

104



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

167

BUENOS AIRES. 30 AGO 2000

VISTO el Expediente N° 064-004403/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 58 de la Ley N° 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA.

Que, en consecuencia, las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6° a 16 y 58 de la Ley N° 25.156.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición por parte de ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. del control de TELECOR S.A.I.C a través de la compra del OCHENTA Y CINCO CON CIENTO OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85,185%) de la participación accionaria de esta última, acto que encuadra en el artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica con incidencia en el mercado de televisión por cable, no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

1026

SRE
JK
W



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como ANEXO I y es parte integrante de la presente

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello.

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR


RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la adquisición por parte de ARTE RADIODIFUSIVO ARGENTINO S.A del control de TELECOR S.A.I.C., a través de la compra del OCHENTA Y CINCO CON CIENTO OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85.185%) de la participación accionaria de ésta última, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 28 de agosto del año 2000, que en DIECISIETE (17) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 167


Dr. CARLOS WINOGRAD
Secretario de Defensa de la
Competencia y del Consumidor

1026

1E



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL
E. Bengar

167

DICTAMEN CONCENTRACIÓN N° 104

BUENOS AIRES, 22 FEB 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación económica que consiste en la adquisición por parte de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. del control de TELECOR S.A.I.C., a través de la compra del 85,185% de la participación accionaria de ésta última. La presente actuación tramita por el Expediente N° 064-004403/00, cuya carátula es "ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. y TELECOR S.A.I.C. S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25 156".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

• La operación

1. La operación de concentración económica que se notifica, llevada a cabo en el país y con efectos locales, consiste en la adquisición por parte de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. de las acciones representativas del 85,185% del capital social y votos de TELECOR S.A.I.C., quedando el 14,815% del capital social y votos restante, en propiedad de dos personas físicas, los Sres. Aron Braver y Francisco Alejo Quiñonero.

2. La adquisición de las acciones mencionadas de TELECOR S.A.I.C. se realizó del siguiente modo:

- El día 25 de febrero de 2000 ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. suscribió un Contrato de Compraventa de Acciones con SOCIEDAD ARGENTINA DE MEDIOS S.A., mediante el cual ésta última le transfiere la cantidad de acciones representativas del 49,815% del capital social y votos de TELECOR S.A.I.C.

uw
1026
SNE
[Handwritten signatures]



Almeyda

- El día 25 de febrero de 2000 ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. suscribió un Contrato de Compraventa de Acciones con el Señor José María Buccafusca mediante el cual éste último le transfiere la cantidad de acciones representativas del 0,37% del capital social y votos de TELECOR S.A.I.C
 - El día 16 de marzo de 2000 ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. suscribió un Contrato de Compraventa de Acciones con los Sres. Aron Braver y Francisco Alejo Quiñonero mediante el cual estos últimos le transfieren las acciones representativas del 35% del capital social y votos de TELECOR S.A.I.C.
3. Por todo ello y tal como fuera expresado, ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. poseerá el 85.185% del capital social y votos de TELECOR S.A.I.C. quedando el 14.815% restante del capital social y votos en propiedad de los Señores Francisco Alejo Quiñonero y Aron Braver.
- La actividad de las partes
4. ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. (ARTEAR) es una sociedad constituida bajo las leyes de la República Argentina, cuyo objeto consiste en: a) La prestación o explotación del servicio de radiodifusión a través de emisoras o estaciones radiofónicas o televisivas; sus repetidoras; sea por sistemas de transmisión cerrados o abiertos, transmisión, recepción y explotación satelital; con vínculo directo o no; transmisión de datos, videotextos, teletextos, o cualquier aplicación presente o futura de la telemática y de la electrónica de telecomunicaciones; b) La publicidad y propaganda pública o privada en todos sus aspectos y modalidades, como ser: radio; televisión; carteleras; letreros; móviles impresos; películas cinematográficas o de video y cualquier otro medio de publicidad; c) La producción, promoción, organización, dirección y asesoramiento en programas para radio; televisión o cinematografía; contratación de técnicos y elencos para los fines nombrados, comprar y vender derechos que se vinculen a su ramo y a la realización, montaje, y fabricación de los elementos necesarios para su fin; y d) El ejercicio de representaciones, mandatos, agencia, comisiones, gestiones de

CC

W
1626

SNE
[Handwritten signatures]



negocios y administraciones relacionadas directamente con el objeto de publicidad, propaganda y programaciones.

5. ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. se encuentra controlada por GRUPO CLARIN S.A., quien posee el 95.2% de su participación accionaria.
6. ARTE RADIOTELEVISIVO S.A., a su vez, posee participaciones accionarias en las siguientes sociedades:
 - PATAGONIK FILM GROUP S.A., en la cual posee el 33,33% de las acciones.
 - PATAGONIK ANIMATION GROUP S.A., en la cual posee el 99% de las acciones
 - BUENOS AIRES TELEVISIÓN S.A., en la cual posee el 1% de las acciones.
 - CARRIERSAT S.A., la cual se encuentra controlada en su totalidad.
 - POL-KA PRODUCCIONES S.A., en la cual posee el 30% de las acciones. POL-KA PRODUCCIONES S.A., a su vez, es titular del 60% de la participación accionaria de Pol-Ka & Flhener S.A.,
 - A.F. PRODUCCIONES S.A., en la cual posee el 30% de las acciones.
 - S.B. PRODUCCIONES S.A., en la cual posee el 30% de las acciones.
7. La composición accionaria de las empresas del grupo se describe gráficamente del siguiente modo :

026
SNE

FILE *Alvarez*

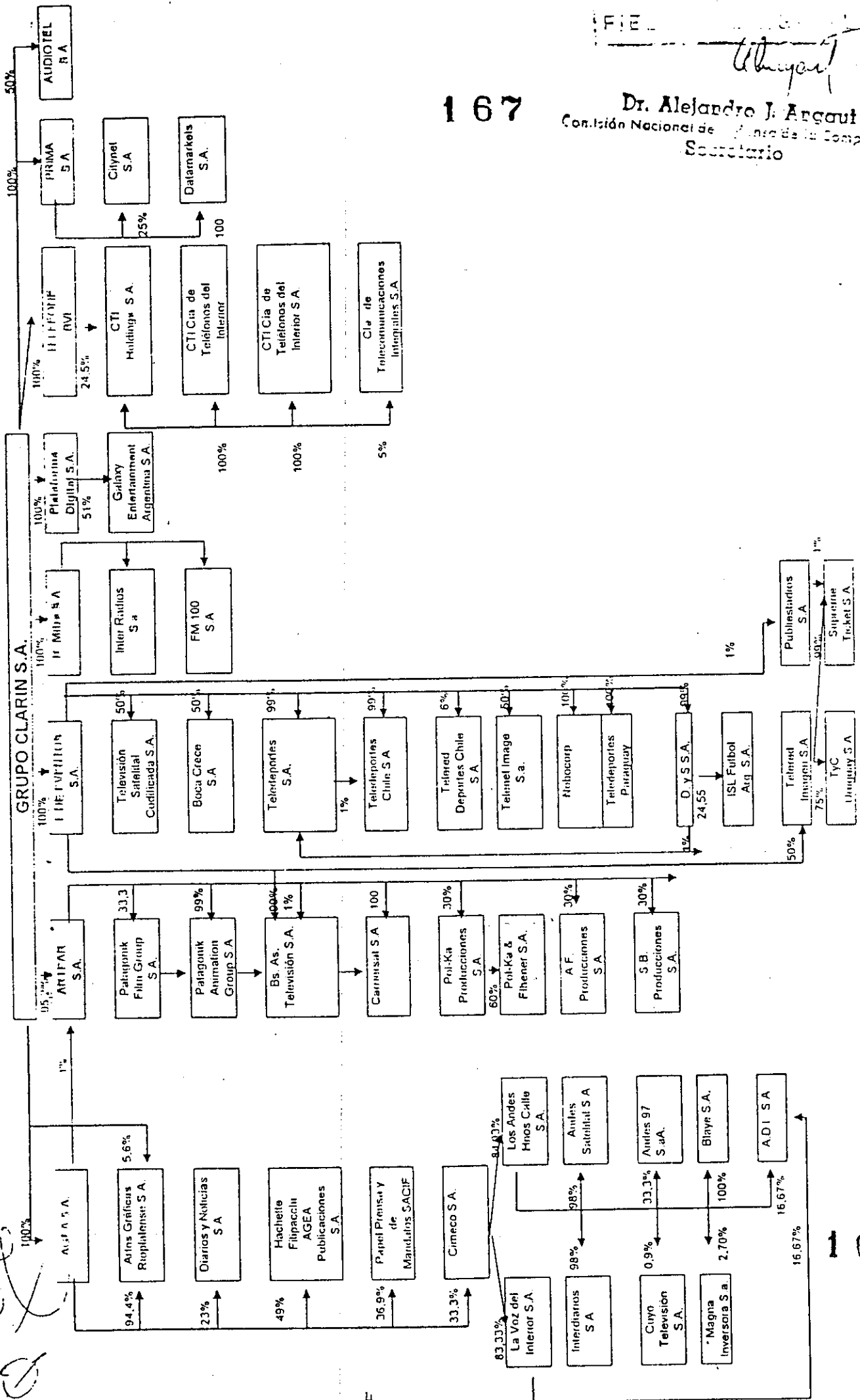
167

Dr. Alejandro J. Anguit
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
 Secretario

81

30

[Handwritten scribbles]



1026

Handwritten signature

GRUPO CLARIN S.A.

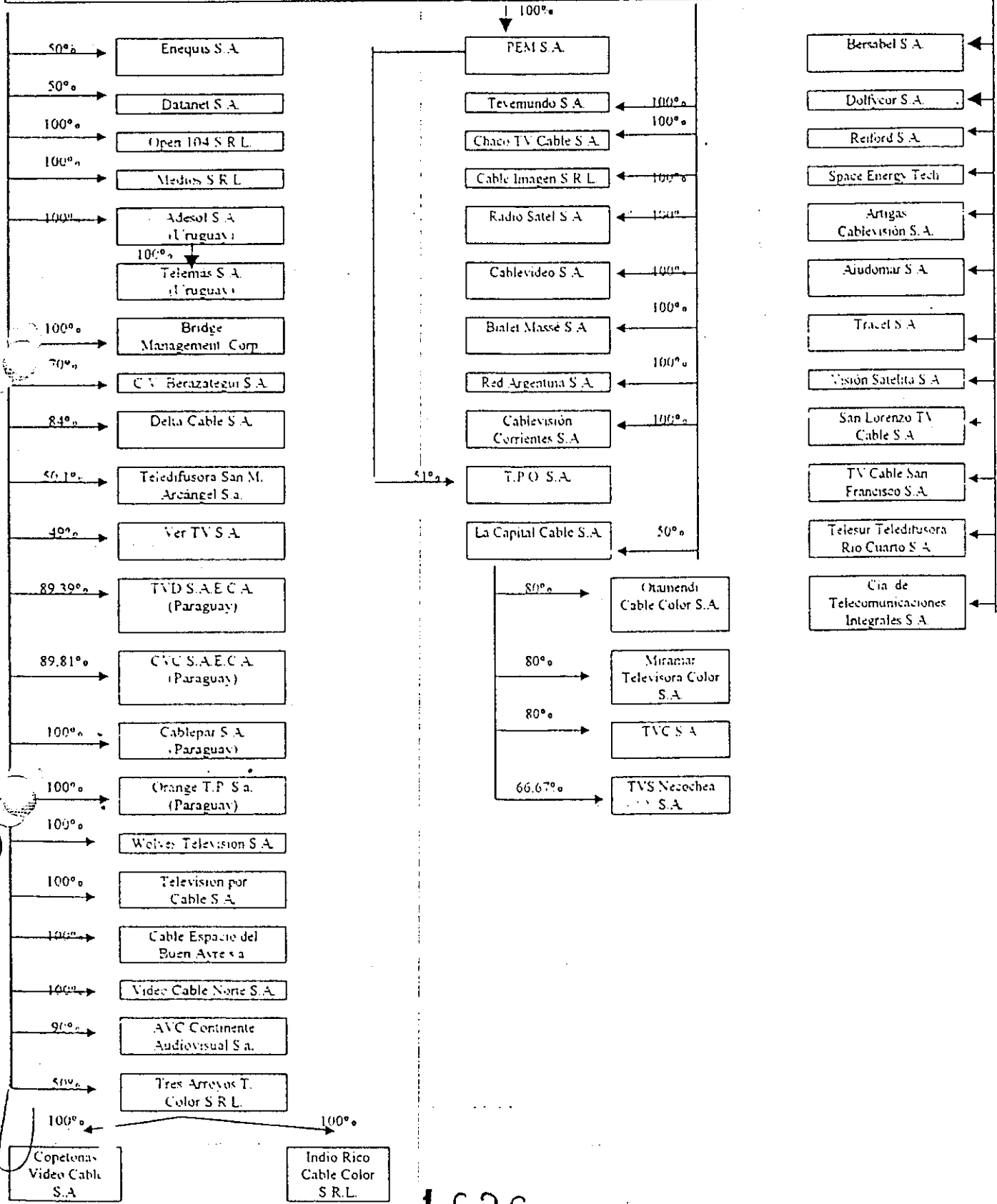
167

MULTICANAL LLC

53.677%

49.323%

MULTICANAL S.A.



1026



Alvarez

8. TELECOR S.A.C.I. es una sociedad constituida bajo las leyes de la República Argentina. Su objeto consiste, exclusivamente, en la prestación y explotación de servicios de radiodifusión, de acuerdo con las previsiones de la Ley Nacional de Radiodifusión.
9. El capital accionario de TELECOR S.A.C.I. se encuentra en manos de tres personas físicas y una persona jurídica a saber: el señor Aron Braver, quien posee el 32,090% de las acciones, el señor Francisco Alejo Quiñonero, quien posee el 17,725% de las acciones y el señor José María Buccafusca, quien posee el 0,370% de las acciones y por la firma SOCIEDAD ARGENTINA DE MEDIOS S.A., quien posee el 49,185% de las acciones de TELECOR S.A.C.I.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

10. Las empresas involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por los artículos 11 y 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 8° de la norma legal precitada.
11. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso c) de la Ley N° 25.156, en tanto se trata de transferencias de acciones que importan una toma de control sobre la empresa cuyas acciones se adquieren.
12. La obligación de efectuar la notificación está dada porque el volumen de negocios de las empresas afectadas supera, en el ámbito nacional, el umbral de pesos DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000.-) de acuerdo a lo previsto por el artículo 8° de la Ley N° 25.156.



Allegato

III. PROCEDIMIENTO

13. El día 6 de abril de 2000, ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. notificó la operación conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.
14. Tras analizar la información suministrada en ocasión de la notificación, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos del Formulario F1, haciéndolo saber a las presentantes el día 25 de abril de 2000.
15. Las empresas notificantes completaron satisfactoriamente el requerimiento de la CNDC el día 3 de mayo de 2000. En esa misma fecha la CNDC dio por cumplido el Formulario F1 respecto de ambas empresas presentantes, comenzando a correr el plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir de ese mismo día.
16. De acuerdo a lo establecido por el artículo 16 de Ley N° 25 156 la CNDC solicitó al señor Interventor del COMITÉ FEDERAL DE RADIODIFUSION (COMFER) un informe y opinión fundada acerca del impacto sobre el mercado y del cumplimiento del marco regulatorio, que la operación notificada pudiera tener.
17. Las partes fueron notificadas de este acontecimiento el día 10 de mayo de 2000, fecha en la cual la CNDC resolvió la suspensión, en los términos del artículo 6° inciso a) de la Resolución SICyM N°726 del 28 de septiembre de 1999, del plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156 hasta tanto se diera cumplimiento por parte del COMITÉ NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN (COMFER) de la intervención que le competía conforme lo establecido en el artículo 16 de la ley precitada.
18. Cabe señalar que el día 23 de junio de 2000 venció el plazo de 30 días dado oportunamente al COMITÉ NACIONAL DE RADIODIFUSION (COMFER) para expedirse de acuerdo a lo estipulado en el artículo 16 de la Ley N° 25.156, sin responder al requerimiento de esta CNDC, por lo que corresponde aplicar el



Blanco

artículo 6° inciso a) de las Normas de Procedimiento para el Trámite de Notificaciones Obligatorias de Concentraciones Económicas aprobadas por Resolución N° 726/99. Por lo expuesto, el día 23 de junio de 2000 se reanudó el plazo oportunamente suspendido.

19. Posteriormente, el día 10 de julio de 2000, en virtud de la necesidad y conveniencia de profundizar el análisis y estudio de la operación notificada se requirió a las presentantes cumplimentar el Formulario F2.

20 En consecuencia, las firmas respondieron satisfactoriamente al requerimiento anteriormente mencionado el día 1 de agosto de 2000, reanudándose el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley de Defensa de la Competencia, previamente suspendido con motivo del Formulario F2, venciendo dicho plazo el día 7 de septiembre de 2000.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

Existencia de relaciones horizontales entre las empresas involucradas

Servicio de Televisión

21. Según se desprende de la información suministrada por las empresas involucradas, no se observan relaciones horizontales entre ellas. En este sentido, ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. y TELECOR S.A.I.C. sostienen, en primer lugar, que si bien ambas empresas transmiten programación y publicidad por el sistema de televisión abierta, sus respectivas señales se encuentran acotadas a un ámbito geográfico legalmente determinado y no se superponen.

22. En efecto, TELECOR S.A.I.C. explota la licencia LV 81 Canal 12 TV, que tiene límites geográficos y técnicos para su emisión. Esta circunstancia delimita el ámbito de actuación de la empresa a la Provincia de Córdoba y sus regiones aledañas, particularmente, algunas zonas de las provincias de Santiago del Estero, Tucumán.



[Handwritten signature]
[Handwritten initials]

Catamarca, La Rioja, San Juan y San Luis.

23. Por su parte, ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. explota la licencia de radiodifusión LS 85 TV Canal 13 y el ámbito de actuación de la empresa se encuentra acotado por los límites geográficos y técnicos de dicha licencia. a Capital Federal y Gran Buenos Aires ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. no tiene posibilidades legales ni técnicas de emitir su señal por el sistema de televisión abierta en la zona donde lo hace TELECOR S.A.I.C.
24. Adicionalmente, debe señalarse que MULTICANAL S.A., una empresa que - al igual que ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. - se encuentra controlada por el GRUPO CLARÍN, presta el servicio de televisión por cable en la Provincia de Córdoba, lo cual podría interpretarse como la existencia de una relación horizontal entre dicho grupo y TELECOR S.A.I.C. No obstante ello, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia concuerda con la definición de mercado efectuada por las empresas intervinientes, en virtud de la cual la televisión paga no conforma un mercado relevante en conjunto con la televisión abierta.
25. En este sentido, las empresas involucradas afirman que la fuente de ingreso por la que pugnan las empresas que prestan el servicio de televisión paga no es la misma que la de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. o TELECOR S.A.I.C.. En efecto, el sistema de televisión paga obtiene sus ingresos principalmente de los suscriptores al sistema, de modo que la competencia en dicho sector se verifica en la captación de abonados al sistema. Adicionalmente, la televisión paga generalmente no es un productor de contenidos, sino que se limita a transportar los contenidos producidos por otro y que previamente contrató.
26. Por su parte, el sistema de televisión abierta obtiene sus ingresos de la publicidad que colocan los anunciantes en los diferentes programas que se emiten por la onda televisiva y no de los televidentes como lo hace la televisión paga. Asimismo, la televisión abierta generalmente produce - o hace producir - los contenidos que se emiten por su señal.
27. Debido a los elementos expuestos esta Comisión Nacional considera que la televisión paga no enfrenta competencia sustancial de la televisión abierta. Como consecuencia,

[Handwritten marks and signatures on the left margin]
W
1026
ME
[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

no se ha verificado la existencia de relaciones horizontales entre las empresas involucradas en la operación notificada.

Oferta de Espacios Publicitarios en la Ciudad de Córdoba

28. Los anunciantes en general dirigen sus inversiones publicitarias a través de distintos medios en función del mensaje que quieren transmitir y del público objetivo al cual quieren llegar. En este sentido, eligen un medio racional como el diario para pautar mensajes que cuenten con una gran cantidad de información. Por otra parte, en general seleccionan un medio como la televisión para transmitir mensajes más emotivos, apoyados en la imagen.

29. La optimización de los criterios de público objetivo y características del mensaje a transmitir, está también relacionada con la facilidad de acceso de la pauta a los diversos medios, en función de limitaciones de presupuesto y agentes comercializadores de publicidad. Más específicamente, un anunciante puede contratar espacios publicitarios en diferentes medios y en ciertas proporciones conformando así una canasta. Ante un cambio en algunas de las variables relevantes (precio, rating, etc.) la composición de la canasta podría modificarse, por ejemplo redireccionando una proporción de la inversión publicitaria hacia el medio que haya bajado su precio.

30. Así, los efectos de la operación en la comercialización de publicidad en televisión abierta deben analizarse en el contexto más amplio del mercado de espacios publicitarios que seguidamente se desarrolla.

31. Cabe analizar el impacto de la operación que se notifica sobre el mercado publicitario en la ciudad de Córdoba, considerando que el GRUPO CLARIN poseerá participaciones accionarias tanto en diarios como en televisión. El siguiente cuadro N° 1 contiene la incidencia de los distintos medios sobre la inversión publicitaria de la ciudad de Córdoba para el año 1999.



[Handwritten signature]

Cuadro N° 1 Inversión publicitaria en la Ciudad de Córdoba. Año 1999

Medio	Inversión Publicitaria (miles de \$)	Participación (%)
La Voz del Interior	30.423	40,5
Otros diarios	1.577	2,1
Radios	17.000	22,7
Televisión	26.000	34,7
Total	75.000	100,0

Fuente: Información suministrada por las partes en el marco del Expte 064-004403.2000 a fs 394

32. Como se observa en el cuadro anterior, la pauta en diarios en la Ciudad de Córdoba asciende al 43% de la pauta publicitaria total. La mayor parte, el 40,5% del total, se invierte en el diario "La Voz del Interior", mientras que el resto se divide entre los demás diarios locales, a saber, "La Mañana de Córdoba" y "Comercio y Justicia".

33. Por otra parte, la pauta en televisión representa el 34,7% de la inversión publicitaria total. Considerando la inversión conjunta en publicidad en televisión y diario, la misma asciende al 75% de la pauta en la Ciudad de Córdoba.

34. A los efectos de dimensionar el impacto que pudiera tener la presente operación sobre la competencia en el mercado publicitario en la Ciudad de Córdoba, cabe analizar la participación accionaria del GRUPO CLARIN tanto en televisión, a través de TELECOR S.A.I.C., como en diarios, por medio de "La Voz del Interior", y la incidencia de estos medios sobre el mercado total de publicidad.

35. El diario "La Voz del Interior" es el principal diario de la Ciudad de Córdoba y concentra el 95% de la inversión publicitaria en diarios. El diario "La Voz del Interior" se encuentra controlado por COMPAÑÍA INVERSORA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.A. (CIMECO), a través de tres socios que poseen igual participación accionaria cada uno, a saber: GRUPO CLARIN, LA NACION S.A. y CORPORACION DE MEDIOS INTERNACIONALES DE PRENSA S.A. Cabe mencionar que esta última sociedad.

[Handwritten marks and signatures]
w
1026
SNE
[Signature]



DEL TRIBUNAL
[Handwritten signature]

constituida bajo las leyes del Reino de España se encuentra controlada por el denominado GRUPO CORREO.

36. De acuerdo a la información proporcionada por las presentantes (a fs. 392-394) en relación a la composición accionaria del diario "La Voz del Interior", se observa que el GRUPO CLARIN no ejerce una influencia decisiva en la estrategia competitiva de la empresa. Existen otros socios con poder suficiente como para impedir acciones coordinadas entre las empresas vinculadas al GRUPO CLARIN e imponer decisiones distintas. Por lo tanto, en forma independiente el GRUPO CLARIN no puede por si solo obtener beneficios o clientes adicionales sobre la pauta publicitaria por el hecho de tener una participación accionaria tanto en diarios como en televisión. Cabe aclarar que el GRUPO CLARIN no controla revistas ni emisoras de radios locales en la Provincia de Córdoba.

37. Si bien el GRUPO CLARIN ejercerá el control de TELECOR S.A.I.C. y posee actualmente el control conjunto de "La Voz del Interior", los elementos analizados anteriormente permiten concluir que esta operación no presenta implicancias como para originar preocupación a la competencia en el mercado publicitario de la Ciudad de Córdoba.

Existencia de relaciones verticales entre las empresas involucradas

38. A pesar de no existir relaciones horizontales entre las empresas involucradas en la operación, los elementos reunidos en el marco de la presente investigación sí permiten afirmar la presencia de relaciones verticales entre ellas. Dichas relaciones surgen de la producción de contenidos televisivos que realiza ARTE RADIOTELEVISIVO S.A., los cuales pueden ser emitidos por TELECOR S.A.I.C. como parte de su programación.

39. Como consecuencia de dicha relación vertical, cabe analizar el impacto que la operación tendrá sobre la competencia en el mercado de televisión abierta de la provincia de Córdoba.

[Handwritten marks and signatures on the left margin]
W
1026
SRE
P
A
E



[Handwritten signature]

Aspectos generales del mercado de televisión abierta

40. El servicio de televisión abierta cuenta con algunas características de los bienes públicos en el sentido de que no existe rivalidad entre los consumidores, debido a que el costo marginal de agregar un nuevo televidente es nulo. Al mismo tiempo también exhibe la no exclusión y el libre acceso, ya que para recibir la imagen alcanza con tener un televisor en el radio de alcance de la señal. Por otra parte, el servicio de televisión abierta es esencialmente no homogéneo, ya que los contenidos emitidos con la programación tienen una gran incidencia sobre la demanda.
41. Las características señaladas determinan que no pueda implementarse un precio por el servicio de televisión abierta¹, por lo cual su financiamiento proviene de la publicidad. Esta, a su vez, resulta ser una demanda derivada de la demanda de la señal, que se encuentra conformada por la audiencia y que depende de la "calidad" de los contenidos.
42. De esta manera, el precio del servicio (que es nulo) no debería sufrir modificaciones como resultado del proceso competitivo. La competencia se daría principalmente en la dimensión "calidad" del servicio, a través del tiempo de programación y de los contenidos emitidos.
43. Los canales de televisión transmiten contenidos de diferentes características y orígenes: periodísticos, deportivos, documentales, etcétera. Asimismo, éstos pueden provenir de producciones propias; de coproducciones realizadas en sociedad con productoras independientes, quienes usualmente aportan la idea y los formatos quedando los canales a cargo de la infraestructura; y de compra de productos a terceros que consisten principalmente en la adquisición de películas o series producidas en el país o en el exterior. El proceso productivo del contenido varía según el tipo de programa, aunque para todos los casos es necesario contratar a los artistas (presentadores, conductores y/o intérpretes) y desplegar una escenografía - real o creada a los efectos del programa - donde se desarrolle la idea del contenido.

¹ Problema de "Free Riding".



Clay 1

44. En el caso de las empresas involucradas, ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. utiliza los distintos métodos mencionados anteriormente para nutrirse de material para su programación. Los contenidos de producción propia, tanto en lo referido a señales de televisión paga como a los programas de televisión abierta, son vendidos a los canales abiertos y de cable del interior del país. En este sentido, los canales abiertos del interior del país tienen una programación cuyo contenido consiste en promedio, en un 70% de material comprado a los canales vinculados de Buenos Aires y un 30% de producción propia y material de terceros. La producción propia generalmente se refiere a noticieros y programas de interés local.
45. Esto último se verifica en el caso de TELECOR S.A.I.C., cuyos programas de producción propia comprenden dos noticieros, seis programas de interés general y un programa musical. Asimismo, la empresa adquiere actualmente para su emisión contenidos de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A., como ser EL NOTICIERO DE SANTO TELEPASILLO, CALIENTES y PRIMICIAS, mientras que completa su programación con distintos ciclos filmicos.

El mercado de televisión abierta de Córdoba

46. El mercado de televisión abierta de Córdoba, medido en términos de la facturación de los canales por concepto de publicidad, ascendió en 1999 a 26 millones de pesos. Dicho monto representó una caída del 8,1% con respecto a 1997, disminución explicada por la relación existente entre la publicidad televisiva y el nivel de actividad económica del país y de cada zona particular.
47. Existen actualmente tres canales de televisión por aire en Córdoba, a saber Canal 8 (DICOR S.A.), Canal 10 (SERVICIO DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA S.A.) y CANAL 12 (TELECOR S.A.I.C.). Si se calcula la participación de mercado de cada uno de estos canales sobre la base de la facturación efectuada por ellos a lo largo de 1999, se advierte que Canal 8 es la principal empresa del mercado, con una participación del 62%. Por su parte, Canal 12 y Canal 10 alcanzaron participaciones respectivas del 27% y el 12% durante 1999.



Alm...

48. Tal como fuera mencionado anteriormente, no se registran relaciones de tipo horizontal entre las empresas involucradas, razón por la cual la operación notificada no afectará el grado de concentración económica existente en el mercado de televisión abierta de Córdoba.
49. Por el contrario, la relación verificada entre TELECOR S.A.I.C. y ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. es de tipo vertical, siendo que esta última produce contenido que puede ser utilizado por aquélla como parte de su programación. En principio, una integración de tipo vertical como la que involucra la operación que se notifica podría despertar preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia, puesto que - dada la importancia que revisten a nivel nacional los contenidos comercializados por ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. - ella implicaría que los competidores de TELECOR S.A.I.C. se verían privados de adquirirle programación a un significativo competidor nacional.
50. Sin embargo, los elementos reunidos en el marco de la presente investigación permiten afirmar que existen condiciones suficientes como para que la competencia en el mercado de televisión por aire de la ciudad de Córdoba no se vea afectada en la operación bajo análisis. En primer lugar, se debe destacar que TELECOR S.A.I.C. emite actualmente los contenidos comercializados por ARTE RADIOTELEVISIVO S.A., con lo cual la operación notificada no representa un cambio con respecto a la situación preexistente.
51. Por otra parte, el principal competidor local de TELECOR S.A.I.C., LV85 TV Canal 8, se encuentra integrado verticalmente con el principal competidor nacional de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. en lo que a generación de contenidos respecta, TELEFONICA MEDIA S.A.
52. LV85 Canal 8 se encuentra controlado por TELEVISIÓN FEDERAL S.A. (TELEFE), empresa que explota el Canal de televisión abierta LS84 TV Canal 11 de Buenos Aires. Por su parte, esta última se encuentra controlada por TELEFONICA MEDIA S.A., la cual controla su vez a TELEARTE S.A., empresa dedicada a la explotación de la estación de televisión abierta LS83 TV Canal 9 de Buenos Aires. En otras palabras, LV85 Canal

W

1026

SME

Handwritten signatures and initials



Argentin

8 pertenece al mismo grupo económico que los canales de televisión abierta 9 y 11 de Buenos Aires, los cuales generan contenido y representan - de manera conjunta - la principal competencia de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A a nivel nacional.

53. Debido a ello, se considera que la operación notificada no será perjudicial para la competencia en el mercado de televisión abierta de Córdoba. En primer lugar, el principal canal de aire de la zona, que recibe aproximadamente el 60% de los ingresos totales del sector por concepto de publicidad, se encuentra integrado verticalmente con TELEFONICA MEDIA S.A., controlante de importantes productores de contenido como ser TELEARTE S.A. y TELEVISIÓN FEDERAL S.A. Por otra parte, se debe tener en cuenta que Canal 12 ya comercializaba el contenido de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. con anterioridad a la operación notificada, con lo cual ella no implicará un cambio significativo con respecto a la situación preexistente.

Consideraciones finales acerca del impacto de la operación sobre la competencia

54. En consecuencia, considerando que no se observan relaciones horizontales entre ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. y TELECOR S.A.I.C. por transmitir programación y publicidad en un ámbito geográfico delimitado e independiente, que aún existiendo relaciones verticales entre productores de contenido y canales de televisión es posible garantizar la competencia en el mercado de televisión por aire de la ciudad de Córdoba; y que en el mercado publicitario de la Ciudad de Córdoba no se observan relaciones horizontales, no se advierte que la presente operación pueda disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda generar perjuicio al interés económico general.

V. CLÁUSULAS CON RESTRICCIONES ACCESORIAS

55. Habiendo analizado el Contrato de Compraventa de Acciones firmado por las partes, no se han detectado Cláusulas de Restricciones Accesorias a la Competencia. (fs. 150-193).



Dr. [Signature]
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
Secretario

VI. CONCLUSIONES

56. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada con incidencia en el mercado de televisión por cable no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, ya que no tiene como objeto o efecto disminuir restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

57. Por ello, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMEPTENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de ARTE RADIOTELEVISIVO S.A. del control de TELECOR S.A I.C., a través de la compra del 85,185% de la participación accionaria de ésta última de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.

EW
Dr. Montamat
EDUARDO MONTAMAT
VOCAL

Dr. Petrecolla
Dr. DIEGO PETRECOLLA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
PRESIDENTE

Dr. Quivredo
Dra. MARIA VIVIANA QUIVREDO
VOCAL

Dr. [Signature]
Dr. [Signature]
VOCAL