FOLIO Nº 207

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

BUENOS AIRES, 24 AGO 2004

VISTO el Expediente Nº S01:0114861/2003 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente citado en el Visto se inició como consecuencia de la denuncia efectuada por la empresa VER TV S.A., ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado dependiente de la SECRETARÍA DE COORDINACIÓN TÉCNICA del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, a la empresa DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC, por presunta infracción a la Ley Nº 25.156 de Defensa de la Competencia.

Que el denunciante con fecha 11 de junio de 2003 presentó su denuncia, y manifestó que estuvo vinculada durante varios años a DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC mediante un contrato suscripto entre esta última y MULTICANAL S.A., y que ésta representaba a VER TV S.A., en la compra de determinados derechos de transmisión de servicios de programación , por lo que conjuntamente conformaban el mismo grupo de compra de señales hasta el 31 de marzo de 2003.

Que sostuvo que con fecha 24 de marzo de 2003, el Gerente Regional del Cono Sur de DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC remitió a VER TV S.A. una comunicación por correo eléctronico, mediante la que le hizo saber que estando próximo a vencer el contrato de prestación de servicios, habían llegado a un acuerdo para renovar dicho contrato con MULTICANAL S.A., y que VER TV S.A. no estaba incluída en el mismo, por lo que DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC se veía en la necesidad de hacer un contrato independiente para mantener los servicios.

Que explicó que los precios requeridos por DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC resultaban ser más de TRES (3) veces el costo que VER TV S.A. abonaba hasta ese momento, razón por

la cual, inició una negociación tendiente a evitar el pago del precio pretendido por la denunciada para la nueva contratación.

Que manifestó, su propuesta inicial fue mantener el costo que abonaba hasta ese momento, a cambio de DOS (2) señales en lugar de las CUATRO (4) que venían recibiendo, pero fue rechazada por DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC quién les exigió por abonado PESOS CINCUENTA Y CINCO CENTAVOS ($0,55) para el primer trimestre, PESOS SETENTA Y DOS CENTAVOS ($0,72) para el segundo, PESOS OCHENTA Y CINCO CENTAVOS ($0,85) para el tercero y PESOS NOVENTA Y OCHO CENTAVOS ($0,98) para el cuarto, correspondientes al año 2003.

Que agregó, dichos precios implicaban elevar los costos de PESOS DIECINUEVE MIL ($19.000) en marzo de 2003 a PESOS SESENTA Y OCHO MIL ($68.000) en enero de 2004.

Que manifestó que con fecha 11 de abril de 2003, DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC le comunicó que luego de haber agotado todas las instancias de negociación, se veía obligada a interrumpir sus servicios a partir del 15 de abril de 2003.

Que indicó que luego de habérsele interrumpido el servicio, con fecha 28 de abril de 2003, le enviaron una oferta formal para la distribución de los servicios que habían sido cortados, por el mismo precio que el que ya se había rechazado.

Que agregó, la conducta de DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC violaba el principio de suministrar la señal en condiciones equitativas y no discriminatorias, así como el que expresa que a igual producto deben corresponder iguales condiciones comerciales, ello a fin de que se salvaguarde la sana competencia y el libre acceso al mercado.

Que señaló, en su zona de influencia compite con MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A., informando que la primera continuaba abonando la suma de PESOS VEINTISEIS CENTAVOS ($0,26) por abonado para los servicios ofrecidos por DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC.

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 209

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

Que la denuncia fue ratificada con fecha 24 de julio de 2003, 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 56 de la Ley Nº 25.156.

Que el día 1 de agosto de 2003 se corrió traslado de la denuncia a DISCOVERY LATIN AMÉRICA, LLC, a fin de que brinde las explicaciones que estime corresponder, según lo dispuesto en el Artículo 29 de la Ley Nº 25.156.

Que con fecha 20 de agosto de 2003 DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC presentó sus explicaciones en tiempo y forma, rechazando todas las imputaciones formuladas por VER TV S.A.

Que realizó una descripción del mercado de televisión paga y señaló que se trataba de un mercado sumamente abierto y competitivo, donde concurren gran cantidad de empresas prestadoras de este servicio.

Que manifestó, el mercado argentino de televisión por cable consta de más de CUATRO MILLONES DOSCIENTOS MIL (4.200.000) abonados, y que de ese total, un CINCUENTA POR CIENTO (50%) se encuentra abonado a las DOS (2) principales empresas del país, MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A., mientras que el restante CINCUENTA POR CIENTO (50%) se encuentra distribuido entre aproximadamente TRESCIENTAS (300) empresas prestadoras de servicios de televisión por cable y televisión satelital.

Que destacó, las señales que distribuye son producidas en el exterior y los costos de las mismas deben ser abonados en Dólares Estadounidenses, y que esta circunstancia, obligó a las empresas distribuidoras de señales a ajustarse a la nueva realidad económica para mantener su presencia y desarrollo en el mercado nacional.

Que manifestó, las diferencias que puedan verificarse en los precios del servicio, obedecen principalmente a bonificaciones concedidas a los clientes en función de los volúmenes de sus abonados, y

que jamás ha otorgado trato discriminatorio a ninguna empresa que reúna las mismas condiciones o revist la misma envergadura comercial.

Que con respecto a la relación contractual con MULTICANAL S.A., manifestó que se logr negociar un precio acorde, entre otros factores, a la magnitud del volúmen de sus abonados y la capacida financiera de dicha empresa.

Que sostuvo, DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC ha hecho uso legítimo de su facultades comerciales, equitativas e igualitarias con todos sus clientes sin que se derivaran consecuencia restrictivas de la competencia, y que no niega la venta de la señal, y la valúa en términos que considera leales, equitativos y no discriminatorios, de acuerdo con las condiciones de mercado.

Que agregó que con fecha 11 de noviembre de 2002, suscribió un contrato de distribución con TELE RED LINCOLN S.A., del mismo grupo económico que VER TV S.A., por lo que resultaba incoherente que en un caso acepten abonar dicha cifra, y en otro sostengan que un precio menor es abusivo.

Que concluyó, la denuncia no puede entenderse más que como un medio de extorsión por parte de VER TV S.A. a fin de prolongar una relación contractual que ya no le corresponde por su desvinculación comercial con MULTICANAL S.A.

Que el día 17 de octubre de 2003 VER TV S.A. y TELEDIFUSORA SAN MIGUEL ARCANGEL S.A., realizaron una presentación ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, manifestando que en vísperas de llegar a un acuerdo con la empresa DISCOVERY LATIN AMÉRICA, LLC desistían de la acción promovida.

Que con fecha 27 de octubre de 2003 la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, corrió vista de la presentación mencionada precedentemente a DISCOVERY LATIN

AMERICA, LLC, e intimó a VER TV S.A. a fin de que adecuaran su presentación a lo dispuesto en e Artículo 36 de la Ley Nº 25.156.

Que con fecha 3 de noviembre de 2003, DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC realizó una presentación en la que informó que no ha negociado ni se encuentra negociando con VER TV S.A. c TELEDIFUSORA SAN MIGUEL ARCANGEL S.A., sino que MULTICANAL S.A. se encuentra negociando con DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC, la reincorporación de las denunciantes a su red de empresas afiliadas.

Que según las constancias obrantes en las presentes actuaciones, las conductas observadas se corresponden más, con una situación donde DOS (2) empresas se encuentran negociando las condiciones comerciales de un producto y no pueden llegar a un acuerdo, que con una cuestión vinculada a la Ley Nº 25.156 de Defensa de la Competencia.

Que del análisis efectuado por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, se puede concluir que la denuncia que se presenta en este caso está originada en un conflicto comercial relacionado con los términos de contratación que deben acordar DOS (2) partes que participan en un mercado, quedando sujeto al interés de los particulares y no se vincula a una afectación al interés económico general, único bien tutelado por la Ley Nº 25.156 de Defensa de la Competencia, y por ello, la conducta denunciada no tiene entidad suficiente para constituir un abuso de posición dominante con afectación al interés económico general.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ha emitido su dictamen y aconseja al señor Secretario ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo previsto en el Artículo 31 de la Ley Nº 25.156.

FOLIO Nº 212

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISIÓN NACION DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya co autenticada se incluye como Anexo I y es parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto es competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establec en el Artículo 58 de la Ley Nº 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COORDINACIÓN TÉCNICA

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Acéptense las explicaciones brindadas por la empresa DISCOVERY LATI AMERICA, LLC y ordénese el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo dispuesto e el Artículo 31 de la Ley Nº 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considérese parte integrante de la presente resolución, al dictamen emitido por COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrad dependiente de la SECRETARIA DE COORDINACIÓN TÉCNICA del MINISTERIO DE ECONOMÍ Y PRODUCCIÓN, con fecha 31 de marzo de 2004, que en DIECISIETE (17) fojas autenticadas se agreg como Anexo I.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN Nº -110

Dr. LEONARDO MADCUR
SECRETARIO DE COORDINACION TECNICA

-110

COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

FOLIO Nº 213

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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

Exp-S01:0114861/2003 (C.897) VDV/MB

DICTAMEN Nº 440

BUENOS AIRES, 31 MAR 2004

SEÑOR SECRETARIO

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo el Expediente N° S01:0114861/2003 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, caratulado "DISCOVERY NETWORK S/INFRACCIÓN LEY 25156 (C. 897)".

I. LOS SUJETOS INTERVINIENTES

1. La denunciante, VER TV S.A. (en adelante "VER TV"), es una sociedad cuya actividad principal es la explotación de servicios complementarios de televisión domiciliaria mediante el sistema de distribución por cable en diferentes municipios del Gran Buenos Aire, conocida comercialmente en la plaza como TELE RED.
2. La denunciada, DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC Sucursal Argentina (en adelante "DISCOVERY"), es una empresa dedicada a la distribución de distintas señales televisivas con contenido educativo, siendo los principales servicios de su programación Discovery Channel Latinoamérica; Dicovery Kids Channel; Animal Planet y People & Arts.

II. LA DENUNCIA

3. VER TV manifestó que estuvo vinculada durante varios años a DISCOVERY mediante un contrato suscripto entre esta última y MULTICANAL S.A.
4. MULTICANAL, representaba a VER TV en la compra de determinados derechos de

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

FOLIO Nº 21

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

transmisión de servicios de programación, por lo que conjuntamente conformaban el mismo grupo de compra de señales hasta el 31 de marzo del 2003.

4. Sostuvo que con fecha 24 de marzo de 2003 el Gerente Regional del Cono Sur de DISCOVERY remitió a VER TV una comunicación por correo electrónico mediante la que le hizo saber que estando próximo a vencer el contrato de prestación de servicios, habrían llegado a un acuerdo para renovar dicho contrato con MULTICANAL S.A., y que VER T.V. no estaba incluida en el mismo, por lo que DISCOVERY se veía ante la necesidad de hacer un contrato independiente para mantener los servicios.
5. La denunciante explicó que los precios requeridos por DISCOVERY resultaban ser más de tres veces el costo que VER TV abonaba hasta ese momento, razón por la cual inició una negociación tendiente a evitar el pago del precio pretendido por la denunciada para la nueva contratación.
6. Manifestó que su propuesta inicial fue mantener el costo que abonaba hasta ese momento (aproximadamente $19.000 mensuales) a cambio de dos señales en lugar de las cuatro que venía recibiendo, pero la misma fue rechazada por DISCOVERY, quien les exigió $ 0,55 por abonado para el primer trimestre, $ 0,72 para el segundo, $ 0,85 para el tercero; y $ 0,98 para el cuarto, correspondiente al año 2003.
7. A decir de la denunciante, dichos precios implicaban elevar los costos de $ 19.000 en marzo de 2003 a $ 68.000 en enero del 2004.
8. VER TV manifestó que con fecha 11 de abril de 2003 DISCOVERY le comunicó que, luego de haber agotado todas las instancias de negociación se veía obligada a interrumpir sus servicios a partir desde el 15 de abril de 2003.
9. Indicó que luego de habérsele interrumpido el servicio, con fecha 28 de abril de 2003 le enviaron una oferta formal para la distribución de los servicios que habían sido cortados, por el mismo precio que el que ya se había rechazado.
10. La denunciante transcribió un párrafo de la nota enviada por la denunciada del que surge que el precio abonado por MULTICANAL S.A. por el mismo servicio era menor.

LS COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 215

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

"Ciertamente, las tarifas ofrecidas a Multicanal son más beneficiosas que las ofrecidas a ustedes. Pero esta circunstancia se debe al volumen de abonados de Multicanal y su red que, como es sabido es realmente superior al de ustedes. En el pasado ustedes han gozado de la tarifa ofrecida a Multicanal en el marco de un acuerdo celebrado entre Discovery Latin America, LLC y Multicanal por participar ustedes de la red de afiliadas de esta última. Dado que Multicanal nos ha informado que ustedes ya no pertenecen a dicha red, la negociación tarifaria con ustedes no puede contemplar los abonados a la red de Multicanal".

11. La denunciante dijo que la conducta de la denunciada violaba el principio de suministrar la señal en condiciones equitativas y no discriminatorias, así como el que expresa que a igual producto deben corresponder iguales condiciones comerciales a fin de que en las relaciones mercantiles se salvaguarde la sana competencia y el libre acceso al mercado, garantizados ambos por el artículo 2, inciso f) de la Ley Nº 25.156.
12. Por otra parte, en la audiencia de ratificación de la denuncia, el apoderado de VER TV informó que en el año 1998 MULTICANAL adquirió el 49% del paquete accionario de VER TV, por lo que celebró un convenio de accionistas con el grupo Padula mediante el cual se le otorgó a este último el gerenciamiento de la sociedad. Asimismo manifestó que en un primer momento MULTICANAL se ocupó de contratar las señales de DISCOVERY, pero que posteriormente ellos se encargaron personalmente de contratar las mismas sin lograr que le ofrecieran los mismos precios que a MULTICANAL.
13. Con fecha 7 de agosto de 2003 VER TV amplió su denuncia, manifestando que la facturación de las señales televisivas adquiridas la realizaba directamente a DISCOVERY a quien abonaba sin intermediación alguna de MULTICANAL S.A.
14. Asimismo, agregó que en su zona de influencia compite con MULTICANAL S.A. y CABLEVISIÓN S.A., informando que la primera continuaba abonando la suma de $ 0,26 por abonado para los servicios ofrecidos por DISCOVERY.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO I

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN
FOLIO
Nº 216

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

III. PROCEDIMIENTO

15. El día 11 de junio de 2003 ingresó a esta Comisión Nacional la denuncia formulada por VER TV.
16. Con fecha 24 de julio de 2003 (fs.31) el señor Martín Amadeo Picca, en el carácter de apoderado de la Empresa VER, procedió a ratificar la denuncia oportunamente presentada.
17. Conforme a lo previsto en el artículo 29 de la 25.156, el día 1 de agosto de 2003 (fs. 33) se corrió traslado de la denuncia a DISCOVERY a fin de que brindara las explicaciones que estimara conducentes.
18. El día 7 de agosto de 2003 VER TV presentó un escrito ampliando su denuncia.
19. El día 20 de agosto de 2003 DISCOVERY presentó sus explicaciones en tiempo y forma.
20. El día 17 de octubre de 2003 VER TV y TELEDIFUSORA SAN MIGUEL ARCANGEL S.A. realizó una presentación manifestando que "en vísperas de llegar a un acuerdo con la empresa aquí denunciada venimos a desistir de la acción promovida".
21. Con fecha 27 de octubre de 2003 esta Comisión Nacional corrió vista de la presentación mencionada precedentemente a DISCOVERY, e intimó a VER TV a fin de que adecuara su presentación a lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Nº 25.156.
22. El día 3 de noviembre de 2003, DISCOVERY realizó una presentación en la que informó que no ha negociado ni se encuentra negociando con VER TV o TELEDIFUSORA SAN MIGUEL ARCANGEL S.A., sino que MULTICANAL S.A. se encuentra negociando con DISCOVERY la reincorporación de las denunciantes a su red de empresas afiliadas.

IV EXPLICACIONES

23. La denunciada comenzó sus explicaciones rechazando todas las imputaciones formuladas por VER TV, realizando una descripción del mercado de televisión paga y señalando que se trataba de un mercado sumamente abierto y competitivo, al que

LS COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO I

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

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 217

concurren gran cantidad de empresas prestadoras de servicios de televisión paga, entre las que se destacan MULTICANAL, CABLEVISION, TELECENTRO, TELERED, CABLE HOGAR, SUPER CANAL, RED INTERCABLE, TELEDIGITAL CABLE S.A, COLSECOR, D.T.H. S.A. y DIREC TV, entre otras.

24. La denunciada explicó que una de las características más importantes del servicio brindado por los sistemas de televisión paga es la posibilidad que le brinda al televidente de acceder a un gran número de señales, con distintos tipos de contenidos, para todo tipo de público y en los más diversos horarios.

25. La denunciada indicó que entre las empresas comercializadoras de señales, se puede mencionar FOX, HBO, A&E MUNDO, FASHION TV, EL GOURMET, DISCOVERY, entre otras.

26. Manifestó que con respecto a la dimensión del mercado argentino de televisión por cable, consta de aproximadamente más de 4.200.000 abonados reconocidos y que de ese total, aproximadamente un 50% se encuentra abonado a las dos principales empresas del país MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. mientras que el restante 50% se encuentra distribuido entre aproximadamente 300 empresas prestadoras de servicios de televisión por cable y televisión satelital.

27. Destacó que en el mercado nacional, las señales distribuidas por DISCOVERY resultarían equiparables a otras señales de similar contenido, citando como ejemplos a: History, Infinito, Canal (a), Film&Arts, Boomerang, Magic Kids, Fox Kids y Nickelodeon, entre otras.

28. Explicó que las señales que distribuye son producidas en el exterior y que por ello los costos de las mismas deben ser abonados en dólares, motivo por el cual, su valor en el mercado se encuentra afectado necesariamente por las recientes variaciones en el valor de la moneda nacional.

29. A decir de la denunciada, la circunstancia mencionada precedentemente obligó a las empresas distribuidoras de señales a ajustarse a la nueva realidad económica para

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 218

mantener su presencia y desarrollo en el mercado nacional.

30. Sostuvo que como toda empresa comercial que actúa en un mercado libre, DISCOVERY estima sus precios en función de múltiples variables, sus planes, proyectos, prestigio de la señal y expectativas, tomando en cuenta asimismo, la cantidad de suscriptores de la empresa de televisión paga de que se trate ya que ello incide en la expectativa de posibilidad y valor de venta de espacios publicitarios a anunciantes.

31. Asimismo, manifestó que las diferencias que puedan verificarse en los precios del servicio obedecen principalmente a bonificaciones concedidas a los clientes en función de los volúmenes de sus abonados, aunque otros factores pueden influir como ser, zonas de influencia, condiciones de pago, número del canal en que se transmiten las señales, etc., señalando que DISCOVERY jamás ha otorgado ni otorga trato discriminatorio a ninguna empresa que reúna las mismas condiciones o revista la misma envergadura comercial.

32. Respecto a la relación contractual con MULTICANAL dijo que el día 2 de septiembre de 2002 celebró un contrato con dicha empresa para la distribución de sus señales televisivas (Discovery Channel, Discovery Kids, Animal & Planet y People & Arts), y que debido a la condición que reviste MULTICANAL, se logró negociar un precio acorde entre otros factores, a la magnitud del volumen de sus abonados, las expectativas de venta de publicidad para DISCOVERY, la capacidad financiera de MULTICANAL, etc.

33. Continuó diciendo que en virtud de su relación con MULTICANAL, TELE RED se ha beneficiado con el precio acordado con aquella, en virtud del contrato celebrado con fecha 2 de septiembre de 2002, sin embargo, con fecha 31 de marzo de 2003 dicho contrato venció y fue nuevamente negociado sólo entre DISCOVERY y MULTICANAL , oportunidad en la que esta última informó que TELE RED no formaba más parte de su red, por lo que contrataría su programación en forma independiente.

COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 219

34. Indicó que frente a estas circunstancias DISCOVERY ofreció suscribir con TELE RED un contrato para distribución de sus señales de manera independiente y se presupuestó a la denunciante el mismo precio que se aplica a otros operadores de igual envergadura
35. En dicha oportunidad, la denunciada manifestó que TELE RED en pleno conocimiento de los precios que le correspondía en su condición de cliente, intentó que DISCOVERY le siguiera aplicando los mismos precios que en el pasado. En ese sentido, la denunciada explicó que *"ella misma que pretendió ser tratada de manera no equitativa con respecto a las otras empresas de su envergadura. DISCOVERY se negó a brindar un trato preferencial a TELE RED"*.
36. Siguiendo su relato, la denunciada manifestó que TELE RED y DISCOVERY no arribaron a un acuerdo y en consecuencia TELE RED dejó de transmitir las Señales de DISCOVERY.
37. Destacó que TELE RED no pudo imponer su requerimiento de mantener el precio acordado oportunamente entre DISCOVERY y MULTICANAL, intentando disuadir a DISCOVERY mediante la amenaza de denuncia que ha dado lugar a las actuaciones, pretendiendo TELE RED preservar su posición individual sobre las condiciones del mercado y la competencia.
38. Sostuvo que no caben dudas acerca de que DISCOVERY ha hecho uso legítimo de sus facultades comerciales, equitativas e igualitarias con todos sus clientes sin que se derivaran consecuencias restrictivas de la competencia, y que contrariamente a lo señalado por la denunciante, DISCOVERY no niega la venta de su señal, y la valúa en términos que considera leales, equitativos y no discriminatorios de acuerdo con las condiciones del mercado.
39. Finalmente, la denunciada agregó que con fecha 11 de noviembre de 2002 DISCOVERY suscribió un contrato de distribución de sus señales con una empresa denominada TELE RED LINCOLN S.A., cuyos representantes y negociadores de los términos y condiciones de dichos contratos, son las mismas personas que resultan

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 220

identificadas con TELE RED (grupo Padula). En ese sentido manifestó que el precio negociado para ese contrato por dos señales fue de u$s 0,74 por abonado por mes (aproximadamente $ 1,25 por abonado), por lo que resulta incoherente que en caso los representantes del grupo Padula acepten abonar dicha cifra y en otro sostengan que un precio menor es abusivo.

40. Debido a lo manifestado, DISCOVERY concluyó que la denuncia no puede entenderse más que como un medio de extorsión por parte de TELE RED a fin de prolongar una relación contractual que ya no le corresponde por su desvinculación comercial con MULTICANAL.

V ANALISIS JURIDICO ECONÓMICO

41. Como se ha señalado precedentemente, VER TV imputa a DISCOVERY el haber incurrido en una práctica discriminatoria de precios y condiciones de venta que tienen otros operadores del mercado, en relación a algunas de las señales que la denunciada comercializa. Estos hechos configurarían una práctica restrictiva de tipo vertical que podrían afectar negativamente a la denunciante.

42. Asimismo manifiesta que el precio pretendido por la denunciada para las mismas señales que contrata MULTICANAL, es varias veces mayor, en términos de valor por abonado, al que paga el mencionado operador de TV por cable. VER TV indica que este mayor costo constituye una conducta anticompetitiva que genera un perjuicio a la empresa y vulnera la sana competencia y el libre acceso al mercado.

43. En forma previa al análisis de la conducta, cabe precisar que a fin de determinar si una práctica configura una conducta anticompetitiva sancionable a la luz de la Ley N° 25.156 es necesario que represente una limitación, restricción o distorsión a la competencia, o bien implique el abuso de una posición dominante en un mercado, y que además pueda resultar en un perjuicio al interés económico general, según los términos del artículo 1.

44. Asimismo, para que la conducta denunciada tenga efectos anticompetitivos o

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA FOLIO Nº 2

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

potencialmente anticompetitivos, que afecten negativamente al interés económico general, debe ser realizada por uno o varios agentes económicos que detenten un poder de mercado suficiente para impedir el acceso al mercado al denunciante, o bien obstruirle su funcionamiento o desarrollo.

45. Como se mencionara, la empresa denunciada comercializa señales de televisión, un insumo relevante para las empresas distribuidoras de señales como lo es el denunciante. En este caso particular, VER TV demanda de DISCOVERY los siguientes canales: Discovery Chanel, People & Arts, Discovery Kids y Animal Planet. Los dos primeros podrían agruparse entre los que se denominan canales deinterés general o culturales, el tercero es un canal infantil y el último un canal de documentales sobre el reino animal, muchas veces agrupado junto a los dos primeros.
46. Para poder afirmar que una conducta determinada restringe o distorsiona la competencia o implica abuso de posición dominante tiene utilidad indagar tanto las posibles motivaciones de la misma como los efectos objetivamente apreciados.
47. En el presente caso se denuncia un aumento significativo del precio que exige el oferente sobre un grupo de señales de su propiedad, hecho que no se replica según VER TV en los competidores del demandante, lo que lo posicionaría a éste en una situación competitivamente desventajosa
48. De acuerdo a las explicaciones agregadas a las presentes actuaciones, el contrato celebrado entre DISCOVERY y MULTICANAL, al que el denunciante hace referencia como más ventajoso, establece un sistema de indexación del precio diferente al ofrecido a VER TV y además abarca a un universo sensiblemente superior de abonados y, por ende, un valor mayor en términos agregados.
49. Desde el punto de vista de la defensa de la competencia, la discriminación de precios no es una conducta que resulte en todos los casos sancionable. En efecto, según las condiciones del mercado que se trate, la misma puede no tener efectos o incluso resultar beneficiosa para el interés económico general.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

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

MINISTERIO DE ECONOMIA
FOLIO
Nº 22

50. No obstante lo anterior, la discriminación puede resultar sancionable cuando se verifican ciertas condiciones particulares, en especial cuando implica la eliminación de un competidor en un eslabón de la cadena productiva o comercial donde el discriminador tiene intereses económicos. Además, el producto o servicio vendido no debe tener sustitutos cercanos actuales ni potenciales, debe ser un insumo esencial para quienes compiten en el mercado del demandante, en este caso VER TV, esto significa que su imposibilidad de contar con él generará la inviabilidad del negocio de la empresa en un mercado donde DISCOVERY tiene un interés particular.

51. Por otra parte, también resulta relevante analizar los beneficios que podría obtener el vendedor con la discriminación denunciada y, en caso de tener un efecto anticompetitivo, con la eliminación de VER TV del mercado, ya que esó permitiría contar con elementos de valoración que coadyuvarían a dilucidar las razones que subyacen en la práctica denunciada.

52. Para determinar la importancia relativa de las señales que comercializa DISCOVERY y determinar si a través de ellas la empresa cuenta con posición dominante es necesario determinar en primer lugar el mercado relevante, tanto desde el punto de vista geográfico como desde el producto.

VI. EL MERCADO RELEVANTE

53. La oferta de señales televisivas pagas en el país se caracteriza por contar con un número de empresas que comercializan sus señales a los diversos distribuidores de programación. Las señales televisivas pagas se diferencian por su temática, y por su forma de difusión.

54. Si bien esta clasificación de los formatos en los que se divide la comercialización de señales es útil a los efectos de ilustrar la diversidad que se observa en el mercado, ella no resulta del todo satisfactoria a los efectos de definir el mercado relevante del producto, ya que constituye un criterio amplio que puede incluir señales que no presenten sustitución por parte de la demanda. De hecho, y a los efectos de definir el

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 223

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

mercado desde el punto de vista de la defensa de la competencia, un elemento que será analizado es el grado de sustitución que presentan las distintas señales a los ojos de los demandantes, los cableoperadores.

55. Una de las principales dificultades que se presentan a la hora de definir el mercado relevante del producto radica en la amplia gama de señales que ofrecen los operadores de TV paga. Existen señales que se emiten por aire, y otras que integran la televisión paga. Dentro de las señales televisivas pagas, se encuentran las que componen los abonos básicos, las premium y las que admiten la modalidad pay per view.

56. Por otra parte, el mercado de señales televisivas se compone de contenidos referidos a diversas temáticas, que conforman canales de entretenimiento, películas, deportes, noticias, culturales, series, e infantiles entre otros. En virtud de los puntos analizados anteriormente, se considera que las diversas señales de televisión paga, agrupadas en torno a la temática específica que contemplan pueden conformar, en principio, un mercado relevante en sí mismo. Esto es así porque un hipotético monopolista de las señales de una temática determinada podría aumentar sus precios en forma significativa sin temer una pérdida de ventas, ya que los operadores necesariamente deberían ofrecer señales de todas las temáticas relevantes.

57. La diferenciación del producto en base a la temática es una práctica que parte de las propias empresas de distribución de señales que en sus revistas y grillas presentan a cada una de las señales como perteneciente a estos segmentos. Si bien la misma constituye una útil caracterización, debe notarse que en general la demanda de las señales es derivada de la aceptación que éstas tengan en el público.

58. En relación a ello, si bien la temática es importante, lo es más aún la relevancia para el abonado que el operador de TV paga perciba. Si el operador percibe que los abonados demandan especialmente un determinado contenido, esto es, si la señal o algún programa que ésta contiene son apreciados como importantes y poco sustituibles, la señal tendrá mayor poder mercado.

ES COPIA F. DEL ORIGI...

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECON... FOL. Nº 2

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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

59. Para el presente caso, el análisis se debe circunscribir a determinar si existen ciertas señales comercializadas por DISCOVERY que, por su importancia relativa en el marco del total de señales, constituyen en sí mismas un insumo crítico para las empresas de TV por cable.

60. En relación al mercado geográfico relevante, DISCOVERY distribuye y comercializa por vía satelital, diversas señales de televisión para su emisión en los distintos sistemas de distribución ubicados en la República Argentina. La entrega de las señales televisivas se realiza en forma satelital, a través de determinados satélites con pisada en territorio argentino. Si bien la empresa no posee clientes en cada una de las localidades del país, sí cuenta con la capacidad tecnológica para proveer las señales que comercializa a todos los operadores de la Argentina que se las soliciten.

61. Por su parte, VER TV demanda estas señales para su difusión dentro de su área de cobertura, es decir, parte del oeste del Gran Buenos Aires. En consecuencia, la conducta denunciada se presentaría y afectaría a la empresa VER TV y a los abonados actuales o potenciales de esta empresa, por lo que el mercado geográfico está constituido por el área donde la denunciante tiene presencia a través de su tendido.

VII. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS SEÑALES DE DISCOVERY

62. Para analizar si las señales comercializadas por DISCOVERY alcanzan una posición dominante entre las señales que componen su segmento puede resultar útil previamente hacer una reseña de la importancia relativa que tienen los géneros a los que pertenecen estas señales dentro de la grilla de programación de los operadores de TV por cable.

63. Para ello en el siguiente cuadro se expone la participación de las señales según su género. Esto es, del total de personas que miran televisión por cable que porcentaje de ellas miran principalmente cada uno de los géneros que se ofrecen.

LS COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO

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

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 225

Cuadro N°1: Participación de los géneros de programación en la audiencia general y por edades (año 2002).

GENERO	TOTAL PERSONAS	4 – 12 AÑOS	20 – 34 AÑOS
CINE	23 %	13 %	26 %
CULTURA	7 %	4 %	7 %
DEPORTES	13 %	7 %	15 %
INFANTIL	23 %	59 %	20 %
INTERES GRAL.	10 %	6 %	8 %
INTERNAC.	1 %	1 %	1 %
MUSICAL	5 %	3 %	7 %
NOTICIAS	13 %	6 %	11 %
SERIES	5 %	3 %	5 %

Fuente: Elaboración en base a datos de BrandConnection, Argentina Mediamap 2003

64. Como puede apreciarse en el cuadro precedente, la mayor audiencia se orienta hacia los canales de cine y los infantiles, seguidos por los canales de deportes y noticias. En relación a las señales ofrecidas por la denunciada, se observa que la señal infantil puede ser parte de un segmento relevante del mercado de señales, en tanto que el género cultural no parece ser un segmento que despierte interés masivo entre los espectadores.

65. Asimismo, siguiendo con el análisis presentado resulta relevante analizar las señales más vistas en la TV por cable. No obstante debe tenerse en cuenta que este indicador no representa en forma estricta el valor de la señal para el cableoperador, ya que alguna señal puede ser muy demandada y apreciada por los televidentes a pesar de no ser vista en gran medida o viceversa. En este caso se observa que la señal más vista en todos los casos es Cartoon Network. Adicionalmente, teniendo en consideración las 20 señales más vistas se observa que en ningún caso se destaca un canal cultural excepto en la

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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

ANEXO

MINISTERIO DE ECONOMIA FOLIO Nº 226

franja de los 20 a 34 años, donde DISCOVERY CHANEL ocupa el lugar numero 20.

66. En relación a las señales infantiles se puede destacar que la señal de la denunciada, DISCOVERY KIDS, es de las señales menos vistas entre el público infantil e incluso el total. A continuación se puede apreciar la posición relativa de las señales infantiles en función de su lugar entre las primeras 20 mas vistas.

Cuadro N°2: Posición de las señales infantiles en el ranking general de señales pagas. (2002)

SEÑAL	HOGARES	PERSONAS	4-12 AÑOS	20 - 34 AÑOS
CARTOON NETWORK	1	1	1	1
FOX KIDS	4	3	2	10
NICKELODEON	11	11	3	13
MAGIC KIDS	13	12	4	-
DISCOVERY KIDS	14	14	5	12
BOOMERANG	-	-	17	-

Fuente: Elaboración en base a datos de BrandConnection. Argentina Mediamap 2003

67. Como puede notarse, DISCOVERY KIDS no es una de las señales infantiles preferidas por el público en general y por los menores de edad es una señal infantil que compite con varias señales dedicadas a este público en un segmento donde se destaca Cartoon Network, la señal más vista de la TV por cable.. En efecto, en este ultimo grupo ocupa el 5° lugar y su rating promedio es la mitad del segundo y un 20% del primero, por lo que dista de ser favorito para el publico infantil.

68. En relación a las señales de interés general y culturales, la denunciada indica que la señal Discovery Channel compite con History, Infinito, A&E Mundo, Canal (á), Film & Arts y National Geographic. Manifiesta que la señal People & Arts pertenece al mismo segmento que las señales A&E Mundo, E! Entertainment, History , Elgourmet.com, Fashion TV, Utilisima, Magazine y Cosmopolitan; en tanto que Animal Planet competitría con National Geographic y A&E Mundo.

69. En este contexto no pareciera haber, para el caso de las señales que comercializa la

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

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

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 227

denunciada, una situación de dominio respecto a algún segmento en particular. En efecto no se observa que alguna de estas señales sea percibida por el operador de TV paga como irreemplazable, encontrando en la lista indicada alguna señal que puede suplir la ausencia de alguna de las señales cuyo precio se denuncia como discriminatorio.

70. Para reafirmar la relativización del valor de las señales comercializadas por la denunciada se puede destacar que en el proceso de negociación el denunciante, en su correo electrónico de fojas 9, manifiesta su voluntad de reducir el numero de señales para evitar el aumento de precios dejando abierta la posibilidad de perder cualquiera de ellas. Por lo que en consecuencia se puede afirmar que no consideraba a estas fundamentales para el desarrollo de su negocio.

71. Asimismo, para analizar el objeto que puede tener la conducta llevada a cabo por la denunciada se puede hacer un análisis del impacto de su accionar, considerando por un lado el impacto de esta en el denunciante y en el denunciado.

72. En primer lugar, se puede analizar el efecto que ha tenido en el operador de TV por cable la desaparición de las señales de la denunciada de su grilla. Si las señales resultaran relevantes se observaría una importante migración hacia otros operadores, hecho que no se manifiesta en la denuncia. Al no haberse observado las consecuencias descriptas puede inferirse que la dinámica del mercado ha permitido que los clientes sustituyeran ciertas señales por otras, y que en suma, mantuvieran la percepción de que el producto ofrecido se correspondía con el precio, o bien que la pérdida de calidad en las señales recibidas no justificaba el cambio de operador.

73. En ese orden de ideas, cabe señalar que los consumidores reciben del operador de televisión un paquete de señales, y que si bien las comercializadas por DISCOVERY pueden resultar atractivas y tener una preferencia por parte del público, no resultan ser en el extremo, señales que influyen significativamente en la elección del consumidor, no constituyéndose en tal caso como un insumo crítico del mercado.

LS COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ANEXO 1

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 228

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

74. Adicionalmente, resulta relevante analizar la motivación que llevó a DISCOVERY a comercializar en forma discriminatoria las señales en relación a los distintos operadores de TV por cable que compiten con el denunciante, esto es a favor de MULTICANAL S.A. y CABLEVISION S.A. y en perjuicio del denunciante.

75. DISCOVERY LATIN AMERICA LLC es una empresa que entre sus accionistas se puede destacar a LIBERTY, una sociedad que participa en diversas sociedades del sector de la TV paga. Entre las mismas se puede destacar a TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A., una productora de contenidos, CABLEVISION S.A., uno de los principales operadores de TV por cable; y PRAMER S.A., un productor y comercializador de contenidos entre los que se pueden destacar algunos de los mencionados como competidores de las señales de DISCOVERY.

76. No obstante esta relación se puede destacar que LIBERTY tiene una participación del 49,8% en DISCOVERY y del 50% en CABLEVISION por lo que su posibilidad de determinar la viabilidad de las contrataciones se reduciría teniendo en cuenta también que los socios en cada una de las empresas no están vinculados.

77. Asimismo, se puede destacar que el resto de las sociedades en las que participa LIBERTY no ha actuado de manera similar con el denunciante y ha mantenido la oferta y disponibilidad de señales alternativas por lo que no parece ser una conducta destinada a restringir la actuación del denunciante en el mercado.

78. Es más, según manifiesta la denunciada la diferencia de precios se debe a cuestiones comerciales y se orienta a alinear los precios que cobra a VER TV con los facturados a otros operadores de TV paga de similares características entre los que se encuentra otra sociedad, TELE RED LINCOLN S.A., que es propiedad de los denunciantes, constándole por ende a ellos los precios que paga esa empresa.

79. En síntesis, las conductas observadas en el presente caso se corresponden más con una situación donde dos empresas se encuentran negociando las condiciones comerciales de un producto y no pueden llegar a un acuerdo, diferencia que se observa en los escritos

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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

que han intercambiado las partes.

80. En definitiva, se puede concluir que la denuncia que se presenta en este caso está originada en un conflicto comercial relacionado con los términos de contratación que deben acordar dos partes que participan en un mercado, quedando sujeto al interés de los particulares y no se vincula a una afectación al interés económico general, único bien tutelado por la Ley N° 25.156, de Defensa de la Competencia. Por lo tanto la conducta denunciada no tiene entidad suficiente como para constituir un abuso de posición dominante con afectación al interés económico general.

VIII. CONCLUSIÓN

81. En base a lo expuesto, esta Comisión Nacional concluye que la conducta denunciada por VER TV no es susceptible de ser encuadrada en la Ley N° 25.156, por lo que recomienda al SEÑOR SECRETARIO DE COORDINACIÓN TÉCNICA aceptar las explicaciones brindadas por DISCOVERY LATIN AMERICA, LLC Sucursal Argentina y proceder al archivo de las presentes actuaciones de conformidad con lo previsto en el artículo 31 de la Ley N° 25.156.

HORACIO SALERNO
VOCAL

ISMAEL F. G. MALIS
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

[illegible]
VOCAL