizar la permanencia de DECOTEVE S.A. en el mercado de la televisión domiciliaria en la Ciudad de Salta, favoreciendo la consolidación monopólica de CABLEVISION S.A.; y v) desalentar a cualquier empresa que intente, en Salta o en cualquier otro punto del

M.P.
PROYECTO Nº
2569



país, pretender competir en un servicio de interés público.

Que dicha práctica, en su opinión, era contraria a lo previsto en los artículos 1 y 41 incisos a), b), f) y g) de la Ley N° 22.262.

Que fue formulada con fecha 21 de julio de 1999 la notificación prevista en el artículo 20 de la Ley N° 22.262 a las denunciadas a fin de que brindaran las explicaciones que estimaran corresponder.

Que en sus explicaciones, TELE RED IMAGEN S.A. y TELEVISIÓN SATELITAL CODIFICADA S.A. manifestaron que no existió una negativa de venta de las señales que distribuyen, y que la conducta denunciada correspondía a una negativa de DECOTEVÉ S.A. a pagar los precios de mercado de tales señales.

Que DECOTEVÉ S.A. fue dado de alta como cliente en 1994, y que desde entonces y hasta la resolución contractual, operada en noviembre de 1999, la relación comercial se circunscribió sin excepciones al sistema aéreo -UHF- para zonas no urbanas ni cableadas sin producir violación alguna a la libre competencia.

Que la pretensión del denunciante era inviable jurídicamente, y que ya había sido puesto el caso a consideración del Poder Judicial mediante la acción de amparo interpuesta por el denunciante.

Que el día 20 de Diciembre de 2000, se resolvió dar por concluida la instrucción del sumario y correr el traslado previsto en el artículo 23 de la Ley N° 22.262.

Que evaluadas las pruebas obrantes en la causa, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia consideró que la conducta denunciada, esto es la supuesta negativa de venta de señales por parte de TELE RED IMAGEN S.A. y



TELEVISIÓN SATELITAL CODIFICADA S.A., había quedado acreditada y constituía un abuso de posición dominante en el mercado de comercialización de señales deportivas.

Que en el descargo, TELE RED IMAGEN S.A. Y TELEVISIÓN SATELITAL CODIFICADA S.A. negaron la existencia de la conducta imputada y solicitaron que en su oportunidad se rechazara la denuncia.

Que afirmaron que la falta de acuerdo sobre el precio que se dio sucedió por la baja contraoferta realizada por el denunciante y la inflexibilidad del mismo para pagar los precios de mercado.

Que manifestaron que hay otras señales deportivas en el mercado como PSN, ESPN, CV Sport que compiten con las denunciadas, y que la diversidad de señales deportivas y los distintos derechos televisivos impiden que un operador pueda adquirir una posición de dominio.

Que finalizaron su descargo alegando que las señales deportivas compiten con el resto de las señales de entretenimiento o de noticias que hay en el mercado.

Que para que un acto o conducta encuadre como infracción a la Ley N° 22.262, debe representar una limitación, distorsión o restricción a la competencia a un abuso de posición dominante en un mercado con entidad suficiente para afectar el interés económico general.

Que la conducta denunciada podría encuadrarse como una práctica vertical de negativa de venta mediante la oferta de un precio presumiblemente elevado, y que la denuncia alega una acción concertada entre TELE RED IMAGEN



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

66



S.A. y TELEVISIÓN SATELITAL CODIFICADA S.A.

Que de las presentes actuaciones surge que: i) la conducta denunciada tuvo su origen en una controversia comercial que llevó a las partes a un proceso de negociación durante un período determinado; ii) durante dicho período las partes mantuvieron relaciones comerciales; iii) durante el período de negociación la denunciante se desempeñó favorablemente; iv) finalmente las empresas involucradas concretaron un acuerdo comercial; y v) se produjo un aumento en las cantidades de servicios de televisión por cable consumidas en la zona de la ciudad de Salta.

Que, por lo tanto, puede afirmarse que los hechos denunciados no constituyeron una negativa de venta que perjudique el interés económico general, en los términos del artículo 1° de la Ley N° 22.262.

Que, como consecuencia de lo anterior, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 30 de la ley N° 22.262.

Que el suscripto comparte los términos de dicho 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,



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



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

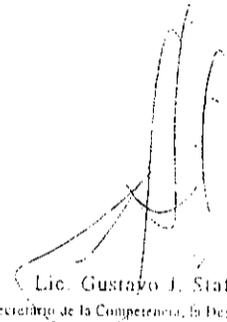
RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Ordenar el archivo de las actuaciones de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley N° 22.262.

ARTICULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente, al dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 14 de febrero del año 2003, que en VEINTE (20) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTICULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 66


Lic. Gustavo J. Stafforini
Secretario de la Competencia, la Desregulación y la
Defensa del Consumidor



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

66

DR. MARTA A. LÓPEZ
 SECRETARÍA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



ES COPIA F
 DEL ORIGINAL

Expediente N° 064-000591/98 (C.494) SB / JP / MB
 DICTAMEN N° 411
 BUENOS AIRES, 4 FEB 2003

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen, referido a las actuaciones que tramitan bajo el expediente N° 064-008009/99 del Registro del ex Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación, caratulado: "TELE RED IMAGEN S.A. Y TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. s/ INFRACCION LEY 22262"

I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. El denunciante, DECOTEVÉ S.A., (en adelante "DECOTEVE"), es una empresa constituida de acuerdo a las leyes de la República Argentina dedicada a la explotación de servicios complementarios de televisión domiciliaria en la Ciudad de Salta.
2. Los denunciados son: TELE RED IMAGEN S.A., (en adelante "TRISA"), es una sociedad que produce y comercializa una señal televisiva (TyC Sport), a la vez que comercializa derechos televisivos de eventos deportivos que adquiere especialmente, TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A., (en adelante "TSC"), es una sociedad que comercializa los derechos de transmisión de ciertos eventos deportivos, especialmente el fútbol, que obtiene asociándose con las distintas federaciones deportivas. Los accionistas de TSC son IESA y TORNEOS y COMPETENCIAS S.A. (en adelante TyC), en partes iguales.

II. LA DENUNCIA

3. Las conductas denunciadas por DECOTEVE, consisten en: 1) negar la venta de las señales de fútbol de la AFA, a través de la fijación de un precio elevado, de forma tal de impedir su adquisición y facilitar así ilegítimamente el posicionamiento de

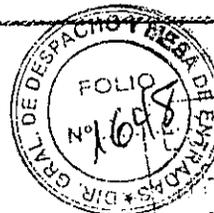
[Handwritten signatures and initials]



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66



CABLEVISION S.A. en la plaza comercial de la ciudad de Salta; 2) limitar y restringir la competencia en la Ciudad de Salta abusando de su posición dominante en el mercado nacional de provisión de señales del campeonato de fútbol de primera división que organiza la AFA; 3) limitar, mediante la acción concertada con CABLEVISION S.A. y PRAMER S.C.A., la distribución de las señales de televisión con el fútbol de la AFA para uso de las empresas de T.V. domiciliaria en la Ciudad de Salta; 4) obstaculizar la permanencia de DECOTEVE en el mercado de la televisión domiciliaria en la Ciudad de Salta, de forma tal de favorecer la consolidación monopólica de CABLEVISION S.A.; y 5) desalentar a cualquier empresa que intente, en Salta o en cualquier otro punto del país, pretender competir en un servicio de interés público.

4. El denunciante manifestó que el grupo económico compuesto por PRAMER S.A., CABLEVISION S.A. y TyC advirtió en marzo de 1999 que DECOTEVE se convertía en una exitosa competidora en la plaza salteña, ya que además del cobro de un menor abono por los canales codificados por parte de la empresa CABLE EXPRESS respecto a su competidora CABLEVISION S.A., les entregaba a sus clientes un paquete de 70 señales mientras que esta última sólo les entregaba 40

III. HECHOS

5. DECOTEVE es una empresa constituida para explotar servicios complementarios de televisión domiciliaria, que obtuvo la correspondiente licencia administrativa de Comité de Radiodifusión (COMFER) para instalar, poner en funcionamiento, explotar un circuito cerrado de televisión codificado en la banda de UHF simultáneamente con los de circuito cerrado comunitario de televisión y antena comunitaria de televisión, todos localizados en la Ciudad de Salta, a través de las Resoluciones N° 498-COMFER/94, N° 257-COMFER/98. La extensión de la licencia a todos los servicios fue concedida por la Resolución N° 54-COMFER/97.
6. Previo a la conducta denunciada, la relación comercial existente entre DECOTEVE, TRISA y TSC consistía en un acuerdo denominado "condiciones generales de provisión de señal para la transmisión televisiva", en el cual se establecía la



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66



exhibición de la señal para los abonados a través de una onda que se transmite por aire, sistema de U.H.F. Por dicho servicio DECOTEVE debía abonar la suma de U\$S 68.643,60.

7. DECOTEVE, con fecha 17 de marzo de 1999, solicitó un pedido de ampliación de la programación a TRISA y TSC, atento la extensión de licencia que había obtenido mediante la Resolución del COMFER mencionada precedentemente.
8. TRISA y TSC realizaron una primera cotización de \$ 2.500.000 por todo el paquete de sus productos por un año, de acuerdo al valor plaza definido para la Ciudad de Salta y sus alrededores.
9. De este modo, se produce entre las partes un conflicto respecto a las condiciones comerciales ofrecidas y exigidas por ambas.
10. El Dr. Gabino J. Salas, invocando su condición de apoderado de TRISA y TSC acusó recibo de dos notas remitidas por DECOTEVE, informando cuestiones comerciales sobre la existencia de la cantidad de abonados que hacen a la relación habitual entre las empresas y, al tiempo que las rechaza, hace saber una serie de nuevas condiciones de contratación que tornan imposible la compra de los derechos de los partidos de fútbol de la AFA por parte de DECOTEVE.
11. El 15 de abril de 1999 TyC procedió a cortar la provisión de las señales contratadas por DECOTEVE.
12. Ante el corte de señales DECOTEVE interpuso una acción de amparo, obteniendo el 21 de abril de 1999 una medida de no innovar en los autos "Decotevé S.A. vs Tele Red Imagen S.A. y otros s/ Amparo s/ medida de no innovar- Exp N° C-33.659/99", dictada por el titular del Juzgado de Primera Instancia en lo Civil y Comercial 8ª. Nominación de la Ciudad de Salta, distrito Centro, a cargo del Dr. Victor D. Ibañez, Secretaria de la Dra. Zuviria de Racioppi, que ordenó a las empresas denunciadas que restablecieran las señales que habían cortado.
13. La medida cautelar fue apelada por los demandados, por lo que el Juzgado interviniente concedió el recurso y suspendió los efectos de la misma. Debido a ello TyC restableció el corte de las señales a partir del día 6 de mayo de 1999.



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66



14. Finalmente, con fecha 2 de noviembre de 1999 DECOTEVE, TRISA y TSC, luego de 9 meses de negociación, firmaron un acuerdo comercial sobre la base del valor plaza negociado para la Ciudad de Salta (cable) y zona rural de Salta (UHF).
15. Las partes acordaron la venta de los productos por U\$S 723.575,40 para la primera temporada de servicios, U\$S 872.497,90 para la segunda y U\$S 1.351.408,20 para la tercera.

IV. EL PROCEDIMIENTO

16. Con fecha 1 de junio de 1999 ingresó en esta Comisión Nacional la denuncia que originó las presentes actuaciones.
17. El día 24 de junio de 1999 el Sr. Alejandro Tiychojkij, apoderado de DECOTEVE ratificó los términos de la denuncia.
18. El día 21 de julio de 1999 se corrió traslado de la denuncia a TRISA y TSC a fin de que brindaran las explicaciones que estimaren conducentes según lo prescripto por el artículo 20 de la Ley N° 22.262.
19. El día 25 de agosto de 1999 TRISA y TSC presentaron sus explicaciones.
20. Con fecha 2 de septiembre de 1999 se requirió información a distintas empresas operadoras de circuito cerrado de televisión.
21. El día 20 de diciembre de 2000 esta Comisión Nacional resolvió dar por concluida la instrucción sumarial y correr traslado de la imputación correspondiente a TRISA y TSC.
22. El día 26 de noviembre de 2001 esta Comisión Nacional resolvió tener por presentada el descargo de TRISA y TSC y hacer lugar a las pruebas ofrecidas.

V. LAS EXPLICACIONES

23. Formulada la notificación prevista en el artículo 20 de la Ley N°22.262, TRISA y TSC brindaron sus explicaciones (fs.281). En ellas sostuvieron que no existió una negativa de venta de las señales que distribuyen, y afirmaron que la conducta denunciada correspondía en realidad a una negativa de DECOTEVÉ a pagar los precios de mercado de tales señales.



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

ES LOP
DEL ORIGI
1652

denunciadas las únicas oferentes de derechos televisivos de fútbol. Sostuvieron que la diversidad de señales deportivas y los distintos derechos televisivos que tienen cada una de ellas impiden que un operador pueda adquirir una posición de dominio.

31. Finalizaron su descargo alegando que las señales deportivas compiten con el resto de las señales de entretenimiento o de noticias que hay en el mercado.

Resolución del descargo conforme lo establecido en los artículos 23 y 43 de la ley 22262 y los artículos 355 y 356 del Código de Procedimiento en la materia:

32. Con fecha 26 de noviembre de 2001 la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia resolvió hacer lugar a la prueba ofrecida por TRISA y TSC, de acuerdo a lo establecido en los artículos 23 y 43 de la Ley N° 22262 y los artículos 355 y 356 del Código de Procedimiento en Materia Penal, por lo que ordenó su producción.

VI. EL MERCADO RELEVANTE

Introducción

33. Para que una conducta pueda ser encuadrada dentro de la ley 22.262, es necesario que la misma configure una limitación, restricción o distorsión de la competencia o bien implique el abuso de una posición dominante en un mercado, y que, además, pueda representar un perjuicio al interés económico general (artículo 1°).
34. Por sus características, la conducta denunciada en estas actuaciones podría encuadrarse como una práctica vertical de negativa de venta concertada mediante la oferta de un precio presumiblemente elevado.
35. La ley exige que las conductas, para ser sancionables, tengan una entidad o magnitud tal que produzcan efectos distorsivos sobre el funcionamiento del mercado con capacidad para afectar el interés económico general. El bien tutelado por la ley es el interés económico general, y no el interés particular de los participantes en el mercado.



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

66



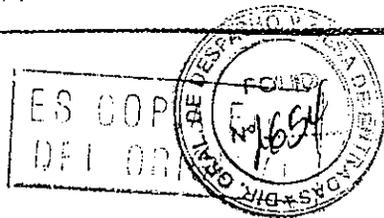
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

36. Desde esta perspectiva, se puede afirmar que una conducta como la analizada en este expediente sólo tendrá efectos anticompetitivos potenciales para afectar el interés económico general si es o ha sido realizada por uno o varios agentes que detenten un poder de mercado suficiente para impedir el acceso al mercado al denunciante u obstruirle su funcionamiento o desarrollo.
37. Si la negativa de venta no impide el ingreso al mercado de un nuevo agente o el crecimiento o desarrollo de sus actividades, el funcionamiento de los mecanismos de competencia no se habrá visto vulnerado y presumiblemente tampoco habrá afectado el interés económico general.
38. Esto es así por cuanto, de no existir una posición dominante en manos del oferente, el agente perjudicado por la negativa de venta tendrá vías alternativas o sustitutivas para adquirir los insumos, por lo que los mecanismos de mercado seguirán funcionando.
39. De lo anteriormente expuesto se deriva la importancia de la definición del mercado relevante. Éste es el ámbito dentro del cual se evaluará el carácter anticompetitivo de una conducta determinada.
40. Se considera que el mercado relevante está compuesto por la mínima canasta de bienes para la cual a un hipotético monopolista le sería rentable aumentar el precio de los mismos en forma leve, pero significativa y no transitoria.
41. El concepto de mercado relevante posee dos dimensiones: el mercado relevante del producto y el mercado relevante geográfico. El mercado relevante del producto busca identificar a todos aquellos productos que compiten efectiva o potencialmente entre sí, de modo de poder establecer en forma acabada el poder de mercado que tiene el productor de un bien determinado. Por su parte, el mercado geográfico relevante tiene el objetivo de agrupar las zonas geográficas cuyos productores compiten entre sí. A continuación se detallan los principales elementos a considerar para la definición de un mercado relevante del producto y un mercado geográfico relevante.
42. Dado que existe una separación entre la participación que se ostenta en la producción u oferta de un bien y la capacidad de ejercer influencia sobre el mercado correspondiente es necesario analizar dos situaciones: la existencia de sustitución por



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

66



el lado de la demanda del producto en cuestión y la existencia de sustitución en la oferta del mismo.

Definición del mercado relevante del producto

43. Teniendo en cuenta lo señalado anteriormente, 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, se analizarán las diferencias entre la televisión por aire y los sistemas de televisión pagos, destacándose, entre estos últimos, la televisión por cable y la satelital.
44. Como primer elemento a destacar se encuentran las características de los bienes involucrados en cada sistema. El servicio de televisión abierta cuenta con algunas características de los bienes públicos en el sentido de que no existe rivalidad entre los consumidores. Al respecto, cabe señalar que el uso del servicio de televisión abierta por un consumidor adicional no afecta el consumo del resto de los consumidores potenciales, debido a que el costo marginal de agregar un nuevo televidente es nulo. Asimismo, la televisión abierta se caracteriza por la inexistencia de la posibilidad de exclusión y el libre acceso, ya que para captar a la imagen alcanza con tener un televisor en el radio de alcance de la señal.
45. Las características previamente señaladas determinan que no pueda implementarse un precio por el servicio de televisión abierta¹, 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. La demanda de la señal por parte de los televidentes depende de la "calidad" de los contenidos, entendida esta última en relación al interés que despierta entre los espectadores.
46. 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.

¹ Debido al problema de "Free Riding".



ES COP...
DE...

66



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

47. A partir de lo anterior, surge una segunda diferencia entre la televisión abierta y la televisión paga: la principal fuente de ingresos de cada uno de los servicios. Mientras que el sistema de televisión paga obtiene la mayor parte de sus ingresos a partir de los abonados 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.
48. Un tercer 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 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.
49. En cuarto lugar, cabe destacar que el servicio brindado por los sistemas de televisión paga 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.
50. Este rasgo distintivo de los servicios de televisión paga implica que ellos no pueden ser considerados sustitutos de otras formas alternativas de acceder a contenidos específicos (por ejemplo los videocassettes, los cuales permiten acceder en cada momento a un contenido específico: 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.
51. Finalmente, resta considerar que 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



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

ES COPIA FIDEL
DEL ORIGINAL



Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

solamente entre cinco señales, mientras que en el resto del país las opciones disponibles son aún menores.

52. En razón a las diferencias que se han identificado precedentemente, esta Comisión Nacional considera que la televisión abierta por aire no es un fuerte sustituto de la televisión paga, no revelándose en consecuencia, la existencia de una 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.
53. 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.
54. 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. Por su parte, esta última 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 y un decodificador para cada uno de los televisores, hecho que encarece la instalación.
55. Por lo expuesto puede considerarse que los sistemas de televisión por cable y satelital no pertenecen al mismo mercado de producto.

Definición del mercado geográfico relevante.

56. Para definir el mercado geográfico relevante es necesario analizar la sustitución por el lado de la demanda. Esta se refiere a la facilidad con la que los consumidores de un área determinada pueden abastecerse de productores que operan en otras áreas geográficas. Debe atenderse también a la sustitución por el lado de la oferta, que se refiere a la facilidad con la que los oferentes pueden vender su producto en áreas distintas a aquella en la que operan habitualmente. Cuando las posibilidades de



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

ES COPIA FIDEL
DEL ORIGINAL

1657

sustitución en la demanda o en la oferta son altas entre dos territorios, ambas zonas integran el mismo mercado geográfico relevante.

57. Desde el punto de vista de la sustitución por el lado de la demanda, en el presente caso, el mercado relevante tiene un carácter local y puede definirse como el área geográfica en donde se superpone la cobertura del servicio de los distintos proveedores. El área de superposición determina las opciones potenciales disponibles en el corto plazo para cada usuario.
58. Con respecto a la sustitución por el lado de la oferta, es necesario tener en cuenta que este servicio es esencialmente urbano, ya que su prestación resulta antieconómica en zonas rurales. En estas zonas las tecnologías inalámbricas (UHF, MMDS) son más eficientes a la hora de distribuir múltiples señales. En consecuencia, el área se define como la totalidad del egido urbano incluyendo el área suburbana que lo circunda, pero excluyendo las zonas rurales. Dentro del área definida, los oferentes de servicios de televisión por cable, ante un aumento de precios, pueden extender su cobertura realizando sólo adiciones marginales al tendido de su red.
59. Así, dentro de un mercado geográfico que incluya al egido urbano y zonas suburbanas –pero no rurales– aledañas será posible observar una alta sustitución por el lado de la demanda en aquellas regiones en donde exista superposición de las áreas de servicio de los distintos operadores, y una alta sustitución de la oferta en la totalidad del mercado definido.
60. Como consecuencia del análisis precedente, se puede considerar que el mercado geográfico relevante comprende a la Ciudad de Salta y zonas suburbanas –pero no rurales– aledañas, en el supuesto de que cualquier operador que desempeñe su actividad dentro de este mercado estará capacitado para ampliar su área de servicio rápidamente ante un aumento pequeño pero significativo en el precio del servicio provisto en otra zona del mercado relevante.

Implicancias verticales: señales televisivas como insumo de los servicios de televisión por cable



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66



61. Las señales de televisión constituyen el insumo principal para las empresas de distribución de señales, cualquiera sea el sistema por el que se transmitan las mismas. El conjunto de señales que el distribuidor logre reunir determinará su oferta y la calidad consignada a la misma por los potenciales abonados, lo cual configurará en definitiva uno de los argumentos con los que atraerá a la demanda.
62. Las señales con contenido deportivo en general representan uno de los productos más apreciados y tenidos en consideración por los consumidores a la hora de seleccionar el operador. Entre ellas, las señales relativas al fútbol local resultan de importancia sustancial.
63. En este sentido, esta Comisión Nacional ha definido a la transmisión televisiva en directo de los partidos de fútbol del torneo de primera división organizados por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) como un mercado en sí mismo². Debe remarcarse que dicha transmisión televisiva únicamente resulta accesible a los consumidores finales a través del sistema codificado ofrecido por los operadores de cable.

Características del mercado relevante

64. En marzo de 1999 existían en la zona de la ciudad de Salta dos empresas que ofrecían los servicios de televisión por cable: DECOTEVE con el nombre CABLE EXPRESS CABLEVISIÓN con el nombre de CANAL 2. Ambas empresas superponían sus redes en la mayor parte de la ciudad. (fs. 203).
65. DECOTEVE es una empresa operadora de un circuito cerrado de televisión (CCTV) en la provincia de Salta que comenzó brindando su servicio a través de un sistema de transmisión de señales aéreas codificadas del tipo UHF.
66. Por Resolución N° 54/97 del COMFER, dictada en el año 1997, se extiende la licencia por la cual se autoriza a la empresa DECOTEVE a prestar el servicio de un circuito

² Expediente Nro. 064-002331/99 (c479). Dictamen CNDC 353 21/08/01. CNDC (de oficio) c/ TELE RED IMAGEN S.A., TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. y otras s/infr. 22.262



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66



13-9 MA...
SECRETARÍA
Nación Argentina

cerrado de televisión UHF simultáneamente con los de circuito cerrado comunitario de televisión (cable coaxil o fibra óptica) y antena comunitaria de televisión, en la ciudad de Salta. (fs. 34/38).

67. Mediante Resolución N° 257/98 del COMFER, dictada en el mes de abril de 1998, se autoriza a DECOTEVE a iniciar las transmisiones en forma precaria de los circuitos cerrado comunitario de televisión y antena comunitaria de televisión, en la ciudad de Salta. (fs. 39/42).
68. En el mes de marzo de 1999 DECOTEVE contaba con 4.832 abonados y cobraba un precio por su abono de \$ 26. El servicio que ofrecía estaba compuesto por un paquete de 70 señales básicas. (fs. 1.576, fs. 1.582).
69. En lo que respecta al fútbol de primera división éste solo era recibido por los abonados al sistema UHF de DECOTEVE, por el que se cobraba un precio adicional de \$ 8. situación que se mantuvo hasta abril de 1999. (fs. 204).
70. Respecto a las características de la infraestructura de DECOTEVE, según informes de la empresa que figuran en el expediente (fs. 203), contaba con una red troncal y una red de distribución que cubría aproximadamente 3.000 manzanas, las cuales representaban cerca del 85 % del egido urbano de la ciudad de Salta.
71. A comienzos de 1999 el mercado argentino de televisión por cable poseía aproximadamente 4.922.000 abonados. De este total, un 60 % se encontraba abonado a las dos principales empresas del país, MULTICANAL y CABLEVISIÓN S.A..
72. En lo que respecta a la zona de la Ciudad de Salta, CABLEVISIÓN S.A. contaba en marzo de 1999 con 43.566 abonados y cobraba un precio por su abono de \$ 35 con una bonificación de \$ 5 por pago en término. El servicio que ofrecía estaba compuesto por un paquete de 40 señales básicas y uno premium por el que cobraba un precio adicional de \$ 16, incluyendo fútbol de primera división, cine y la señal Venus. El fútbol de primera división era también comercializado por separado, por lo que se cobraba un monto adicional de \$ 10. (fs. 1.562, fs. 1.564)
73. Los titulares de CABLEVISIÓN S.A. al momento de producirse la denuncia eran: TCI LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC. (28,27%), TELEFÓNICA S.A. (35,8647%),

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

ES COPIA F.
DEL ORIGINAL



CEI CITICORP HOLDINGS S.A. (35,6638%) y una persona física, el Sr. Alberto Miguens, dueña del 0,2010% restante.

74. Los derechos de transmisión televisiva en directo de los partidos de fútbol del torneo de primera división organizado por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) son ofrecidos desde 1992 por la empresa TyC, firma dedicada principalmente a la producción televisiva de eventos y programas deportivos. Los accionistas principales de esta última, al momento de producirse la denuncia, eran TCI LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC. (40%), Telefónica Media (20%), CEI CITICORP HOLDINGS S.A (20%) y los señores Ávila y Nofal (20%).
75. En el año 1992 la empresa TyC celebró un contrato con la AFA, en virtud del cual posee la exclusividad en la explotación de la transmisión televisiva de todos los partidos de fútbol que organice dicha asociación hasta el año 2010, con la posibilidad de extenderla hasta el 2014. A su vez, TyC explota estos derechos a través de las empresas imputadas en el presente expediente, TRISA y TSC, en las que posee participación accionaria, 40% y 50% respectivamente. La restante participación accionaria de estas empresas, esto es el 50% de TSC y 60% de TRISA estaba en manos del grupo Clarín.
76. Considerando lo antedicho, se puede afirmar que TRISA y TSC no enfrentan competencia alguna en la transmisión televisiva en directo de los partidos de fútbol de torneo de primera división organizados por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) que poseen la exclusividad en la transmisión en el ámbito nacional.
77. Desde el inicio de la transmisión codificada de los partidos citados, en 1996 los contratos celebrados entre TRISA y TSC por un lado y los cableoperadores por el otro establecieron un monto por el cual estos últimos adquirirían el derecho a transmitir los partidos de fútbol.
78. El monto que TRISA y TSC le cobraban a las operadoras de cable era independiente del número de suscriptores que estas empresas tuvieran al servicio de fútbol codificado, y era establecido en función del número total de abonados de las empresas.



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

66

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

79. En 1997, la metodología implementada para la determinación del monto que debían abonar las empresas operadoras de cable cambió, pasando a consistir en una suma fija determinada por el potencial de la zona geográfica en cuestión, denominada valor plaza, independientemente del número real de abonados.
80. Merece ser remarcada la importancia que los citados derechos representan para los operadores de televisión, sean éstos satelitales o por cable, en su carácter de producto necesario para su desarrollo y crecimiento.

VII. ENCUADRE JURÍDICO Y ECONÓMICO DE LA CONDUCTA

81. Como ya se ha mencionado, esta Comisión entiende la conducta denunciada en estas actuaciones podría encuadrarse como una práctica vertical de negativa de venta mediante la oferta de un precio presumiblemente elevado.
82. La denuncia alega que existió una acción concertada entre TSC y TRISA con Cablevisión, para favorecer a este último en el mercado de servicios de TV por cable en la ciudad de Salta. Esta Comisión advierte que existía una vinculación societaria entre las empresas al momento de la denuncia. Si bien LIBERTY, CEI y TELEFONICA poseían participaciones accionarias en estas empresas, lo cierto es que en TRISA Y TSC el grupo Clarín tenía una participación accionaria del 50% en TSC y 60% en TRISA, sin participación alguna en CABLEVISION.
83. De este modo, aun cuando LIBERTY, CEI y TELEFONICA podrían tener el incentivo de negar la venta a DECOTEVE con el objeto de beneficiar a CABLEVISION, ese incentivo no es tal para el grupo Clarín, quién de ello no encontraría beneficio alguno, por el contrario dejaría de percibir ingresos por la venta de las señales en cuestión, las que comercializa TRISA y TSC, empresas en las cuales, como ya se ha señalado, el grupo Clarín posee una participación accionaria considerable.
84. De este modo, esta Comisión se concentrará en analizar una posible negativa de venta por parte de TRISA y TSC a DECOTEVE a través del pedido de una suma de dinero presumiblemente elevada, todo ello con el objeto de excluir del mercado a DECOTEVE.



66

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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

85. Esta conducta configuraría una restricción a la competencia si implicara la creación de una barrera artificial para el accionar de una empresa en el mercado, o la imposibilidad de su ingreso o continuidad, que afectara real o potencialmente el interés económico general.
86. La importancia que la transmisión televisiva en directo de los partidos de fútbol del torneo de primera división organizados por la AFA tiene como insumo necesario para el desarrollo competitivo de los cableoperadores, sumada al hecho de que TRISA y TSC poseen exclusividad en la comercialización de esos derechos, les provee a las firmas denunciadas la condición necesaria para la configuración de la conducta, es decir, ellas ostentan una posición dominante en el mercado del citado insumo.
87. Con respecto a las discrepancias suscitadas en torno a la aplicabilidad de la modalidad tarifaria valor plaza, esta Comisión Nacional ha constatado anteriormente³ que la misma es una práctica extendida y ampliamente aceptada por los cableoperadores en la mayoría de las contrataciones de señales, no sólo en las comercializadas por las denunciadas.
88. El valor plaza se determina habitualmente de acuerdo a las siguientes variables: cantidad de viviendas en una plaza, cantidad de televisores, redes de cableado existentes y posibilidad de penetración del producto, entre otras. Sobre este valor pueden producirse descuentos por el hecho de que el cableoperador enfrente competencia en la plaza, adquiera productos para más de una plaza, y duración del contrato.
89. El valor plaza no tiene ninguna relación con la cantidad de abonados que tenga un cableoperador. Las empresas proveedoras de señales informan que esta política de precios se debe a la dificultad de auditar la cantidad real de abonados de un cableoperador.
90. En audiencias celebradas en el marco del presente expediente consta que la totalidad de los aproximadamente seiscientos cableoperadores clientes de TRISA y TSC, al

³ Expediente Nro. 064-002331/99 (c479). Dictamen CNDC 353 21/08/01. CNDC (de oficio) c/ TELE RED IMAGEN S.A., TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. y otras s/infr. 22.262.



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

COPIA FIEL
ORIGINAL

1663

momento de producirse la denuncia, abonaban un importe por sus señales en base al referido valor plaza. (fs. 1494-1500).

91. Según informan las denunciadas, los precios estipulados por los derechos de transmisión de los eventos que ellas comercializan son acordados con las asociaciones titulares de tales derechos sin tener en cuenta la cantidad de abonados a los que serán transmitidas dichas señales. En el caso de la AFA, TRISA y TSC acordaron abonarle el 40 % de la venta a los cableoperadores, siempre que este monto supere una garantía mínima preestablecida.
92. En el caso particular de DECOTEVE las "solicitudes de provisión de señales" enviadas a las denunciadas establecen un monto fijo, el cual no guarda ninguna relación con la cantidad de abonados de la misma (fs. 220/226). Es decir, estas solicitudes ya establecían un "valor plaza" y no un sistema de cobro por abonado.
93. Asimismo, la cláusula 5 de las "solicitudes de provisión de señales" establece: "realizamos (por DECOTEVE) la presente oferta irrevocable en pleno conocimiento y aceptación de los productos contenidos en la señal solicitada y de las pautas, normas, prohibiciones, faltas, incumplimientos y sanciones establecidas en las "Condiciones Generales de Provisión de Señal", de las cuales declaramos tener copia y manifestamos nuestra absoluta conformidad". (fs 220/226). Por lo tanto, se reconocería la vigencia de la cláusula 4.9 de las "Condiciones Generales de Provisión de Señal" donde se establece la prohibición de transmitir en las zonas urbanas comprendidas dentro y fuera de los respectivos egidos municipales, y en las zonas suburbanas que se encuentren cubiertas por emisoras o sistemas de transmisión televisiva por cable (fs175). Es decir, el valor plaza que DECOTEVE abonaba era calculado para la zona rural de la ciudad de Salta.
94. De las "Condiciones Generales de Provisión de Señal" y las "solicitudes de provisión de señales" surge entonces que el monto de \$ 68.643,60 que DECOTEVE abonaba era calculado sin tener en cuenta su cantidad de abonados, para su sistema UHF y para la zona rural de ciudad de Salta. Una vez que DECOTEVE comenzó a ofrecer los servicios de televisión por cable, TRISA y TSC realizaron una oferta inicial por un

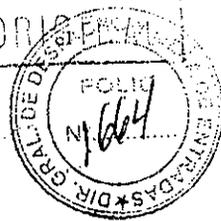


66

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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA F
DEL ORIGINAL



monto de \$ 2.500.000 para la transmisión de sus señales para el sistema de cable que DECOTEVE poseía en la zona urbana de la ciudad de Salta.

95. Estas diferencias originaron una controversia comercial, que luego de un período de nueve meses los partes lograron resolver, arribando a un acuerdo por las señales solicitadas.
96. Dadas las controversias privadas acaecidas entre DECOTEVE por un lado y TRISA y TSC por el otro, y que tienen como base algunas de las cuestiones referidas anteriormente, resulta difícil establecer la razonabilidad tanto de la extensión del período de negociación como del monto ofrecido por cada uno de ellos para llegar a un acuerdo definitivo.
97. Sin embargo, cabe destacar que durante el período referido las empresas involucradas han mantenido relaciones comerciales. Prueba lo anterior el hecho de que TRISA y TSC le proveyeron a la denunciante el producto "Copa América" en mayo de 1999 y dos partidos amistosos de la Selección Nacional de fútbol en el mes de septiembre del mismo año. (fs. 1.496 y 1.500). Estas transacciones revelan la voluntad de las partes de comerciar entre sí.
98. Por otro lado, el hecho de no arribar a un acuerdo comercial con las denunciadas en forma inmediata, por todo el paquete de contenidos que motivara la presente denuncia, no parece haber afectado la continuidad en el negocio ni el desarrollo competitivo de DECOTEVE. De hecho, ésta experimentó un aumento significativo en el número de abonados, pasando de 4.832 en marzo de 1999 a 21.949 en diciembre del mismo año. lo cual significa un aumento del 454.2 % en la cantidad de abonados y una tasa de crecimiento promedio mensual de 23.4 % en la misma variable. (fs. 1.576).
99. Lo anterior puede encontrar explicación en el precio de \$ 26 por el abono básico que DECOTEVE implementó a partir del mes de febrero de 1999 y que se mantuvo vigente hasta abril de 2002, lo cual implicaba que el precio cobrado por CABLEVISIÓN S.A. fuera un 34% superior.
100. En el mismo período CABLEVISIÓN S.A. mantuvo relativamente estable la cantidad de abonados a su sistema de cable, ya que en marzo de 1999 contaba con 43.566 abonados y en diciembre con 43.016. (fs. 1.562).



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

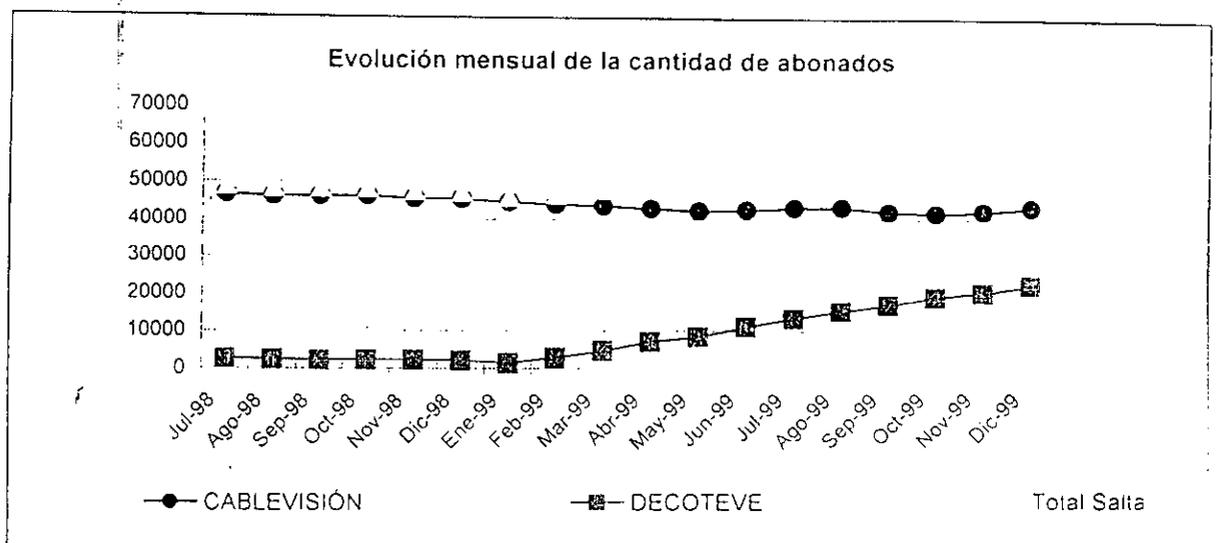
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

ES COPIA F
 DEL ORIGINAL

1665

101. Todo lo anterior redundó en un importante aumento neto en la cantidad de abonados totales a los servicios de televisión por cable en la ciudad de Salta. La evolución mensual de la cantidad total de abonados a los referidos servicios en la Ciudad de Salta, conjuntamente con la evolución mensual de la misma variable para las empresas DECOTEVE y CABLEVISIÓN S.A. en el período julio de 1.998 - diciembre de 1.999 puede apreciarse en el siguiente gráfico.



Fuente: elaboración propia en base a información del expediente

102. Resulta complejo pronunciarse en aspectos referentes a la calidad del contenido de las señales ofrecidas por las empresas de cable en su abono básico, existiendo numerosa bibliografía y jurisprudencia internacional en ese sentido. Por ello, en este caso, sólo se hará referencia a los aspectos cuantitativos de la evolución de la grilla de señales básicas.

103. En este sentido, los abonados a DECOTEVE pasaron de un abono básico que incluía 70 señales en marzo de 1999, a uno que incluía 73 señales en junio y 87 señales en diciembre del mismo año.

104. Lo anterior demuestra que, lejos de ver amenazado su desarrollo competitivo, DECOTEVE mantuvo una activa presencia en el mercado de servicios de televisión por cable en la zona de la ciudad de Salta, aumentando la oferta a sus abonados a través



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

66

[Handwritten signature]
ES COP DEL ORIG
FOLIO 1666
GRAL. DE ESP. EN LA ENT. RADIODIFUSION

de una importante incorporación de nuevas señales, incluso a un precio inferior que el de su competencia, CABLEVISIÓN S.A.

105. En conclusión, de las presentes actuaciones se puede establecer que: (1) la conducta denunciada tuvo su origen en una controversia comercial que llevó a las partes a un proceso de negociación durante un período determinado; (2) durante dicho período las partes mantuvieron relaciones comerciales (provisión del producto "Copa América" en mayo de 1999 y dos partidos amistosos de la Selección Nacional de fútbol en el mes de septiembre del mismo año); (3) durante el período de negociación la denunciante se desempeñó favorablemente; (4) finalmente las empresas involucradas concretaron un acuerdo comercial; y por último, (5) se produjo un aumento en las cantidades de servicios de televisión por cable consumidas en la zona de la ciudad de Salta. Por lo tanto, puede afirmarse que los hechos denunciados no constituyeron una negativa de venta que perjudique el interés económico general en los términos del Artículo 1° de la Ley N° 22.262.

VIII. CONCLUSIONES

106. Por todo lo expuesto, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo previsto en el artículo 30 de la norma mencionada.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
LUCKAS GROSIAN
VOCAL

[Handwritten signature]
ISMAEL F. G. MALIS
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

[Handwritten signature]
ESTER BUTERA
VOCAL

NOTA DE SECRETARIA:
EL DR. EDUARDO MONTAYAT NO EMITE OPINION POR ENCONTRARSE EN USO DE LICENCIA. *[Handwritten signature]*

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
DR. MARIA A. LOPEZ
SECRETARIA