



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

25



BUENOS AIRES, 25 FEB 2003

VISTO el Expediente Nro. 064-014322/99 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 remitida por el Bloque de Concejales Justicialistas de la ciudad de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos, con fecha 16 de septiembre de 1999, contra las empresas CABLEVISIÓN S.A. y su controlada, CANAL 2 VISION DEL LITORAL, por presunta infracción a la Ley N° 22.262 de Defensa de la Competencia.

Que los denunciantes formularon su reclamo, remitiendo al Secretario de Industria, Comercio y Minería de la Nación una copia de la nota enviada al Defensor del Pueblo de la Nación, manifestando el aumento del precio del abono básico del servicio de televisión por cable, que pasó de PESOS VEINTICINCO (\$25) a PESOS VEINTISIETE CON SESENTA CENTAVOS (\$ 27.60) en el mes de agosto de 1999, y ascendió a PESOS VEINTINUEVE CON OCHENTA (\$ 29,80) en septiembre de ese mismo año, junto con el retiro de la grilla de las señales de HBO OLÉ y CINEMAX y el cambio de ubicación de las señales en la grilla.

Los denunciantes sostuvieron que CANAL 2 y CANAL 6 eran las únicas empresas en la Ciudad de Gualeguaychú que brindaban el servicio de televisión por cable, y fueron adquiridas por CABLEVISIÓN S.A. y fusionadas en la empresa CANAL 2 VISION DEL LITORAL, y adjuntaron en su presentación una copia del

C.P. PROYECTO N°
339



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

25



Decreto del Honorable Concejo Deliberante de esa localidad N° 27/99, donde se dispuso la convocatoria a una Audiencia Pública para tratar el tema del aumento del precio del abono básico realizado por la empresa CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL.

Que se corrió traslado de la denuncia según lo previsto en el artículo 20 de la Ley N° 22.262 a las denunciadas a fin de que brindaran las explicaciones que estimaran corresponder.

Que con fecha 24 de noviembre de 1999, CABLEVISIÓN S.A. presentó sus explicaciones en tiempo y forma y con fecha 22 de junio de 2001 hizo una presentación posterior donde justificó su decisión de incrementar el precio del abono básico en las mejoras tecnológicas y en la incorporación de nuevas señales.

Que en sus explicaciones, CABLEVISIÓN S.A. manifestó que el primero de los aumentos se debió al traslado del Impuesto al Valor Agregado a los abonados, y que la empresa era libre de establecer el precio del abono básico.

Que, agregó, la empresa informó con anticipación a sus abonados el aumento de PESOS VEINTISIETE CON SESENTA (\$ 27,60) a PESOS VEINTINUEVE CON OCHENTA (\$ 29,80), explicando con dicha comunicación los cambios tecnológicos.

Que, manifestó, siendo la única oferente en el servicio en la localidad de Gualeguaychú, no existían restricciones al ingreso de nuevos competidores al mercado de televisión por cable y que, por otra parte, CABLEVISIÓN S.A. agregó que coexiste con los sistemas satelitales y con los canales de televisión abierta, constituyendo una competencia sustancial.

Que finalmente y a su entender, CABLEVISIÓN aseveró la conducta

P.P. PROYECTO N°
339



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

25



denunciada no perjudicaba al interés económico general, no existiendo un perjuicio concreto ni potencial al interés de los consumidores, quienes reciben un servicio acorde al precio ofertado.

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 o un abuso de posición dominante en un mercado con entidad suficiente para afectar el interés económico general.

Que debido a que en las presentes actuaciones se acreditó que i) se introdujeron mejoras tanto en la red troncal como en la red de distribución; y ii) se incrementó el número de señales ofrecidas, puede afirmarse que los hechos denunciados no constituyen un abuso de posición dominante 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 que se acepten las explicaciones brindadas por las denunciadas y disponer el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21 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 .

PROYECTO N°
339



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



Por ello,

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

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aceptar las explicaciones brindadas por las denunciadas y disponer el archivo de las actuaciones de conformidad con lo establecido en el artículo 21 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 3 de enero de 2003, que en CATORCE (14) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTICULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 25

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

M.P.
PROYECTO N°
339



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

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

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



Expte. N° 064-014322/99 (C. 514) OB/MB

Dictamen N° 03 ENF 2001

BUENOS AIRES

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo Expediente N° 064-014322/99 del registro del Ministerio de Economía, iniciadas como consecuencia de la denuncia formulada por el Bloque de Concejales Justicialistas de la ciudad de Gualeguaychú, Pcia. de Entre Ríos, contra CABLEVISION S.A. / CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL, por presunta violación a las disposiciones de la Ley N° 22.262.

I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. Los denunciantes son los miembros del Bloque de Concejales Justicialistas de la Ciudad de Gualeguaychú, en la Provincia de Entre Ríos.
2. La denunciada es la empresa CABLEVISIÓN S.A., empresa dedicada a la explotación del servicio de televisión por cable en el ámbito nacional.

II. LA DENUNCIA

3. Los denunciantes remitieron el 16 de setiembre de 1999 al Secretario de Industria, Comercio y Minería de la Nación una copia de la nota enviada en esa misma fecha al Defensor del Pueblo de la Nación, en la que manifestaron el malestar de esa comunidad por el aumento del precio del abono básico del servicio de TV por cable, que pasó de \$ 25 a \$27,60 en el mes de agosto de 1999, y ascendió a \$ 29,80 en setiembre de ese mismo año. Como documental respaldatoria de sus manifestaciones adjuntaron un petitorio con más de 2000 firmas de vecinos de Gualeguaychú, copias de recortes periodísticos que dan cuenta de la situación y facturas de Visión del Litoral donde se refleja el aumento

M.P.
 PROYECTO N°
 339



Ministerio de la Producción
 Secretaría de la Competencia, la Desregulación
 y la Defensa del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
 del abono. (fs. 1/93).

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

25



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

4. Las conductas imputadas a CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL, controlada por CABLEVISIÓN S.A., consisten en: i) el injustificado aumento del abono básico del servicio de cable de \$ 25 a \$ 27,63 (agosto 99) y de \$ 27,63 a \$29,84 (setiembre de 1999) ; ii) el retiro de la grilla de las señales HBO OLÉ y CINEMAX y iii) el cambio de ubicación de las señales en la grilla.
5. Los denunciantes indicaron que hasta el año 1997 existían en la ciudad de Gualeguaychú dos empresas que brindaban el servicio de TV por cable: Canal 2 y Canal 6, las que fueron adquiridas por CABLEVISIÓN S.A., y fusionadas en la empresa CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL.
6. Sostuvieron que la única prestadora del servicio de TV por cable era CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL y adjuntaron en ese acto una copia de la nota remitida por CABLEVISIÓN S.A. a sus abonados de Gualeguaychú, donde les manifestaba que el motivo del aumento del precio del abono básico era el continuo proceso de renovación tecnológica y de programación que la empresa estaba llevando a cabo, a fin de brindar un servicio de excelencia (fs. 9).
7. Los denunciante también adjuntaron a su presentación una copia del Decreto del Honorable Concejo Deliberante de esa localidad N° 27/99 en el que, por unanimidad de sus miembros, se dispuso la convocatoria a una Audiencia Pública para tratar el tema del aumento del precio del abono básico realizado por la empresa CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL en la ciudad de Gualeguaychú (fs. 20/21).

M.P.
 PROYECTO N°
 239

III. PROCEDIMIENTO

8. Esta Comisión Nacional recibió, con fecha 15 de octubre de 1999, la denuncia que dio origen a estas actuaciones, idéntica a la remitida al Sr. Defensor del Pueblo de la Nación (fs. 1/95).
9. A fs. 96, con fecha 15 de octubre de 1999, esta Comisión Nacional dispuso la



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

25



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

rearatulación del expediente, ordenando que se lo identifique como:
"CABLEVISIÓN S.A. / CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL s/ infracción a la Ley N°
22.262".

10. A fs. 97 se corrió traslado a CABLEVISIÓN S.A. / CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL de la denuncia efectuada en su contra por el Bloque de Concejales Justicialistas de la Ciudad de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos, a fin de que brindara las explicaciones que estimara conducentes, según lo prescripto por el artículo 20 de la Ley N° 22.262.

11. A fs. 117, atento a la conexidad existente entre las actuaciones de dos expedientes en trámite ante esta Comisión Nacional, se dispuso agregar al Expediente N° 064-014322 (C 514), como única foja, el Expediente N° 064-016034/99 (C 544) que contenía una reseña de lo acontecido en la audiencia pública, recortes periodísticos correspondientes al diario "El Día", los que en diversas fechas, dan cuenta de los aumentos del abono básico y un petitorio rubricado por más de 300 vecinos de esa localidad dirigido al Defensor del Pueblo de la Nación.

12. Con fecha 24 de noviembre de 1999, CABLEVISIÓN S.A. presentó sus explicaciones en tiempo y forma (fs. 102/114).

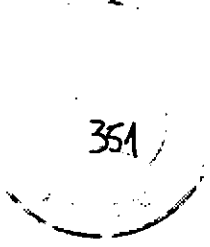
13. Con fecha 25 de julio de 2000 se le requirió a CABLEVISIÓN S.A. un informe sobre costos (fs. 130/143).

14. El 6 de junio de 2001 esta Comisión Nacional dispuso citar a una audiencia testimonial al Gerente de Comercialización de CABLEVISIÓN S.A. (fs. 144).

15. El 22 de junio de 2001 CABLEVISIÓN S.A. hizo una presentación donde justificó la decisión comercial de incrementar el precio del abono básico en las mejoras tecnológicas y de infraestructura realizadas en períodos anteriores a setiembre de 1999 y en la incorporación de nuevas señales, en forma contemporánea al aumento. También manifestó la decisión empresarial de realizar futuras inversiones en el servicio en la localidad de Gualeguaychú (fs.162/171).

M.P. PROYECTO N°
309

[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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

16. Con fecha 25 de junio de 2001 se celebró la audiencia testimonial del Sr. Gerente Comercial Corporativo de CABLEVISIÓN S.A. Lic. Néstor Omar Xifró.

17. Con fecha 23 de julio de ese mismo año se dispuso una nueva citación al Gerente Comercial Corporativo de CABLEVISIÓN S.A., en la cual se le requirió al Sr. Néstor Omar Xifró información referida a la forma en la que la empresa realizó la publicidad de la incorporación de nuevas señales a la grilla de CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL, así como también se le requirió documentación respaldatoria de las mejoras introducidas (fs. 177/179)

18. A fs. 179/246 de estas actuaciones el Gerente Comercial Corporativo aportó la información solicitada por esta Comisión Nacional.

19. Con fecha 12 de setiembre de 2001, a los fines de continuar con la investigación que esta Comisión Nacional estaba llevando a cabo, se requirió a CABLEVISIÓN S.A. la presentación de los contratos mediante los cuales se adquirieron las señales CINEMAX, HBO OLÉ, SONY, E! ENTERTAINMENT, CANAL á, THE FILM ZONE y MUNDO OLÉ. Asimismo se solicitó la presentación de los informes internos sobre los costos del tendido de redes y la nómina del personal que se desempeñó en las tareas de dicho tendido (fs. 247).

20. El 20 de setiembre de 2001 CABLEVISIÓN S.A. respondió a la solicitud de información de esta Comisión Nacional, aportando: i) Convenio básico de licencia para las señales HBO y CINEMAX (Anexo I); ii) la Carta de intención celebrada con PRAMER S.C.A. el 17.09.99 por medio de la cual se incorpora la señal de CANAL á (Anexo II); iii) la factura emitida por HBO OLÉ DISTRIBUTION que documenta el pago de la licencia para la transmisión de las señales SONY ENTERTAINMENT TELEVISION (SET), MUNDO OLÉ e E! ENTERTAINMENT (Anexo III); iv) el Convenio suscripto entre CABLEVISIÓN S.A. y LPTV Región Sur, mediante el cual se adquirió la señal THE FILM ZONE (Anexo IV); v) una copia del informe interno de gestión elaborado por personal técnico de CABLEVISIÓN S.A. de donde surgen las mejoras realizadas en la red (Anexo V) y vi) la nómina del personal que se desempeñó en las tareas del tendido de redes

M.P.
PROYECTO Nº
339



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

de CABLEVISIÓN S.A. en Gualeguaychú, con indicación de su domicilio real
(Anexo VI) (fs. 265/308).

ES COPIA FIEL
DE ORIGINAL

25



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

21. Posteriormente, con fecha 14 de febrero de 2002, y atento a que la información remitida respondía sólo parcialmente al requerimiento de esta Comisión Nacional, se amplió el pedido de información a CABLEVISIÓN S.A., solicitándose: i) las facturas por la adquisición de los derechos de las señales CINEMAX y HBO, correspondientes a meses anteriores y posteriores al mes de setiembre de 1999; ii) la incidencia del costo de la incorporación del CANAL á en la grilla de CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL, ya que ese dato no surgía de la información acompañada; iii) información sobre el costo del tendido de redes y iv) la discriminación del costo por señal de la factura presentada como Anexo III (fs. 297).

22. Con fechas 12 de marzo y 4 de abril de 2002 CABLEVISIÓN S.A. aportó la información adicional solicitada, la que obra a fs. 303/308 de las presentes actuaciones.

IV. LAS EXPLICACIONES

23. El día 24 de noviembre de 1999 CABLEVISION S.A. contestó el traslado conferido en tiempo y forma manifestando (fs. 102/116) que el primero de los aumentos (de \$25 a \$27,60) se debía al traslado del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los abonados, ya que a partir del mes de enero de 1999 el servicio de televisión por cable pasó a estar alcanzado por dicho impuesto.

24. Por otra parte CABLEVISIÓN S.A. sostuvo que la ley N° 22.262 que, al no tratarse de un servicio público, dicha empresa era libre para establecer el precio del abono básico y que dicho acto no estaba alcanzado por la Ley N° 22.262.

25. No obstante ello, manifestó que el aumento obedeció a mejoras tecnológicas y en la programación, toda vez que se incorporaron nuevas señales a la grilla de CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL. CABLEVISIÓN S.A. agregó que, más allá de las valoraciones puramente subjetivas realizadas por el Bloque de Concejales Justicialistas de Gualeguaychú sobre el menor nivel de las señales incorporadas,

M.P.
PROYECTO N°
39



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

25

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



los mismos denunciantes reconocían la incorporación de nuevos contenidos.

26. Aseveró que la empresa informó a sus abonados con suficiente anticipación del aumento de \$ 27,60 a \$ 29,80, explicando en esa comunicación los motivos del mismo, consistentes en la renovación tecnológica y de la programación.

27. CABLEVISIÓN S.A. explicó que, en lo referente a la programación, las señales de primera línea incorporadas en la grilla eran: SONY, E ENTERTAINMENT, CANAL Á, THE FILM ZONE y MUNDO OLÉ. Manifestó también que se reordenó la grilla de programación en función de géneros, lo que facilitó la ubicación de las señales por parte de los abonados.

28. CABLEVISIÓN S.A. sostuvo que aun siendo la única oferente del servicio en la localidad de Gualeguaychú, no existían restricciones al ingreso de nuevos competidores al mercado de TV por cable. Por otra parte señaló que CABLEVISIÓN S.A. coexiste con los sistemas satelitales y con los canales de TV abierta, y sostuvo que dichos sistemas constituyen una competencia sustancial, lo que torna inaplicable la figura del abuso de posición dominante por la dispersión de ofertas existentes en la localidad de Gualeguaychú.

29. Agregó que la TV satelital ha incursionado en el mercado argentino, prestando a sus abonados un servicio de similares características al cable y a precios igualmente accesibles.

30. CABLEVISIÓN S.A. manifestó que, aun considerando eventualmente una posición de dominio de dicha empresa, no podría considerarse que este aumento de precios sea un abuso de dicha posición toda vez que los precios fijados son perfectamente razonables si se tienen en cuenta las mejoras efectuadas en el servicio y si se comparan con los de otras plazas de la zona, como por ejemplo: Concepción del Uruguay, donde el precio es de \$ 28 más IVA; Colón, donde se cobra \$ 30 más IVA; Gualeguay donde el servicio cuesta \$ 27 más IVA; o Galarza, donde el precio es de \$ 28 más IVA.

31. Por último, CABLEVISION S.A. aseveró que la conducta denunciada no

M.P. PROYECTO N°
339



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

354

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

perjudicaba en absoluto el interés económico general, no existiendo a su entender perjuicio concreto ni potencial al interés de los consumidores, quienes reciben un servicio acorde con el precio ofertado.

V. EL MERCADO RELEVANTE

32. V.1 Definición del mercado relevante del producto

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

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

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

36. Las características señaladas determinan que no pueda implementarse un precio

M.P.
PROYECTO Nº
339

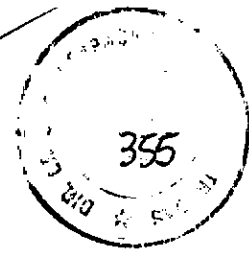
[Handwritten signatures and initials]



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

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

25



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

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 y que en última instancia depende de la "calidad" de los contenidos, entendida esta última con relación al interés que despiertan entre los espectadores.

37. 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.

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

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

40. Una de las características más importantes del servicio brindado por los sistemas de televisión paga es que el mismo no consiste en la provisión de un contenido determinado, sino en la posibilidad que le brinda al consumidor de acceder a una amplia gama de señales, cada una de las cuales agrupa distintos tipos de contenido. Por ello, puede definirse a los servicios de televisión paga como

M.P.
 PROYECTO Nº
 339

¹ Debido al problema de "Free Riding".

[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

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

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



"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.

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

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

43. En razón de las diferencias que se han identificado precedentemente, es que esta Comisión Nacional considera que la televisión abierta por aire no es un fuerte sustituto de la televisión paga, no revelándose, en consecuencia, competencia sustancial entre ambos sistemas. Esta conclusión es aplicable a los servicios de antena comunitaria de TV, los que habitualmente actúan como repetidoras de las señales emitidas por los canales de televisión abierta.

44. 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.

45. 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

M.P.
 PROYECTO N°
 339

[Handwritten signatures and initials]

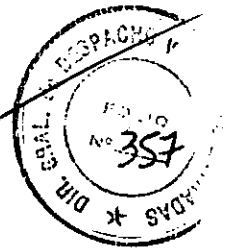


Ministerio de la Producción
Secretaría de la Competencia, la Desregulación
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ESCOPIA FIEL
DEL ORIGINAL

25



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

servicio con menores costos y con una instalación más sencilla respecto de la televisión satelital, la cual tiene un precio mayor que se justifica en la mayor cantidad de señales y una mayor calidad de imagen y sonido. Además, la instalación del sistema satelital exige una antena satelital y un decodificador para cada uno de los televisores, hecho que encarece la instalación.

46. Por lo expuesto puede considerarse, en principio, que los sistemas de televisión por cable y de televisión satelital no pertenecen al mismo mercado de producto

V.2 Definición del mercado geográfico relevante.

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

48. Desde el punto de vista de la sustitución por el lado de la demanda, en el caso de los servicios televisión por cable, 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, en caso que los hubiera. En tal caso, el área de superposición determina las opciones potenciales disponibles en el corto plazo para cada usuario.

49. 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 ejido urbano incluyendo el área suburbana que lo circunda, pero excluyendo las zonas rurales. Dentro del

M.P.
PROYECTO N°
39

[Handwritten signatures and initials]



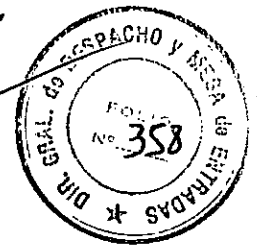
Ministerio de la Producción
 Secretaría de la Competencia, la Desregulación
 y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

25

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



área definida, los oferentes de servicios de televisión por cable, ante una señal de precios, pueden extender su cobertura realizando sólo adiciones marginales al tendido de su red.

50. Así, dentro de un mercado geográfico que incluya al ejido 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.

51. Como consecuencia del análisis precedente, se puede considerar que el mercado geográfico relevante comprende a la Ciudad de Gualeguaychú 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.

VI. ENCUADRAMIENTO JURIDICO Y ECONOMICO DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

52. En su denuncia el Bloque de Concejales Justicialistas de Gualeguaychú en la Provincia de Entre Ríos imputa a CABLEVISIÓN S.A. / CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL una conducta de abuso de posición dominante en función de lo dispuesto por los Artículos 1° y 2° de la Ley N° 22.262. Dicha conducta se habría llevado a cabo mediante el aumento de los precios del abono del servicio de televisión por cable por parte de la única empresa prestataria de dichos servicios en la localidad de Gualeguaychú: CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL, controlada por CABLEVISION S.A.

53. Para que un acto o conducta puedan ser considerados violatorios de la Ley N° 22.262, es necesario que se limite, restrinja, o distorsione la competencia, o bien, implique el abuso de posición dominante en un mercado, y a partir de tales circunstancias debe producirse un perjuicio al interés económico general.

M.P.
 PROYECTO N°
 339

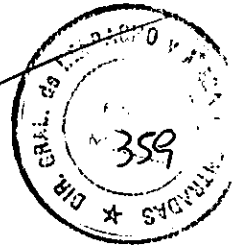
[Handwritten signatures and initials]



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

COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

25



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

54. Como se ha mencionado oportunamente, CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL es la única oferente en el mercado relevante, por lo que ostenta una posición dominante. Resta analizar entonces, si los hechos denunciados en las presentes actuaciones constituyen un abuso de esa posición y configuran una violación a la Ley N° 22.262

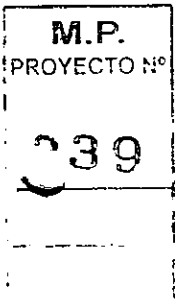
55. Teniendo en cuenta la evolución del abono promedio, puede considerarse el impacto del aumento del precio en el mercado en general. En este sentido cabe señalar que, antes del aumento a \$ 29,8, el precio del abono era de \$27,60, por lo que el incremento observado es del 7,9%.

56. Ante el aumento de los precios puede esperarse una disminución en el número de abonados. Esta disminución dependerá de la elasticidad - precio de la demanda, que mide la respuesta en la cantidad demandada por los abonados frente al cambio en los precios. Si se observa una caída considerable, la demanda es más elástica, caso contrario la elasticidad es menor o incluso, cuando no se observan variaciones, la demanda es inelástica.

57. Además debe destacarse que la denunciada argumenta que el aumento de los precios se debe a un cambio en la grilla de señales y a la incorporación de mejoras tecnológicas, entre otros. Estos factores deberían generar asimismo una mayor apreciación del producto por parte de los abonados por lo que los efectos del aumento del precio pueden verse contrapesados por la mayor valoración; en ese caso, el efecto final resultaría incierto.

58. Finalmente, como un tercer factor, se puede destacar que el nivel de actividad económica resulta estar estrechamente relacionado con la demanda en general y de este tipo de servicios en particular. Es de esperarse que, dada la caída del ingreso que se ha observado en el país durante el período analizado, la respuesta de la demanda sea coherente con ella.

59. En relación con el número de abonados, se puede remarcar que el mismo ha mantenido una leve tendencia decreciente. En efecto, en el período analizado, enero 1998 - julio 2000, la firma ha perdido a 1.000 de los aproximadamente





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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

25



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

16.000 suscriptores. Como se mencionara, no puede hacerse una inferencia específica sobre las causas de dicho comportamiento, pero puede remarcarse que en el período donde se han experimentado aumentos del precio del abono no se observa una agudización de la misma. Sobre la base de estas observaciones se puede determinar que los incrementos en las tarifas han sido contrapesados con una mejora o bien que los otros factores mencionados han contribuido a mantener en número de abonados que acceden al servicio estable.

60. Para analizar los cambios en el servicio, 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, solo se hará referencia a los aspectos cuantitativos de la evolución de la grilla de señales básicas.

61. Durante el año 1999 los abonados a CANAL 2 VISIÓN DEL LITORAL han visto modificada su grilla de señales, pasando de un abono básico que incluía 50 señales a uno que contaba con 53 señales. El incremento se produjo a raíz de la incorporación de las señales The Film zone, Mundo Olé, Canal á, Sony y E Entertainment, y a la vez la baja de Travel Channel y Deustche Welle.

M.P.
PROYECTO Nº
339

62. Por otra parte, y no obstante lo señalado precedentemente, hay dimensiones que se pueden evaluar objetivamente. En este sentido en las presentes actuaciones se acreditó: 1) el reemplazo del troncal existente, efectuando el tendido de más de 3500 metros de cable; 2) la remoción de cables no utilizados de la vía pública; 3) la reconstrucción del "Head End" a fin de disminuir la tasa de fallas, elevando el índice de confiabilidad a 99,95 %; 4) el aumento de la efectividad de atención a los reclamos; 5) el aumento en el número de vehículos para el mantenimiento de la red; y 6) la instalación de un sistema de transmisión de señales codificadas, que fue sin cargo para el abonado.

63. En síntesis, debido a que: (1) se introdujeron mejoras tanto en la red troncal como



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

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

25



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

en la red de distribución; y (2) se incrementó el número de señales ofrecidas; puede afirmarse que los hechos denunciados no constituyen un abuso de posición dominante que perjudique el interés económico general en los términos del Artículo 1° de la Ley N° 22.262.

VII. CONCLUSIONES

64. Atento a las consideraciones precedentes, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomienda al SR. SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, aceptar las explicaciones de las firmas denunciadas y ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley N° 22.262.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
 LEON GROSBERG
 VOCAL

[Handwritten signature]
 EDUARDO MONTAMAT
 VOCAL

[Handwritten signature]
 MAURICIO BUTERA
 VOCAL

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

M.P.
 PROYECTO N°
 339

[Handwritten signature]