



# PANTALLA CALIENTE: ANÁLISIS DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS EN LA TV PAGA ARGENTINA

Marcelo den Toom

# Pantalla caliente: análisis de concentraciones económicas en la TV paga argentina

Marzo 2021



**Marcelo den Toom**

Abogado, Universidad de Belgrano (1993), LL.M., University of Michigan (1998), socio de Bomchil, Buenos Aires.

## I. INTRODUCCIÓN. BREVE REPASO DE LAS PRINCIPALES CONCENTRACIONES ECONÓMICAS EN LA TELEVISIÓN PAGA

Los mercados que involucran a medios de comunicación, más puntualmente los de televisión paga y aquellos verticalmente relacionados, están entre los más estudiados por las autoridades de defensa de la competencia argentinas<sup>1</sup>.

Ello sin dudas se debe en gran parte al desarrollo y dinamismo que tuvieron aquellas áreas de la economía en las últimas décadas. Si bien las primeras emisiones de televisión por cable tuvieron lugar en la década del '60, la cantidad de abonados registró un aumento notable a partir de su llegada a la ciudad de Buenos Aires en los años 80, y a nivel nacional a partir de la década del '90, de la mano de inversores extranjeros que tomaron nota del favorable clima de negocios y la estabilidad de la moneda. En la actualidad la televisión por suscripción supera los 9.500.000 abonados en todo el país<sup>2</sup>, con una tasa de penetración en el total de personas en 2019 del 81,2%<sup>3</sup>.

Una mirada retrospectiva de las principales concentraciones económicas analizadas por la CNDC muestra claramente que el crecimiento del sector fue de la mano de su concentración e integración vertical. A los primeros grandes operadores, Cablevisión y Video Cable Comunicación (VCC), se sumó la empresa Multicanal. En 1997, Cablevisión y Multicanal –quienes en líneas generales no tenían redes superpuestas, esto es, no competían entre sí– compraron en partes iguales a VCC, por entonces la segunda empresa del sector por cantidad de abonados y cuyas redes se solapaban con las de ambas compradoras. Esa compra fue seguida de una escisión de activos, dejando el panorama competitivo entre los compradores en una situación similar a la anterior a la compra (esto es, sin solapamiento<sup>4</sup>).

En 1999 se sancionó la ley 25.156, que instauró el régimen de concentraciones económicas en Argentina, disponiendo la obligatoriedad de la notificación de tomas de control e influencia sustancial de empresas cuando el nivel de ventas en el país de la empresa adquirida y el grupo comprador superase los AR\$ 100

---

1 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia o "CNDC" y Secretaría de Comercio Interior o "SCI", la primera como órgano técnico que emite recomendaciones a la Secretaría, y la última con facultades decisorias.

2 De acuerdo a la información publicada por Business Bureau.

3 "Penetración de TV de paga en América Latina supera 50% de las personas", *Dpl news* (20 de mayo, 2019), <https://digitalpolicylaw.com/penetracion-de-tv-de-paga-en-america-latina-supera-50-de-las-personas/>.

4 Esta situación de no solapamiento, que perduró en el tiempo, derivó incluso en sanciones a dichas empresas por considerarla como un acuerdo de tipo colusivo. Ver, por ejemplo, Secretaría de Comercio Interior, "Video Cable 6 S.A. y otras s/infr. Art. 1º Ley 22.262", Resolución N° 19 (10 de febrero, 2011).

millones, por esa fecha equivalente a igual suma en dólares estadounidenses pero que como consecuencia de la profunda desvalorización del peso argentino a partir de 2002 pasó a representar poco más de US\$ 7 millones a la fecha del dictado de la actual ley de defensa de la competencia 27.442 en mayo de 2018, que fijó umbrales ajustables por inflación.

La aplicación del control de concentraciones no detuvo el ritmo de las operaciones. Muy por el contrario, el mercado nacional de televisión paga resultaba muy atractivo, tanto a empresas internacionales como Telefónica o Tele-Communications, Inc. (TCI) como a fondos de inversión, el más activo de los cuales fue en una primera etapa Hicks, Muse, Tate & Furst (Hicks Muse). Así es que ya en el año 2001 se aprobó la toma de control conjunto de Cablevisión por parte de Hicks Muse y Liberty Media International (sucesora de TCI)<sup>5</sup>. Ambos grupos de accionistas tenían intereses en empresas relacionadas verticalmente con Cablevisión (licenciatarias de canales para la televisión paga y productoras de eventos deportivos) y Hicks Muse era además titular de Teledigital, cableoperador que realizó numerosas operaciones de compra de pequeños cables en el interior del país.

En el año 2002 Liberty Media Corporation, Hicks Muse y Fox Sports International crearon una sociedad en participación llamada Fox Pan American Sports LLC (FPAS). Esta sociedad pasó a explotar la señal de deportes Fox Premium, que contaba con atractivos derechos deportivos, particularmente de fútbol, y competía con la señal TyC Sports, que era operada en forma conjunta por el Grupo Clarín (controlante de Multicanal, en aquel entonces el más importante del país) y también por Liberty Media, a través de la productora de eventos deportivos Torneos y Competencias. Las presentaciones del Grupo Clarín en el trámite de análisis de concentración económica de FPAS oponiéndose a la concentración por los presuntos efectos negativos derivados del hecho de que Liberty Media tuviere acceso a información confidencial de señales competidoras motivó a que la CNDC analizara negativamente la operación, que sólo fue aprobada cuando Hicks Muse (quien también era accionista de Torneos y Competencias) le vendió su participación en esa empresa a Liberty Media, separando así definitivamente las participaciones accionarias de ambos grupos en Torneos y Competencia y FPAS<sup>6</sup>.

En 2003 News Corp. adquirió una participación controlante en DirecTV<sup>7</sup>, que en 2005 permutaría con Liberty Media por la participación que esta última tenía a su vez en News Corp<sup>8</sup>. Previamente a adquirir el control de DirecTV, Liberty Media vendió en 2004 al fondo de inversión Fintech Advisory su 50% en Cablevisión<sup>9</sup>. Este fondo vendería al año siguiente una participación cercana al 20% en Cablevisión al Grupo Clarín, que obtendría una opinión consultiva de la CNDC confirmando –con voto dividido– que la operación no resultaba notificable al no adquirirse influencia sustancial<sup>10</sup>. En 2006 Hicks Muse vendería

---

5 "Liberty Media Corporation, UnitedGlobalCom Inc., MGM Network Latin America LLC, Pramer S.C.A. y Cablevisión S.A. s/ notificación art. 8° Ley 25.156 (Conc. N° 249)", Resolución del Secretario de Finanzas (10 de abril de 2001).

6 Secretaría de Coordinación Técnica, "PSH, Fox y Liberty (C. 378) s/ notificación art. 8° Ley N° 25.156", Resolución N° 134 (29 de septiembre de 2004).

7 Secretaría de Coordinación Técnica, "The News Corporation Limited, Hughes Electronics Corporation y General Motors Corporation s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 438)", Resolución N° 49 (11 de abril de 2005).

8 Secretaría de Comercio Interior, "Liberty Media Corporation y News Corporation s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 619)", Resolución N° 4 (17 de diciembre de 2007).

9 Secretaría de Coordinación Técnica, "Fintech Media LLC y VLG Argentina LLC s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156", Resolución N° 33 (8 de marzo de 2006).

10 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, Opinión Consultiva N° 219 (21 de marzo, 2006).

su participación en Cablevisión a Fintech Advisory y el Grupo Clarín, quien pasaría así a controlar a las dos principales empresas de televisión por cable del país<sup>11</sup>.

La relación entre los dos grupos controlantes de Cablevisión continuó con la toma de control en 2013 por parte de Fintech de Telecom Argentina, una de las dos grandes empresas de telecomunicaciones de la Argentina, y en última instancia con la fusión entre Telecom Argentina y Cablevisión en 2018<sup>12</sup>, que generó solapamientos en la provisión de servicios de internet, telecomunicaciones móviles y distintos servicios mayoristas.

En cuanto a los grandes operadores internacionales, en 2014 AT&T tomó el control de DirecTV<sup>13</sup>, para entonces consolidada en Argentina como el segundo operador de televisión paga después de Cablevisión. Sólo dos años después el mismo adquirente tomaría el control de Time Warner<sup>14</sup>, quien entre otros activos controlaba en Argentina a una de las principales empresas de licenciamiento de programación para la televisión paga (Imagen Satelital), por lo que el análisis de la operación se focalizó principalmente en los aspectos verticales. A su vez, en 2017 Imagen Satelital y Fox Sports resultaron licenciatarias de los derechos del fútbol argentino de primera división, pactando un esquema de comercialización en el que cada una comercializaría la mitad de los derechos, que fue aprobado por la CNDC y SCI<sup>15</sup>.

Finalmente, en 2019 Disney tomó el control de 21st Century Fox, operación que está actualmente siendo analizada por la CNDC, autoridad que recientemente emitió un informe de objeciones<sup>16</sup> señalando sus preocupaciones con, principalmente, la concentración horizontal en la programación deportiva, en particular del fútbol.

El marco de análisis de las concentraciones económicas en este sector económico estaría incompleto si no se tuviera en cuenta la influencia -real o percibida- de los medios de comunicación en los actos de gobierno, y la reacción de los sucesivos gobiernos -a través de sus agencias de competencia, que en la Argentina no son independientes de la Administración Central- frente a algunas concentraciones económicas que los involucraron, que oscilaron entre la tibia intervención y la agresiva prohibición.

El limitado alcance de este trabajo no permite profundizar ninguno de esos casos, y, por cierto, no es su propósito hacer una evaluación política de las decisiones de la autoridad *antitrust*, aunque sin duda la comprensión del contexto político-económico en que fueron emitidas algunas de ellas ayuda a su entendimiento más cabal. En su lugar, aprovechando la introducción que hice más arriba de los casos que considero más relevantes, trataré cuatro temas que considero interesantes y que fueron discutidos en ellos:

---

11 Secretaría de Comercio Interior, "Grupo Clarín S.A., Vistone LLC, Fintech Advisory Inc., Fintech Media LLC, VLG Argentina LLC y Cablevisión S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156", Resolución N° 257 (7 de diciembre, 2007).

12 Secretaría de Comercio, "Cablevisión S.A., Cablevisión Holding S.A., Telecom Argentina S.A., Fintech Media LLC y Fintech Telecom LLC s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 1507)", Resolución N° 374 (29 de junio, 2018).

13 Secretaría de Comercio, "AT&T Inc., Steam Merger Sub LLC y DirecTV s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 1249)", Resolución N° 154 (21 de junio, 2016).

14 Secretaría de Comercio Interior, "AT&T Inc. y Time Warner Inc. s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1643)", Resolución N° 691 (24 de octubre, 2019).

15 Secretaría de Comercio Interior, "FSLA Holdings LLC, Asociación del Fútbol Argentino y Superliga Profesional del Fútbol Argentino Asociación Civil s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1451)", Resolución N° 157 (20 de marzo, 2018) (aprobación derechos de Fox).

16 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, "The Walt Disney Company y Twenty-First Century Fox, Inc. s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1692)", Informe de Objeciones (5 de noviembre, 2020).

los cambios en la definición de mercado relevante del mercado de televisión paga y televisación del fútbol, el tratamiento de las ganancias de eficiencia y la *failing company defense*, y los compromisos como forma de resolver los problemas de competencia surgidos de una concentración.

## II. EVOLUCIÓN DE DEFINICIONES DE MERCADO RELEVANTE: ¿REFLEJO DE CAMBIO DE CIRCUNSTANCIAS O ADAPTACIÓN AL CASO CONCRETO?

### **Televisión paga**

La definición tradicional de mercado desarrollada por la CNDC comienza con una comparación entre los sistemas de televisión por aire y los pagos. Las diferencias en este caso surgen claramente de la fuente principal de ingresos, publicidad de los anunciantes en el primer caso y abonos de los suscriptores al sistema el segundo.

Otro aspecto señalado se refiere a los contenidos. Se considera que la televisión paga generalmente no los produce sino que distribuye los producidos por otro, mientras que la televisión abierta normalmente produce o hace producir los contenidos que se transmiten por su señal. La cantidad de canales de aire (cinco en el mejor de los casos) versus la gran variedad de señales de televisión paga es otro elemento diferenciador.

Por otro lado, una de las características más importantes del servicio de la televisión paga es que no suministra un contenido determinado, sino la posibilidad de ofrecer al consumidor el acceso a una amplia gama de señales, dividida por tipo de contenido. Este elemento la diferenciaba de otras formas de entretenimiento disponibles en el inicio del nuevo milenio como los alquileres de videos hogareños, que en todo caso podían sustituir un contenido determinado, pero no al servicio de la televisión paga en su conjunto.

Como conclusión, se definía al mercado relevante del producto como el de la televisión por cable. En otros casos se estudiaba el caso específico de la televisión satelital, descartándose que esta última formase parte del mismo mercado al tener un costo de abono mayor y una instalación más complicada y costosa, aunque algunos casos se dejaba abierta la posibilidad de que, dada la similitud de servicios y costos en baja, se constituyera en el corto plazo en un competidor de la primera.

En el análisis de la compra de Hughes Electronic Corporation por parte de The News Corporation (2005), que derivaba en la toma de control por esta última de DirecTV<sup>17</sup>, se reconoció finalmente la competencia de la televisión por cable frente a la televisión satelital, pero en forma unidireccional, esto es, se consideró que ante un aumento de un hipotético monopolista de ese último servicio el consumidor migraría hacia la televisión por cable, pero que no se producía el fenómeno inverso, por lo que en las concentraciones económicas que involucrasen sistemas de televisión por cable ese servicio continuaría comprendiendo un mercado en sí mismo.

La caracterización de la televisión satelital y la televisión por cable como en competencia parcial entre sí fue dejada de lado solo dos años después -precisamente en la concentración de las dos principales empresas de televisión por cable del país- incorporando a la televisión satelital como servicio sustituto, a pesar de que a esa fecha la brecha de precios promedio entre los servicios de las empresas concentradas y los del único operador de televisión satelital era de alrededor del 22%<sup>18</sup>.

---

17 Secretaría de Coordinación Técnica, "The News Corporation Limited, Hughes Electronics Corporation y General Motors Corporation s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 438)".

18 Secretaría de Comercio Interior, "Grupo Clarín S.A., Vistone LLC, Fintech Advisory Inc., Fintech Media LLC, VLG Argentina LLC y Cablevisión S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156".

La fusión entre Telecom y Cablevisión en 2018<sup>19</sup> sirvió como marco para la evaluación de los efectos en la competencia de la convergencia entre servicios de telecomunicaciones. En lo que respecta al mercado de televisión paga, se analizó la posibilidad de la prestación de este servicio a través del protocolo de internet (IPTV). A la fecha de esa operación las barreras regulatorias existentes que impedían a las licenciatarias de telefonía la prestación de servicios audiovisuales comenzaban a levantarse. En la actualidad se verifica un amplio despliegue de esta tecnología, incluso por parte de las prestadoras de televisión por cable, por lo que la decisión emitida en la fusión AT&T / Time Warner en 2019<sup>20</sup> ya incluye a la IPTV como parte del mercado relevante. Aparentemente, la futura ampliación de la definición de mercado también incluiría a las ofertas de servicios de tipo OTT (*Over The Top*).

### ***Fútbol local por televisión***

Los derechos sobre eventos de fútbol en los que participen equipos locales de primera división fueron considerados “contenidos clave” para la competencia de los sistemas de distribución de señales y un bien de especial interés para la población en general. Parte de la preocupación surgía del hecho de que había un único titular por los derechos del fútbol local de primera división -que sublicenciaba los mismos a los distintos operadores- y que el contrato de licencia con la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) era de larga duración. Más sensibles aún eran los derechos sobre partidos de fútbol del campeonato mundial, donde la CNDC intervino en varias oportunidades en disputas entre programadores y distribuidores de señales, quejándose estos últimos de que el precio al que le ofrecían los derechos implicaba en los hechos una negativa de venta<sup>21</sup>.

En este contexto es que la CNDC analizó la operación de FPAS referida en el punto I más arriba<sup>22</sup>. Como se mencionó, dos de los accionistas que formaron la sociedad a la que se aportaron -entre otros activos- derechos sobre campeonatos de fútbol -Copa Libertadores y Copa Mercosur- eran a su vez accionistas de otra sociedad que tenía una participación indirecta en la señal que comercializaba en forma exclusiva los derechos del campeonato local de primera división de la AFA. Por lo tanto, el análisis se centró en cuál debía ser el mercado relevante del producto, cuestión importante toda vez que si los derechos sobre los campeonatos regionales debían considerarse incluidos en el mismo mercado que aquellos sobre el campeonato local, la concentración horizontal resultante podía ser significativa.

Las partes presentaron un informe económico que analizó como posibles mercados candidatos a las señales en general, señales por grupos temáticos, señales deportivas pagas y señales que transmiten deportes, partiendo de mercados más amplios y proponiendo alternativas más reducidas con el objeto de identificar el menor mercado posible de acuerdo con el test SSNIP, la más estrecha de las cuales fue la de *señales que emiten partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos por campeonato*, es decir que, por ejemplo, el campeonato de fútbol local no sería sustituto de campeonatos regionales donde participasen equipos argentinos.

---

19 Secretaría de Comercio, “Cablevisión S.A., Cablevisión Holding S.A., Telecom Argentina S.A., Fintech Media LLC y Fintech Telecom LLC s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 1507)”.

20 Secretaría de Comercio Interior, “AT&T Inc. y Time Warner Inc. s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1643)”.

21 La importancia otorgada al tema queda expuesta con la sanción en el mismo año de la ley 25.342, que dispuso la transmisión de esos derechos por televisión abierta.

22 Secretaría de Coordinación Técnica, “PSH, Fox y Liberty (C. 378) s/ notificación art. 8° Ley N° 25.156”, Resolución N° 134 (29 de septiembre de 2004).

Esta definición -que implicaba aceptar la existencia de monopolios en las señales de cada uno de los campeonatos- fue rechazada por la CNDC, que opinó que de ser ese el caso un operador de televisión paga no tendría forma de compensar la ausencia en su grilla de alguno de los contenidos deportivos individuales, lo cual contrastaba con las declaraciones de esos operadores ante la misma autoridad. Es por ello que adoptó como mercado relevante el conformado por las *señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A*, descartando la opción más reducida señalada más arriba e incluso contradiciendo la propia definición de la CNDC unos años atrás en una investigación por fijación de precios de reventa, donde había concluido que el mercado relevante era el de la *transmisión televisiva en directo de los partidos de fútbol del torneo de primera división organizado por la AFA disputados los días viernes y domingo*<sup>23</sup>, definición tan estrecha como la propuesta por las partes en la concentración de FPAS.

Tan solo dos años después, sin embargo, la caracterización del mercado cambió radicalmente, en el marco del análisis de un nuevo cambio de control en FPAS, consistente en la salida de Hicks Muse y toma de control exclusivo de la señal por parte del Grupo Fox<sup>24</sup>. La CNDC señaló como justificativo del cambio de criterio la creación por parte del gobierno nacional del programa “Fútbol para Todos” -que dispuso la televisación de la totalidad de encuentros futbolísticos de primera división de la AFA por televisión abierta- y regulaciones posteriores que elaboraron un listado de eventos deportivos de transmisión obligatoria por ese mismo medio, entre los que estaban no solo los partidos donde participase la Selección Nacional, sino también la final de la Copa Sudamericana y final y semifinal de la Copa Libertadores, así como partidos de otros deportes, siempre que participase un equipo o deportista nacional. En virtud de la modificación regulatoria, sostuvo la CNDC,

[L]os elementos que pudieran hacer distintiva a una señal paga, y que por lo tanto pudieran configurar características que aumentarían su capacidad competitiva, quedan soslayados ante la imposibilidad de que los derechos de transmisión de aquellos eventos deportivos calificados como relevantes, sean exclusivos de una señal deportiva.

En consecuencia, entendiendo que las señales deportivas ofrecen contenido diferente a lo largo de su programación, y que existe una regulación relativa al contenido diferenciador, el que ha sido considerado en anteriores dictámenes como un elemento distintivo a la hora de evaluar los límites del mercado, esta Comisión entiende que las señales objeto de la operación pueden ser incluidas dentro del mercado de señales deportivas.

La CNDC tuvo oportunidad de expedirse nuevamente sobre el mercado relevante al analizar el licenciamiento de los derechos sobre el campeonato de fútbol primera división de la AFA, donde uno de los licenciatarios era precisamente Fox, titular de los derechos sobre torneos regionales como la Copa Libertadores<sup>25</sup>. Toda vez que el programa “Fútbol para Todos” ya no estaba vigente y tampoco la transmisión por televisión por aire de eventos futbolísticos, se suponía que la CNDC volvería sobre la definición adoptada originalmente en el

---

23 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, Resolución No 28 (26 de septiembre, 2002)

24 Secretaría de Comercio, “Fox Sports Latin America Inc. y otros s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 973)”, Resolución N° 26 (7 de marzo, 2016).

25 Secretaría de Comercio Interior, “FSLA Holdings LLC, Asociación del Fútbol Argentino y Superliga Profesional del Fútbol Argentino Asociación Civil s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1451)”.

caso FPAS (señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A). Sin embargo, sorprendentemente eso no fue así, ya que definió el mercado relevante como el de la *adquisición de los derechos audiovisuales de los partidos de fútbol del campeonato de primera división "A" del fútbol argentino* (definición consistente con la propuesta por las partes que formaron FPAS, y cuyo rechazo motivó la desinversión cruzada de dos de sus accionistas), aclarando especialmente que frente a la evidencia de que el licenciatario tenía derechos de transmisión de torneos internacionales donde participaban equipos de primera división argentinos, existían elementos para considerar los derechos sobre el fútbol local como un mercado en sí mismo.

Finalmente, la errática evolución de la definición de este mercado promete un nuevo capítulo en el análisis de la fusión entre Disney y Fox, donde en su informe de objeciones<sup>26</sup> la CNDC se refirió a un estudio económico presentado por las partes que sostendría que los eventos deportivos incluidos en el portafolio de señales de ambas empresas serían complementarios y no sustitutos (es decir, aparentemente sosteniendo, en lo que a fútbol respecta, una definición de mercado similar a la propuesta por las partes en FPAS) manifestando que, al contrario de lo manifestado por las partes, sus señales sí serían sustitutos cercanos y que, en todo caso, se podría establecer una diferenciación entre eventos de fútbol de contenido nacional -los del torneo local- e internacional, como por ejemplo los de los torneos regionales donde participen equipos locales e incluso aquellos torneos internacionales donde no participe ningún equipo argentino.

A modo de comentario sobre los dos casos tratados, resulta normal que la definición de mercado relevante varíe en la medida en que cambien las preferencias del consumidor que le dan sustento, se uniformen las características esenciales de los bienes candidatos y se produzcan cambios tecnológicos y regulatorios que impacten en aquellos factores.

En ese sentido, puede apreciarse una evolución lógica en la identificación de los servicios incluidos en el mercado de la televisión paga, al incorporarse paulatinamente nuevas tecnologías como la televisión satelital, que en la medida que aumentó su base de clientes pasó a ofrecerse a precios más parecidos a los de la televisión por cable, que por otro lado también subió de precio al incorporar más tecnología para reducir la brecha de calidad que la diferenciaba con aquella. La reciente incorporación de la IPTV fue más rápida, lo que resulta bienvenido, y las consideraciones acerca de las plataformas OTT aparentan seguir el mismo camino. Quizá pueda llamar la atención que, como vimos, se haya decidido adoptar una definición más amplia del mercado relevante justamente en un caso en donde de no ser por la ampliación el nivel de concentración se hubiera dificultado la aprobación de la operación, pero visto desde otra perspectiva es justamente en esos casos donde la autoridad tiene que evaluar si en función de la conformación existente y esperada del mercado se justifica restringir o prohibir la concentración económica.

El caso del fútbol por televisión es más difícil de entender, ya que el producto no sufrió grandes modificaciones a lo largo de las últimas décadas, y tampoco parece haberlo hecho la valoración del consumidor sobre el mismo. La CNDC debería realizar un estudio profundo sobre el tema, que incluya y eventualmente explique o cuestione los elementos utilizados para las definiciones adoptadas en el pasado y adopte una definición que se pueda sostener en el tiempo, en la medida en que no cambien las circunstancias que la definan.

---

<sup>26</sup> Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, "The Walt Disney Company y Twenty-First Century Fox, Inc. s/ notificación artículo 8° Ley N° 27.442 (Conc. N° 1692)", Informe de Objeciones.



### III. GANANCIAS DE EFICIENCIA Y *FAILING COMPANY DEFENSE*: ¿HERRAMIENTAS ÚTILES O QUIMERAS?

Los Lineamientos para el Control de Concentraciones económicas (resolución de la ex Secretaría de Comercio 208/2018) admiten en forma excepcional a las ganancias de eficiencia como justificativas de una concentración económica que genere o fortalezca poder de mercado. Concretamente, se requiere que la operación produzca una baja tal en el costo variable unitario de las empresas concentradas que el precio competitivo previo a su realización resulte más alto que el precio supra-competitivo posterior.

Los Lineamientos establecen que el análisis de las ganancias de eficiencia requiere del cumplimiento de ciertos requisitos:

a) Sólo serán consideradas ganancias de eficiencia aquellas que surjan directamente de la concentración y que no puedan ser alcanzadas mediante alternativas menos restrictivas de la competencia, tales como el crecimiento interno o la colaboración entre competidores.

b) Deberá demostrarse que las ganancias de eficiencia son probables, y que su concreción no depende de factores que estén totalmente fuera del control de las empresas involucradas en la concentración.

c) Deberá demostrarse que las ganancias de eficiencia que se obtengan generarán un beneficio a los consumidores, a través de menores precios, mayor oferta, o mayor calidad o variedad de los productos involucrados.

d) No se considerarán ganancias de eficiencia que sean vagas, especulativas o que no puedan verificarse por medios razonables.

e) No podrán invocarse como ganancias de eficiencia derivadas de la concentración aquellas disminuciones en los costos que impliquen una transferencia entre dos o más agentes (como por ejemplo las derivadas del mayor poder de negociación que posea la empresa concentrada como consecuencia de la operación).

Son contados los casos en los que la CNDC analizó las ganancias de eficiencia en el marco de una concentración económica, y cuando lo hizo fue mayormente para descartarlas como justificación para aprobar una concentración económica, como por ejemplo en los casos Bimbo<sup>27</sup>, Saint Gobain<sup>28</sup> e incluso en mercados tecnológicos como Telefónica<sup>29</sup>. Los motivos esgrimidos para tal decisión fueron, en líneas generales, que las ganancias derivaban de un mayor poder de negociación, no se había demostrado que no pudieran alcanzarse mediante alternativas menos gravosas que la concentración, o porque no se estimaba que llegasen a los consumidores o que llegasen a producir beneficios que superasen los perjuicios causados por la concentración. En otro caso las eficiencias fueron tomadas en cuenta, pero para aprobar la operación con condicionamientos, aclarándose que en su ausencia la operación hubiera sido prohibida<sup>30</sup>.

---

27 Secretaría de Coordinación Técnica, "Grupo Bimbo SACV y Compañía de Alimentos Fargo S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156", Resolución N° 131 (23 de septiembre, 2004).

28 Secretaría de Comercio, "Saint-Gobain Performance Plastics Europe, Abrasivos Argentinos S.A. y Dancan S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 909)", Resolución N° 140 (26 de octubre, 2011).

29 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, "Pirelli S.p.A. y otros s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 741)", Dictamen N° 835 (12 de octubre, 2010).

30 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, Resolución N° 5 (13 de enero, 2003).

En el sector de la televisión paga el primer caso que consideró las eficiencias fue precisamente para rechazarlas y prohibir la operación. Se trató de la oferta de compra en un proceso de quiebra de activos de dos pequeñas empresas de cable de una localidad del interior de la provincia de Buenos Aires por parte de una sociedad controlada por Teledigital, del fondo Hicks Muse<sup>31</sup>. Las partes habían identificado ahorros de costos en la compra de señales derivados de un mayor poder de negociación, algo que claramente no fue aceptado. La operación tenía la particularidad de que existían altas barreras regulatorias (estaba suspendida la emisión de nuevas licencias de radiodifusión), el comprador era el único competidor de las empresas en quiebra y su red estaba superpuesta con la de las empresas objeto, por lo que la CNDC consideró necesario rechazar la operación para evitar la dilapidación del “capital competitivo” que representaban aquellas. Similar suerte corrió la argumentación de las partes en el caso FPAS: las ganancias alegadas no cumplían “la racionalidad económica subyacente que debe verificarse en toda defensa por ganancia de eficiencia”.

La estrictez o falta de receptividad con la que la CNDC analizó a las ganancias de eficiencia en los casos anteriormente referidos contrasta notablemente con su posición en el análisis de la fusión entre Cablevisión y Multicanal<sup>32</sup>. Si bien puede apreciarse de su dictamen que dichas empresas fueron muy explícitas en identificar y cuantificar los distintos ahorros de costos que la concentración horizontal produciría (reorganización de los centros de atención telefónica, reducción de gastos de publicidad, eficiencias ligadas al desarrollo del *backbone* urbano y ahorros derivados de las características de economías de escala y densidad de la red de cable) no queda claro que todos ellos cumplieren los requisitos identificados en los Lineamientos (o los lineamientos vigentes a la fecha de la aprobación de la operación, que eran similares), particularmente en cuanto a que todas las eficiencias alegadas surgieran directamente de la operación y no de planes posteriores a ella, como parecía ser el caso de las relacionadas con obras de infraestructura, que parecían ser las de mayor probabilidad de generar beneficios al consumidor en términos de mayor variedad o calidad de servicios, aunque no necesariamente en la forma de menores precios. Estos interrogantes sin embargo estuvieron ausentes del análisis de la CNDC.

Tampoco existe en el dictamen aprobatorio una evaluación individualizada de las eficiencias, ni una comparación entre sus beneficios y los perjuicios derivados de la concentración. En cuanto a la probabilidad de que las eficiencias se materializaran, se dio una situación curiosa: las empresas presentaron un compromiso en el que asumieron ciertas obligaciones de conducta, que entre otros aspectos específicamente estaban dirigidas a garantizar la realización de las eficiencias argumentadas, como por ejemplo extender su servicio de televisión paga y de acceso a internet con los alcances de un cierto plan de inversiones, o vagamente una referencia a que “en forma progresiva un número creciente de usuarios de televisión por cable podrá recibir servicios digitales con los siguientes beneficios: mejor calidad de imagen y sonido, mayor oferta de programación y la posibilidad de contar con nuevos servicios que serán incorporados”. Ese compromiso fue aprobado en la resolución final, aunque la operación en sí fue aprobada sin condicionamientos.

El deficiente análisis de las eficiencias efectuado en el caso Cablevisión-Multicanal y el tortuoso camino que siguió el caso luego de su aprobación –al que nos referiremos en el punto siguiente- parece haber sido registrado por la CNDC, que varios años después, en una operación aún de mayor envergadura –la fusión de la empresa Telecom con Cablevisión<sup>33</sup>, de importantes efectos en cuanto a la provisión de servicios

---

31 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, “Esmeralda Televisión S.A., Venado Tuerto TV S.A. y TV Interactiva S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 380)”, Resolución N° 32 (14 de marzo, 2003).

32 Secretaría de Comercio Interior, “Grupo Clarín S.A., Vistone LLC, Fintech Advisory Inc., Fintech Media LLC, VLG Argentina LLC y Cablevisión S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156”.

33 Secretaría de Comercio, “Cablevisión S.A., Cablevisión Holding S.A., Telecom Argentina S.A., Fintech Media LLC y Fintech Telecom LLC s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 1507)”.

de acceso a internet y convergentes en general- adoptó una visión mucho más crítica y balanceada sobre las eficiencias planteadas por las partes, que guardaban similitudes a las planteadas por Cablevisión en la operación anterior: ganancias de eficiencia productiva originadas en las economías de escala, densidad y alcance producto de la operación derivadas de un plan de despliegue de red, posibilidad de utilización de enlaces interurbanos de una compañía en beneficio de los clientes de la otra, ahorro en costos operativos, etc. Las partes compararon las eficiencias previstas con las eficiencias mínimas requeridas que surgían de los indicadores de presión alcista en los precios elaborados por ellas, concluyendo que utilizando un enfoque de excedente del consumidor la operación mostraba fuertes beneficios en términos de bienestar. La CNDC, sin dejar de reconocer los ahorros señalados por las partes, descartó que muchas de ellas pudieran representar ganancias de eficiencia: (i) la inversión en el despliegue de red generaría reducción de costos fijos pero no en el costo variable unitario, y además el plan no refería el horizonte temporal en el que se produciría el despliegue; (ii) las sinergias de ingeniería podrían alcanzarse de manera alternativa; y (iii) todos los ahorros derivados de mayor poder de compra no eran reconocidos en los lineamientos de concentraciones vigentes a la fecha. Sin embargo, reconoció como eficiencia válida la posibilidad de la empresa fusionada de fondearse a tasas más bajas en los mercados de capitales y -aunque resultaban difíciles de cuantificar- la generación de eficiencias dinámicas.

En cuanto a la *failing company defense* o adquisición de empresas en quiebra o decadencia, esto es, la posibilidad de que la autoridad de competencia apruebe una operación que genere efectos anticompetitivos si la salida de la empresa del mercado produce un deterioro mayor a la competencia que su adquisición<sup>34</sup>, no existen casos hasta el momento donde tal argumento haya sido seriamente planteado como para justificar una aprobación.

Ciertamente ese fue el caso de la operación de FPAS, donde las partes sostenían que la transacción tenía como uno de sus objetivos mantener la viabilidad de la señal Fox, que de otro modo se habría visto obligada a retirarse del mercado, afectando no solamente al consumidor sino a otras empresas que proveían servicios de producción a la señal e incluso a clubes de fútbol que obtenían beneficios económicos de la televisación de los derechos de los partidos. Sostuvieron además que no había otras empresas en condiciones o dispuestas a sostener a la señal, y las que eventualmente hubieran podido hacerlo habrían provocado reparos competitivos similares o mayores<sup>35</sup>.

Citando a dos casos donde la defensa de la empresa en quiebra había sido descartada<sup>36</sup>, la CNDC manifestó -correctamente, a mi juicio- que las partes no habían demostrado que Fox Sports estuviera por quebrar o salir del mercado, ni que esa empresa hubiera agotado la búsqueda de un socio preferible desde el punto de vista competitivo y, finalmente, en relación a las empresas productoras de contenidos, que no quedaba demostrado que si los derechos que las partes aportaban a la señal Fox fueran emitidos por una señal de un tercero no vinculado, este no contrataría a la misma productora (vinculada a las partes), que, valga aclarar, era la principal del mercado.

---

34 Lineamientos, punto VII.

35 Las partes mencionaron como eventual comprador de la señal a ESPN, del Grupo Disney. Irónicamente, en la actualidad Disney es dueña de la señal Fox Sports, operación que está siendo analizada "ex post" por la CNDC.

36 La compra de la empresa Correo Argentino y la aerolínea de cabotaje LAPA.

La cuestión de si la empresa objeto de la concentración está o no en quiebra no era clara en el caso Esmeralda y Venado Tuerto Televisión<sup>37</sup>, ya que ambas empresas estaban en proceso de liquidación. Sin embargo, nuevamente la CNDC consideró esta “defensa” inaplicable al no haber sido planteada formalmente por las partes, ni haberse demostrado que se hubieran agotado las instancias en búsqueda de un comprador preferible desde el punto de vista competitivo, lo que aparentemente se debía a que la TV Interactiva había realizado una “oferta base” enmarcada en un procedimiento judicial de llamado público a mejoramiento de oferta, pero dicha oferta estaba condicionada a la aprobación de la CNDC, por lo que el llamado público no había tenido lugar. Además, el dictamen de la CNDC menciona que poco más de un mes antes de la fecha de su firma dos personas que no identifica formalizaron ante la CNDC su interés de adquirir los activos de las empresas quebradas, habiendo el organismo celebrado una audiencia informativa con una de ellas. Lamentablemente, el autor no tuvo acceso a antecedentes sobre cuál fue el destino de las redes de las fallidas, para apreciar si la decisión de la CNDC resultó o no acertada.

## IV. COMPROMISOS UNILATERALES: EL DIABLO ESTÁ EN LOS DETALLES

Tanto la ley 25.156 como la actual 27.442 establecen que la decisión final sobre una concentración económica puede ser únicamente de tres tipos: aprobación sin condicionamientos, aprobación con condicionamientos o prohibición.

Tanto la ley 25.156 como la actual contemplan la posibilidad de que una parte investigada por la comisión de una conducta presuntamente anticompetitiva pueda presentar un compromiso en el que se obligue al cese inmediato o gradual de los hechos investigados sin reconocer su carácter ilícito, a cambio de una suspensión del procedimiento y su eventual archivo.

Sin embargo, no existe recepción legal al compromiso en el marco del análisis de concentraciones económicas. Bajo la ley 25.156 con anterioridad a su reforma en el año 2014, la genérica facultad de la autoridad de aplicación de “propiciar soluciones consensuadas entre las partes”, que podría interpretarse a tal efecto, fue vetada por el Poder Ejecutivo. La actual ley 27.442 sí la contempla expresamente, e incluso incluye un procedimiento en el cual, de considerar la autoridad que una operación notificada despierta preocupaciones de competencia, debe emitir uno o más “informes de objeciones” (como el ya referido en la operación Disney-Fox) y convocar a las partes a una audiencia para considerar posibles medidas que mitiguen el efecto negativo sobre la competencia.

Sin perjuicio de lo expuesto, nada obsta (u obstaba durante la vigencia de la ley 25.156) a que una las partes, en cualquier etapa del procedimiento, presentase un compromiso de conducta y/o desinversión para incitar a la autoridad a aprobar la operación. La cuestión era, entonces, como debía receptar la autoridad el compromiso en la decisión final.

Esta aparente cuestión formal resultó crucial en el análisis de la fusión entre Cablevisión y Multicanal, que a esta altura el lector podrá apreciar como abundante en sorpresas. Las partes presentaron un extensísimo compromiso, que fue aprobado en tiempo récord (¡un día!) por la CNDC y la SCI. De los entonces cuatro miembros de la CNDC tres firmaron el dictamen correspondiente. Dos de ellos recomendaron al Secretario que se autorizara la operación sin condicionamientos, “subordinada al estricto cumplimiento del compromiso ofrecido”, y el tercero, si bien sugirió ciertos condicionamientos, culminó recomendando la aprobación de

---

37 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, “Esmeralda Televisión S.A., Venado Tuerto TV S.A. y TV Interactiva S.A. s/ notificación artículo 8° Ley N° 25.156 (Conc. N° 380)”.

la operación sin ellos. Toda vez que los dictámenes de la CNDC no son vinculantes para la SCI, esta última decidió, en artículos diferentes de su resolución: (i) aprobar el compromiso; (ii) aprobar la operación sin condicionamientos; y (iii) considerar a los dictámenes de la CNDC como parte de la resolución.

A pocos meses de la aprobación la CNDC dictó una resolución adoptando la metodología que debían seguir las partes para informar sobre el cumplimiento del compromiso, lo que significó el punto de partida de una verdadera batalla judicial de las partes contra la CNDC y SCI, que culminó con esta última declarando incumplido el compromiso en todas sus partes y revocando la autorización de la operación. Las partes cuestionaron esta última medida y recusaron con causa al Secretario y todos los miembros de la CNDC por prejuizamiento. El Secretario fue apartado del caso por la Justicia, pero su superior jerárquico, el Ministro de Economía y Finanzas, ratificó la resolución de la SCI en todos sus términos<sup>38</sup>. Las partes apelaron esta última nuevamente a la Justicia, que revocó la resolución del Ministro, dejando firme la aprobación<sup>39</sup>.

La Sala II de la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, a cargo de la revisión de la resolución administrativa, destacó en primer lugar lo siguiente:

- La resolución del Secretario expresamente mencionó en sus considerandos que la operación no infringía la ley 25.156
- La autorización fue emitida bajo el artículo 13 inciso a) de la ley 25.156, que se refería a los casos de autorización sin condicionamientos, y no mencionó que estaba subordinada a condición alguna
- Si bien el Secretario dijo compartir la opinión de los vocales que habían recomendado subordinar la operación al cumplimiento del compromiso, en la parte dispositiva también se consideró integrante del acto administrativo la segunda opinión de la CNDC, que recomendaba la aprobación sin condicionamientos de la concentración

En el dictamen de la CNDC que acompañó la resolución del Ministro de Economía que ratificó el incumplimiento de los condicionamientos y la revocación de la autorización, la CNDC sostuvo que la autorización oportunamente otorgada estaba sometida a condición resolutoria, y que el compromiso había constituido la causa y motivación del acto administrativo, que nunca se hubiese dictado de no mediar aquél. Si bien el compromiso era un acto voluntario, sostuvo la CNDC, resultaba de cumplimiento obligatorio para las partes una vez aceptado a través del acto administrativo del Secretario y por ende jurídicamente exigible. Además, siendo que el compromiso constituía una condición resolutoria, resultaban aplicables al caso las disposiciones del Código Civil que disponían que las prestaciones que tienen por objeto el cumplimiento de una condición son siempre indivisibles, y que la obligación contraída bajo la condición de que un acontecimiento sucederá en un tiempo fijo caduca si pasa el término sin realizarse, o desde que sea indudable que la condición no puede cumplirse. Y sostuvo además que existía una práctica mediante la cual la autoridad aprobaba las operaciones bajo el ya referido artículo 13 inciso a) de la ley y las firmas notificantes voluntariamente se avenían firmando un compromiso irrevocable de comportamiento, que de aprobarse debía ser cumplido (dando a entender que tenía consecuencias resolutorias), y que en el supuesto del artículo 13 inciso b) de la ley (que establece la aprobación condicionada) las condiciones impuestas tenían el carácter de suspensivas.

---

38 Resolución del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas N° 113/10 (3 de marzo, 2010).

39 Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal – Sala II, “AMI Cable Holding Ltd. y otros s/ apelación resolución Comisión Nacional de Defensa de la Competencia” (17 de septiembre, 2015). El Estado Nacional presentó un recurso extraordinario ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación, del que finalmente desistió.

Previsiblemente, la Cámara rechazó la forzada interpretación de la CNDC. No existe -sostuvo- la aprobación sin condicionamientos sujeta al cumplimiento de compromisos. Esa interpretación no se condice con el texto y la lógica de la ley, pues si la aprobación sin condicionamientos pudiese incluirlos no tiene sentido que se contemple como un supuesto separado la aprobación sujeta a condicionamientos.

Sobre la naturaleza del compromiso, opinó que se trataba en todo caso de un cargo y no de una condición, siguiendo el principio del artículo 558 del Código Civil que privilegia la opción que no conlleva la aniquilación del derecho. Además, el fallo –dictado en 2010- mencionó expresamente que en la resolución aprobatoria de la adquisición de una influencia sustancial sobre Telecom Argentina por parte del Grupo Telefónica -dictada en ese mismo año<sup>40</sup>- la resolución de la Secretaría había aprobado el compromiso presentado por las partes, pero bajo el artículo 13 inciso b) subordinado al cumplimiento de condiciones, algunas de las cuales no eran meramente suspensivas. Y el incumplimiento de la condición podía -como en ese caso- traer aparejado consecuencias diferentes a la de caducidad de la autorización, como por ejemplo multas. Evidentemente el paso del tiempo jugó en contra de la posición del Estado, que había tomado nota del error cometido en la resolución apelada<sup>41</sup> y lo corrigió en un caso posterior, perjudicando al hacerlo su defensa en el caso que estamos comentando.

Además, manifestó la Cámara, aún si el compromiso hubiese constituido la causa y motivación de la resolución, ello no determina que estuviera sometida a condición resolutoria, si no estuviese expresamente contemplado.

Adicionalmente, el Tribunal sostuvo que si aún si se pretendiese darle carácter de condición resolutoria al compromiso, este debía analizarse bajo las normas de derecho público, que expresamente disponen que la caducidad de los actos administrativos requiere la previa constitución en mora por parte del Estado y concesión de un plazo suplementario para remediar el incumplimiento. Y por último opinó que, aún si fueran aplicables las normas civiles, como vimos el cumplimiento operaría como un cargo más que como una condición resolutoria, toda vez que la condición es un hecho futuro e incierto, por lo cual no puede ser puramente potestativa como las obligaciones que componían el compromiso.

## V. COMENTARIOS FINALES

El estudio de los casos de concentraciones económicas que involucran a medios de comunicación con actividades en Argentina resulta interesante porque ellos agrupan, quizá más que ningún otro sector económico, temas que resaltan por sobre el promedio de las operaciones que, como en gran parte del mundo, no merecen comentarios de las autoridades *antitrust*. El dinamismo del sector y presencia de grandes grupos locales e internacionales, así como de pequeños operadores, garantiza una diversidad de intereses contrapuestos que pugnan por desviar la correcta aplicación de las normas de la competencia, lo que por otro lado no siempre es fácil de determinar.

La situación ya señalada de un diseño institucional donde la autoridad técnica de defensa de la competencia está subordinada a una autoridad política ciertamente agrega un elemento de distorsión al análisis de

---

40 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, "Pirelli S.p.A. y otros s/ notificación artículo 8º Ley Nº 25.156 (Conc. Nº 741)", Dictamen Nº 835 (12 de octubre, 2010).

41 Según la Cámara, "una omisión involuntaria, un defecto de redacción o que incluso pudo haber existido un mero error de tipeo al consignar el inciso".

concentraciones de este sector. En este sentido, a pesar de que tanto la ley 25.156 como la ley 27.442 dispusieron la creación de una autoridad independiente, ninguno de los gobiernos en funciones a la fecha de su dictado pudieron completar el proceso de conformación de la misma, y los gobiernos que los sucedieron no mostraron interés en cambiar el actual esquema, que se aplica sin cambios desde el año 1980<sup>42</sup>.

A lo expuesto debe sumarse la poca convicción de los gobiernos argentinos por los beneficios de las normas de competencia, frente a esquemas de regulación directa. Ya la misma CNDC, en su reporte titulado Problemas de competencia en el sector de distribución de programas de televisión en la Argentina del año 2006<sup>43</sup>, planteaba como una de sus conclusiones que

[L]os problemas generados por la existencia de monopolios naturales en la provisión de contenidos o de servicios televisivos no son susceptibles de ser resueltos a través de los mecanismos habituales de defensa de la competencia, ya que su solución implica generalmente la necesidad de regular directamente los precios y condiciones de prestación de los servicios. Esto hace que, si se considera necesario intervenir en este tipo de servicios, lo más adecuado sea hacerlo a través de una normativa y de un mecanismo regulatorio específicos, y no a través de la ley de defensa de la competencia y de su autoridad de aplicación.

La sugerencia fue inicialmente adoptada por la misma SCI, que ya en el año 2010 intentó regular los precios del servicio de distribución de señales de televisión paga, que para el organismo era meramente de transporte de contenidos, por lo que estableció una fórmula que remuneraba casi con exclusividad rubros relacionados con la red de distribución. Esta norma, dictada bajo las atribuciones otorgadas por la ley de abastecimiento 20.680, fue eventualmente declarada inconstitucional<sup>44</sup>, aunque esta decisión no se encuentra firme. Sin perjuicio de lo expuesto, la situación de emergencia pública sanitaria declarada desde el comienzo de la pandemia del coronavirus en 2020 promovió el dictado de numerosas normas de restricción al comercio, incluyendo el reciente dictado del Decreto 690/2020, que establece que los Servicios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) -entre los que se encuentra el servicio de televisión paga- y el acceso a las redes de telecomunicaciones para y entre licenciatarios y licenciatarias de servicios TIC son *servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia*, lo que entre otras cosas implica que sus precios pasarán a ser regulados.

Si el decreto 690/2020 supera el test constitucional, quedará por ver cuál será su efecto en la concentración del mercado. ¿Abrirá las puertas a mayores niveles de concentración, sobre la base de que las empresas fusionadas no podrán fijar sus precios? ¿Cómo impactará en las pequeñas empresas TIC, que tal vez sean incapaces de operar con tarifas reguladas? Finalmente, ¿qué rol ocupará el análisis de defensa de la competencia en este entorno de regulación creciente?

---

42 En este sentido, se destaca que las actuales autoridades nacionales anularon el procedimiento llevado adelante por un jurado independiente nombrado de acuerdo a lo dispuesto por la ley 27.442 (que llegó a conformar las ternas de candidatos a la nueva autoridad de competencia, a ser designados por el Poder Ejecutivo), habiéndose presentado recientemente en el Congreso un proyecto de ley que pone en cabeza del Ministro de Desarrollo Productivo el diseño del procedimiento a seguir para elegir a los miembros de la nueva Autoridad Nacional de Competencia.

43 Disponible en [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/comp\\_television\\_castell.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/comp_television_castell.pdf).

44 Secretaría de Comercio Interior, Resolución N° 50/2010 (3 de marzo, 2010).



Este documento se encuentra sujeto a los términos y condiciones de uso disponibles en nuestro sitio web:  
<http://www.centrocompetencia.com/terminos-y-condiciones/>

**Cómo citar este artículo:**

Marcelo den Toom, "Pantalla caliente: análisis de concentraciones económicas en la TV paga argentina",  
*Investigaciones CeCo* (marzo, 2021), <http://www.centrocompetencia.com/category/investigaciones>

Envíanos tus comentarios y sugerencias a [info@centrocompetencia.com](mailto:info@centrocompetencia.com)  
CentroCompetencia UAI – Av. Presidente Errázuriz 3485, Las Condes, Santiago de Chile