



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD

Resolución

Número:

Referencia: EX-2019-78413468- -APN-DGD#MPYT

VISTO el Expediente N° EX-2019-78413468- -APN-DGD#MPYT, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente citado en el Visto, se inició como consecuencia de la denuncia presentada el día 29 de agosto de 2019 ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado entonces en el ámbito de la ex SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO por parte de las firmas TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. y TELEFONÍA MÓVILES ARGENTINA S.A. contra la firma TELECOM ARGENTINA S.A., por la presunta comisión de conductas anticompetitivas, en violación a la Ley N° 27.442

Que la firma TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. se dedica principalmente a la prestación de servicios de telecomunicaciones en general, telefonía fija, telefonía móvil y acceso a internet y la firma TELEFONÍA MÓVILES ARGENTINA S.A. que provee servicios de comunicación inalámbrica y opera bajo la marca Movistar, ofrece servicios inalámbricos de voz, internet y datos como así también servicios corporativos.

Que la denunciada la firma TELECOM ARGENTINA S.A., es una firma que opera en el mercado de telecomunicaciones, brindando servicios de telefonía, internet móvil, internet de banda ancha fija (bajo la marca Personal), telefonía fija (bajo la marca Telecom), y de televisión paga (bajo la marca Cablevisión).

Que las firmas TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. y TELEFONÍA MÓVILES ARGENTINA S.A.

denunciaron un abuso de posición dominante de carácter exclusorio que se estaría llevando a cabo desde el 1° de julio de 2019, prorrogándose hasta el final de ese mismo año, en todo el Territorio Nacional.

Que, concretamente expusieron que la conducta denunciada radica en que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. implementa una promoción u oferta empaquetada consistente en descuentos fidelizadores, predatorios e irreplicables por parte de los competidores -TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A., AMX ARGENTINA S.A. y DIRECT TV ARGENTINA S.A, haciendo uso de subsidios cruzados entre empresas del mismo grupo económico, generando de esa forma efectos adversos a la competencia.

Que el día 18 de septiembre de 2019, se celebró la audiencia de ratificación de denuncia, de conformidad con el Artículo 35 de la Ley N° 27.442.

Que asimismo con fechas 12 de septiembre, 10 de octubre y 17 de diciembre de 2019, la firma TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. presentó escritos vinculados con el objeto de la denuncia y en fechas 4 y 12 de noviembre de 2019, aportó información, la cual se había comprometido a acompañar ante la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en la audiencia de ratificación de denuncia.

Que las denunciantes solicitaron, con carácter previo y urgente, el dictado de una medida cautelar, de conformidad con el Artículo 44 de la Ley N° 27.442.

Que, en virtud de lo planteado, el día 20 de abril de 2020 mediante la providencia PV-2020-26761762-APN-DNCA#CNDC se ordenó la formación del correspondiente incidente.

Que el día 9 de enero de 2020, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. presentó sus explicaciones en tiempo y forma entendiendo que la denuncia era totalmente improcedente.

Que mediante Disposición N° 13 del 18 de abril de 2020 de la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, se ordenó la apertura del sumario respecto de la firma TELECOM ARGENTINA S.A., en los términos del Artículo 39 de la Ley N° 27.442, toda vez que entendió que, con las explicaciones brindadas no se lograban desvirtuar acabadamente los hechos denunciados.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entendió que la conducta denunciada llevada a cabo por la denunciada consistiría en un abuso de posición dominante de carácter exclusorio, que tendría como efecto obstaculizar el acceso y permanencia de la competencia en el mercado de telefonía móvil, extendiendo de esta forma el poder de mercado que tiene la denunciada en los servicios de televisión paga, internet y telefonía fija; todo ello, desde y al menos, principios de julio de 2019 a la actualidad, en potencial violación a los Artículos 1° y 3°, incisos. d), f) y k) de la Ley N° 27.442.

Que dicha práctica se llevaría a cabo a partir de la implementación de una promoción u oferta empaquetada por parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A, que otorga una serie de descuentos a sus clientes de TV paga, telefonía fija e internet que tengan línea de telefonía móvil de un operador ajeno al grupo económico (MOVISTAR o CLARO), para que migren al servicio de telefonía móvil de PERSONAL.

Que, de esta forma, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. extendería su posición dominante en el mercado de TV paga, internet y telefonía fija hacia el mercado de servicios de telefonía móvil, donde enfrenta una competencia efectiva por parte de CLARO y MOVISTAR, buscando así eliminar o restringir la competencia en dicho mercado.

Que en definitiva las conductas denunciadas se encuadrarían dentro de los Artículos 1° y 3°, incisos d), f) y k) de la Ley N° 27.442, y conceptualmente y atendiendo a la realidad económica de los hechos materia de investigación, se identifican tres posibles prácticas anticompetitivas de carácter exclusorio: venta atada, empaquetamiento y precios predatorios.

Que TELECOM indicó en sus explicaciones que no solamente la denunciante, sino que todos los competidores ofrecen promociones de similares características que la denunciada. Inclusive esgrimió que la denunciante ofrece promociones con precios significativamente menores que la denunciada. También manifestó que todos los competidores del mercado en cuestión cuentan con capacidad técnica, operativa y regulatoria para ofrecer los

mismos servicios que TELECOM.

Que la referida Comisión Nacional corroboró que, pese a los esfuerzos de TELECOM por mantener precios bajos, esta política no le permitió obtener beneficios extraordinarios toda vez que, de la información obrante en el expediente, no pudo comprobarse que haya habido una migración importante de clientes desde otras empresas (CLARO y TELEFÓNICA) hacia los servicios que ofrece TELECOM.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluyó que no se advierte que las promociones efectuadas por TELECOM ARGENTINA S.A para captar nuevos clientes en el mercado de telefonía móvil, hayan tenido algún efecto anticompetitivo.

Que, respecto a la conducta de empaquetamiento de servicios, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA consideró que debe ser descartada en virtud de que no se pudo concluir que las promociones efectuadas por la firma TELECOM ARGENTINA S.A. para captar nuevos clientes en el mercado de telefonía móvil hayan tenido algún efecto o hayan producido un cierre anticompetitivo en el mercado de telefonía móvil.

Que asimismo la citada Comisión Nacional consideró que no puede afirmarse que la política de precios implementada por TELECOM ARGENTINA S.A. haya tenido un propósito predatorio, ya que no ha comprometido la permanencia de sus competidores en el mercado de telefonía móvil ni en la oferta de servicios convergentes y por lo tanto, se desprende que la estrategia, que fue seguida por los otros competidores, habría sido destinada a competir de manera más efectiva en el mercado.

Que en lo que refiere a la solicitud del dictado de medidas cautelares en los términos del Artículo 44 de la Ley N° 27.442, la mencionada Comisión Nacional entendió que, en virtud de la conclusión arribada, estas devienen de abstracto tratamiento.

Que, en consecuencia, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA emitió el Dictamen de fecha 30 de mayo de 2024, correspondiente a la “COND. 1739”, en el cual recomendó a citada Secretaría, considerar abstracto el análisis de la medida cautelar solicitada y ordenar el archivo de las presentes actuaciones de conformidad con el Artículo 40 de la Ley N° 27.442.

Que ha tomado intervención el servicio jurídico competente.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en la Ley N° 27.442, y en los Decretos Nros. 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y 50 de fecha 19 de diciembre de 2024 y sus modificatorios.

Por ello,

EL SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º. - Considérase abstracto el análisis de la medida cautelar solicitada por las firmas TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. y TELEFONÍA MÓVILES ARGENTINA S.A.

ARTÍCULO 2°.- Ordénase el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo establecido en el Artículo 40 de la Ley N° 27.442.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a las partes interesadas.

ARTÍCULO 4°.- Comuníquese y archívese

Digitally signed by LAVIGNE Pablo Agustín
Date: 2024.07.31 13:58:33 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2024.07.31 13:58:35 -03:00



República Argentina – Poder Ejecutivo Nacional
2024 - Año de la Defensa de la Vida, la Libertad y la Propiedad
Dictamen

AL SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO:

Se eleva para su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan en el expediente EX-2019-78413468-APN-DGD#MPYT, caratulado: “C. 1739 - TELECOM ARGENTINA S.A. (DENUNCIANTE TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A.) S/ INFRACCIÓN LEY 27.442”, del registro del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO.

I SUJETOS INTERVINIENTES

1. Las denunciadas son TELEFÓNICA DE ARGENTINA S.A. (“TELEFÓNICA”), dedicada principalmente a la prestación de servicios de telecomunicaciones en general, telefonía fija, telefonía móvil y acceso a internet y TELEFONÍA MÓVILES ARGENTINA S.A. (“TELEFÓNIA MÓVILES”), firma que provee servicios de comunicación inalámbrica y opera bajo la marca Movistar, ofrece servicios inalámbricos de voz, internet y datos como así también servicios corporativos (juntas, los “DENUNCIANTES”).
2. La denunciada es TELECOM ARGENTINA S.A., firma que opera en el mercado de telecomunicaciones, brindando servicios de telefonía, internet móvil, internet de banda ancha fija (bajo la marca Personal), telefonía fija (bajo la marca Telecom), y de televisión paga (bajo la marca Cablevisión) (“TELECOM”).

II DENUNCIA

3. El 29 de agosto de 2019, las DENUNCIANTES radicaron una denuncia ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (“CNDC”) contra TELECOM, por la presunta comisión de conductas anticompetitivas, en violación a la Ley 27.442, de Defensa de la Competencia (“LDC”).
4. Denunciaron un abuso de posición dominante de carácter exclusorio, perpetrado por TELECOM, que se estaría llevando a cabo desde el 1 de julio de 2019 (fecha de la primera promoción), prorrogándose hasta el final de ese mismo año, en todo el territorio nacional. Encuadraron la conducta denunciada en los artículos 1º y 3º incisos d), f) y k) de la Ley 27.442.
5. El abuso denunciado se configuraría a través de una promoción lanzada por TELECOM, por tiempo determinado, pero que en la realidad es una estrategia comercial estable en el tiempo, que pretende aprovechar la posición dominante que posee en el mercado de TV paga, de internet y de servicios convergentes, para eliminar o restringir la competencia en el mercado de servicios de telefonía móvil, en donde enfrenta una competencia efectiva.
6. Concretamente expusieron que la conducta denunciada radica en que TELECOM implementa una promoción u oferta empaquetada consistente en descuentos fidelizadores, predatorios e irreplicables por parte de los competidores -TELEFÓNICA, AMX ARGENTINA S.A. (“AMX”) y DIRECT TV ARGENTINA S.A (“DIRECTV”)-, haciendo uso de subsidios cruzados entre empresas del mismo grupo económico, generando de esa forma efectos adversos a la competencia.

7. La promoción consiste en otorgar descuentos a aquellos clientes de CABLEVISIÓN y FIBERTEL (TV paga e internet respectivamente) que tengan una línea de telefonía móvil de otro operador ajeno a ese grupo económico (por ejemplo, MOVISTAR o CLARO) y que se pasen o porten sus números al servicio de telefonía móvil de PERSONAL. Los descuentos no sólo se aplican en los servicios en los que TELECOM sería dominante (TV paga e internet) sino también en el servicio de telefonía móvil.
8. Adujeron que, con la promoción en cuestión, TELECOM pretende aprovechar y extender su posición dominante en el mercado de TV paga, internet y servicios convergentes, para eliminar o restringir la competencia en el mercado de servicios de telefonía móvil, donde enfrenta una competencia efectiva, por parte de CLARO y MOVISTAR.
9. Aportaron cuadros donde se observa el precio regular y publicado en la web de TELECOM de los servicios bajo análisis -TV paga, internet y servicios de telefonía móvil-, el precio resultante de aplicar las condiciones de la promoción, y el porcentaje de descuento que resulta de ello.
10. Focalizaron en que los descuentos son absolutamente desmedidos, alcanzando porcentajes de 40% y 50%, sin ningún tipo de justificación racional, respecto a los precios vigentes al adquirir los productos por separado.
11. Asimismo, agregaron que las promociones son acumulables a los descuentos que ya están aplicados a los servicios ofrecidos, entendiendo que ello agrava lo denunciado.
12. Adujeron que la promoción u oferta empaquetada fue lanzada para el mes de julio de 2019 y replicada -en prácticamente idénticos términos- para los meses de agosto, septiembre (se introdujo pequeña variación), octubre, noviembre y diciembre de 2019. Acompañaron copia de las acciones promocionales en cuestión.
13. En resumen, entendieron que TELECOM, mediante dicha promoción, coloca a su competencia (entrantes en los mercados de TV paga e internet) en una situación de enorme desventaja competitiva, susceptible de afectar al interés económico general tutelado por la LDC, ya que tiene como única finalidad excluir, impedir o dificultar la permanencia de TELEFÓNICA tanto en el mercado de servicios de telefonía móvil y de servicios convergentes, como asimismo debilitar o dificultar la permanencia en el mercado de internet banda ancha y obstaculizar y dificultar el acceso al mercado de TV paga.
14. Puntualizaron que la CNDC deberá determinar si el paquete de servicios ofertado por TELECOM puede involucrar una forma de precio predatorio -al menos en alguno de los servicios que forma parte de la promoción denunciada (TV paga, internet, servicios de telefonía móvil)- o, en su defecto, a un precio inferior al esperable en un contexto competitivo. Asimismo, entendieron que esta CNDC deberá comprobar si TELECOM a través de la promoción denunciada encubre prácticas de subsidios cruzados entre diferentes servicios o mercados, ya que, desde el punto de vista de la defensa de la competencia, una irregular transferencia de costos entre mercados puede constituir una práctica seriamente anticompetitiva.
15. El 18 de septiembre de 2019, se celebró en la sede de este organismo la audiencia de ratificación de denuncia, de conformidad con el art. 35 de la LDC.

16. Asimismo, el 12 de septiembre, 10 de octubre y 17 de diciembre¹ de 2019, TELEFÓNICA presentó escritos vinculados con el objeto de la denuncia y en fechas 4 y 12 de noviembre de 2019, TELEFÓNICA aportó información, la cual se había comprometido a acompañar ante esta CNDC en la audiencia de ratificación de denuncia.

III MEDIDA CAUTELAR SOLICITADA POR LAS DENUNCIANTES

17. En este contexto, las empresas denunciadas solicitaron -con carácter previo y urgente- el dictado de una medida cautelar, de conformidad con el artículo 44 de la Ley 27.442.
18. En virtud de lo planteado, el 20 de abril de 2020 mediante la providencia PV-2020-26761762-APN-DNCA#CNDC se ordenó la formación del correspondiente incidente.

IV EXPLICACIONES TELECOM

19. El 6 de diciembre de 2019, mediante la disposición - DISFC-2019-104-APN-CNDC#MPYT- esta CNDC confirió a TELECOM el traslado previsto en el artículo 38 de la LDC, a fin de que brinde las explicaciones que estimase corresponder.
20. El 9 de enero de 2020, TELECOM presentó sus explicaciones en tiempo y forma entendiendo que la denuncia era totalmente improcedente.
21. Manifestó que las promociones que lanza TELECOM son legítimas y permiten a sus clientes poder obtener más y mejores servicios convergentes a precios más convenientes.
22. TELECOM se enfrenta a una alta competitividad en el mercado involucrado (servicios de telecomunicaciones, de telefonía e internet móvil y de televisión paga) compitiendo, entre otros con: TELEFÓNICA, AMX, DIRECTV, GIGARED S.A. (“GIGARED”), SUPERCANAL S.A (“SUPERCANAL”). A su vez, aclaró que, en el interior del país, compete con distintos proveedores de servicios provinciales, municipales y/o locales de cada provincia, municipio y localidad. Agregó que todos ellos cuentan con capacidad técnica, operativa y regulatoria para ofrecer los mismos servicios que TELECOM.
23. Focalizó que los descuentos son una herramienta utilizada por todas las firmas competidoras en los mercados involucrados.
24. Concretamente respecto a la promoción denunciada, dijo que tenía una duración determinada, del 1 de julio al día 31 de julio de 2019 inclusive, y que consistía en contratar los servicios de TV paga y acceso a banda ancha a un precio promocional, aclarando que eso -obviamente- no resultaba restrictivo a nuevos clientes. Prosiguió explicando que, una vez concluida dicha promoción, TELECOM ofreció otra distinta, con el objeto de poder competir en el mercado.
25. En cuanto a “Flow,” indicó que es un complemento de los servicios que ofrece TELECOM, y que es una plataforma de contenidos a la cual los clientes de CABLEVISIÓN se pueden conectar a través de cualquier servicio de internet -web o a través de una aplicación móvil-

¹ Debido a que dicha presentación fue presentada ante esta CNDC con posterioridad al traslado previsto en el Art. 38 de la Ley N° 27.442, mediante providencia fechada 17 de diciembre de 2019 se confirió vista a la denunciada a fin de que esta tome conocimiento.

similar a la de cualquier otro servicio de internet. Indicó que esa plataforma es similar a la de cualquier otro servicio *Over-The-Top* (OTT).

26. En este sentido, expresó que en este tipo de servicios se encuentran diversas aplicaciones, como ser: Netflix, HBO Go, Fox Play, Movistar Play (propiedad de TELEFÓNICA) y Claro Video (propiedad de AMX).
27. Respecto a los cuadros aportados por TELEFÓNICA, esgrimió que allí mismo se evidencia que TELECOM disminuyó sustancialmente las promociones a lo largo del tiempo, contrarrestando de esa manera la denuncia.
28. Aclaró que las promociones denunciadas son simplemente una respuesta comercial a las promociones ofrecidas por sus competidores, dando ello cuenta de la competencia que existe en el mercado analizado.
29. Específicamente sobre TELEFÓNICA expresó que realiza la misma promoción que denuncia. Lo hace con su producto Movistar Play y además a través de su alianza con GIGARED S.A. y a un precio menor que TELECOM. Acompañó copia de dicha promoción indicando que TELEFÓNICA formula bonificaciones de hasta el 50% sobre el valor de sus planes de telefonía móvil, pero tal beneficio sólo se encuentra acotado para los clientes de GIGARED S.A.
30. Ejemplificó también que TELEFÓNICA, ofrece en todos sus planes de telefonía celular (prepago y abono) la bonificación del acceso a la aplicación de mensajería “*Whatsapp*” lo que significa que todos los datos que se utilizan para enviar y/o recibir mensajes por medio de esa aplicación están bonificados.
31. Acompañó cuadros comparativos que incluyen información de los servicios ofrecidos por los competidores, indicando que estos son prácticamente de idéntico tenor y que TELECENTRO S.A. (“TELECENTRO”), MOVISTAR y CLARO ofrecen servicios más económicos para los servicios de TV paga y acceso a internet que TELECOM.
32. Por otro lado, también afirmó que TELECOM no posee la posición dominante que pretende atribuírsele en la denuncia, no resultando posible en el mercado bajo estudio, dada la cantidad de abonados que posee y la cantidad de competidores que ofrecen los mismos servicios o similares que suplen las necesidades de los consumidores del mercado.
33. También aseveró que, en atención a la promoción denunciada, no existió una suba significativa en la cantidad de altas recibidas y entendió que las altas, tampoco obedecen necesariamente a la misma.
34. Sostuvo que en aquellos lugares donde TELEFÓNICA no posee redes físicas para brindar los servicios de TV paga o acceso a Internet, cuenta con dos opciones para llegar a distintos clientes, mediante su servicio de Movistar Play, plataforma mediante la cual ofrece contenido por *streaming* a sus clientes y a través de alianzas estratégicas con cableoperadores locales, siendo ello una cabal respuesta convergente a la evidente y real competencia que existe en el sector.
35. Sin perjuicio de lo expuesto, también entendió que la mera circunstancia de que la oferta no fuese replicable por parte de los competidores, tampoco constituye una violación a la LDC. Sostuvo que TELEFÓNICA privilegió la obtención de dividendos, en sacrificio de las inversiones.

36. Negó la utilización de subsidios cruzados por parte de TELECOM. Asimismo, aclaró que lo que prohíbe la legislación vigente es aplicar subsidios provenientes de un servicio público, como por ejemplo la telefonía fija, y en este caso TELEFÓNICA denuncia “*falsamente*” la aplicación de subsidios provenientes de los ingresos de televisión paga y del acceso de banda ancha.
37. Dijo que la denuncia respecto a los subsidios cruzados es falaz, en tanto que los ingresos que percibe por la prestación del servicio de comunicaciones móviles son mayores que los ingresos que percibe por la prestación del servicio de televisión paga.
38. Esgrimió que las ofertas en paquete es algo normal en la industria ya que, a medida que aumentan las capacidades tecnológicas y surgen nuevos servicios que demanden mayor conectividad, las empresas de telecomunicaciones suelen mejorar los servicios que ofrecen.
39. Desconoció la prueba documental aportada por TELEFÓNICA, hizo reserva del caso federal y acompañó documental

V INSTRUCCIÓN

40. Mediante disposición DISFC-2020-13-APN-CNDC#MDP del 18 de abril de 2020, esta CNDC ordenó la apertura del sumario respecto de TELECOM, en los términos del artículo 39 de la LDC, toda vez que entendió que, con las explicaciones brindadas no se lograban desvirtuar acabadamente los hechos denunciados.
41. Respecto a la conducta de venta atada denunciada (artículo 3° inciso f) de la LDC, esta CNDC entendió en aquella oportunidad que no podría suscitarse en el presente caso, toda vez que los productos en cuestión, pueden obtenerse efectivamente por separado. Siendo que, de hecho, la promoción bajo análisis está orientada a clientes de Cablevisión y Fibertel que porten sus líneas de telefonía móvil a Personal.
42. Este organismo efectuó un pedido de información a las partes y a las empresas: TELECENTRO, AMX, DIRECTV, GIGARED y SUPERCANAL.
43. Algunas respuestas brindadas tuvieron tratamiento confidencial de acuerdo a lo peticionado por las partes.
44. Como prueba de carácter informativo, se agregaron impresiones de las páginas web de las empresas MOVISTAR ARGENTINA S.A., AMX, PERSONAL ARGENTINA S.A. por guardar vínculo con el objeto de la investigación.
45. Por otra parte, se le solicitó al ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES (ENACOM) que brinde información del mercado de internet fijo, televisión paga y telefonía fija relacionada a la empresa TELECOM y a los respectivos abonados.

VI ANÁLISIS JURÍDICO ECONÓMICO DE LA CONDUCTA

46. Planteados los principales puntos de la denuncia presentada por TELEFÓNICA, las explicaciones brindadas por la denunciada y en virtud del análisis de la prueba colectada en autos, corresponde que esta CNDC se expida acerca de la procedencia de los hechos traídos a conocimiento, sobre las presuntas prácticas anticompetitivas vinculadas con conductas abusivas por parte de TELECOM.

47. La conducta denunciada llevada a cabo por TELECOM consistiría en un abuso de posición dominante de carácter exclusorio, que tendría como efecto obstaculizar el acceso y permanencia de la competencia en el mercado de telefonía móvil, extendiendo de esta forma el poder de mercado que tiene la denunciada en los servicios de televisión paga, internet y telefonía fija. Todo ello, desde y al menos, principios de julio de 2019 a la actualidad, en potencial violación a los artículos 1° y 3°, incisos. d), f) y k) de la Ley 27.442.
48. En particular, dicha práctica se llevaría a cabo a partir de la implementación de una promoción u oferta empaquetada por parte de TELECOM, que otorga una serie de descuentos a sus clientes de TV paga, telefonía fija e internet que tengan línea de telefonía móvil de un operador ajeno al grupo económico (MOVISTAR o CLARO), para que migren al servicio de telefonía móvil de PERSONAL.
49. De esta forma, TELECOM extendería su posición dominante en el mercado de TV paga, internet y telefonía fija hacia el mercado de servicios de telefonía móvil, donde enfrenta una competencia efectiva por parte de CLARO y MOVISTAR, buscando así eliminar o restringir la competencia en dicho mercado.

VI.1. Definición de los mercados relevantes

50. En el sector de telecomunicaciones, las firmas ofertan productos en forma individual y conjunta. La práctica denunciada involucra distintos servicios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Al respecto es preciso señalar que esta CNDC ya definió y analizó los mercados de televisión paga, internet, telefonía fija y telefonía móvil en varias oportunidades². Sin perjuicio de ello, a continuación, se hará un breve resumen de cada uno.
51. En el caso que nos ocupa, los efectos de la conducta afectan principalmente el mercado del servicio de telefonía móvil. Dicho mercado consiste en el Servicio de Radiocomunicaciones Móvil Celular (SRMC) que posibilita las comunicaciones de telefonía bidireccional simultánea de voz viva, por medio de un transceptor móvil, entre dos o más abonados a dicho servicio o entre tales abonados con los de las Redes Telefónicas Públicas o de otros Servicios de Telecomunicaciones, recibiendo o efectuando comunicaciones.
52. El mismo se encuentra operado por tres empresas (TELECOM, TELEFÓNICA y AMX). Asimismo, a los fines del presente análisis, este servicio, a diferencia de los servicios fijos³, será considerado como de carácter nacional.

² Ver Dictamen N° 417 correspondiente al Expediente N° S01:0049723/04 caratulado “TELEFONICA MOVILES S.A y TELEFONICA COMUNICACIONES PERSONALES S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 418)” y Dictamen N° 835 correspondiente al Expediente S01: 835 correspondiente al Expediente S01:0014652/2009 caratulado “PIRELLI & C S.P.A. Y OTROS S/NOTIFICACION ART. 8° LEY 25.156 (CONC. 741)” y Resolución RESOL-2018-374-APN-SECC#MP- de fecha 29 de junio de 2018, correspondiente al Expediente N° EX-2017-19218822- -APN-DDYME#MP caratulado “CABLEVISIÓN S.A., CABLEVISIÓN HOLDING S.A., TELECOM ARGENTINA S.A., FINTECH MEDIA LLC Y FINTECH TELECOM LLC S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156 (CONC. 1507)” y su acumulado EX-2018-16212149- -APNDGD#MP, del registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado: “TELECOM ARGENTINA S.A. Y UNIVERSO TV S.A. S/ ANÁLISIS PROPUESTA DE DESINVERSIÓN EN CONC.1507”.

³ Telefonía fija, internet por redes fijas y televisión paga.

53. Cabe señalar que en los últimos años se ha observado un fuerte incremento en el uso de dispositivos inteligentes los cuales, además del servicio de telefonía móvil, admiten también el uso del servicio de internet, que puede ser provisto tanto por la compañía de telefonía móvil - denominado internet móvil- o por proveedores que poseen redes fijas. En el caso de internet móvil es la compañía telefónica la que ofrece el servicio de telefonía móvil; por lo tanto los proveedores del servicio son las mismas empresas que prestan el servicio de telefonía móvil (TELECOM, TELEFÓNICA y AMX).
54. A su vez, en el mercado de servicio de internet de red fija operan aquellas empresas que prestan el servicio de televisión paga por vínculo físico (cable coaxial, fibra óptica, redes híbridas) así como otras empresas que cuentan con redes propias (v.gr. cooperativas telefónicas y/o eléctricas). Esta modalidad fija de acceso, según los términos de la denuncia, forma parte del paquete de servicios fijos utilizados para llevar adelante presuntas prácticas predatorias y ventas empaquetadas que podrían encuadrarse como conductas anticompetitivas⁴.
55. El mercado de televisión paga, por su parte, corresponde al servicio de telecomunicaciones que permite la transmisión de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles. Dicho servicio puede proveerse vía satelital o por vínculo físico o radioeléctrico (VFR). Además, se incluye dentro del mercado el servicio de televisión por protocolo de internet o IPTV. Este implica la llegada de la señal de televisión a través de una dirección de IP, es decir, a través de internet.
56. En el mercado de televisión paga se destaca la presencia de empresas como TELECOM (antes CABLEVISIÓN); DIRECTV; TELECENTRO; SUPERCANAL, GIGARED, TELERED y ANTINA, entre otras. Cabe destacar que en el año 2018 se ha producido el ingreso de nuevos competidores como TELEFÓNICA y AMX, aunque éstas últimas, por ser su ingreso incipiente aún no lograron una participación significativa y solo prestan el servicio de TV paga en pocas localidades del país.
57. Asimismo, la tasa de penetración del servicio de televisión paga estimada por ENACOM (medida por cantidad de accesos cada 100 habitantes) entre el 2014 y el 2020 ha variado en el 1,5%, con una tasa promedio de variación anual menor al 0,3% en dicho periodo, razón por la cual podemos afirmar que se trata de un mercado maduro.
58. A su vez, el mercado está fuertemente desarrollado e integrado dado que la mayoría de los operadores de televisión paga presta otros servicios adicionales.
59. En particular, por el lado de la oferta, aquellas empresas que ofrecen servicios de televisión paga mediante IPTV lo hacen en forma conjunta con el servicio de internet, dado que la conectividad utilizada es mediante el IP ofrecido por este segundo servicio. Esto también les posibilita ofrecer telefonía fija dando lugar a un servicio “triple play”.
60. TELEFÓNICA y TELECOM son las únicas firmas que cuentan con la capacidad de ofrecer un servicio de cuádruple play (internet, telefonía móvil, telefonía fija y televisión paga).

⁴ Si bien se observa que los adelantos tecnológicos en las redes móviles han colaborado en reducir la brecha entre las tecnologías de acceso a internet fijas y móviles en línea con los criterios internacionales vigentes se considera que todavía conforman mercados separados.

61. Por último, el mercado de servicios de telefonía fija es el más antiguo de los cuatro servicios que nos ocupan, y es definido⁵ como la provisión de los enlaces fijos de telecomunicaciones que forman parte de la red telefónica pública o que están conectados a dicha red y la provisión por esos medios del servicio de telefonía urbana, interurbana e internacional de voz viva⁶. Los principales actores en el mercado de telefonía fija siguen siendo a nivel nacional las empresas que surgieron como resultado de la privatización de ENTEL, es decir, TELECOM y TELEFÓNICA.
62. Más allá de haber analizado cada uno de los servicios involucrados por separado, cabe señalar que es posible que sean ofrecidos en forma conjunta por las empresas del sector. El “empaquetamiento” de servicios se refiere a la venta de dos o más servicios en un mismo paquete. Asimismo, cuando se comercializan los servicios conjuntamente, es común que se apliquen descuentos o bonificaciones con objeto de que el paquete sea atractivo para el usuario.
63. El fenómeno de la venta conjunta o en paquete se ha ido generalizando cada vez más en los últimos años a nivel internacional en el sector de telecomunicaciones en virtud de un proceso de integración tecnológica y comercial denominado “convergencia”, el cual se manifestó a nivel de equipos, infraestructura y servicios.
64. La convergencia en equipos permitió a los usuarios utilizar diferentes servicios a través de una misma terminal (por ejemplo, internet y voz a través de un teléfono móvil), al tiempo que permitió a las empresas prestadoras utilizar su capacidad instalada para ofrecer nuevos servicios utilizando la misma infraestructura (por ejemplo, prestar acceso a Internet a través de una red de televisión por cable). Este proceso de cambios tecnológicos dio lugar a la paquetización de los servicios TIC.

VI.2. Conductas denunciadas

65. Como se expuso anteriormente, las conductas denunciadas se encuadrarían dentro de los artículos 1° y 3°, incisos d), f) y k) de la Ley 27.442. Conceptualmente y atendiendo a la realidad económica de los hechos materia de investigación se identifican tres posibles prácticas anticompetitivas de carácter exclusorio: venta atada, empaquetamiento y precios predatorios.

VI.2.1. Venta atada

66. Tal como fuera dicho previamente, esta CNDC entendió en la apertura de sumario⁷ que la presunta conducta de venta atada, tipificada en el artículo 3°, inciso f), de la Ley 27.442, no podría suscitarse en el presente caso, toda vez que la adquisición de los productos en cuestión no se encuentra subordinado, pudiendo obtenerse efectivamente por separado.
67. Por dicho motivo, esta CNDC sostuvo que no ameritaba proseguir la investigación por una presunta práctica de venta atada.

⁵ Según el Ente Nacional de Comunicaciones. Ver: <https://www.enacom.gob.ar>.

⁶ Definición de “Telefonía Fija” reproducida en al Sitio Web de ENACOM. Ver: https://www.enacom.gob.ar/telefonía-fija-local_p130.

⁷ Número de orden 42 con pase.

VI.2.2. Empaquetamiento de servicios

68. Conforme las “*Guías para el análisis de casos de abuso de posición dominante de tipo exclusorio (2019)*”, para que el empaquetamiento tenga capacidad de operar como un abuso de posición dominante, la empresa que lo lleva adelante debe tener posición dominante en uno de los mercados de los productos empaquetados. A su vez, podría constituir un abuso de posición dominante si, como efecto, evitara el ingreso de una nueva empresa al mercado del producto vinculado, indujera a un competidor existente a abandonar dicho mercado o impidiese que este se expanda.
69. Al respecto, para que una conducta de empaquetamiento pueda ser considerada anticompetitiva, es necesario que se cumplan dos condiciones: (i) que los bienes/servicios vinculados sean separables y (ii) que sea probable que la conducta genere un cierre anticompetitivo del mercado.
70. Respecto a si los bienes en cuestión son separables, dicha situación ya se encuentra probada, en tanto que nada impide que los cuatro servicios involucrados en la conducta sean comercializados por separado y, de hecho, así se ofrecían en el pasado.
71. Con relación al cierre anticompetitivo, el análisis de la conducta se centrará en verificar si existió una extensión del poder de mercado que posee TELECOM en los servicios fijos (servicios de televisión paga, internet y telefonía fija) hacia el mercado de telefonía móvil.
72. En ese sentido, es necesario analizar el ámbito geográfico donde se verifica la conducta denunciada, ya que en distintas localidades habrá diversas firmas u opciones diferentes de prestaciones de servicios y consecuentemente, la posición de cada una de ellas y en particular de la denunciada puede variar en función de cada área geográfica donde opere.

VI.2.3. Precio predatorio

73. Los precios predatorios constituyen una política de precios mediante la cual una empresa establecida en un mercado vende un bien o servicio a un precio inferior al costo de producción, con el objetivo de lograr que uno o varios de sus competidores incurran en pérdidas y, a consecuencia de ello, se retiren del mercado. La misma se encuentra tipificada en el artículo 3° inciso k) de la Ley 27.442.
74. Es importante considerar cuidadosamente las condiciones para que se configure un abuso de posición dominante de este tipo, a fin de no desalentar la competencia por precios. Muchas veces las denuncias por precios predatorios pueden originarse por quejas de competidores a raíz de la vigencia de precios bajos, que en efecto son beneficiosas para los consumidores.
75. Para que una política de precios pueda considerarse predatoria, resulta necesario que se den tres condiciones básicas: i) los precios bajos no se deben a ventajas de costos asociadas con mayor eficiencia por parte de la empresa depredadora; ii) como consecuencia de tales precios, la empresa depredadora puede excluir competidores y, de ese modo, obtener una mayor participación y un mayor poder de mercado ; y iii) una vez obtenido dicho poder de mercado, la empresa puede ejercerlo efectivamente (por ejemplo, incrementando sus precios de venta).
76. Para verificar este tipo de conducta es necesario observar, por un lado, cómo son los precios y las capacidades de cada una de las empresas competidoras en el mercado afectado (el de

telefonía móvil). Y, por otro lado, al igual que en casos de empaquetamiento, hay que determinar cuáles fueron los efectos de la conducta en los mercados investigados.

VI.3. ANÁLISIS DE LAS CONDUCTA DENUNCIADAS.

VI.3.1. Competidores de los mercados afectados

77. A partir de la definición de los mercados relevantes, se determinarán los principales competidores de los mismos. Para ello es necesario aclarar que, no todas las empresas que ofrecen servicios de telecomunicaciones ofrecen todos los servicios incluidos en el “cuádruple play” y que las que sí lo hacen, generalmente no ofrecen ese menú de opciones a nivel nacional. En este sentido, en el Tabla N.º1 se especifican los principales competidores en la oferta de cada servicio que componen los servicios “cuádruple play”.

Tabla 1 | Competidores del mercado de telecomunicaciones

Empresa	Telefonía Fija	Telefonía Móvil	Internet Banda ancha	Televisión paga
TELECOM	Sí	Sí	Sí	Sí
TELEFÓNICA	Sí	Sí	En algunos barrios de CABA y Gran Buenos Aires ¹	En algunos barrios de CABA y Gran Buenos Aires ¹
TELECENTRO	CABA y Gran Buenos Aires	No	CABA y Gran Buenos Aires	CABA y Gran Buenos Aires
DIRECTV	No	No	En algunas localidades ²	Sí
GIGARED	En algunas localidades ³	No	En algunas localidades ³	En algunas localidades ³
AMX	En algunas localidades ⁴	Sí	En algunas localidades ⁴	En algunas localidades ⁴
SUPERCANAL	No	No	En algunas localidades ⁵	En algunas localidades ⁵

Fuente: Elaboración propia en base a la información de las páginas comerciales de las distintas empresas y de ENACOM.

1. Fuente: <https://www.testdevelocidad.com.ar/zonadecoberturaSpeedyFibra>

2. Algunos partidos de la provincia de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe

3. Barranqueras, algunas zonas de Buenos Aires, Campana, Coronda, Corrientes, Crespo, Gral. San Martín, Monte Vera, Paraná, Posadas, Resistencia, San Luis del Palmar, San Pedro, Santa Fe, Santo Tomé

4. Algunos partidos de la provincia de Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Córdoba, Jujuy, Mendoza, Salta, Santa Fe y Tucumán

5. Mendoza, San Juan, Tucumán, Catamarca, La Rioja, algunos departamentos de Córdoba, Villa Mercedes (San Luis), San Martín de los Andes (Neuquén), Viedma y Bariloche (Río Negro), Puerto Madryn, Trelew y Comodoro Rivadavia (Chubut), Río Gallegos (Santa Cruz) y Ushuaia (Tierra del Fuego).

78. Como se puede observar, las únicas empresas que compiten en el mercado de servicios de telefonía móvil son TELEFÓNICA, TELECOM y AMX. Además, son las únicas empresas que ofrecen los restantes servicios, ya sea a nivel nacional o en algunas localidades en particular.

VI.3.2. Zona geográfica

79. Para que la práctica de empaquetamiento de una empresa sea anticompetitiva, es necesario que dicha empresa tenga poder de mercado, de tal forma que sus acciones tengan consecuencias significativas en el mercado afectando el interés económico general. En este sentido, y de acuerdo a lo desarrollado en el análisis de la definición de los mercados geográficos relevantes, los mismos estarán comprendidos por las localidades en donde se verifique la posición dominante de TELECOM en los servicios de telecomunicaciones fijos (telefonía fija, internet y televisión paga). Esto permitirá analizar los efectos de las prácticas realizadas por la denunciada a través de las ofertas promocionales en la paquetización de sus productos sobre el mercado de telefonía móvil.
80. Para determinar cuál es la zona geográfica que se va a analizar, es necesario tener en cuenta que los servicios fijos se ofrecen de forma residencial y dado que no es posible contratar el servicio estando fuera de la cobertura geográfica del operador, la posibilidad que tiene un cliente de sustituir un oferente por otro depende de la factibilidad técnica y económica que las redes desplegadas en esa localidad tengan conexión a su domicilio.
81. Por lo tanto, en primer lugar, se debe detallar si la empresa denunciada posee posición dominante en los servicios fijos antes mencionados para determinar qué localidades podrían verse perjudicadas a partir de la conducta denunciada.
82. Consecuentemente, si bien la oferta de servicios empaquetados analizada en esta conducta se desarrolla a lo largo de todo el territorio nacional, por los motivos descriptos en el párrafo anterior, el análisis de la conducta denunciada de paquetización de servicios en el presente caso será de carácter local.
83. En este sentido, el 3 de mayo de 2021, esta CNDC consultó al ENACOM respecto a las localidades en las cuales TELECOM brinda servicios de telefonía fija, televisión por cable e internet de banda ancha, con el fin de verificar en qué localidades la DENUNCIADA posee posición dominante. Los resultados se exponen a continuación en la Tabla N.º2.
84. La posición dominante de TELECOM fue evaluada en términos de las participaciones de mercado en base a la cantidad de abonados y en virtud de si la misma es mayor o igual al 40%⁸.

Tabla 2 | Localidades donde TELECOM posee posición dominante en los servicios de Telefonía Fija, Internet, y Televisión paga

Provincia	Partido	Localidad	Telefonía fija	Internet fija	Televisión paga
Buenos Aires	Gral. San Martín	General San Martín (TLP)	98,85%	58,56%	74,55%
Buenos Aires	Tigre	Tigre (TLP)	89,10%	63,63%	65,20%
Buenos Aires	Tres de Febrero	Tres de Febrero (TLP)	75,75%	50%	65,76%
Buenos Aires	San Isidro	San Isidro (TLP)	96,77%	84,50%	85,40%
Buenos Aires	Vicente López	Vicente López (TLP)	98,95%	66,80%	85,29%

⁸ Ver Guías para el análisis de casos de abuso de posición dominante de tipo exclusorio (2019) página 6.

Buenos Aires	San Fernando	San Fernando (TLP)	99,74%	78,56%	77,28%
Buenos Aires	Zárate	Zárate	99,48%	75,35%	60,69%
Buenos Aires	Campana	Campana	99,60%	70%	63,30%
Santa Fe	Castellanos	Rafaela	100,00%	78%	68,25%
Santa Fe	General López	Venado Tuerto	75,23%	49%	56,37%
Santa Fe	Rosario	Rosario	98,96%	72%	57,70%
Córdoba	Capital	Córdoba	98,88%	73%	55,92%
Córdoba	General San Martín	Villa María	99,99%	50%	55,30%
Córdoba	Punilla	Villa Carlos Paz	100,00%	89%	93,30%
Córdoba	Río Cuarto	Río Cuarto	98,84%	90%	78,04%
Córdoba	San Justo	San Francisco	100,00%	84%	91,73%
Buenos Aires	Berisso	Berisso (TLP)	Sin datos	54,64%	74,69%
Buenos Aires	Ensenada	Ensenada (TLP)	Sin datos	56%	81,64%
Río Negro	Gral. Roca	Cipolletti	Sin datos	96,08%	78,35%
Río Negro	Gral. Roca	Gral. Roca	Sin datos	66,02%	77,78%
Buenos Aires	Zárate	Lima	100,00%	Sin datos	Sin datos

Fuente: Elaboración propia en base a datos del expediente.

85. Cabe aclarar que, fueron descartadas ciertas localidades (Buenos Aires -Berisso -Berisso; Buenos Aires - Berisso - Ensenada; Río Negro - Gral Roca - Cipolletti; Río Negro - Gral Roca - Gral Roca), en las que, por ser áreas originales de TELEFÓNICA, es altamente probable que esta empresa tenga posición dominante en el servicio de telefonía fija. Además, se descartaron las localidades de menos de 5.000 (CINCO MIL) habitantes.
86. Por lo tanto, considerando únicamente aquellas localidades en donde se verifica la posición dominante de TELECOM, se encuentra cumplido uno de los requisitos para que se verifiquen las conductas de precios predatorios y de empaquetamiento. Resta a continuación evaluar los efectos de las conductas denunciadas.

VI.3.3. Efectos en el mercado de las posibles conductas

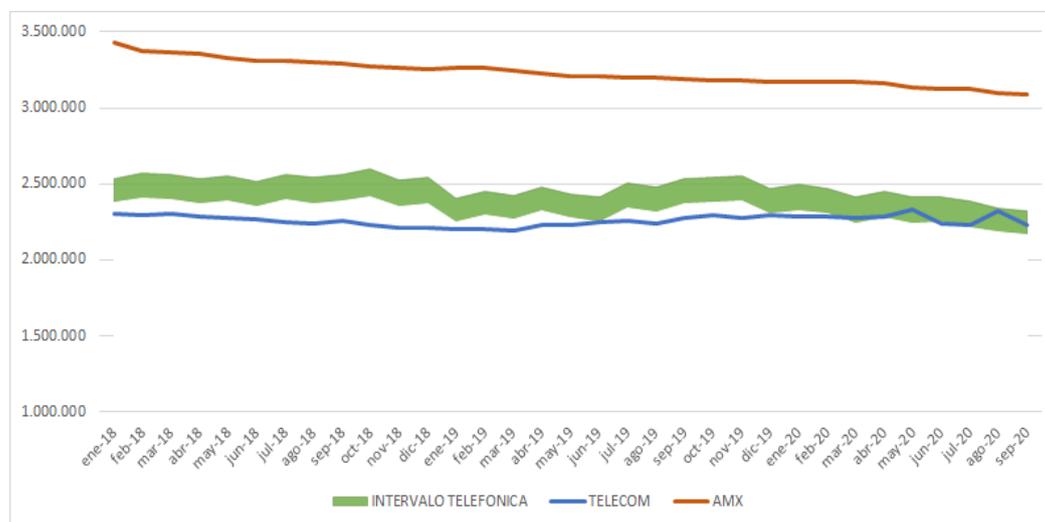
VI.3.3.1. Evolución de la cantidad de abonados a la telefonía móvil

87. En este sentido y conforme quedará demostrado *ut infra*, en base a los datos proporcionados por las empresas TELEFÓNICA, TELECOM y AMX al presente expediente⁹, no se observa que, en las localidades bajo análisis, haya habido variaciones significativas en la evolución de los abonados de telefonía móvil para cada una de las empresas antes mencionadas. Es decir, la cantidad de abonados no varió (ni cayó ni aumentó) en un valor superior al 10% (DIEZ POR CIENTO) para ninguna de las empresas (TELECOM, TELEFÓNICA Y AMX).

⁹ Ver Nros. de orden 192 sin pase (IF-2021-111051060-APN-DR%CNDC), 242 sin pase (IF-2021-27512268-APN-DR%CNDC) y 255 sin pase (IF-2021-48405719-APN-DR%CNDC).

88. En el Gráfico N.º1 se puede observar la evolución de los abonados de las tres empresas que operan en el mercado de telefonía móvil, de forma agregada para todas las localidades analizadas. Del mismo no surge una pérdida significativa de abonados para las empresas competidoras de TELECOM, como así tampoco un aumento en abonados de esta última.

Gráfico 1 | Evolución de los abonados de telefonía móvil en las localidades identificadas en la Tabla 2. Período enero 2018 a septiembre 2020



Fuente: Elaboración propia en base a datos en el expediente

*Nota: Telefónica brindó datos no confidenciales expresados como un intervalo del +/- 5% de los datos reales, mientras que Telecom y AMX brindaron los datos de forma precisa.

89. En este marco, es necesario hacer mención a la situación agregada a nivel nacional. La evolución de la cantidad de abonados de telefonía móvil ha tenido desde el año 2016 una tendencia negativa. El total de accesos operativos cayó aproximadamente un 15% desde el período julio-septiembre de 2016 a julio-septiembre de 2020, representado una caída de 9 (nueve) millones de accesos¹⁰.
90. Por otro lado, para analizar los efectos de la presente conducta en el mercado de telefonía móvil, como consecuencia de la promoción/descuento que realiza TELECOM a sus clientes en los mercados de acceso a internet de banda ancha y televisión paga, se puede estudiar la migración neta de usuarios entre TELEFÓNICA Y TELECOM.
91. En la Tabla N.º3 se presentan las migraciones netas desde julio de 2019 (mes de inicio de la presunta conducta) hasta junio de 2020. A su vez, también se dimensionan las variaciones en relación al total de abonados de TELEFÓNICA en dichas localidades, tomando como base julio de 2019. Es importante aclarar que TELEFÓNICA ha presentado las migraciones hacia TELECOM en forma confidencial, entregando un informe no confidencial con los datos en rangos, por lo tanto, la Tabla N.º3 presenta los posibles valores máximos y mínimos que resultan de dichos rangos. Valores negativos implican migraciones desde TELECOM a TELEFONICA a por el contrario, valores positivos indican migraciones de TELEFONICA a TELECOM.

¹⁰ ENACOM (Punto 2 1/7) - Total accesos operativos.

92. En las dos primeras columnas, se encuentran los valores máximos y mínimos del cociente entre las “Variaciones Netas” y el “Total de Abonados” (última columna) en base a los rangos informados por TELEFÓNICA para cada localidad donde TELECOM cuenta con posición dominante. De esta forma se puede ver el porcentaje del total de abonados que representan esas migraciones, en mínimos y máximos.
93. Cabe agregar respecto de la última columna de la Tabla N.º3 que expresa la cantidad total de abonados de cada localidad para el período julio del 2019, usando el valor mínimo de los rangos que informó TELEFÓNICA. De esta manera se logra otorgar una mayor importancia relativa a las portaciones.

Tabla 3 | Porcentaje de las migraciones netas de Movistar a Personal sobre total de abonados de Movistar en localidades donde TELECOM cuenta con posición dominante. Período julio 2019- junio 2020.

Localidades	Variación Portaciones Netas / Total Abonados		Total abonados de la Localidad
	Mínimo	Máximo	Mínimo julio 2019
San Martín	-2,16%	3,79%	173920
Tigre	-2,60%	2,68%	269051
Tres de Febrero	-2,88%	5,32%	164101
San Isidro	-0,03%	8,58%	119828
Vicente López	-0,18%	9,64%	101220
San Fernando	-0,59%	7,03%	65087
Zárate	-3,43%	2,68%	63762
Campana	-4,57%	2,59%	45044
Rafaela	-0,97%	5,26%	17259
Venado Tuerto	-6,19%	5,41%	7906
Rosario	-2,17%	2,84%	440409
Córdoba	-3,08%	2,72%	428448
Villa María	-5,87%	6,16%	7124
Villa Carlos Paz	-3,39%	4,20%	14700
Río Cuarto	-1,43%	5,23%	44290
La Plata	0,38%	2,37%	840534

Santa Fe	0,29%	1,73%	242646
----------	-------	-------	--------

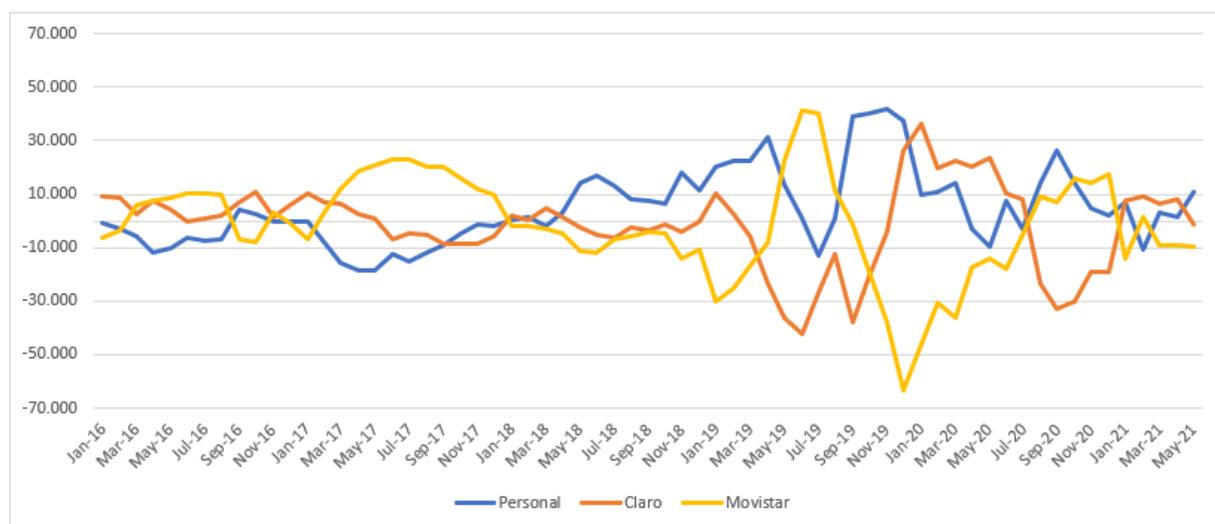
Fuente: Elaboración propia en base a datos en el expediente¹¹

*Nota: Los mínimos y máximos de las portaciones netas y abonados totales corresponden a los valores que presentó TELEFÓNICA elaborados en rangos por cuestiones de confidencialidad. Siendo así, la columna de mínimo en las variaciones de las portaciones netas de Movistar es el escenario con mayores migraciones posibles de TELEFÓNICA a TELECOM.

94. Conforme surge de la Tabla precedente, el porcentaje que representa las migraciones netas sobre el total de abonados no es, en ninguna de las localidades analizadas, superior al 10% (diez por ciento). Incluso en aquellas localidades donde la variación representa un porcentaje cercano al límite indicado, por ejemplo, en Vicente López, San Isidro o San Fernando, la variación posee un valor positivo (o neutral), lo que significa que TELEFÓNICA obtuvo más clientes provenientes de TELECOM de los que perdió.
95. Si se centra la atención específicamente en los valores negativos del porcentaje de portaciones netas sobre la cantidad de abonados de cada localidad bajo análisis, se verifica que las localidades que representan un mayor porcentaje de portaciones netas sobre el total de abonados son: Venado Tuerto, Villa María y Campana. Sin embargo, es de destacar que dicho porcentaje no supera el 7%. Incluso, en algunas localidades las migraciones netas mínimas son cercanas a cero y en otros casos llegan a ser positivas. Por lo tanto, de la información analizada sobre las migraciones netas (tanto positivas como negativas) se desprende que estas no son lo suficientemente significativas como para generar cambios en la estructura del mercado.
96. Téngase en cuenta, además, que en un conjunto de las localidades analizadas se verificó que las migraciones netas entre TELECOM y TELEFÓNICA han arrojado un saldo positivo para esta última.
97. Si bien TELEFÓNICA denunció que la acción promocional de TELECOM tiene como efecto fidelizar o mantener cautivos a los actuales clientes de CABLEVISIÓN para no cambiar de proveedor de telefonía móvil, los datos obtenidos no permiten concluir que haya habido una migración significativa de los clientes de CLARO y MOVISTAR hacia el servicio de PERSONAL. En otras palabras, no hay una migración significativa de clientes para suponer una posible exclusión de TELEFÓNICA como consecuencia de la conducta denunciada.
98. En adición a lo ya expuesto, en el Gráfico N.º2 se muestran las portaciones netas de cada una de las tres empresas competidoras a nivel nacional. Al igual que en las tablas anteriores no se observa ningún crecimiento significativo de parte de PERSONAL que pueda ser explicado como consecuencia de las prácticas denunciadas.

¹¹ El criterio de selección de las localidades de la Tabla N.º3 es el mismo que se usó en la Tabla N.º2. Es decir, se filtraron aquellas en las que no se entregaron los datos o bien que se excluyeron por ser localidades originales de TELEFÓNICA. Además, se agregaron las localidades de La Plata y Santa Fe ya que en ambas localidades TELECOM tiene posición dominante en dos de los tres servicios.

**Gráfico 2 | Portaciones netas de telefonía móvil a nivel nacional.
Período enero 2016- mayo 2021**



Fuente: Datos abiertos de ENACOM¹²

99. Además, las magnitudes de las variaciones en las portaciones netas resultan ser bajas; en ningún caso las migraciones netas alcanzan a representar el 1% del total de accesos operativos de cada empresa¹³.
100. Por último, es importante resaltar que, incluso si se observa en detalle las variaciones negativas de MOVISTAR, no siempre se deben a migraciones de clientes hacia PERSONAL, sino que, en un gran porcentaje, aquéllas se deben a migraciones hacia CLARO (AMX).
101. En suma, a nivel nacional tampoco es posible concluir que la conducta denunciada haya tenido efectos sobre la potencial captación de nuevos clientes de telefonía móvil por parte de TELECOM como consecuencia de la oferta promocional implementada por ésta a partir de julio de 2019.

VI.3.3.2. Replicabilidad de las promociones

102. A modo de primera aproximación se presenta una síntesis de las páginas web agregadas al presente expediente donde se observa que los principales competidores en el mercado de servicios convergentes se encuentran otorgando descuentos en los diferentes planes que ofrecen a sus clientes. Además, los porcentajes de descuento para los diferentes planes convergentes oscilan entre un 30% y un 50% (ver Tabla N.º 4).

¹² Información obtenida del Sitio Web “Datos Abiertos” de ENACOM. Ver: <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/datasets/176156-portabilidad-numerica-movil-portaciones-netas-mensuales-por-operador.download/>

¹³ Utilizando los datos de ENACOM (Punto 2 1/7) - Total accesos operativos para las migraciones netas a nivel nacional y los presentados por cada empresa para el total de abonados.

Tabla 4 | Planes convergentes y descuentos que ofrecen las principales empresas participantes del mercado. Marzo de 2021.

Empresa	Plan Convergente	Precio final (con descuento)	Descuento	Beneficios	Duración
DIRECTV	DIRECTV HD + INTERNET	No especifica	30% y 40%	DIRECTV GO GRATIS	6 MESES
DIRECTV	INTERNET 6 MB + TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
DIRECTV	INTERNET 20 MB + TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
DIRECTV	INTERNET FIBRA OPTICA 12 MB+ TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
DIRECTV	INTERNET FIBRA OPTICA 6 MB+ TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
DIRECTV	INTERNET FIBRA OPTICA 30 MB+ TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
DIRECTV	INTERNET FIBRA OPTICA 100 MB+ TV	No especifica	ORO HD 30%		12 MESES
TELECENTRO	TV+INTERNET 60 MEGAS + TELEFONIA	\$ 2.399	No especifica	T- PLAY + 3 MESES AMAZON PRIME VIDEO	No especifica
TELECENTRO	TV+INTERNET 10 MEGAS + TELEFONIA	\$1.999	No especifica	T- PLAY + 3 MESES AMAZON PRIME VIDEO	No especifica
TELECENTRO	TV+INTERNET 75 MEGAS + TELEFONIA	\$ 2.675	No especifica	T- PLAY + 3 MESES AMAZON PRIME VIDEO	No especifica
TELECENTRO	TV+INTERNET 150 MEGAS + TELEFONIA	\$ 2.995	No especifica	T- PLAY + 3 MESES AMAZON PRIME VIDEO	No especifica
TELECENTRO	TV+INTERNET 500 MEGAS +	\$ 3.699	No especifica	T- PLAY + 3 MESES	No

Empresa	Plan Convergente	Precio final (con descuento)	Descuento	Beneficios	Duración
	TELEFONIA			AMAZON PRIME VIDEO	especifica
TELECENRO	TV+INTERNET 1000 MEGAS + TELEFONIA	\$ 3.999	No especifica	T- PLAY + 3 MESES AMAZON PRIME VIDEO	No especifica
MOVISTAR	INTERNET 50 MEGAS CON TV PLAYBOX	\$ 2.780	50%		12 MESES
MOVISTAR	INTERNET 100 MEGAS CON TV	\$ 3.854	40%	1 MES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	INTERNET 300 MEGAS CON TV	\$ 4.595	40%	2 MES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	INTERNET BANDA ANCHA 15 MEGAS + PACK TELE	\$1.721	15 MEGAS 50%	1 MES GRATIS – PROMOCION VALIDA PARA CLIENTES CON LÍNEA DE TELÉFONO FIJO	12 MESES
PERSONAL	PERSONAL+FIBERTEL+FLOW	\$4.433	45% en la suma de las facturas	PLAN 3 GB+INTERNET 100 MB+FLOW	12 MESES
CLARO	INTERNET WIFI FIBRA OPTICA 50 MB + LINEA FIJA	\$ 1.299	50%	MÁS TV HD POR \$1500	No especifica
CLARO	INTERNET WIFI FIBRA OPTICA 100 MB + LINEA FIJA	\$ 1.699	50%	MÁS TV HD POR \$1500	No especifica

Empresa	Plan Convergente	Precio final (con descuento)	Descuento	Beneficios	Duración
CLARO	INTERNET WIFI FIBRA OPTICA 300 MB + LINEA FIJA	\$ 2.999	45%	MÁS TV HD POR \$1500	No específica

Fuente: Elaboración propia en base a la información de las páginas web de las empresas proveedoras en el mercado de servicios convergentes¹⁴.

103. En este sentido, a continuación, se expondrán los resultados de la comparación que se efectuó entre las empresas que ofrecen servicios convergentes, a fin de conocer su política de promociones.
104. DIRECTV informó que ofrece servicios de televisión paga e internet banda ancha (en algunas localidades) y señaló que más del 50% de las promociones que ofrece a sus clientes tienen cobertura para todo el país, y que los descuentos que ofrece varían entre un 10% y un 60%. La duración de las promociones oscila entre 3 y 12 meses. Adicionalmente, de la información provista por esta empresa surge que otorga descuentos en los planes convergentes (televisión paga + internet de banda ancha) que ofrece a sus clientes, de hasta el 50% por un plazo de entre 6 y 12 meses para contratar conjuntamente ambos servicios¹⁵.
105. GIGARED, por su parte, también ofrece planes convergentes (televisión paga, internet, telefonía) a sus clientes ubicados en las localidades de CABA, Campana (Provincia de Buenos Aires), Santo Tomé (Provincia de Santa Fe) y Santa Fe capital, con descuentos y promociones que oscilan entre el 25% al 70%, dependiendo de cada localidad¹⁶.
106. Cabe señalar que, según consta en la página web de GIGARED, brinda el servicio de telefonía móvil a sus clientes a través de la empresa MOVISTAR, otorgando los mismos descuentos que ofrece esta última. Es decir que, al contratar el servicio de telefonía móvil, el abonado es cliente de ambas empresas: MOVISTAR provee el servicio de telefonía móvil, pero GIGARED es el encargado de brindar la atención al cliente, cobrar facturas y gestionar los reclamos¹⁷.
107. Por otra parte, TELECENTRO afirmó que las ofertas que realiza en los planes convergentes (televisión paga, internet de banda ancha y telefonía fija) no le implican ningún esfuerzo que no sea posible sostener en el tiempo¹⁸.
108. Por último, AMX indicó que, en el año 2018 y en los años siguientes, ofreció planes de *double play* que incluyen servicios de telefonía fija y de internet banda ancha, a los cuales se les puede adicionar el servicio de televisión paga, convirtiéndose en planes *triple play*. Cabe destacar que, a

¹⁴ Número de orden 185 con pase.

¹⁵ Número de orden 143 con pase.

¹⁶ Número de orden 109 con pase.

¹⁷ La oferta sólo está disponible para las ciudades de Barranqueras, Campana, Corrientes, Crespo, Paraná, Posadas, Resistencia, Santa Fe y Santo Tomé número de orden 185 con pase.

¹⁸ Número de orden 157 con pase.

medida que van transcurriendo los meses, aumentan las localidades alcanzadas por estos planes de múltiple play¹⁹.

109. Por tanto, en relación a los servicios convergentes, según surge de las constancias en autos, las principales empresas proveedoras de estos servicios, se encuentran efectivamente ofreciendo a sus clientes/abonados descuentos en diferentes planes, los cuales *prima facie* presentan similares características a las prácticas comerciales denunciadas.
110. Por otra parte, en el marco de la fusión de TELECOM ARGENTINA S.A. y CABLEVISIÓN S.A.²⁰, la DENUNCIADA se comprometió a no empaquetar servicios, lo que daría la oportunidad a los competidores de desarrollar sus ofertas. El compromiso correspondía hasta enero 2019 y se ampliaba hasta el 1° de julio de 2019 o hasta tanto se habilite la posibilidad de solicitar el registro de televisión por suscripción satelital para todas las operadoras de servicios TIC (lo que suceda primero) en las áreas que comprenden todas las localidades donde CABLEVISIÓN tiene presencia.
111. El objetivo de esta limitación temporal era, por un lado, darles tiempo a las empresas competidoras para realizar inversiones necesarias y, por otro lado, evitar que los consumidores se vieran privados por tiempo indefinido de las ventajas de servicios múltiples con los consiguientes beneficios de la compra empaquetada: compra a un único proveedor con menores costos de transacción y ahorros por descuentos.
112. En este sentido, de la información obrante en autos, se desprende que el principal objetivo de TELEFÓNICA es extender el despliegue de Fibra Óptica (“FO”) en las zonas de incumbencia, con el objetivo de modernizar y brindar más velocidad a la tecnología de Fibra Óptica al Hogar (“FTTH”) y ofrecer un servicio de TV Paga moderno y de alta calidad²¹.
113. AMX por su parte, indicó que en los últimos cuatro años su plan de inversión estuvo enfocado en aumentar significativamente el volumen de prestación de diversos servicios de telecomunicaciones, generando un alto impacto en la mayor accesibilidad del servicio a sus clientes. De esta forma, pretende competir y posicionarse en el mercado de servicios fijos al hogar apuntando a distintos segmentos de clientes²².
114. En relación a las acciones promocionales de las empresas que ofrecen los servicios que nos ocupan en autos, y a lo ya expuesto en el punto anterior, se estudiará en los siguientes párrafos la estrategia comercial de TELECOM, así como de sus competidoras.

¹⁹ Número de orden 242 con pase.

²⁰ Resolución RESOL-2018-374-APN-SECC#MP de fecha 29 de junio de 2018, correspondiente al Expediente N° EX-2017-19218822- -APN-DDYME#MP caratulado “CABLEVISIÓN S.A., CABLEVISIÓN HOLDING S.A., TELECOM ARGENTINA S.A., FINTECH MEDIA LLC Y FINTECH TELECOM LLC S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156 (CONC. 1507)” y su acumulado EX-2018-16212149- -APNDGD#MP, del registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado: “TELECOM ARGENTINA S.A. Y UNIVERSO TV S.A. S/ ANÁLISIS PROPUESTA DE DESINVERSIÓN EN CONC.1507

²¹ Número de orden 138 con pase.

²² Número de orden 242 con pase.

115. Con relación a la comercialización de servicios convergentes, vale decir que es una práctica habitual y lícita que las empresas oferentes del servicio *cuádruple play* ofrezcan distintas promociones donde se encuentran incluidos todos los servicios que éstas brindan.
116. En la actualidad, en Argentina se observa una variada oferta de paquetes de servicios de tipo mixto, descuentos y promociones (por ejemplo, internet de banda ancha + televisión paga, telefonía fija + internet de banda ancha, telefonía fija + internet + televisión paga, telefonía fija + internet de banda ancha + telefonía móvil y telefonía móvil y fija + internet de banda ancha + televisión paga), que brindan las empresas participantes en estos mercados.
117. Conforme surge de la documental proveniente de las páginas web de las empresas de telefonía móvil²³, resumida a continuación en la Tabla N°4, los descuentos, promociones y beneficios que estas otorgan a cambio de portar la línea móvil de su empresa (portabilidad numérica móvil) son idénticos entre sí para todos los planes de una misma empresa; y todas las empresas de telefonía móvil ofrecen aproximadamente un descuento del treinta por ciento (30%).
118. Asimismo, son similares en precios y acciones promocionales tendientes a fidelizar a sus actuales clientes. En todos los casos los descuentos poseen un plazo de vigencia de doce (12) meses.

Tabla 5 | Comparación de los planes, descuentos y beneficios que ofrecen las principales empresas en el mercado de telefonía móvil. Marzo 2021.

Empresa	Plan	Precio	Descuento	Beneficios	Duración
MOVISTAR	CAMBIO DE PORTABILIDAD			30 % EN PLANES + 10 GB GRATIS POR 3 MESES + WHATS APP GRATIS	
MOVISTAR	1,5 GB	\$ 812	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	3 GB	\$ 945	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	5GB	\$ 1.295	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	8GB	\$ 1.890	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	15 GB	\$ 2.415	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	12 MESES
MOVISTAR	20 GB	\$ 2.884	30%	MOVISTAR PLAY Y WHATS APP	12 MESES

²³ Dicha información fue agregada al expediente principal mediante providencias fechadas los días 24 de septiembre de 2020 y 3 de marzo de 2021, números de orden con pase 063 y 185 respectivamente.

Empresa	Plan	Precio	Descuento	Beneficios	Duración
				GRATIS + AMAZON POR 3 MESES GRATIS	
PERSONAL	CAMBIO DE PORTABILIDAD			FLOW PASS + DISNEY (+) GRATIS POR 1 MES+ \$600 EN FACTURA FIBERTEL	
PERSONAL	3 GB	\$ 945	30%	10 GB GRATIS POR UNICA VEZ PARA VER FLOW	12 MESES
PERSONAL	5GB	\$ 1.295	30%	10 GB GRATIS POR UNICA VEZ PARA VER FLOW	12 MESES
PERSONAL	8GB	\$ 1.890	30%	10 GB GRATIS POR UNICA VEZ PARA VER FLOW	12 MESES
PERSONAL	12GB	\$ 2.415	30%	10 GB GRATIS POR UNICA VEZ PARA VER FLOW	12 MESES
PERSONAL	20 GB	\$ 2.940	30%	10 GB GRATIS POR UNICA VEZ PARA VER FLOW	12 MESES
CLARO	CAMBIO DE PORTABILIDAD			HASTA 30% OFF EN EL PLAN	
CLARO	5GB	\$ 1.302	30%	WHATSAPP ilimitado + llamadas ilimitadas +Películas sin cargo	12 MESES
CLARO	8GB	\$ 1.911	30%	WHATSAPP ilimitado + llamadas ilimitadas +Películas sin cargo	12 MESES
CLARO	15 GB	\$ 2.415	30%	WHATSAPP ilimitado + llamadas ilimitadas +Películas sin cargo	12 MESES
CLARO	25 GB	\$ 2.940	30%	WHATSAPP ilimitado + llamadas ilimitadas +Películas sin cargo	12 MESES

Fuente: Elaboración propia en base a la información que se obtiene de las páginas web de las empresas²⁴.

119. En este sentido, cabe traer a colación que TELECOM indicó en sus explicaciones que no solamente la DENUNCIANTE, sino que todos los competidores ofrecen promociones de similares características que la denunciada. Inclusive esgrimió que la DENUNCIANTE ofrece promociones con precios significativamente menores que la denunciada. También manifestó que todos los competidores del mercado en cuestión cuentan con capacidad técnica, operativa y regulatoria para ofrecer los mismos servicios que TELECOM.
120. Por otro lado, de la información provista por la DENUNCIANTE²⁵, y tal como se mencionó anteriormente, se desprende que ofrece descuentos en los productos de telefonía móvil (portación) e internet de banda ancha. Las promociones tienen una duración de doce (12) meses. Por ejemplo, para el cliente de internet de banda ancha que porte su línea a MOVISTAR, obtiene un 50% de descuento en el abono de telefonía móvil y \$500 (pesos

²⁴ Número de orden 185 con pase.

²⁵ Número de orden 138 con pase.

quinientos) de descuento en la factura de banda ancha (internet). La Tabla N.º5 expone los distintos planes de servicios convergentes que ofreció TELEFÓNICA a sus clientes, durante el período 2019-2020.

**Tabla 6 | Planes convergentes de TELEFÓNICA.
Período 2019-2020.**

Nombre del plan	Descuento	Vigencia desde	Duración
Porta móvil para cliente Internet	50% off en Telefonía Móvil + \$500 en factura de internet	mar-19	12 meses
Porta móvil para cliente Telefonía Básica	50% off en Móvil + \$300 en factura de telefonía básica	jul-19	12 meses
Internet para cliente Móvil Pospago	50% off en Internet + \$300 en factura de telefonía móvil pospago	dic-19	12 meses
Servicios para el cliente que tiene Internet y Porta al mismo tiempo (doble venta)	50% off en Telefonía Móvil + 50% off en Internet + \$500 en factura de internet	sep-20	12 meses

Fuente: Elaboración propia en base a la información provista por las DENUNCIANTES²⁶.

121. Como puede observarse, los planes ofrecidos por TELEFÓNICA no presentarían diferencias sustanciales en cuanto a magnitud y porcentajes de descuentos promocionales con respecto a los que aplicara TELECOM y que dieran origen a la presente denuncia. En particular, al mes de diciembre del año 2019, TELECOM ofrecía un descuento de \$500 en la factura de internet (CABLEVISION FIBERTEL) para aquellos clientes que portaran una línea de telefonía móvil y un descuento de \$800 para quienes portaran dos o más líneas de telefonía móvil.

VI.3.3.3. Conclusiones

122. Consecuentemente, del análisis de la evolución de la cantidad de clientes de las tres operadoras de telefonía móvil y de las promociones en el mercado de los servicios convergentes, no se advierte que las promociones efectuadas por TELECOM para captar nuevos clientes en el mercado de telefonía móvil hayan tenido algún efecto anticompetitivo.
123. Con relación a la práctica anticompetitiva de imponer precios predatorios, es importante considerar cuidadosamente las condiciones para que se configure este tipo de abuso de posición dominante ya que no debe desalentarse la competencia por precios. Muchas veces las denuncias por precios predatorios pueden ser quejas de competidores a partir de la implementación de políticas de precios bajos, que redundan en beneficios para los consumidores.

²⁶ Número de orden 138 con pase.

124. En este sentido se corroboró que, pese a los esfuerzos de TELECOM por mantener precios bajos, esta política no le permitió obtener beneficios extraordinarios toda vez que, de la información obrante en el expediente, no pudo comprobarse que haya habido una migración importante de clientes desde otras empresas (CLARO y TELEFÓNICA) hacia los servicios que ofrece TELECOM.
125. Asimismo, de la información presentada se observó que los precios “bajos” de los paquetes ofrecidos por LA DENUNCIADA fueron replicados también por las otras dos empresas operadoras de telefonía móvil, quienes ofrecieron promociones similares en cuanto a precios y a calidades de servicios. También, en todos los casos se evidenció el empaquetamiento de los servicios cuádruple play.
126. Cabe señalar que el empaquetamiento de los servicios de telecomunicación también genera ganancias de eficiencia. En primer lugar, se encuentran las economías de alcance, vinculadas a la reducción de costo que se genera por producir ciertos servicios de forma conjunta en lugar producirlos por separado, como por ejemplo con los servicios fijos (telefonía fija, banda ancha fija y TV por cable). En segundo lugar, se considera la reducción de costos de transacción dados los beneficios que supone para el consumidor adquirir estos servicios de forma conjunta, reduciendo costos de búsqueda, de aprendizaje, etc. En tercer lugar, se incluye la mejor calidad o mayor seguridad de tener un único proveedor, ya que a veces los servicios empaquetados permiten mejoras en la calidad de las prestaciones recibidas que no serían viables con distintos prestadores²⁷. Por último, no debe perderse de vista que a partir de estas promociones el consumidor enfrenta menores costos.
127. En efecto, gracias al tipo de descuentos promocionales denunciados en autos, y teniendo en cuenta que no se trasladó el poder de mercado de TELECOM en los servicios fijos hacia la telefonía móvil, el consumidor ha podido obtener un mayor beneficio pudiendo contratar el paquete de servicios a un menor valor.
128. En consecuencia, esta CNDC no puede afirmar que la política de precios implementada por LA DENUNCIADA haya tenido un propósito predatorio, ya que no ha comprometido la permanencia de sus competidores en el mercado de telefonía móvil ni en la oferta de servicios convergentes. Por lo tanto, se desprende que la estrategia de TELECOM, que fue seguida por los otros competidores, habría sido destinada a competir de manera más efectiva en el mercado.
129. También, en cuanto al alcance y duración de la política de precios bajos, han pasado al menos tres años desde la presentación de la denuncia por parte de TELEFÓNICA, pero las promociones continúan estando vigentes y fueron formuladas también por CLARO y por LA DENUNCIANTE, por lo cual resulta poco probable que la política en cuestión pueda tener características predatorias.
130. Respecto a la conducta de empaquetamiento de servicios, esta CNDC considera que debe ser descartada en virtud de que no se pudo concluir que las promociones efectuadas por TELECOM para captar nuevos clientes en el mercado de telefonía móvil hayan tenido algún efecto o hayan producido un cierre anticompetitivo en el mercado de telefonía móvil.

²⁷ Ver Willington, M. (2010). “Mercados Relevantes en el Sector de Telecomunicaciones”.

131. Por último, en lo que refiere a la solicitud del dictado de medidas cautelares en los términos del artículo 44 de la Ley 27.442 realizada por los DENUNCIANTES, cabe decir que, en virtud de la conclusión a la que se arriba en el presente, estas devienen de abstracto tratamiento.

VII CONCLUSIÓN

132. En virtud de lo expuesto, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, considerar abstracto el análisis de la medida cautelar solicitada y ordenar el archivo de las presentes actuaciones de conformidad con el artículo 40 de la Ley 27.442.
133. Elévese el presente dictamen a la SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO, a sus efectos.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD

Hoja Adicional de Firmas
Dictamen de Firma Conjunta

Número:

Referencia: COND.1739 - Dictamen - Archivo Art.40 Ley N° 27.442

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 25 pagina/s.

Digitally signed by Florencia Bogo
Date: 2024.05.29 14:17:12 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Maria Paula Molina
Date: 2024.05.29 16:05:48 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Lucas TREVISANI VESPA
Date: 2024.05.29 18:12:09 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Alexis Pirchio
Date: 2024.05.29 19:26:29 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Eduardo Rodolfo Montamat
Date: 2024.05.30 09:58:24 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRÓNICA - GDE
Date: 2024.05.30 09:58:55 -03:00