



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

I. ANTECEDENTES DE LA OPERACION NOTIFICADA.....	1
II. LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES	8
1. La operación:	8
2. Actividad de las partes:	17
III. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO	23
IV. PROCEDIMIENTO	23
V. EXPRESIONES FORMULADAS POR TERCEROS A LA OPERACIÓN NOTIFICADA.	38
1. Presentaciones efectuadas:	38
i. Telecentro S.A.	38
ii. Supercanal Holding S.A.	39
iii. Inversora de Eventos S.A.	40
VI. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA.	44
1. Aspectos Conceptuales.....	44
2. Naturaleza de la Operación.....	47
3. El Mercado Relevante	50
i. Metodología De Análisis.....	50
ii. Identificación de mercados candidatos a testear	52
a). Producción y comercialización de señales televisivas	54
b). Producción y comercialización de Señales Televisivas a las que se accede mediante la suscripción a un servicio de televisión paga (servicios de televisión por cable o televisión satelital).....	55



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

c). Grupos Temáticos De Señales Pagas: Señales con contenidos mayoritariamente deportivo durante las 24 hs. del día, los siete días de la semana (“señales deportivas”).	58
d). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo	60
e). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A.	61
f). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de cada uno de los campeonatos en los que estos intervengan.	65
iii. Definición del mercado relevante del producto	67
iv. Definición del mercado geográfico relevante	78
v. Características del Mercado Relevante	79
4. Evaluación del impacto de la concentración económica sobre la estructura del mercado	83
5. Evaluación de las barreras a la entrada de nuevos competidores	84
6. Evaluación de las ganancias de eficiencia	86
7. Evaluación de la “defensa de empresa en quiebra”	87
VII. CONTRATOS ENTRE TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. Y FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC.	91
VIII. CONTRATOS DE NO COMPETENCIA.	92
IX. EL COMPROMISO ASUMIDO POR LAS PARTES	94
X. CONSIDERACIONES FINALES	97
XI. CONCLUSIÓN	98



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



Expte. N° S01:0174681/02 (Conc. N° 378) EM/SA-DO-MP

DICTAMEN CONCENT. N° 394 /04

10 SEP 2004 BUENOS AIRES.

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita por el Expediente N° S01:0174681/02 del Registro del Ex Ministerio de la Producción caratulado "PSH, FOX Y LIBERTY (C. 378) S/ NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156", consistente en el cambio de control de FOX SPORTS LATIN AMERICA, pasando de un control exclusivo por parte de INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC. a un control conjunto por parte de INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC., LIBERTY MEDIA CORPORATION y PSE HOLDINGS LLC., a través de la constitución de una sociedad denominada FOX PAN AMERICAN SPORTS, LLC. a la cual las partes efectuaron determinados aportes.

I. ANTECEDENTES DE LA OPERACION NOTIFICADA

1. El día 13 de febrero de 2002 los apoderados de LIBERTY MEDIA CORPORATION (en adelante "LIBERTY"), PSE HOLDINGS LLC (en adelante "PSH"), subsidiaria de HICKS, MUSE, TATE & FURST (en adelante "HMTF") e INTERNACIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC. (en adelante "FOX") se presentaron a esta Comisión Nacional a fin de solicitar una opinión consultiva en los términos del artículo 8° de la Ley N° 25.156.
2. Manifestaron que, con fecha 5 de febrero de 2002, concretaron una operación mediante la cual se formó una entidad de responsabilidad limitada bajo las leyes de Delaware, Estados Unidos de América, denominada FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC (en adelante "FPAS") en la que las afiliadas de las partes eran socios.



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

3. Informaron que la transacción no se encuentra específicamente dirigida al mercado argentino, sino principalmente a Latinoamérica y al mercado de habla hispana de EE.UU.
4. Expresaron que en relación al mercado argentino, el aporte de FOX consistiría mayoritariamente en créditos por ventas de programación y publicidad, activos fijos y decodificadores y sus contratos de programación con empresas argentinas de televisión por cable para la venta de la Señal Fox Sports.
5. Afirmaron que las tenencias accionarias iniciales en FPAS serían: PSH (51,5835%); FOX (37,8582%) y LIBERTY (10,5583%).
6. Señalaron que: i) PSH transferiría su participación directa del 50% en T&T SPORTS MARKETING LTDA (en adelante "T&T"), un aporte en efectivo y un compromiso adicional de aportar otra suma de dinero; ii) FOX transferiría activos de sus canales FOX SPORTS LATIN AMERICA LTD y FOX SPORTS WORLD ESPAÑOL, un aporte en efectivo y un compromiso de aportar una suma de dinero adicional y iii) LIBERTY aportaría dinero en efectivo.
7. Sostuvieron que el aporte de PSH de su participación del 50% en T&T no produciría un cambio en la naturaleza del control de esa sociedad, debido a que TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. (en adelante "TORNEOS") seguiría siendo titular del 50% restante del capital accionario.
8. Además, al adquirir el 50% de las acciones de T&T, FPAS negoció con esta última para convertirse en el nuevo comprador de derechos para la transmisión de la Copa Libertadores y la nueva Copa Panamericana.
9. Indicaron que LIBERTY o ACH (subsidiaria de HMTF) no incluirían en sus aportes las tenencias accionarias en TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. (en adelante "TORNEOS"), por lo que no se modificaría su estructura de control.
10. Asimismo, manifestaron que como parte de las obligaciones de PSH y sus afiliadas en la transacción, FPAS podría recibir: (i) a su opción, la cesión de pagos



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

recibidos en relación a títulos de deuda garantizados de PAN AMERICAN SPORTS NETWORK INTERNATIONAL o sus subsidiarias, y (ii) la cesión de derechos de transmisión de eventos de Fórmula 1.

11. Expusieron que la administración de FPAS sería llevada a cabo por un directorio conformado por 10 miembros, que cada parte tendría derecho a nombrar un director por cada 10% de las acciones emitidas de FPAS de las cuales resultare titular y que las decisiones de los accionistas y el directorio se adoptarían por voto de la mayoría, excepto en los casos expresamente establecidos en el Contrato de Operación.
12. Informaron que LIBERTY y PSH celebraron un “Acuerdo de Votación” a fin de votar sus acciones en FPAS en forma conjunta como un solo bloque. Es decir, (i) tanto PSH como LIBERTY deberían votar sus acciones en FPAS en la forma que acuerden en cada caso; y (ii) PSH y LIBERTY tendrían la capacidad de tomar decisiones en la asamblea o Directorio de FPAS sin la necesidad del voto de FOX, a menos que se requiera de mayorías agravadas en la votación, aclarando que el voto agravado no se requiere para aprobar el Presupuesto y Plan de Negocios de T&T, como consecuencia de lo cual FOX resultaría titular únicamente de derechos defensivos en lo que se refiere a dicho negocio.
13. Sostuvieron también que FOX y afiliadas a ésta y TORNEOS celebraron con FPAS determinados acuerdos, principalmente acuerdos de terciarización, relacionados con la República Argentina a saber: (i) Contratos de Venta de Publicidad y Programación con TORNEOS, (ii) Contrato de Provisión de Programación con FOX, (iii) Contrato de Producción y Servicios Técnicos con TORNEOS, (iv) Contrato de Licencia de la marca FOX SPORTS y (v) Contrato de Prestación de Servicios Corporativos con TORNEOS
14. El día 20 de febrero de 2002 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que hasta tanto no se constituyera domicilio y se acreditaran todas las personerías invocadas no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.



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

15. Con fecha 27 de febrero de 2002, el apoderado de PSH dio cumplimiento a lo solicitado.
16. El día 28 de febrero de 2002, esta Comisión Nacional hizo saber a los presentantes que hasta tanto el representante de FOX acreditara la personería invocada no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
17. El día 4 de marzo de 2002, el apoderado de FOX acreditó la personería invocada en su presentación, dando cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional con fecha 20 de febrero.
18. El día 5 de marzo de 2002 esta Comisión Nacional solicitó a los presentantes cierta información a fin de efectuar el análisis de la opinión consultada.
19. El día 3 de abril de 2002 esta CNDC hizo saber a los presentantes que, atento al tiempo transcurrido sin haber dado cumplimiento al requerimiento de fecha 5 de marzo de 2002, y en el caso de no responder a lo solicitado antes del día 19 de abril de 2002, aplicaría lo dispuesto en el Punto VI de la Resolución SDCyC N° 40/01.
20. El día 23 de abril de 2002 las partes contestaron parcialmente el requerimiento formulado en el punto 19 del presente.
21. Con fecha 26 de abril de 2002 esta Comisión Nacional hizo saber a los presentantes que no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo solicitado.
22. Finalmente, con fecha 6 de mayo de 2002, las partes respondieron el requerimiento de esta Comisión Nacional.
23. Luego de analizar la operación traída a consulta, esta Comisión Nacional entendió que la misma, conforme a lo informado por los consultantes, no encuadraba en el artículo 10 inciso e) de la Ley N° 25.156.



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

24. En consecuencia, mediante Resolución de fecha 30 de mayo de 2002 (Opinión Consultiva N° 161 – Ref. OPI N° 47), esta Comisión Nacional hizo saber a las presentantes, con fecha 5 de junio de 2002, que la operación traída a consulta se encontraba sujeta al régimen de notificación obligatoria previsto en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
25. El día 5 de junio de 2002, el apoderado de FOX efectuó una presentación a fin de que esta Comisión Nacional considerara la valuación de los activos aportados por su representada, a través de su sucursal en Argentina, denominada FOX SPORTS LATIN AMERICA S.A.
26. En la misma presentación del día 5 de junio de 2002 el apoderado de FOX, aportó, en subsidio, el Formulario F1 de Notificación para el caso de que esta Comisión Nacional decidiera no modificar lo resuelto en la Opinión Consultiva N° 161.
27. El día 6 de junio de 2002, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional manifestando presentar el Formulario F1 de notificación en forma subsidiaria atento a que aportaría mayor información que tornaría inaplicables los conceptos vertidos en la Opinión Consultiva N° 161.
28. Con fecha 6 de junio de 2002 el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional aportando información adicional y adjuntando el Formulario F1 de Notificación, en subsidio, para el caso de que esta Comisión Nacional decidiera no modificar lo resuelto en la Opinión Consultiva referida.
29. El día 7 de junio de 2002 el apoderado de LIBERTY efectuó una nueva presentación ante esta Comisión Nacional ampliando su presentación del día 6 de junio.
30. Con fecha 24 de junio de 2002 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional con el objeto de ampliar la presentación efectuada el día 5 de junio de 2002 en relación a la Opinión Consultiva CNDC N° 161/02.



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

31. El día 24 de julio de 2002 esta Comisión Nacional intimó a LIBERTY a presentar en debida forma el Formulario F1 de notificación presentado de acuerdo a lo informado en el Punto 26 supra, bajo apercibimiento de tener la operación por no notificada, con aplicación de lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley N° 25.156.
32. El día 25 de julio de 2002, esta Comisión Nacional notificó el decisorio referido en el Punto 24 a las empresas PSH y FOX.
33. Con fecha 30 de julio de 2002 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación a fin de que esta Comisión Nacional modificara lo resuelto en la Opinión Consultiva N° 161, interponiendo el Recurso de Reposición en los términos del artículo 446 y ss. del CPPN. Asimismo, en relación a la Resolución CNDC de fecha 24 de julio, planteó en subsidio el Recurso de Apelación en los términos del art. 449 y ss. del CPPN.
34. Sin perjuicio de lo explicado en el Punto anterior, con fecha 30 de julio de 2002 el apoderado de LIBERTY solicitó a esta Comisión Nacional un plazo de quince (15) días adicionales a fin de aportar mayor información sobre el Formulario F1 de Notificación y que informara a su representada los puntos que consideraba incompletos en relación a la presentación efectuada oportunamente.
35. Con fecha 31 de julio de 2002 el apoderado de FOX interpuso ante esta Comisión Nacional Recurso de Reposición y en subsidio Recurso de Apelación contra la Resolución CNDC de fecha 24 de julio y solicitó la modificación de la Opinión Consultiva N° 161 como consecuencia de la información adicional aportada.
36. Asimismo, con fecha 31 de julio de 2002 el apoderado de PSH interpuso ante esta Comisión Nacional Recurso de Reposición y en subsidio Recurso de Apelación contra la Resolución CNDC de fecha 24 de julio, solicitando la revocación de la Resolución referida.
37. El día 31 de julio de 2002 el apoderado de FOX solicitó a esta Comisión Nacional un plazo adicional de quince (15) días a fin de aportar mayor información sobre el



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

Formulario F1 de Notificación presentado y requirió aclaraciones sobre los puntos considerados incompletos por este organismo.

38. Con fecha 1 de agosto de 2002 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional aportando mayor información en relación al Formulario F1 presentado.
39. Con fecha 2 de agosto de 2002 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional aportando mayor información en relación al Formulario F1 de Notificación presentado.
40. Mediante Resolución CNDC de fecha 26 de agosto de 2002, a la cual cabe remitirse en honor a la brevedad, esta Comisión Nacional decidió no hacer lugar a los Recursos de Reposición y de Apelación interpuestos por LIBERTY, FOX y PSH y conceder un plazo de diez días adicionales de acuerdo a lo solicitado por LIBERTY y FOX, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 40/01. Las partes fueron debidamente notificadas con fecha 27 de agosto de 2002.
41. Con fecha 26 de agosto de 2002 el apoderado de LIBERTY presentó un escrito ante esta Comisión Nacional adjuntando copia de la notificación efectuada por su representada ante la Bolsa de Comercio de Buenos Aires el día 28 de junio de 2002, que da cuenta de la transferencia de acciones de LIBERTY en la sociedad anteriormente denominada LIBERTY ARGENTINA INC. (actualmente denominada VLG ARGENTINA, INC.), titular del 50% del capital accionario de CABLEVISION S.A.
42. El día 28 de agosto de 2002 el apoderado de PSE solicitó a esta Comisión Nacional le conceda un plazo adicional igual al que solicitaran LIBERTY y FOX, a fin de adecuarse a lo dispuesto en la Resolución N° 40/01.
43. Con fecha 29 de agosto de 2002 el apoderado de PSH presentó ante esta Comisión Nacional el Formulario F1 de notificación respecto de su representada sin perjuicio de mantener la solicitud de prórroga efectuada con fecha 28 de agosto.



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

44. Con fecha 4 de septiembre de 2002, esta Comisión Nacional hizo saber a PSH que, atento a lo resuelto en relación a LIBERTY y FOX el plazo para presentar el Formulario F1 de notificación en debida forma operaría el día 10 de septiembre.
45. Finalmente, y luego de numerosos requerimientos efectuados por esta Comisión Nacional y presentaciones efectuadas por las partes, el día 11 de septiembre de 2002 los apoderados de PSE, LIBERTY y FOX notificaron la operación de concentración económica que tramita por el expediente de referencia mediante la presentación de los Formularios F1 de Notificación aplicables a cada una de ellas, de acuerdo a lo dispuesto en la Resolución N° 40/01.

II. LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

1. La operación:

46. De acuerdo a lo informado por las partes, la operación notificada consiste en la formación de una sociedad de responsabilidad limitada, bajo las leyes de Delaware, EE.UU., denominada FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC cuyos accionistas son: (i) PSE HOLDINGS LLC una subsidiaria de HICKS, MUSE, TATE & FURST INCORPORATED (ii) INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC., a través de su subsidiaria FSI SPV INC. y (iii) LIBERTY FINANCE LLC, subsidiaria de LIBERTY MEDIA CORPORATION.
47. Como fuera mencionado, las partes acordaron que las tenencias accionarias iniciales en FPAS serían las siguientes: PSH (51,5835%), FOX (37,8582%) y LIBERTY (10,5583%).
48. En cuanto a los aportes: a) PSH transferiría su participación directa del 50% en T&T SPORTS MARKETING LTDA (en adelante "T&T"), un aporte en efectivo y un compromiso adicional de aportar otra suma de dinero, b) FOX transferiría activos de sus canales/acciones de determinadas sociedades FOX SPORTS LATIN AMERICA LTD y FOX SPORTS WORLD ESPAÑOL, un aporte en efectivo y un compromiso de aportar una suma de dinero adicional y c) LIBERTY aportaría



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

dinero en efectivo, comprometiéndose a aportar una suma de dinero en efectivo en el futuro.

49. En lo relacionado a FOX, las partes manifiestan que las participaciones aportadas consisten en el aporte del 100% del capital social de FSLA HOLDINGS, INC. titular a su vez de la totalidad del capital social de, entre otras, FOX SPORTS LATIN AMERICA LTD., cuyos activos en la República Argentina derivan principalmente de los “Contratos de Programación” suscriptos entre su sucursal argentina y clientes localizados en el país.
50. Específicamente, los activos en la República Argentina aportados por FOX a FPAS consisten esencialmente en (i) los contratos suscriptos con los operadores de cable por la provisión de la señal FOX SPORTS durante los años 2000 y 2001 y (ii) los decodificadores para la recepción de la señal FOX SPORTS por parte de dichos operadores de cable.
51. En virtud de los aportes referidos, se produciría un cambio en la estructura de control de FOX SPORTS LATIN AMERICA LTD., que pasaría de un control exclusivo por parte de FOX a un control conjunto por parte de FOX, LIBERTY y PSH.
52. Expresaron que ese cambio de control se instrumentaría mediante la conformación de la sociedad denominada FPAS y la firma del “Contrato de Operación” y de “Sindicación de Acciones entre LIBERTY y PSH”.
53. De acuerdo a lo informado a fs. 2 vta. y fs. 1029, la operación no ha incluido los aportes por parte de LIBERTY o ACH ACQUISITION CORPORATION, otra subsidiaria de HMTF, de sus tenencias accionarias en TORNEOS aunque manifestaron su intención de contribuir sus tenencias en TORNEOS a FPAS, en el futuro.
54. Indicaron que la administración de FPAS sería llevada a cabo por un Directorio, conformado inicialmente por diez miembros, designados por las partes en función de sus tenencias accionarias. Cada parte tendría derecho a designar un director



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

por cada 10% de las acciones emitidas de FPAS de las cuales resulte titular, redondeándose hacia arriba o hacia abajo del 10% más próximo, es decir que una participación del 15% sería redondeada al 10% y una participación del 15,01% sería redondeada al 20%.

55. Expresaron que el Directorio referido designaría un Presidente entre sus miembros que no tendría voto de desempate y que las decisiones de los accionistas y el Directorio se adoptarían por voto de la mayoría, con la excepción de la aprobación de los accionistas o del Directorio de los actos de FPAS o sus subsidiarias directas o indirectas, lo que requeriría de las mayorías especiales.
56. Asimismo, LIBERTY y PSH celebraron un “Acuerdo de Votación” a fin de votar sus acciones en FPAS en forma conjunta como un solo bloque.
57. En ese sentido, PSH y LIBERTY debían votar sus acciones en FPAS en la forma que acordaran en cada caso y tendrían la capacidad de tomar decisiones en la asamblea o Directorio de FPAS sin la necesidad del voto de FOX, a menos que se requiera de mayorías agravadas en la votación.
58. Informaron que las siguientes decisiones requerirían del voto unánime de los miembros de FPAS que tuvieran derecho a designar por lo menos un director: (i) la celebración o modificación sustancial de cualquier acuerdo o transacción con un miembro o parte relacionada de un miembro, con la excepción de acuerdos y transacciones celebrados en el curso ordinario de los negocios de FPAS en los términos que correspondiesen a negociaciones entre partes independientes; (ii) El cambio de auditores de FPAS a un estudio que no sea uno de los cinco mayores estudios de auditoría de los EE.UU.; (iii) la celebración de cualquier negocio fuera del negocio de programación deportiva en idioma castellano o portugués; (iv) el cambio de la temática deportiva de cualquier servicio provisto por FPAS; (v) la aprobación de cualquier recompra o cancelación de acciones de FPAS que no estuviese contemplada en los documentos de la Transacción y recompras proporcionales o cancelaciones de acciones o amortizaciones y cancelaciones de acciones como consecuencia del incumplimiento de alguna de las partes en sus



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

obligaciones de efectuar aportes obligatorios; (vi) cualquier acuerdo de FPAS para adoptar alguna de las decisiones anteriormente mencionadas.

59. Asimismo, las siguientes acciones requerirían de la aprobación de FOX en la medida que: a) FOX tenga derecho a designar por lo menos un director y b) LIBERTY y/o PSH tengan el derecho a designar la mayoría de los directores de FPAS: (i) modificar la fecha de cierre de ejercicio de FPAS o cualquier principio contable o impositivo sustancial aplicable al JOINT VENTURE, salvo que fuera requerido por Ley; (ii) designar o remover el “Miembro de Asuntos Impositivos”; (iv) a menos que FPAS resulte “rentable” en la fecha que un presupuesto anual sea sometido a aprobación, aprobación de dicho presupuesto anual y plan de negocios y cualquier desviación sustancial del mismo y el aporte anual de capital a ser realizado por FPAS a todas sus subsidiarias operativas, aclarando que a) no se requerirá de la aprobación de FOX en lo relacionado con el presupuesto o plan de negocios de T&T (y, eventualmente TORNEOS) o el presupuesto o plan de negocios de FPAS en la medida que los mismos se refieran exclusivamente a T&T y TORNEOS, hasta que se obtenga la autorización correspondiente de las autoridades argentinas en defensa de la competencia en relación con dichos derechos de voto por parte de FOX o las Partes determinen en forma razonable que no se requiere de dicha autorización; b) no se restringirá a los miembros de FPAS a hacer que las sumas que se acuerden aportar al JOINT VENTURE sean contribuidas a cualquiera de sus subsidiarias; (v) celebrar transacciones que no hayan sido presupuestadas en el presupuesto anual en vigencia y que incrementen los gastos totales para el año fiscal correspondiente a más del 8% de los gastos presupuestados para ese año; (vi) el otorgamiento de cualquier garantía, salvo por garantías contempladas en el presupuesto anual, en exceso de las garantías contempladas en el presupuesto anual de acuerdo a ciertos valores o incurridas en relación a operaciones que no requieren de otra forma de la aprobación de FOX y celebradas en términos comercialmente razonables con terceros no afiliados o incurridas con relación a determinados préstamos realizados por las partes; (vii) hasta tanto FPAS sea rentable, requerir activos o una participación en otra entidad por determinado valor, salvo por adquisiciones



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

contempladas en cualquier presupuesto anual que hayan sido aprobadas por las partes; (viii) establecer o modificar la política de distribución de FPAS y cualquier decisión de distribuir efectivo u otros activos que no sea efectuada de acuerdo con dicha política de distribución; (ix) provocar que FPAS disponga de cualquiera de sus activos a un valor justo del mercado mayor a determinado valor, excluyendo las ventas de inventario o derechos de programación realizadas en el curso ordinario de los negocios, o como se refleje en el presupuesto anual, o ventas no reflejadas en dicho presupuesto por un monto que no exceda el 8% de las ventas totales contempladas en el mismo; (x) transar cualquier disputa, litigio u otro procedimiento o condonar cualquier reclamo por encima de determinado valor, que FPAS tenga en otra parte; (xi) aportes de capital adicionales a aquellos previstos en el presupuesto anual, a menos que el precio bajo el cual las acciones sean emitidas de acuerdo a dicha contribución surja de una opinión experta independiente; (xii) la admisión de nuevos miembros de FPAS, salvo que las partes dispongan lo contrario; (xiii) cualquier acuerdo en FPAS para adoptar cualquiera de las acciones precedentes.

60. Por último, las siguientes acciones por parte de FPAS, o el ejercicio de FPAS de cualquier derecho para causar a sus subsidiarias directas o indirectas que adopten las siguientes acciones, requerirían de la aprobación de FOX, PSH y LIBERTY hasta tanto: (a) cualquiera de dichas partes tenga derecho a designar por lo menos un director en el Directorio y (b) LIBERTY y/o PSH tengan el derecho de designar la mayoría de los directores de FPAS: (i) realizar una fusión, venta, consolidación, reorganización, disolución, liquidación o similar transacción que involucre todos o sustancialmente la totalidad de los activos de FPAS, con la salvedad de fusiones, reorganizaciones o consolidaciones que involucren solamente a la misma, siempre que esta sea la sociedad sobreviviente en cualquiera de dichas fusiones, y sus subsidiarias que no involucren la adquisición de activos de o venta de activos a un tercero; (ii) cualquier acuerdo de FPAS para adoptar alguna de las acciones dispuestas más arriba.



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

61. Cabe mencionar que el día 16 de septiembre de 2003, los notificantes informaron a esta Comisión Nacional sobre modificaciones introducidas en el Contrato de Operación, en los Contratos de Servicios suscriptos con FOX y en los Contratos de Servicios suscriptos con TORNEOS, celebrados a los efectos de la operación bajo análisis.
62. En el Contrato de Operación celebrado con fecha 5 de febrero de 2002, se establecía cierta estructura de control de FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC (FPAS), y LIBERTY y el Grupo HTMF aportarían a FPAS las acciones en TORNEOS, de las que compañías vinculadas a ellas resultarían titulares.
63. En ese orden, HTMF y LIBERTY firmaron el contrato denominado “Contrato de Sindicación de Acciones entre PSH y LIBERTY”, por el cual se acordó votar conjuntamente en cuestiones relacionadas con FPAS a pesar de que, a la fecha de celebración, LIBERTY solo había aportado efectivo.
64. La cláusula 6ª del “Contrato de Sindicación de Acciones entre PSH y LIBERTY” expresamente disponía su terminación en caso de que el “Exchange Agreement” no llegara a concretarse.
65. Con fecha 28 de abril de 2003 las partes decidieron rescindir el “Exchange Agreement”. LIBERTY vendió a LAISUS CORPORATION el 14% de su capital social en TORNEOS, del que era indirectamente titular; y las partes reformularon el Contrato de Operación, resultando lo siguiente:
- a) Las participaciones accionarias iniciales en FPSA no variaron respecto de las ya informadas a esta Comisión Nacional, aunque se produjeron distintos préstamos realizados por las partes al Joint Venture, con opción a ser convertidos en participaciones de capital.
 - b) El Directorio de FPAS estaría compuesto por diez miembros, de los cuales PSH, FOX y LIBERTY tendrían derecho a designar cinco, tres y dos miembros respectivamente.



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

c) En todos los asuntos que no requieran alguna de las mayorías especiales establecidas en el Contrato de Operación, las decisiones serían adoptadas con el voto de la mayoría de los directores, es decir, conforme los acuerdos a los que lleguen PSH junto con FOX o LIBERTY en cada oportunidad.

d) Se amplía el número de cuestiones tratadas en el directorio o la asamblea para las que se necesita la aprobación de todas las partes que tengan derecho a designar al menos un director, con el objetivo de proteger la inversión de las partes.

66. Ya no se requeriría solo la aprobación de FOX en las cuestiones de protección de la inversión sino también la aprobación por parte de LIBERTY.

67. Para la aprobación del presupuesto anual de FPAS, su plan de negocios y desvíos de los mismos y para el aporte anual de capital a ser efectuado por FPAS a sus subsidiarias operativas, se requeriría ahora el 66,66% de los votos.

68. Asimismo, según lo informado, las modificaciones referidas indican que a partir de la fecha del Addendum al Contrato de Operación, para la aprobación de las principales cuestiones que hagan a la estrategia competitiva de FPAS, no se requerirá del voto de LIBERTY, ya que las participaciones de HTMF y FOX alcanzarían la mayoría requerida, no siendo así las de HTMF y LIBERTY o las de FOX y LIBERTY.

69. Por su parte, las partes informaron que se aumentó al 60% el porcentaje requerido para la aprobación de asuntos por la asamblea de accionistas. Es decir que no existe Acuerdo de Sindicación de Acciones entre ninguna de las partes para la toma de decisiones que no sean las que requieran mayorías especiales.

70. En relación al Addendum a los Contratos de Servicios con FOX y al Addendum a los Contratos de Servicios con TORNEOS, los notificantes indicaron que se estableció en ellos que en las sucesivas renovaciones contractuales de los distintos contratos de servicios, FPAS podría contratar a un tercero que preste servicios similares a FOX o TORNEOS en la medida que aquellos puedan prestar



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

sus servicios a un precio y condiciones más ventajosas para FPAS que las que ofrezca FOX o TORNEOS, según sea el caso.

71. El día 26 de mayo de 2003 el apoderado de LIBERTY informó que con fecha 25 de abril de 2003 LIBERTY PROGRAMMING ARGENTINA INC, sociedad controlada por LIBERTY MEDIA CORPORATION, transfirió a LAISUS CORPORATION S.A., una sociedad controlada indirectamente por el Sr. Luis Nofal, su participación accionaria en AyN ARGENTINA HOLDINGS LLC. y a AyN ARGENTINA LLC.
72. En su presentación manifestó que el Contrato celebrado a los fines de la operación contenía una cláusula la cual señalaba la existencia de un préstamo pendiente de efectivización por parte de una afiliada de la vendedora a FOX PAN AMERICAN SPORTS, LLC y otorgaba a las partes la posibilidad de rescindirlo en el caso de que la mayoría del referido préstamo no fuese desembolsado en el término de tres días contados desde la fecha de cierre de dicho contrato.
73. Por último expresó que la inserción de esta cláusula en el contrato obedeció a que la vendedora decidió desprenderse de su participación accionaria en AyN ARGENTINA HOLDINGS LLC y AyN ARGENTINA LLC con el fin de obtener fondos para efectuar el mencionado préstamo a FPAS y decidió reservarse la posibilidad de rescindir el contrato para el caso en que dicho préstamo no fuese finalmente otorgado. El préstamo se realizó dentro del plazo estipulado en el contrato, por lo que la transferencia accionaria quedó firme y tal facultad rescisoria sin efecto.
74. Es dable destacar que el día 27 de febrero de 2004, las empresas notificantes efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional informando que habían resuelto modificar la estructura de FPAS respecto de la explotación de la señal FOX SPORTS en nuestro país, de manera tal que toda resolución relativa a la comercialización de la mencionada señal en nuestro país sería adoptada exclusivamente por FOX, obligándose los demás accionistas a votar en el sentido indicado por esta compañía.



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

75. En ese sentido manifestaron su entendimiento de que la estructura de control vigente a la fecha, que prevé un control conjunto por parte de los accionistas de PSH y FOX para las cuestiones de estrategia competitiva de FPAS, se vería modificada respecto de la conducción de los negocios en Argentina, quedando FOX como controlante exclusivo de la explotación de la Señal FOX SPORTS, salvo en lo que respecta a las cuestiones que no hagan a la estrategia competitiva de FPAS o sus subsidiarias en la Argentina, tales como disolución, cambio de objeto, venta de sustancialmente todos los activos entre otros, decisiones, estas últimas vinculadas a la protección de la inversión de los tres accionistas y que siempre requirieron de su aprobación.

76. Asimismo, informaron que las partes resolvieron modificar el contrato celebrado con fecha 5 de febrero de 2002 entre TORNEOS y FPAS, denominado "TyC Affiliate Sales Agreements", en lo que respecta a la Argentina, a fin de prescindir de los servicios de agencia prestados por TORNEOS en nuestro país.

77. En ese sentido manifestaron que las tareas de marketing y comercialización de la señal FOX SPORTS, a partir del día 1 de enero de 2004 son desarrolladas en forma íntegra y directa por FOX SPORTS LATIN AMERICA S.A., una subsidiaria de FPAS.

78. Como consecuencia de lo anteriormente descripto, las partes sostuvieron que:

i) FOX, seguirá siendo la única parte controlante de la Señal FOX SPORTS, como lo era con anterioridad a la formación de FPAS.

ii) Que PSH y LIBERTY no tendrán ningún tipo de control o influencia sustancial en el desarrollo de los negocios de FPAS en la Argentina.

iii) Que la transferencia de control determinada en la Opinión Consultiva CNDC N° 161 no tendrá lugar.

79. Con fecha 23 de julio de 2004 las partes informaron a esta CNDC que las sociedades vinculadas al Grupo HMTF y LIBERTY se encontraban en un proceso



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

de negociación de acuerdos a fin de implementar un intercambio con relación a las tenencias accionarias que cada uno de ellos posee en FPAS y en TORNEOS (Fs. 3049 y ss.).

80. En virtud de lo expuesto, (i) HMTF transferirá a LIBERTY el 20% del capital social que posee en TORNEOS y (ii) LIBERTY transferirá a HMTF la participación accionaria que posee en FPAS, representativa del 10,5583% del capital social de esta compañía.

81. Las partes informaron también que HMTF y LIBERTY harán implementar la extinción de los acuerdos de no-competir celebrados entre los Sres. Carlos Avila y Luis Nofal frente a los accionistas que permanecen en FPAS, teniendo en cuenta, sin embargo, que estos acuerdos de no competir mantendrán su vigencia con respecto a sus otras partes.

82. Como consecuencia de lo descripto precedentemente el capital social de FPAS quedará compuesto de la siguiente manera: (i) HMTF (62,1418%) e FOX (37,8582%).

83. Y el capital social de TORNEOS estará distribuido en manos de: (i) LIBERTY (60%), (ii) GRUPO TELEFONICA (20%), (iii) AyN ARGENTINA LLC. (19,99%) y (iv) AVILA INVERSORA S.A. (1 acción).

2. Actividad de las partes:

84. PSE HOLDINGS LLC (PSH) es una sociedad constituida conforme las leyes de Delaware, EE.UU., controlada en su totalidad por PAN AMERICAN SPORTS HOLDINGS LTD. y afiliada al Grupo HICKS, MUSE, TATE & FURST (HMTF), cuyo objeto consiste en invertir en sociedades dedicadas a la emisión de programas televisivos.

85. Cabe mencionar que HMTF es titular en forma indirecta del 50% del capital social de CABLEVISION S.A.



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

86. PSH es controlante en nuestro país de TELEDIGITAL CABLE S.A. (en adelante “TELEDIGITAL”), una sociedad que ofrece el servicio de televisión por suscripción en cada una de las localidades donde opera y localidades aledañas.
87. A su vez, TELEDIGITAL controla a las siguientes sociedades dedicadas también a brindar el servicio de televisión por suscripción: (i) ADELIA MARIA CABLE COLOR S.A., (ii) CABLE VIDEO LAGUNA PAIVA S.A., (iii) CABLE VISION DEL COMAHUE S.A., (iv) CABLEVISION LAS PERDICES S.A., (v) CHOS MALAL VIDEO CABLE S.A., (vi) COLON CABLE COLOR S.A., (vii) IMAGEN GENERAL CABRERA S.A., (viii) IVC S.A., (ix) KTV S.A., (x) LABOULAYE TELEVISORA COLOR S.A., (xi) LAS HERAS TELEVISION S.A., (xii) LIBRES CABLE COLOR S.A., (xiii) MERCEDES CABLE VISION S.A., (xiv) MONTES DE OCA CABLE COLOR S.A., (xv) PAMPA TV S.A., (xvi) PATAGONIA TELEVISORA COLOR S.A., (xvii) RCC S.A., (xviii) REVICO S.A., (xix) SAN CARLOS VISION S.A., (xx) SISTEMA REGIONAL DE TELEVISION S.A., (xxi) SUAREZ VIDEO S.A., (xxii) TELECABLE PEREZ S.A., (xxiii) TELEVISION PRIVADA S.A., (xxiv) TELEVISORA CAPITAN SARMIENTO S.A., (xxv) TELEVOX VIDEO CABLE S.A., (xxvi) TV IMAGEN S.A., (xxvii) TV INTERACTIVA S.A., (xxviii) VIDEO CABLE REPETIDORA S.A.
88. INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC (FOX), es una sociedad constituida en Delaware, EE.UU., dedicada a la operación y comercialización de programación televisiva y controlada por FOX REGIONAL SPORTS HOLDINGS INC., perteneciente al grupo australiano denominado THE NEWS CORPORATION LTD.
89. En nuestro país, THE NEWS CORPORATION LTD. es titular, en forma indirecta, a través de FOX ENTERTAINMENT GROUP INC., de la firma FOX FILM DE ARGENTINA S.A., una sociedad que se dedica a la comercialización de películas para ser proyectadas en salas de cine, y que a su vez se encuentra controlada de manera directa por TWENTIETH CENTURY FOX INTERNATIONAL CORPORATION.



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

90. FOX, en nuestro país, es titular del 99,97% de FOX LATIN AMERICAN CHANNEL S.R.L. (en adelante “FLAC”), una sociedad que se dedica a la producción y comercialización de espectáculos artísticos a ser emitidos a través de radiodifusión y/o televisión abierta, cerrada o por cable y que en nuestro país comercializa las Señales CANAL FOX (canal de entretenimiento general) y NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL (que transmite documentales y series relacionadas con exploración, aventura, cultura-ciencia y fenómenos naturales).
91. LIBERTY MEDIA CORPORATION (LIBERTY), es una sociedad constituida bajo las leyes de Delaware, que tiene por actividad principal la comercialización de programación televisiva, comunicaciones, tecnología e Internet, ya sea en forma directa o a través de distintas empresas en las que tiene participación.
92. Sus principales accionistas son: AXA, GARY MAGNESS, KIM MAGNESS, SUCESION DE BOB MAGNESS, MAGNESS SECURITIES, LLC y JOHN C. MALONE.
93. LIBERTY, en nuestro país, a través de LIBERTY LATIN PROGRAMMING LTD., una sociedad constituida en las Islas Cayman, es controlante de PRAMER SCA (PRAMER), quien distribuye por vía satelital distintas señales televisivas para su emisión por los prestadores del servicio de televisión por suscripción, como América Sports, y comercializa espacios publicitarios en algunas de ellas.
94. Las señales comercializadas y distribuidas por PRAMER en nuestro país son:
Señales propias: Canal (á), de arte y espectáculos, elgourmet.com (cocina), Europa-Europa (cine europeo), Magic Kids (infantil), Film&Arts (espectáculos artísticos, cultura y eventos especiales), Plus Satelital (entretencimientos y variedades), Política y Economía (política y economía) y América Sports (deportes); Señales representadas: Básicas: Hallmark (cine y miniserias), Usa Network (cine y entretenimientos), América Satelital (programación de televisión abierta – América TV), Canal 9 (programación de televisión abierta – Canal 9), Utilisima (mujer), Telemúsica (música), Music 21 (música), CVN (noticias), Formar (educación), TV Chile (programación de televisión abierta – TV Chile),



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

Cosmopolitan (mujer), MusicCountry (música), Sólo Tango (música) y The Weather Channel (meteorología- sólo posee la representación para la comercialización de espacios publicitarios) y Codificadas: Goldvision (adultos) y Bluevision (adultos).

95. Además, PRAMER produce, en forma directa o a través de terceros, la programación de las Señales “Canal (á)” y “elgourmet.com”.

96. Asimismo, LIBERTY tiene una participación indirecta el 49,8% en DISCOVERY COMMUNICATIONS, INC. una sociedad dedicada a la comercialización de las señales televisivas Discovery Channel, Discovery Kids, Discovery Travel and Adventure, Discovery Health Channel, People & Arts y Animal Planet.

97. LIBERTY es también titular del 40% del capital social de TORNEOS, una sociedad constituida en la República Argentina, que produce y emite programas y eventos deportivos para radio y televisión abierta y por suscripción, adquiere y comercializa derechos de transmisión, y organiza eventos y espectáculos deportivos y ofertas de productos relacionados con estas actividades.

98. TORNEOS posee participaciones accionarias en: (i): AVILACAB S.A. (99%), una sociedad que realiza actividades financieras, de inversión, edición, distribución y venta de periódicos, revistas y video; (ii) LA IGUANA S.A., (99,975%), dedicada a la explotación ganadera, agrícola y forestal, (iii) TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. (en adelante “TSC”) (50%), que tiene por actividad la explotación de derechos de transmisión televisiva de eventos deportivos, (iv) TELE RED IMAGEN S.A. (en adelante “TRISA”) (50%), que produce y explota eventos deportivos, agencia de publicidad, operaciones financieras y de inversión; (v) TELE NET IMAGE CORP. (40%), (vi) SOUTH AMERICAN SPORTS S.A. (99%) que se dedica a la organización y producción de espectáculos deportivos, (vii) I&M ESTRATEGIA CORPORATIVA S.A. (80%), dedicada a la prestación de servicios de consultoría empresarial; (viii) TyC ENTERTAINMENT S.A. (0,003%), que comercializa y distribuye artículos deportivos, indumentaria, gestiones de negocios y administración de bienes vinculados a la actividad; (ix) SOBRE GOLF S.A.



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

(50%), (x) TyC MINOR S.A. (99,99%) que desarrolla y opera sitios de Internet, (xi) THEME BAR MANAGEMENT INC. (25,5%), sociedad holding, (xii) CIBERMATICA CORPORATION (5%), (xiii) RED CELESTE Y BLANCA S.A. (98,76%) y (xiv) T&T SPORTS MARKETING LTD. (50%), organización y producción de espectáculos deportivos.

99. A través de sus sociedades controladas y vinculadas, TORNEOS realiza las siguientes actividades: (i) a través de TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. (en adelante "TSC") explota los derechos de transmisión de todos los partidos de fútbol de los días viernes, sábados y domingos, (ii) a través de TELE RED IMAGEN S.A. (en adelante "TRISA") comercializa los derechos y publicidad para sus contenidos en el cable y la programación deportiva de ARTEAR.

100. La Señal TyC SPORTS, perteneciente a TRISA, realiza la emisión de programas de producción propia transmitiendo eventos en vivo, nacionales e internacionales de variados deportes tales como fútbol, basquet, handball, box, hipismo entre otros.

101. A su vez, TRISA es propietaria de PUBLIESTADIOS S.A., empresa que comercializa publicidad y propaganda estática en los estadios y de SUPREME TICKET S.A., una sociedad dedicada a la comercialización de entradas para espectáculos y control de acceso a estadios.

102. Asociada al Grupo Clarín, TORNEOS tiene a su cargo los derechos de transmisión de la LIGA ARGENTINA DE BASQUET, FEDERACION ARGENTINA DE BOX y cuatro de las principales categorías de automovilismo del país a saber: Turismo Carretera, TC 2000, Top Race y Turismo Nacional junto a los derechos de transmisión y partidos de tenis, volley, hockey sobre hielo y patines, deportes de invierno, equitación y otros deportes.

103. A través de T&T, TORNEOS es la organizadora del Torneo denominado "Copa Sudamericana", y posee los derechos de transmisión de la Copa Libertadores de América.



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

104. A través de SOUTH AMERICAN SPORTS S.A., TORNEOS es la organizadora de los torneos de verano disputados en las distintas ciudades del interior del país.
105. A través de RED CELESTE Y BLANCA S.A., TORNEOS es la operadora de la licencia de la onda de radio AM 910, que ofrece 24 horas de deportes y noticias.
106. A través de TyC ENTERTAINMENT S.A., TORNEOS es la empresa que desarrolla y comercializa productos y licencias de los distintos equipos de fútbol, programas y marcas de TORNEOS y la comercialización minorista de artículos deportivos.
107. A través de TyC CAFÉ S.A., TORNEOS es la administradora de un bar temático en el complejo Village Recoleta, en la ciudad de Buenos Aires, que opera bajo el nombre “Locos por el Fútbol”, el cual funciona como confitería, restaurante y centro de esparcimiento y diversión.
108. A través de AVILACAB S.A., TORNEOS es la editora de la revista “El Gráfico”, revista de publicación mensual que incluye análisis, reportajes, opiniones y actualidad deportiva nacional e internacional, de la revista “Golf Digest”, dedicada a los aficionados del golf, y a través del Grupo H S.A. de la revista “La Primera”, semanario dedicado a temas políticos y de actualidad.
109. En la actualidad TORNEOS produce contenidos de programación para la Señal FOX SPORTS y contenidos para otras señales televisivas tanto abiertas como por suscripción (América 2, Arter, Telefe, TyC SPORTS y TyC MAX). Cabe mencionar que TSC y TRISA comercializan las Señales TyC SPORTS y TyC MAX y que TORNEOS comercializa la publicidad de la Señal FOX SPORTS.
110. HICKS, MUSE, TATE & FURST INCORPORATED (HMTF), es una sociedad que crea diferentes fondos de inversión utilizando como vehículo diversas sociedades y actúa como gerente de cada fondo que constituye dirigiendo las inversiones en representación de sus accionistas.



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

111. A través de los distintos fondos en los que actúa, HMTF posee participaciones accionarias en CLAXSON (30%), CABLEVISION (50%) y FPAS (51,43%).

III. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

112. Las empresas involucradas notificaron la operación de concentración económica de acuerdo al plazo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.

113. La operación notificada configura una toma de control en los términos del artículo 6° inciso c) de la Ley de la materia.

114. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas involucradas supera el umbral establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por las excepciones previstas en dicha norma.

IV. PROCEDIMIENTO

115. Como fuera señalado, con fecha 11 de septiembre de 2002, LIBERTY, FOX y PSH notificaron la operación de concentración económica objeto del presente análisis. (Fs. 122/420).

116. Tras analizar la información suministrada, con fecha 19 de septiembre de 2002, esta Comisión Nacional efectuó observaciones al Formulario F1 de notificación presentado por las partes. (Fs. 421/425, Fs. 427/429 y Fs. 432/434).

117. Con fechas 9, 11, 21 y 22 de octubre de 2002 el apoderado de LIBERTY contestó parcialmente lo solicitado con fecha 19 de septiembre. (Fs. 437/713 y Fs. 716/920 y fs. 938).

118. Con fecha 24 de octubre de 2002 el Presidente de la Sala III de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal hizo saber a esta Comisión Nacional lo resuelto en los autos N° 8778/02 caratulados "PSH Y OTRO S/ recurso de queja", confirmando lo sostenido por esta Comisión Nacional y desestimando el Recurso de Queja presentado por LIBERTY contra la Resolución



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

del día 26 de agosto de 2002 que no hizo lugar al Recurso de Apelación interpuesto en subsidio contra la decisión CNDC de fecha 21 de junio de 2002. (Fs. 921/925). Esta Comisión Nacional notificó a las partes lo dispuesto por la Cámara referida con fecha 4 de noviembre de 2002. (Fs. 940/942).

119. El día 28 de octubre de 2002 el apoderado de PSH contestó parcialmente lo solicitado por esta Comisión Nacional con fecha 19 de septiembre de 2002. (Fs. 926/929).
120. Con fecha 31 de octubre de 2002, el apoderado de FOX contestó parcialmente el requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional el día 19 de septiembre de 2002. (Fs. 930/933).
121. El día 30 de octubre de 2002, esta Comisión Nacional elevó al Ex Secretario de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor un Memorándum adjuntando copia de lo resuelto por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal en los autos N° 8778/02.
122. Atento al tiempo transcurrido sin completar la información requerida el día 19 de septiembre de 2002, con fecha 1 de noviembre esta Comisión Nacional intimó a los notificantes a responder en su totalidad las observaciones efectuadas, en el plazo de cinco días, bajo apercibimiento de tener la operación por no notificada con aplicación de lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley N° 25.156. (Fs. 934 y fs. 935/937).
123. Con fecha 5 de noviembre de 2002 las partes efectuaron una presentación conjunta respondiendo parcialmente lo solicitado por esta Comisión Nacional con fecha 19 de septiembre de 2002. (Fs. 955/1016).
124. El día 11 de noviembre de 2002 el Presidente de la Sala III de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, hizo saber a esta Comisión Nacional lo resuelto con fecha 8 de octubre de 2002 en los autos N° 8778/02 caratulados "PSH Y OTRO S/ recurso de queja", confirmando lo sostenido por esta Comisión Nacional y desestimando el Recurso de Queja presentado por



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

- PSH contra la Resolución del día 26 de agosto de 2002 que no hizo lugar al Recurso de Apelación interpuesto en subsidio contra la decisión CNDC de fecha 21 de junio de 2002. (Fs. 1017/1021).
125. El día 8 de noviembre de 2002 las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada con fecha 19 de septiembre de 2002. (Fs. 1028/1059 y fs. 1060/1076).
126. Con fecha 14 de noviembre de 2002 esta Comisión Nacional notificó nuevas observaciones a los notificantes. (Fs. 1022/1027 y fs. 1077/1078).
127. El día 29 de noviembre de 2002 los apoderados de LIBERTY y FOX respondieron parcialmente el requerimiento formulado el día 14 de noviembre. (Fs. 1080 y fs. 1082/1084).
128. Con fecha 4 de diciembre de 2002 el apoderado de FOX respondió parcialmente lo solicitado por esta Comisión Nacional el día 14 de noviembre. (Fs. 1085/1088).
129. Con fecha 17 de diciembre de 2002 el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional respondiendo parcialmente el requerimiento efectuado el día 14 de noviembre. (Fs. 1089/1094).
130. El día 17 de diciembre de 2002 esta Comisión Nacional tuvo por cumplido el Formulario F1 de notificación presentado por las empresas notificantes. (Fs. 1095).
131. Con fecha 19 de diciembre de 2002, esta Comisión Nacional solicitó a las partes la presentación del Formulario F2 de notificación. (Fs. 1095/1098).
132. El día 31 de enero de 2003 el apoderado de PSH presentó el Formulario F2 de notificación requerido. (Fs. 1099/1127).
133. El día 5 de febrero de 2003 el apoderado de FOX presentó el Formulario F2 de notificación solicitado el día 19 de diciembre de 2002. (Fs. 1128/1157).



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

134. Con fecha 6 de febrero de 2003 el apoderado de LIBERTY presentó el Formulario F2 de notificación requerido por esta Comisión Nacional el día 19 de diciembre de 2002. (Fs. 1160/1193).
135. Tras analizar los Formularios F2 presentados por las partes, con fecha 13 de febrero de 2003 esta Comisión Nacional ordenó efectuar observaciones a los mismos. (Fs. 1194/1195). Las partes fueron notificadas con fecha 17 de febrero de 2003. (Fs. 1198/1203).
136. Con fecha 28 de febrero de 2003 el Presidente de la Sala III de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal hizo saber a esta Comisión Nacional lo resuelto el día 17 de diciembre de 2002 en los autos N° 8777/02 caratulados “PSH Y OTRO S/ recurso de queja”, desestimando el recurso presentado por FOX en estas actuaciones. (Fs.1206/1209).
137. El día 3 de marzo de 2003 el apoderado de LIBERTY dio respuesta en relación a lo ordenado a fs. 1194/1195 (Fs. 1213/1219), haciéndolo por su parte el día 14 de marzo de 2003 el apoderado de PSH y el día 3 de abril de 2003 el apoderado de FOX. (Fs. 1221/1225).
138. Tras analizar la información presentada, esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones con fecha 11 de abril de 2003. (Fs. 1238/1245).
139. El día 8 de mayo de 2003 el apoderado de PSH respondió en el marco de lo solicitado por esta Comisión Nacional. (Fs. 1264/1267).
140. El día 12 de mayo de 2003 los apoderados de LIBERTY, PSH y FOX efectuaron una presentación conjunta ante esta Comisión Nacional manifestando que el día 28 de abril de 2003 las partes firmaron un “Acuerdo de Rescisión” en relación con ciertos contratos los cuales, no habían producido efectos a la fecha y que en virtud de la rescisión mencionada, ni LIBERTY ni el Sr. Luis Nofal aportarían a FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC sus tenencias accionarias en TORNEOS cuya estructura de control continuaría inalterada. (Fs. 1271/1272).



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

141. El día 26 de mayo de 2003 el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a su presentación de fecha 8 de mayo.(Fs. 1273/1275).
142. Con fecha 26 de mayo de 2003 el apoderado de FOX realizó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo solicitado con fecha 11 de abril. (Fs. 1279/1280).
143. El día 26 de mayo de 2003 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación en relación a lo requerido por esta Comisión Nacional, informando que con fecha 25 de abril de 2003 LIBERTY PROGRAMMING ARGENTINA INC, sociedad controlada por LIBERTY MEDIA CORPORATION, había transferido a LAISUS CORPORATION S.A., una sociedad controlada indirectamente por el Sr. Luis Nofal, su participación accionaria en AyN ARGENTINA HOLDINGS LLC. y a AyN ARGENTINA LLC. (Fs. 1281/1282).
144. El día 28 de mayo de 2003 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación al requerimiento del fecha 11 de abril. (Fs. 1283/1295).
145. Tras evaluar la información brindada por las partes, con fecha 6 de junio de 2003, esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones. (Fs. 1296/1304).
146. En virtud de las facultades establecidas por el artículo 24, inciso b) de la Ley N° 25.156, y con la finalidad de recabar información útil para el análisis de la operación de concentración económica notificada, esta Comisión Nacional celebró audiencias con representantes de: ESPN SUR S.R.L. (Fs. 1339, Fs. 1358/1361, Fs. 1452 y Fs. 1487/1491), ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. (ARTEAR) (Fs. 1340/1342), ESTRELLAS PRODUCCIONES S.A. (Fs. 1348 y Fs. 1447/1450), RECORDVISION S.A. (Fs. 1349/1351), BLANQUICELESTE S.A. (Fs. 1352/1353), TELEVISION FEDERAL S.A. (EX PRODUCTORA FEDERAL S.A.) (Fs. 1362/1364), TELECENTRO S.A. (Fs. 1365/1373), RED INTERCABLE S.A.. (Fs. 1375/1379), DIALOGO PUBLICIDAD S.A. (Fs. 1826/828), AGULLA Y BACCETTI S.A. (Fs. 1864/1871), YOUNG & RUBICAM S.A., INITIATIVE MEDIA S.A. (Fs.



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

1829/1852), MEDIA PLANNING ARGENTINA S.A. (Fs. 2029/2033), TELEVISION SATELITAL CODIFICADA, (Fs. 2038/2042) TELE RED IMAGEN S.A. (Fs. 2091/2094), TELEFONICA MEDIA ARGENTINA S.A. (Fs. 2090), FOX SPORTS LATIN AMERICA S.A. (Fs. 2962/2967), FOX SPORTS LATIN AMERICA S.A. (Fs. 2977/2979), FOX SPORTS PAN AMERICAN S.A. (Fs. 3002/3003) y TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. (Fs. 3011/3019).

147. Con fecha 10 de junio de 2003 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1316/1321).
148. El día 11 de junio de 2003 el apoderado de LIBERTY contestó parcialmente el requerimiento solicitado el día 6 de junio. (Fs. 1324/1328).
149. Con fecha 12 de junio de 2003 el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional manifestando que las participaciones del grupo HMTF no habían variado en las empresas relacionadas con la operación notificada. (Fs. 1329/1330).
150. El día 25 de junio de 2003 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo solicitado con fecha 11 de junio. (Fs. 1331/1333).
151. Tras analizar la información presentada por las partes con fechas 11 de junio, 12 de junio, y 25 de junio de 2003, esta Comisión Nacional efectuó observaciones el día 2 de julio de 2003. (Fs. 1334/1338 y fs. 1345/1346).
152. El día 4 de julio de 2003 el apoderado de LIBERTY dio cumplimiento a lo solicitado con fecha 2 de julio de 2003. (Fs. 1381/1382).
153. El día 8 de julio de 2003 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1383/1384).
154. El día 11 de julio de 2003 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1385/1386).



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

155. El día 15 de julio de 2003 el apoderado de FOX contestó el requerimiento efectuado con fecha 2 de julio. (Fs. 1389/1392).
156. Con fecha 15 de julio de 2003 el apoderado de PSH contestó el requerimiento efectuado con fecha 2 de julio. (Fs. 1393/1394).
157. El día 15 de julio de 2003 esta Comisión Nacional dio por cumplido el Formulario F2 de notificación presentado por las partes. (Fs.1394).
158. El día 31 de julio de 2003 esta Comisión Nacional, ordenó requerir a los notificantes cierta información en el marco del Formulario F3. (Fs. 1453/1455). Las partes fueron notificadas de lo resuelto con fecha 4 de agosto de 2003. (Fs. 1456/1464).
159. Con fecha 13 de agosto de 2003 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo solicitado. (Fs. 1468/1469).
160. El día 16 de septiembre de 2003 el apoderado de FOX contestó parcialmente lo solicitado por esta Comisión con fecha 4 de agosto de 2003. (Fs. 1492/1506).
161. El día 16 de septiembre de 2003 los apoderados de FOX, LIBERTY y PSH efectuaron una presentación conjunta ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1507/1717).
162. El día 25 de septiembre de 2003 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional respondiendo parcialmente lo solicitado a fs. 1453/1455. (Fs. 1718/1721).
163. Con fecha 3 de octubre de 2003, el apoderado de LIBERTY contestó parcialmente lo solicitado a fs. 1453/1455. (Fs. 1723/1725).
164. El día 7 de octubre de 2003 el apoderado de PSH contestó parcialmente lo solicitado a fs. 1453/1455. (Fs. 1727/1729).



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

165. Con fecha 7 de octubre de 2003 el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1730/1732).
166. El día 6 de octubre de 2003 la apoderada de TELECENTRO S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional aportando información adicional al testimonio brindado en la audiencia del día 8 de julio de 2003. (Fs. 1733/1740).
167. El día 8 de octubre de 2003, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1741/1742).
168. Con fecha 8 de octubre de 2003 los apoderados de LIBERTY y FOX efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo ordenado a fs. 1453/1455. (Fs. 1743/1749).
169. El día 9 de octubre de 2003 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación al requerimiento de fs. 1453/1455. (Fs. 1751/1752).
170. Con fecha 16 de octubre de 2003, el apoderado de SUPERCANAL HOLDING S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a la operación bajo análisis en el presente expediente. (Fs. 1753/1764).
171. El día 17 de octubre de 2003, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo informado con fecha 3 de octubre de 2003. (Fs. 1768/1769).
172. El día 21 de octubre de 2003, el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo informado con fecha 9 de octubre de 2003. (Fs. 1770/1771).
173. El día 21 de octubre de 2003, los apoderados de LIBERTY y FOX efectuaron una presentación en relación a lo informado el día 9 de octubre de 2003. (Fs. 1772/1774).



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

174. El día 22 de octubre de 2003, los apoderados de FOX y LIBERTY efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo solicitado a fs. 1453/1455 y adjuntaron un resumen no confidencial respecto del cual habían solicitado confidencialidad. (Fs. 1775/1778).
175. Tras analizar el resumen presentado esta Comisión Nacional entendió que el mismo resultaba insuficiente, por lo que solicitó a los presentantes una ampliación de su contenido. (Fs. 1779 y fs. 1781).
176. El día 31 de octubre de 2003 los apoderados de FOX y LIBERTY efectuaron una presentación en relación a lo ordenado a fs. 1453/1455. (Fs. 1785/1788).
177. El día 31 de octubre de 2003 los apoderados de FOX y LIBERTY efectuaron una presentación en relación a lo ordenado a fs 1779/1781. (Fs. 1789/1794).
178. Con fecha 3 de noviembre de 2003, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 1795/1796).
179. El día 6 de noviembre de 2003, las partes efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo ordenado a fs. 1750 (Fs. 1801/1803).
180. El día 10 de noviembre de 2003, los notificantes efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo ordenado a fs. 1750. (Fs. 1812/1814).
181. El día 18 de noviembre de 2003 el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional a fin de brindar información adicional para el estudio del expediente de referencia. (Fs. 1853/1857).
182. Con fecha 25 de noviembre de 2003, los notificantes efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional a fin de brindar información adicional para el estudio de la operación en cuestión. (Fs. 1890/2011).
183. El día 2 de diciembre de 2003 las empresas involucradas efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo solicitado a fs. 1453/1455. (Fs. 2023/2025).



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

184. El día 4 de diciembre de 2003, las partes efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2026/2028).
185. El día 12 de diciembre de 2003 los apoderados de LIBERTY y FOX efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional solicitando se deje sin efecto la audiencia testimonial correspondiente a la empresa TELE RED IMAGEN S.A. en virtud de las reiteradas incomparecencias de esa empresa a las audiencias ordenadas por esta Comisión Nacional y las declaraciones efectuadas por el representante de TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. en la audiencia de esa misma fecha. (Fs. 2043/2044).
186. El día 16 de diciembre de 2003 esta Comisión Nacional dictó una Resolución en relación a la presentación efectuada por los apoderados de LIBERTY y FOX con fecha 12 de diciembre. (Fs. 2052/2055).
187. Con fecha 17 de diciembre de 2003, el apoderado de MSO SUPERCANAL S.A. y SUPERCANAL HOLDING S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a la operación en trámite por el expediente de referencia. (Fs. 2064/2078).
188. El día 17 de diciembre de 2003, los apoderados de PSH, FOX y LIBERTY efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2079/2089).
189. Con fecha 30 de diciembre de 2003 los apoderados de PSE HOLDINGS LLC y LIBERTY MEDIA CORPORATION efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2104/2108).
190. El día 5 de enero de 2004, el Presidente de TELE RED IMAGEN S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a su testimonio de fecha 12 de diciembre de 2003. (Fs. 2102/2103).
191. Atento a las presentaciones efectuadas por PSH con fechas 7/10/03 y 2/12/03, por FOX con fechas 16/9/03, 9/10/03, 21/10/03, 22/10/03, 31/10/03 y 2/12/03 y por LIBERTY con fechas 25/9/03, 3/10/03, 17/10/03, 22/10/03, 31/10/03 y 2/12/03, el



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

día 6 de enero de 2004 esta Comisión Nacional efectuó observaciones a las mismas. (Fs. 2095/2101).

192. El día 6 de enero de 2004, el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a la operación bajo análisis. (Fs. 2109/2123).
193. El día 7 de enero de 2004, el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. efectuó una nueva presentación ante esta Comisión Nacional complementando lo informado con fecha 6 de enero. (Fs. 2124/2139).
194. El día 12 de enero de 2004, el apoderado de PSH efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional respondiendo parcialmente lo solicitado a fs. 2095/2096. (Fs. 2140/2142).
195. El día 19 de enero de 2004, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional de acuerdo al requerimiento de fs. 2095/2096. (Fs. 2143/2821).
196. El día 20 de enero de 2004, el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo requerido a fs. 2095/2096. (Fs. 2822/2823).
197. Con fecha 23 de enero de 2004, esta Comisión Nacional hizo saber a FOX que debían aportar cierta información con relación a lo informado con fecha 20 de enero. (Fs. 2824/2825).
198. En virtud de lo estipulado por el Artículo 24 de la Ley N° 25.156, con fecha 29 de enero de 2004 esta Comisión Nacional requirió a las firmas TRISA y TSC cierta información a fin de profundizar el análisis de la operación notificada. (Fs. 2826/2827 y fs. 2829/2834).
199. En virtud de lo estipulado por el Artículo 24 de la Ley N° 25.156, con fechas 29 de enero de 2004 y 3 de febrero, esta Comisión Nacional requirió a TORNEOS



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

- cierta información a fin de profundizar el análisis de la operación notificada. (Fs. 2828 y fs. 2835/2837).
200. El día 30 de enero de 2004, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2840/2854).
201. El día 30 de enero de 2004, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación al requerimiento efectuado a Fs. 2095/2096. (Fs. 2840/2855, fs. 2876/2924 y fs. 2956).
202. El día 2 de febrero de 2004 el apoderado de FOX contestó el requerimiento formulado a fs. 2824. (Fs. 2838/2839).
203. Con fecha 3 de febrero de 2004, el apoderado de TRISA y TSC efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional solicitando un plazo adicional para contestar el requerimiento formulado. (Fs. 2858/2871 y fs. 2875).
204. Con fecha 5 de febrero de 2004, el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación al requerimiento de fs. 2095/2096. (Fs. 2872/2874).
205. El día 4 de febrero de 2004, los apoderados de TORNEOS efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional solicitando una prórroga en el plazo para responder el requerimiento efectuado. (Fs. 2938/2946 , fs. 2947/2955 y fs. 2960/2961).
206. El día 5 de febrero de 2004, el apoderado de TRISA y TSC efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional solicitando ciertas aclaraciones a fin de responder a lo solicitado. (Fs. 2925/2937 y fs. 2957/2958).
207. El día 16 de febrero de 2004, la apoderada de TRISA y TSC efectuaron una presentación ante esta Comisión Nacional en relación al requerimiento de fs. 2937. (Fs. 2969/2970).



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

208. En virtud de lo establecido en el artículo 24, inciso a) de la Ley N° 25.156, esta Comisión Nacional requirió a INVERSORA DE EVENTOS S.A. cierta información a fin de profundizar el estudio del expediente en cuestión. (Fs. 2971).
209. Con fecha 25 de febrero de 2004, el apoderado de TSC efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional en relación a lo ordenado a fs. 2957/2958. (Fs. 2982/2986).
210. Con fecha 27 de febrero de 2004 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2987/2998).
211. Con fecha 27 de febrero de 2004, el apoderado de FOX efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional. (Fs. 2999/3001).
212. Atento a la presentación efectuada con fecha 27 de febrero de 2004 por las partes de la presente operación, esta Comisión Nacional resolvió intimar a las mismas para que en el término de cinco días presentaran toda la documentación que avalara lo informado. (Fs. 3006/3009). Las partes fueron notificadas con fecha 9 de marzo de 2004.
213. El día 28 de abril de 2004, esta CNDC solicitó a INVERSORA DE EVENTOS S.A. la presentación de cierta información a fin de profundizar el análisis de las presentes actuaciones. (Fs. 3021/3022).
214. Atento al tiempo transcurrido sin recibir respuesta por parte de los notificantes, esta Comisión Nacional requirió a los mismos el cumplimiento de lo solicitado el día 9 de marzo de 2004. (Fs. 3024 y fs. 3026/3028).
215. El día 3 de mayo de 2004 esta Comisión Nacional solicitó a TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. cierta información a fin de profundizar el análisis de la presente operación. (Fs. 3030).
216. Mediante presentación de fecha 3 de mayo de 2004 el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. informó a esta CNDC que la información que le fuera requerida sería suministrada a la brevedad. (Fs. 3031/3032).



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

217. El día 7 de mayo de 2004 el Señor Luis B. Nofal efectuó una presentación ante esta CNDC dando cumplimiento a lo requerido en la audiencia de fecha 15 de abril. (Fs. 3034/3035).
218. Con fecha 7 de mayo de 2004 los apoderados de LIBERTY y FOX efectuaron una presentación en relación a lo ordenado a fs. 3024. (Fs. 3035/3036).
219. El día 10 de mayo de 2004 el apoderado de TORNEOS efectuó una presentación en relación a lo ordenado por esta CNDC a fs. 3030. (Fs. 3037/3044).
220. El día 10 de mayo de 2004 el apoderado de PSH efectuó una presentación en relación a lo ordenado a esa parte a fs. 3024. (3045/3046).
221. El día 20 de julio de 2004 el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. solicitó a esta CNDC la vista de las presentes actuaciones. (Fs. 3052/3053).
222. Con fecha 23 de julio de 2004 las partes efectuaron una presentación ante esta CNDC a fin de manifestar que la partes se encontraban a esa fecha en un proceso de negociación de acuerdos mediante los cuales deseaban implementar un intercambio con relación a las tenencias accionarias que cada uno de ellos poseía en FPAS y en TORNEOS (Fs. 3049/3051).
223. Atento al tiempo transcurrido desde la presentación efectuada por el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A., el día 27 de julio de 2004 esta Comisión Nacional ordenó intimar a la misma para que en término de 3 (tres) días prestara a esta Comisión Nacional lo solicitado a fs. 3021/3022. (Fs. 3054 y fs. 3058).
224. Con fecha 27 de julio de 2004 el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. efectuó una presentación ante esta CNDC en relación a su presentación de fecha 20 de julio. (Fs. 3055/3057).



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

225. Mediante Resolución CNDC de fecha 4 de agosto de 2004 esta CNDC resolvió rechazar por improcedentes las solicitudes de vista formuladas por el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. (Fs. 3059/3062 y fs. 3112).
226. El día 3 de agosto de 2004 el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. efectuó una presentación ante esta CNDC a fin de profundizar el estudio del expediente de referencia. (Fs. 3063/3065).
227. Con fecha 4 de agosto de 2004 el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. efectuó una presentación ante esta CNDC dando cumplimiento a lo ordenado a fs. 3054. (Fs. 3066/3111).
228. El día 20 de agosto de 2004 los apoderados de FOX y LIBERTY efectuaron una presentación ante esta CNDC en relación a la presentación efectuada por el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. el día 3 de agosto. (Fs. 3125/3126).
229. Con fecha 26 de agosto de 2004 se presentó como apoderada PSE la Dra. Lucía Cristofani. (Fs. 3128/3129 y 3130/3139).
230. El día 6 de septiembre de 2004 se agregó fotocopia certificada de la presentación efectuada por PSE, LIBERTY y FOX, dando cumplimiento a lo ordenado a fs. 3006. (Fs. 3141/3153).
231. Finalmente con fecha 7 de septiembre de 2004 el apoderado de LIBERTY efectuó una presentación en relación al requerimiento de fs. 2095/2096.
232. Atento a las presentaciones efectuadas, esta Comisión Nacional tuvo por aprobado el Formulario F3 de notificación presentado por las partes, a partir del día 8 de septiembre de 2004.
233. Por último con fecha 9 de septiembre de 2004 los apoderados de PSE, LIBERTY y FOX, realizaron una presentación acompañando fotocopia de la adhesión al compromiso asumido por TORNEOS, FPAS y FOX SPORTS ARGENTINA S.A.



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

234. Asimismo, han transcurrido a la fecha 23 días del total de 45 días establecidos en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

V. EXPRESIONES FORMULADAS POR TERCEROS A LA OPERACIÓN NOTIFICADA.

1. Presentaciones efectuadas:

i. Telecentro S.A.

235. Con fecha 6 de octubre de 2003, la Sra. Gabriela Paula González, apoderada de TELECENTRO S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional, obrante a fs. 1733/1740, respecto de la operación de referencia.

236. En la misma efectuó ciertas aclaraciones a lo manifestado por el representante de TELECENTRO S.A. en la audiencia testimonial llevada a cabo en esta Comisión Nacional con fecha 8 de julio de 2003.

237. Manifestó en la presentación referida que en relación a los contenidos, la exclusividad sobre derechos televisivos resulta inherente al mercado y ello alcanza también a los contenidos deportivos. Por esa razón, cuando en la audiencia testimonial referida se respondió a la pregunta de si la Señal TyC SPORTS y FOX SPORTS competían entre sí, la respuesta fue sobre la imposibilidad que los contenidos de estas señales compitan entre ellos debido a que cada evento es único en si mismo, por lo que no podrían compararse.

238. Indicó que no podría compararse un partido de fútbol de un campeonato local con uno de la Copa Libertadores o con una carrera de Fórmula 1 y que además debe tenerse en cuenta que dichos eventos son emitidos casi siempre en diferentes horarios, ocurriendo esta situación tanto para la mencionada como respecto de los contenidos de ESPN.

239. Asimismo expresó que si bien no existe una competencia efectiva entre los diferentes eventos deportivos de relevancia, eso no implica que su representada entienda que exista o pueda llegar a existir un acuerdo entre cualquiera de las



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

señales deportivas en cuanto a la distribución de eventos (excepto entre ESPN y ESPN+ o TyC SPORTS y TyC MAX), debido a que el manejo comercial de estas compañías corresponde a diferentes empresas.

240. Por último destacó que las gestiones comerciales de las señales deportivas se efectúan por separado y de manera independiente, por ejemplo, mientras las tratativas comerciales para la contratación de los derechos sobre la Señal FOX SPORTS se llevan a cabo con un representante de FOX SPORTS S.A., las correspondientes a las Señales TyC SPORTS y TyC MAX se realizan con un representante de TRISA, cuyo gerenciamiento, a su entender se encuentra a cargo del Grupo Clarín.

ii. Supercanal Holding S.A.

241. El Sr. Eduardo Marcelo Vila, apoderado de SUPERCANAL HOLDING S.A. efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional con fecha 16 de octubre de 2003, la cual obra a fs. 1753/1764 del expediente de referencia.

242. En la misma manifestó que el lanzamiento de la Señal Fox Sports Premium ocurrida a principios del año 2002, le permitió a su representada y a numerosos cableoperadores sumar a su grilla de programación, a un precio razonable, un producto que incluye los eventos de importancia como la Copa Libertadores de América, la Copa Sudamericana y la Fórmula 1 Internacional, lo cual le ha permitido competir sin perjuicio de contar con las señales TyC SPORTS, perteneciente a la empresa TRISA.

243. Manifestó, además que con esta última empresa no llegaron a un acuerdo comercial debido a los elevados precios exigidos, la situación de su representada y del mercado en general, puesto que el precio de la Señal FOX SPORTS representa menos del 25% del precio de la Señal TyC SPORTS, siendo el rating de FOX SPORTS igual o mejor que el de TyC SPORTS.

244. Indicó que la contratación de la Señal FOX SPORTS permite a sus abonados contar con eventos cuya adquisición, dados los altos costos en moneda extranjera



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

y la crisis en la que se encuentra el mercado de la televisión paga, hubiera resultado prácticamente imposible para otros operadores locales, sin el consecuente traslado a los cable operadores.

245. Sostuvo que la Señal FOX SPORTS también compite con otras señales de entretenimiento en general, con las grandes señales deportivas como TyC SPORTS, ESPN y ESPN+.

246. Asimismo, manifestó su entendimiento de que la falta de aprobación o bien la imposición de condicionamientos generaría trastornos al mercado, el cual se vería reducido nuevamente en lo referido a las señales deportivas y particularmente en lo que hace a la disputa de partidos de fútbol por parte de los clubes de fútbol local, a un mercado más pequeño con preponderancia de la Señal TyC SPORTS.

247. Por último expresó su preocupación respecto de los cableoperadores, que, por sus elevados costos, se encuentran imposibilitados de contratar en condiciones de mercado la Señal TyC SPORTS, lo que causa, indirectamente un perjuicio para los abonados que no puedan pagar los servicios de aquellos cable operadores que tienen contratada la mencionada señal, resultando imposibilitados de ver fútbol local y/o la participación de equipos nacionales en los campeonatos internacionales.

iii. Inversora de Eventos S.A.

248. Con fecha 6 de enero de 2004, el apoderado de INVERSORA DE EVENTOS S.A. (en adelante "IESA"), efectuó una presentación ante esta Comisión Nacional, obrante a fs. 2109/2122, manifestando que IESA es titular del 50% del capital de TRISA y del 50% del capital social de TSC.

249. Expresó que las decisiones de gestión más importantes de TRISA y TSC, deben ser aprobadas por unanimidad por el directorio o la asamblea. Es decir, que para decidir acerca de la política comercial, la compra de derechos o el cambio de programación de estas sociedades se debe contar con la aprobación de ambos accionistas, es decir, tanto de IESA como de TORNEOS.



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

250. Indicó que TSC y TRISA emiten las señales TyC MAX y TyC SPORTS, las cuales transmiten fundamentalmente los torneos de fútbol local de Primera División A y B, así como los principales eventos de automovilismo, basquet, voley, boxeo, tenis, Eliminatorias del Mundial de Fútbol 2006, Amistosos de Selección Nacional, entre otros.
251. Indicó asimismo, que el principal competidor de las referidas señales es la Señal FOX SPORTS, cuyos controlantes son, o al menos tienen una participación sustancial, HMTF y LIBERTY, que a su vez posee los derechos de transmisión de importantes eventos deportivos tales como la Copa Libertadores, Eliminatorias del Mundial de Fútbol 2006 y Fórmula 1 entre otros.
252. Dijo que por la situación anteriormente descrita, mediante el ejercicio de los derechos políticos en TRISA y TSC, HMTF y LIBERTY estarían en condiciones de bloquear cualquier decisión referente a la compra o venta de derechos, así como a la programación de señales.
253. Expresó su preocupación por los efectos anticompetitivos que podrían generarse como consecuencia de la aprobación de la operación notificada atento a que HMTF y LIBERTY controlan al principal competidor de TRISA y TSC, que es la Señal FOX SPORTS.
254. También debido a que esta competencia se da tanto en el mercado de la compra de derechos deportivos como en el mercado de las señales televisivas deportivas, pudiendo HMTF y LIBERTY tomar acciones en perjuicio de TSC y TRISA y/o acceder a información de estas sociedades, tales como conocer los precios que abonan los cableoperadores por las señales transmitidas por TRISA y TSC, o los costos de estructura y de los derechos televisivos de estas últimas, o impedir cualquier baja de precio de estas señales, o cualquier tipo de política comercial, o en el caso de que TRISA o TSC decidan mejorar los contenidos de sus señales, anticiparse a esa mejora, a efectos de ser utilizadas en beneficio de la Señal FOX SPORTS.



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

255. Y, considerando, que las Señales TyC SPORTS y FOX SPORTS son titulares de los derechos de transmisión de los principales eventos deportivos tanto nacionales como internacionales y que se ubican en los dos primeros puestos del ranking de señales de deportes más vistas en la Argentina y como consecuencia de ello son competidoras entre sí en el mercado de las señales deportivas y en el mercado de los derechos deportivos.
256. Sostuvo que HMTF y LIBERTY se encuentran en condiciones de definir los costos de operación y precios de los derechos deportivos que se adquieren por la Señal FOX SPORTS en su condición de controlantes y en las Señales TyC SPORTS y TyC MAX, a través de su derecho de veto, pudiendo controlar el precio de los derechos deportivos en perjuicio de los titulares de los mismos.
257. Que HMTF y LIBERTY se encuentran en condiciones de arbitrar las políticas comerciales que desarrollan las Señales FOX SPORTS y TyC SPORTS (a través de su derecho de veto) para actuar en función de los intereses de la Señal FOX SPORTS y no en forma competitiva, pudiendo generar un impacto en el nivel de precios de dichas señales para los cables y para el consumidor final en relación al precio de los abonos.
258. Que HMTF y LIBERTY están en condiciones de arbitrar, en cuanto al posicionamiento del producto, por cuanto, mediante el control que poseen sobre la Señal FOX SPORTS y el control conjunto que poseen sobre la Señal TyC SPORTS, pueden definir a través de qué señal se transmiten ciertos eventos.
259. Por último, que HMTF y LIBERTY pueden arbitrar en cuanto a la calidad del contenido de las Señales FOX SPORTS y TyC SPORTS/TyC MAX, mediante la celebración de contratos a favor de su controlada TORNEOS, por los cuales las Señales TyC SPORTS y TyC MAX podrían verse obligadas a utilizar sus servicios de producción televisiva de sus contenidos, pudiendo impactar en el costo de dichas señales e impedir buscar el mejor precio y calidad con perjuicio para el consumidor final.



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

260. Asimismo con fecha 3 de agosto de 2004, el apoderado de IESA realizó una presentación, ampliando los argumentos referidos en su presentación de fecha 6 de enero de 2004.
261. En tal sentido, manifestó, que una eventual salida de LIBERTY de FPAS y de HMTF de TORNEOS, no soluciona los problemas anticompetitivos descriptos previamente por su parte.
262. Indicó que LIBERTY es propietaria de aproximadamente el 17% del capital accionario de THE NEWS CORPORATION LTD., quien, a su vez, posee el control y mayoría accionaria de FOX SPORTS ENTERTAINMENT, que es la controlante de FOX SPORTS INTERNATIONAL.
263. A su vez, refirió que la misma THE NEWS CORPORATION LTD. declara una participación en FPAS del 38%.
264. Destacó que hasta diciembre de 2001 LIBERTY era titular del 50% del capital accionario de FOX SPORTS INTERNATIONAL, y lo transfirió a THE NEWS CORPORATION LTD., a cambio de acciones de ésta última compañía.
265. Por ello, sostuvo el presentante que LIBERTY era accionista directo de FOX SPORTS INTERNATIONAL y ahora lo es en la misma proporción, pero en forma indirecta.
266. Mencionó además que LIBERTY, con el 17% del capital accionario de THE NEWS CORPORATION LTD., representa, según la misma compañía lo expresa en su reporte anual 2003, el segundo mayor accionista en términos de votos, luego de la familia Murdoch.
267. Dada esa situación de participaciones accionarias, continuó el manifestante, es imposible tomar a FOX y a LIBERTY como personas jurídicas independientes, cuando ésta última resulta una de las dos accionistas más importantes de dicha compañía.



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

268. Continuó el apoderado de IESA manifestando que aún cuando LIBERTY transfiriera su participación en FPAS, si se mantienen las tenencias accionarias de FOX SPORTS INTERNATIONAL en dicha compañía, LIBERTY estaría participando de la misma en forma indirecta
269. Es dable destacar que en relación a ésta última presentación efectuada por IESA con fecha 3 de agosto de 2004, los apoderados de LIBERTY y de FOX manifestaron, en una presentación efectuada con fecha 20 de agosto de 2004, que la participación total de LIBERTY y LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL INC. en el capital social de THE NEWS CORPORATION LTD., asciende aproximadamente al 17%, de los cuales únicamente el 9,15% tiene derecho a voto.
270. Adicionalmente alegaron que dicha participación no otorga ningún derecho para designar directores o ejercer control, ya sea positivo o negativo, sobre THE NEWS CORPORATION LTD.

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

1. Aspectos Conceptuales

271. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas (en adelante "los Lineamientos"), aprobados por Resolución 164/2001 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico. Es de destacar que la operación puede involucrar varios mercados relevantes.
272. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo.



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

273. El marco conceptual de referencia para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión del producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Con respecto a la dimensión del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio. Referido al mercado geográfico el test se define de la misma forma que el mercado de producto, pero teniendo como objetivo la identificación de la menor región dentro de la cual el hipotético monopolista encontraría beneficiosa la acción descrita.
274. Una vez definido el mercado relevante, se procederá al análisis de los niveles de concentración, de los participantes del mercado, y de las características de la competencia en dicho mercado. Si del análisis de estos elementos se desprende un aumento en la probabilidad de ejercicio de poder de mercado como consecuencia de la operación de concentración, se procederá al análisis de las barreras a la entrada y de las posibles ganancias de eficiencia productivas.
275. La importancia de definir el mercado relevante del producto radica en que es necesario determinar la posibilidad de ejercicio poder de mercado que posee un actor determinado: dado el volumen de actividad económica de una empresa. Esta afirmación se comprueba fácilmente si se piensa que un productor, aunque sea monopolista en la producción de un bien determinado, no necesariamente tiene la posibilidad de ejercer poder de mercado. Esta separación entre la participación que se ostenta en la producción de un bien y la capacidad de influir sobre el mercado correspondiente puede originarse, en términos generales, en dos situaciones distintas: la existencia de sustitución por el lado de la demanda del producto en cuestión y la existencia de sustitución en la oferta del mismo.
276. La sustitución en la demanda de un bien hace referencia a la capacidad que tienen los consumidores del mismo para reemplazarlo por otros productos. La existencia de una elevada sustitución en la demanda implica que el bien en cuestión puede ser fácilmente reemplazado por otros que serán valorados en



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

forma similar, con lo cual, ante un aumento en el precio del mismo, los consumidores se volcarán masivamente hacia estos productos alternativos. Nótese que en este caso, un monopolista del bien en cuestión no podrá aumentar sus precios sin temer una pérdida significativa de sus clientes, con lo cual su accionar se verá limitado por la competencia proveniente de productos alternativos. En otras palabras, cuando la sustitución existente en la demanda es elevada, un monopolista del bien en cuestión no podrá ejercer un poder de mercado significativo.

277. Es necesario destacar que la existencia de sustitución por el lado de la demanda no implica que todos los consumidores reemplazarán al producto en cuestión por otro ante un aumento en el precio de aquél. En efecto, siempre existirán consumidores que estarán dispuestos a consumir un producto determinado aún ante un incremento en su precio: en tal caso, ello no implica que el producto en cuestión represente un mercado en sí mismo. Del mismo modo, el hecho de que unos pocos consumidores opten por sustituir el producto por otro ante un incremento en su precio no implica que ambos bienes forman parte de un mismo mercado.

278. Aún si un bien no posee sustitutos cercanos, es posible que el accionar de un monopolista se vea limitado por la amenaza que representa el ingreso inminente de nuevos competidores al mercado, lo que constituiría una posibilidad de sustitución por el lado de la oferta. Si por ejemplo, la tecnología utilizada para producir el bien monopolizado es muy similar a la que se emplea para producir otros bienes, existe la posibilidad de que los productores de estos últimos puedan rápidamente adaptar sus instalaciones de producción para empezar a fabricar el bien en cuestión. En tal caso, el monopolista de este último no podrá aumentar libremente sus precios sin temer un rápido ingreso de nuevos competidores al mercado, con lo cual su poder de mercado se verá limitado.



2. Naturaleza de la Operación

279. Como fuera expuesto precedentemente, la operación que se notifica representa la creación de una sociedad, FOX PAN AMERICAN SPORTS (FPAS), en la cual tres partes se vinculan societariamente y, por medio de ciertos contratos, una cuarta empresa asume algunos aspectos de la operación de la sociedad creada.
280. Las sociedades que participan accionariamente en FPAS, como se mencionara son LIBERTY MEDIA INTERNACIONAL (LIBERTY), PSE HOLDING LLC (HTMF) e INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC (FOX), y TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. (TORNEOS) se relaciona a través de los contratos mencionados, todas estas empresas pertenecientes a grupos económicos que participan en otras sociedades vinculadas al sector.
281. LIBERTY controla a PRAMER una sociedad que produce y comercializa señales para los operadores de TV paga y participa en DISCOVERY COMMUNICATIONS, de idéntica actividad. Cuenta con participación accionaria en TORNEOS y en CABLEVISIÓN S.A., el principal cableoperador del país en términos de abonados. Asimismo, esta sociedad es accionista de NEWS CORP, sociedad que encabeza el “Grupo Fox” y que cuenta con señales y distribuidoras de servicios múltiples de televisión en distintas partes del mundo.
282. HTMF participa en IMAGEN SATELITAL, una empresa que comercializa señales para operadores de TV paga. A su vez controla a TELEDIGITAL y es controlante conjunto de CABLEVISIÓN, ambas empresas cableoperadoras. Participa en TORNEOS y en T&T, una sociedad comercializadora de derechos sobre eventos deportivos a nivel sudamericano.
283. FOX a través de sociedades vinculadas comercializa señales para los cableoperadores y recientemente ha adquirido a DIRECT TV, único operador de televisión satelital del país, operación que está siendo analizada por esta Comisión Nacional.



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

284. TORNEOS, sociedad en la que participan como se mencionara LIBERTY y HMTF. Tiene como otros accionistas a TELEFÓNICA y AyN INVERSORA S.A.. Esta última representa los intereses de los señores Carlos Vicente Avila y Luis Benjamin Nofal. TORNEOS es productora de televisión, realiza todas las operaciones ordinarias de FPAS, y además es socia de INVERSORA DE EVENTOS S.A., una sociedad del GRUPO CLARIN, en TELE RED IMAGEN S.A. (TRISA) y en TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. (TSCSA), sociedades que cuentan con derechos de comercialización y difusión, entre otros, de los partidos de fútbol de primera división organizados por la ASOCIACION DE FUTBOL ARGENTINO (A.F.A.) y, además produce y comercializa las señales TyC SPORTS y TyC MAX.

285. Asimismo, para una ejemplificación y mejor apreciación del volumen de señales que se encuentra vinculado a la operación que se notifica, en el siguiente cuadro se exponen las señales que son comercializadas por las distintas sociedades mencionadas.



Señales comercializadas por las empresas relacionadas con las presentantes.

IMAGEN SATELITAL	CABLEVISIÓN	TRISA y TSC	PRAMER	DISCOVERY COMM	FOX	
Space	TELEFE	TyC Sports	Film's & Art's Elgourmet.com	Disc. Channel	Canal Fox	
I Sat		TyC Max	Canal (á)	Magic Kids	Disc. Kids	National Geogr.
Infinito		Plus Satelital	América Sports	Europa/Europa	Disc. Travel	Fox Kids
Much Music		P&E			Disc. Health	Fox Sports
H TV		Cosmopolitan			People & Art's	
Fashion TV		USA Network			Animal Planet	
Locomotion		Utilísima				
Uniserries		CVN				
Venus		América Sat.				
Playboy		Canal 9				
Hot Net		Sólo Tango				
Júpiter Cómic		Music Country				
Crónica TV		Telemusica				

286. La operación de concentración notificada presenta tanto relaciones horizontales como verticales. Teniendo en consideración que el objeto de la operación es el desarrollo de la señal FOX SPORTS, actuando esta empresa como un agente que comercializa una señal de TV paga, puede aseverarse que existen relaciones horizontales debido a que como se demuestra en el cuadro precedente las sociedades presentantes participan en la comercialización de una amplia variedad de señales. Se observa asimismo la existencia de relaciones verticales tanto aguas arriba, debido a que las mismas sociedades participan en productoras de contenidos, como aguas abajo, en razón de los distribuidores de señales en las que las presentantes participan o controlan.



3. El Mercado Relevante

i. Metodología De Análisis

287. En líneas generales, se advierten distintas etapas dentro del sector de la radiodifusión, las que pueden estar verticalmente integradas dentro de una misma empresa o grupo económico¹.

288. En primer lugar, existen productores de contenidos, que reúnen los medios necesarios para generar programación, como ser la contratación de los artistas (presentadores, conductores y/o intérpretes), la compra de derechos, el talento creativo, y el despliegue de una escenografía (real o creada a los efectos del programa) donde se desarrolla la idea del contenido.

289. Una vez generado el contenido, los denominados "agrupadores de programas" adquieren los derechos de emisión de distintos tipos de contenido y los organizan generando un horario o grilla de programación: como ejemplo de ellos se puede mencionar a los proveedores de señales de películas, quienes adquieren los derechos para transmitir largometrajes y los organizan en torno de un horario.

290. En tercer lugar se puede mencionar a la etapa de comercialización de la señal, donde el mismo agrupador de programas o un tercero vende la señal a los

¹ Las etapas mencionadas no pretenden definir los distintos mercados relevantes que se pueden identificar en el sector de la radiodifusión, sino simplemente describir en términos generales las principales actividades que se desarrollan en él. En este sentido, por ejemplo, la división expuesta no contempla la diferencia existente entre los mercados en los cuales se demandan los insumos necesarios para la producción de los contenidos y los mercados en los cuales se comercializan los derechos para su emisión.



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

distintos sistemas de difusión. Por último, existen medios de comunicación por los cuales esta programación organizada es distribuida a los consumidores finales².

291. En este contexto se observa que en la cadena de comercialización expuesta se presentan tres transacciones especialmente relevantes para el análisis de la concentración de marras. En primer lugar la venta del programa al propietario de la señal, en segundo la venta de la señal al sistema de distribución y finalmente la comercialización al usuario, demandante último de los servicios de teledifusión.

292. La industria en la que se desarrollan las actividades que involucran a las sociedades participantes en la presente operación tiene ciertas características diferenciadoras que en general dificultan o bien hacen que el análisis difiera en cierto sentido del análisis clásico de los bienes de consumo.

293. En primer lugar se puede destacar que para el productor de la señal el alcance o la penetración de la misma entre los cableoperadores no determina una variación sustancial en el costo de su producto. Esto quiere decir que le es en esencia indiferente, con relación al costo de su producto, si su señal llega a 10.000 o 150.000 abonados. Donde sí se observa una diferencia sustancial es en los ingresos que puede percibir por la comercialización de sus productos así como por la venta de la publicidad.

294. En este contexto adquiere relevancia el operador de televisión paga que actúa como intermediario entre los abonados y los comercializadores y productores, su objetivo es armar una grilla de señales que resulte atractiva para poder alcanzar de ese modo la mayor cantidad de abonados, maximizando así sus ingresos y en

² Adicionalmente, la publicidad puede ser insertada en las señales o programas en cualquier etapa del proceso. Como se explicará más adelante este no es un sector que resulte relevante para el presente análisis.



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

ciertos casos el de sus proveedores de señales, considerando siempre que el costo de las señales que contrata no exceda los ingresos que esta puede generar.

295. Es por ello fundamental destacar que si bien el objetivo de los programadores es alcanzar un alto número de espectadores, medido muchas veces por el rating, este fin les sirve sólo a los efectos de ser demandado por quien le genera ingresos, los anunciantes y los operadores de TV paga.

296. En este contexto se produce una falla de mercado relacionada con la falta de información. Esto es, dado que quien paga por la señal no es quien la consume, a la vez que el consumidor (abonado) desconoce cual es el pago que está haciendo por la señal.

297. Al recibir un paquete de señales, el abonado no elige cuales son las que llegan a su televisor, por lo que los precios relativos entre las señales le son equivalentes, esto quiere decir que ver una señal u otra le cuesta lo mismo, no obstante ello para el operador de TV paga cada señal tiene un precio diferente, el que estará dispuesto a pagar según la percepción que tenga en relación al interés que despierta en su masa actual y potencial de abonados.

298. Habida cuenta los problemas señalados precedentemente y la dificultad de establecer en forma cuantitativa los niveles de sustitución, se buscará en función al análisis de las características, declaraciones y evidencias, discutir si los mercados relevantes alternativos constituyen el mercado adecuado para el análisis de la presente operación.

ii. Identificación de mercados candidatos a testear

299. Dadas las múltiples empresas involucradas en la operación y la diversidad de las actividades y vinculaciones existentes resulta necesario establecer en primer lugar las alternativas existentes y resolver si las mismas constituyen un posible mercado relevante tal como se ha definido precedentemente.



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

300. En este sentido, las partes han presentado un informe elaborado por la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL), cuyas conclusiones hacen suyas, que discute diferentes alternativas de definición para el mercado relevante en la oración notificada. (fs. 1890/1981)
301. Al respecto FIEL estudia la posibilidad de definir distintos mercados de productos: señales en general, señales por grupos temáticos, señales deportivas pagas y señales que transmiten deportes. No obstante más adelante FIEL afirma que “la naturaleza diversa del contenido de cada señal implica una importante heterogeneidad del producto. En este sentido, conceptualmente y a primera vista, prácticamente cualquier definición del mercado relevante del producto podría ser válida.”
302. En función de las características señaladas que ponen en relieve las dificultades que se pueden presentar a la hora de definir el mercado, la metodología que se adoptará para la determinación del mercado relevante consistirá en la identificación de los posibles mercados candidatos teóricos.
303. Para ello se expondrán los candidatos teóricos partiendo de los mercados más amplios y se propondrán alternativas más reducidas considerando siempre que el objetivo es identificar el menor mercado donde un hipotético monopolista podría hacer ejercicio de su cualidad e incrementar los precios en forma rentable. Esto quiere decir que podrá aumentar los precios de manera tal que el mayor ingreso que se genere por cada unidad vendida exceda el perjuicio que le genera la posible pérdida de unidades de ventas.
304. La exposición de cada mercado candidato teórico pretende mostrar las cualidades principales que caracterizan a cada uno de ellos, cualidades que los podrían convertir, en términos teóricos, en el mercado relevante en la operación objeto de análisis.
305. La extensión de los mercados candidatos teóricos a exponer será diferente, en el sentido de que algunos de ellos incluyen un número mayor de productos que otros. Debe recordarse que, de acuerdo a la metodología SSNIP ya descrita, se



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

define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio

a). Producción y comercialización de señales televisivas

306. Este mercado es el candidato inicial para el análisis y esto se debe, principalmente, a que es el propuesto por las partes.

307. Al respecto se puede destacar que las partes sostienen que todas las señales compiten entre sí para captar al demandante final que es el televidente, al respecto manifiestan (fs. 1128) "...las señales televisivas resultan productos sustitutos actuales y potenciales entre sí toda vez que están dirigidas al mismo consumidor final – el televidente- sin importar el género al que las mismas se encuentren orientadas. En este sentido, podemos afirmar que pese a contar con distinta temática, todas las señales son opciones válidas y factibles par (sic) el televidente al momento que enciende el televisor. En razón de ello, ninguna duda cabe que el televidente puede elegir entre varias y distintas opciones dentro de un mismo mercado en tanto está en condiciones de encender el televisor y observar una película de noche, un noticiero durante la hora del almuerzo, un partido de tenis o fútbol el fin de semana, un dibujo animado junto a sus hijos o una lección de cocina. Así, la variedad de géneros dentro del mismo mercado y la competencia entre cada uno de ellos es notable y evidente".

308. Respecto de esta apreciación debe tenerse en consideración lo mencionado previamente con relación a que quien demanda las señales es el operador de TV paga, éste como se ha indicado lo hace en función del precio de la misma y la percepción sobre la valoración que sus abonados y los potenciales abonados tienen respecto de la señal.

309. No obstante ello, el propuesto podría resultar un mercado relevante diferenciado de otras formas de esparcimiento diferentes a la televisión. Puede decirse que si bien es cierto que todas las formas de entretenimiento compiten indirectamente entre sí, en el sentido que el tiempo total de ocio del consumidor es



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

limitado, ello no implica que todas forman parte de un mercado relevante a los efectos de la defensa de la competencia. Ello se debe a que, dentro del grupo de los bienes de esparcimiento, existen demandas definidas para cada uno de los productos que lo componen. En este sentido, ante un cambio en el precio relativo de dos bienes sustitutos, debe considerarse que el menor gasto que se realiza en uno de ellos se dirigirá mayoritariamente hacia el otro (a los efectos de satisfacer una necesidad dada), y no que se diluirá entre innumerables posibilidades de consumo.

310. Los televidentes se enfrentan ante una multiplicidad de señales que resultan heterogéneas, si se consideran tanto las señales de TV abierta como de TV paga, con características particulares que se pueden asignar a cada una de ellas. Las diferencias se pueden basar en la temática – noticias, espectáculos, arte, infantiles – el idioma, e incluso el mecanismo de distribución – Básico, Premium, Pay per View- no observándose que entre las mismas pueda haber una clara sustitución. De hecho la enumeración de los tipos de señales que hacen los presentantes y la ocasión de su “consumo” - película de noche, un noticiero durante la hora del almuerzo, un partido de tenis o fútbol el fin de semana, un dibujo animado junto a sus hijos o una lección de cocina - muestran a las claras la diferenciación existente.

b). Producción y comercialización de Señales Televisivas a las que se accede mediante la suscripción a un servicio de televisión paga (servicios de televisión por cable o televisión satelital)

311. Otro mercado candidato posible es el de las señales televisivas que se transmiten en sistemas de TV paga. El mismo se origina a raíz de las diferencias que existen entre las señales de TV abierta y las que en este acápite se analizan.

312. 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 acceder a la



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

imagen alcanza con tener un televisor encendido en el radio de alcance de la señal.

313. Las características indicadas determinan que no pueda implementarse un precio por el servicio de televisión abierta³, por lo cual su financiamiento proviene de la publicidad. Ésta, a la vez, resulta ser una demanda derivada de la demanda de la señal, que se encuentra conformada por la audiencia y que en última instancia depende de la “calidad” de los contenidos.

314. A diferencia de lo que ocurre con la televisión abierta, la televisión paga se presenta como un “bien privado” que para acceder a él el consumidor debe pagar un precio, siendo este precio la fuente de financiamiento básico del servicio.

315. La diferente naturaleza de la televisión abierta (bien público o cuasi-público) y de la televisión paga (bien privado) se refleja en que la fuente de ingresos por la que pugnan las empresas que prestan el servicio de televisión paga no es la misma que la correspondiente a las emisoras de televisión por aire. En efecto, el sistema de televisión paga obtiene sus ingresos fundamentalmente de los suscriptores al sistema, de modo que la competencia en dicho sector se verifica en la captación de abonados al sistema, mientras que la televisión abierta se sostiene con los ingresos provenientes de la publicidad.

316. Además del hecho fundamental de que la televisión abierta es un servicio gratuito y la televisión paga es un servicio oneroso, otro aspecto básico a tener en cuenta es la diferencia existente entre los servicios provistos por la televisión abierta y los sistemas de televisión paga. En nuestro país, la televisión abierta

³ Problema de “Free Riding”. No obstante hay casos particulares donde los dueños de televisores pagan una tasa para el mantenimiento del servicio público de televisión.



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

brinda al televidente relativamente pocas alternativas entre las cuales optar. En Capital Federal, la zona del país con mayor cantidad de emisoras de televisión abierta, los televidentes pueden optar solamente entre cinco señales, mientras que en el interior del país la opción disponible para los televidentes es aún menor.

317. Por su parte, la naturaleza del servicio brindado por los sistemas de televisión paga no consiste en la provisión de un contenido determinado (por ejemplo, largometrajes o noticieros internacionales), sino en la posibilidad que se le brinda al consumidor de acceder a una amplia gama de señales, cada una de las cuales agrupa distintos tipos de contenido. En este sentido, se puede clasificar a los servicios de televisión paga como "distribuidores pagos de señales múltiples", siendo que representan un medio a través del cual el consumidor incrementa su posibilidad de elección entre un abanico de opciones distintas.

318. Esta diferenciación resulta relevante para la inserción y venta de publicidad. Al respecto, en la audiencia celebrada con el representante de la agencia de publicidad Agulla y Baccetti S.A.(fs. 1864/1866) ante la pregunta acerca de si existen diferencias entre la publicidad en canales de TV abierta y de cable, respondió que "La gran diferencia es la segmentación. El cable tiene el gran valor agregado de la segmentación. De la totalidad de señales de cable cada programación responde a un interés particular. Es un medio que segmenta mucho, tiene un perfil definido. El que ve el Weather Channel, es una persona que está obsesionada con el clima entonces uno le va a poder vender a esa persona un paraguas. El que ve ESPN tiene un claro perfil de deportes. Quizás el que ve "Son amores" no hace deportes. El cable lo que vendió toda su vida es la segmentación, no es necesario agarrar a todos los tipos del mundo para venderle lo que a uno le interesa."

319. El mercado de señales televisivas pagas en el país se caracteriza por contar con un elevado número de señales que son comercializadas por un reducido número de comercializadores, a los operadores de TV paga. (cableoperadores + TV satelital)



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

320. A diferencia de las señales para TV paga, las de TV abierta se caracterizan por no tener una temática específica, sino que arman su grilla de programación en función de quienes son los espectadores “típicos” en cada momento del día en cada día de la semana. Así al mediodía hay más programas orientados al ama de casa, en la tarde al público infantil y por la noche noticieros y programas para la familia. En cable, en cambio a toda hora se pueden encontrar programas que responden a las demandas de cualquier público.

321. Asimismo, resulta claro que la sustitución de uno a otro servicio implica una variación respecto de la calidad del producto que se consume, dado que quien consume televisión paga abona por ella y que ya cuenta en la grilla con las señales de televisión abierta, por ello el pasaje a la televisión abierta necesariamente lo coloca en una situación peor, de no ser así, nadie estaría dispuesto a pagar por el servicio.

c). Grupos Temáticos De Señales Pagas: Señales con contenidos mayoritariamente deportivo durante las 24 hs. del día, los siete días de la semana (“señales deportivas”).

322. Otra alternativa de análisis es la de considerar a las señales de TV pagas en función de su temática. Como fuera expuesto precedentemente, la TV paga se caracteriza por ofrecer al televidente señales de diversas temáticas durante todo el día.

323. En este caso en particular, el grupo temático específico a tener en cuenta sería el de las señales con contenidos mayoritariamente deportivo durante las 24 hs. del día, los siete días de la semana. Las señales de este grupo se caracterizan por la transmisión de una amplia gama de deportes, a través de formatos como programas periodísticos, espectáculos deportivos propiamente dichos, e información.

324. Una señal deportiva es una suma de programas de distintos deportes, dentro de los cuales se puede citar al fútbol, basquet, automovilismo, voley, handball,



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

vela, pesca, etc.. A su vez, los programas incluyen distintos eventos de deportes tales como la copa Libertadores de América, la copa Sudamericana, la copa UEFA (fútbol europeo), el campeonato Sudamericano de Básquetbol, los torneos de tenis de Wimbledon, ATP y WTA, el tour europeo PGA de golf, el campeonato mundial de Fórmula 1, etc.

325. Al respecto, las presentantes destacan (fs. 1038) que “..en el segmento deportivo existe una considerable disponibilidad de programación ofrecida por diferentes señales, como ser América (canal 2), Canal 7, Telefe (canal 11), Canal 9, Artear (canal 13). ESPN y ESPN+, TyC Sports, TyC MAX, Multideportes, Show Sport, TN Deportivo, SPACE y HBO (estas dos últimas particularmente en boxeo). A ello se suma las diversas señales internacionales que emiten eventos deportivos (TVE, Globo, CNN, RAI) así como distintas señales de cableoperadores del interior del país. Asimismo y más allá de las señales disponibles, existe a la fecha un gran número de eventos deportivos de gran trascendencia que se encuentran sin adquirir. Entre otros, y a mero título enunciativo, podemos enumerar: Tenis ATP (con excepción del Grand Slam y la Master Series), Tenis WTA, Golf Europeo, Ryder Cup, Fútbol italiano, Fútbol Francés, Fútbol Alemán, Copa Italia, Eliminatorias Europeas.....”

326. Si bien es cierto que, como lo expresan las partes, los deportes son transmitidos por diferentes señales y no todas ellas son exclusivamente de deportes, la identificación de una señal con una temática le otorga una característica distintiva. Se puede suponer que quien desea ver deportes recurrirá a las señales analizadas en este acápite en busca de un contenido de su interés y, solo si explícitamente está buscando algún evento en particular, que conoce será emitido en otra señal, accederá a la misma.

327. Esta Comisión ha definido en operaciones y casos anteriores el mercado relevante de señales con relación a su temática, lo cual ha resultado útil para identificar las diferencias existentes entre los contenidos.



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

328. Asimismo, se puede notar que el armado de la grilla de señales que hacen los operadores de TV paga responde a una lógica de agrupamiento según temática con el objeto de facilitar a quien busca una señal de un determinado tipo de contenido encontrarlo en un rango de canales.

329. La operación que se notifica involucra a una empresa que comercializa una señal cuyo contenido específico es deportivo, en este contexto se observa que el grupo temático “señales con contenidos mayoritariamente deportivo durante las 24 hs. del día, los siete días de la semana” podría ser un agrupamiento adecuado para la segmentación de la oferta y determinación de un mercado candidato. En general en las audiencias llevadas a cabo con los cableoperadores se ha insistido en la importancia del grupo de señales referido, haciendo hincapié en muchos casos que, en conjunto, este grupo concentra alrededor del 50% del gasto en programación de un cableoperador típico.

d). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo

330. Se puede afirmar que - con respecto a los otros deportes profesionales que se practican en el país - el fútbol es el que más dinero recibe por su televisación, el que más cotiza sus espacios publicitarios, el que mayores ingresos recibe por parte de anunciantes y auspiciantes privados y el que maneja los mayores presupuestos a nivel de sus instituciones. Por otra parte, la causa de este liderazgo del fútbol en la Argentina radica en la amplia preferencia que la población tiene por este deporte, el cual no posee, desde el punto de vista de los aficionados, sustitutos cercanos en otros deportes profesionales.

331. Las señales que transmiten fútbol, independientemente de si es transmitido en vivo y en directo o en diferido, es un mercado candidato teórico. Sin embargo, la transmisión de partidos en vivo y en directo puede generar mayor interés en los espectadores y diferenciarse del resto, ya que al tratarse de un deporte competitivo, más allá del gusto por el juego, el conocimiento previo del resultado puede atentar en cierta medida al disfrute que experimenta el espectador.



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

332. El representante de ESPN ha manifestado al respecto que “El fútbol local es la herramienta que a uno le posibilita posicionarse de manera más fuerte en la Argentina frente al espectador. Es un producto al cual nosotros no tenemos posibilidad de acceder hoy, es decir, fútbol argentino fuera del país o a nivel local. PREGUNTADO PARA QUE DIGA EL TESTIGO si existe una forma de cuantificar la diferencia que hay entre fútbol o basquet, volley u otro deporte. DIJO. En precio de producto la diferencia puede ser de seis o siete a uno. En lo que respecta a distribución o las ventas que se puede hacer a un operador de cable, dentro de la grilla de programación, el fútbol representa el 50% del costo de programación de un operador. El otro 50% se divide en el resto de los programadores. Nosotros formamos parte de este último 50%”.

e). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A.

333. Con relación a este mercado candidato, la FCC⁴ ha señalado que sus investigaciones traen como conclusión que al menos cierta proporción de los suscriptores de los servicios de distribución múltiple de señales ven a ciertos tipos de programas como tan críticos o deseables que estarían dispuestos a cambiar de proveedor del servicio para poder acceder o mantener el acceso a los mismos. En este sentido la autoridad de Estados Unidos en la materia estableció que⁵ ciertas programaciones, como las deportivas y de características destacadas, tales como HBO, pueden ser esenciales y, para propósitos prácticos, imprescindibles para los distribuidores de señales y sus suscriptores.

⁴ Federal Communications Commission FCC 03-330 In the matter of General Motors Corporation and Hughes Electronic Corporation, Transferors And The News Corporation Limited, Transferee. Dec 19,2003. 59

⁵ Ibid. 126



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

334. En idéntica postura, el representante de RED INTERCABLE destacó que “A veces, aunque aparezca una mayor oferta por rubros, hay contenidos que los hace únicos. A veces esta posibilidad de elección dentro de un determinado rubro, es falsa, porque no tengo capacidad de elección. No puedo elegir entre dos canales de deportes que tengan Fórmula 1 o Fútbol. No puedo sentarme a hablar con el proveedor y tratar de conseguir las mejores condiciones.” Posteriormente, se indagó al testigo respecto de si podría identificar ciertos productos cuya ausencia podría perjudicar su capacidad de venta, a lo que respondió que “Es posible que algunas señales se compren exclusivamente por algunos productos. En el tema de deportes, seguramente, si no hubiesen determinados productos dentro de esa señal habría un menor interés en comprarla. En el caso concreto de FOX si no tuviera Copa Libertadores o Fórmula 1 seguramente el interés sería menor. No habría un absoluto desinterés pero habría poco interés. En el caso de TORNEOS, ellos tienen dentro de la señal de TyC Sports, tienen determinados partidos del fútbol de A.F.A. o de la Selección, pero la particularidad que tienen es que uno está pagando por separado del precio de la señal. Uno está comprando dentro del paquete que se contrata. Uno contrata el paquete con TyC Sports, Fútbol de A.F.A. y Selección pero a los partidos que se están pagando por fuera de la señal los incluyen dentro de la señal. En el interior son casi infaltables los canales de aire de Capital Federal.”

335. La importancia que tienen los deportes locales en particular fue expuesta por la FCC⁶ cuando destacó que “la programación de deportes local en particular fue y sigue siendo un importante segmento de programación para todos los vendedores de servicios de señales múltiples. De acuerdo a una investigación del año 2000, entre un 40 a un 48% de los suscriptores de servicios de TV por cable perdería el interés en suscribirse a un cable si este no contara con los contenidos deportivos

⁶ FCC, OPP Working Paper N° 37, Broadcast Television: Survivor in a Sea of Competition.



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

locales.....el acceso a la programación deportiva resulta tan esencial para el éxito de los cableoperadores que estos han pagado exorbitantes precios para acceder a ella.”

336. Al respecto, un primer elemento que debe ser considerado es la existencia de una diferenciación vertical entre las distintas categorías de fútbol, es decir, si existe una apreciación homogénea por parte de los aficionados a este deporte en el sentido de que la competición de primera división es un producto de mejor calidad que el resto de las categorías⁷.

337. En el caso del fútbol, la diferenciación vertical entre los campeonatos de las distintas categorías es clara, puesto que no existe entre ellos superposición alguna y funcionan como competencias independientes. Más aún, la mayor calidad del campeonato de primera división queda claramente demostrada cuando se analiza el mecanismo que permite el ascenso a él. En efecto, este último está diseñado para que los mejores equipos compitan en las categorías superiores, con lo cual se establece automáticamente una diferenciación clara de calidad entre las distintas categorías del fútbol profesional.

338. Con relación a ello, esta Comisión ha señalado⁸ que el fútbol es el deporte más importante de la Argentina y no presenta para sus seguidores una sustitución significativa con otros deportes. Esta importancia relativa del fútbol frente a otros deportes hace que se constituya en un insumo fundamental para el operador de

⁷ El concepto de diferenciación vertical de productos corresponde a la situación en la cual los bienes son considerados diferentes y existe unanimidad entre los consumidores en cuanto a cuál de ellos es el mejor. Por su parte, la diferenciación horizontal de productos corresponde a la situación en la cual los bienes son considerados diferentes, sin que haya unanimidad entre los consumidores en cuanto a cuál de ellos es el mejor.

⁸ Expte. N° 064-002331/99 (C 479) Investigación de oficio.



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

TV paga. Contar con el fútbol le permite a la empresa ampliar su número de abonados y, en un contexto de competencia, adquirir un insumo fundamental para sustentar su oferta.

339. Para graficar el valor del fútbol y la importancia de su difusión televisiva en el medio local puede tomarse como ejemplo lo normado por el HONORABLE CONGRESO DE LA NACION quien ha dictado la Ley N° 25.342 actualmente en vigencia, sancionada el 11 de octubre de 2000 y promulgada el 3 de noviembre del mismo año. Dicha norma establece que las asociaciones deportivas y/o los titulares de los derechos de transmisión de encuentros de fútbol donde participe la Selección Nacional Argentina de fútbol, deberán comercializar esos derechos garantizando la transmisión en directo de dichos encuentros a todo el territorio nacional. Se considerará cumplido este requerimiento con la transmisión de estos eventos a través de una emisora de televisión abierta por localidad.

340. Asimismo, la Cámara Nacional en lo Comercial, sala D, ha indicado⁹ “ Es evidente que los productos vinculados al fútbol son los que –como principio- presentan mayor interés.....constituye dato público y notorio que en nuestro país la popularidad del fútbol supera ampliamente a la de los restantes deportes mencionados”. En este sentido, la sentencia toma como propia la afirmación de las demandantes al afirmar que “ la no inclusión de....los productos fútbol argentino...entre las ofertas de programación de las señales de cable configura un elemento que resta valor significativo a dicha oferta para el público consumidor..(y) su pérdida o ausencia genera insatisfacción con el servicio prestado a los abonados estimulando su salida del sistema de cable y creando desincentivos para la incorporación de nuevos clientes.”

⁹ Cámara Nacional en lo Comercial, sala D, 94.601/01, Buenos Aires, 10 de octubre de 2002, “MSO Supercanal SA y otro c/ Telered Imagen SA y otro s/ medida precautoria s/incidente de apelación (art 250 CPCC), origen Juzgado 21. Secretaría 42.



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

341. Con relación a otras señales que transmiten fútbol como ser ESPN que transmite fútbol europeo, o Fox Sports América (antes de la presente operación) que transmitía hacia el interior del país “Fútbol de Primera”, programa que emite compactos en diferido de los partidos del campeonato de Primera División A organizado por la A.F.A., la Cámara Nacional en lo Comercial, sala D, en el fallo mencionado ha señalado que “ Sin embargo de esos mismos dichos de las recurrentes fluye que si bien trata de productos vinculados al fútbol son productos distintos”.

342. Como se ha expresado, TyC Sports y Fox Sports exhiben características diferenciadoras entre las señales con contenido deportivo. Analizando la composición de estas señales y los niveles de audiencia que generan se observa que el atractivo de ambas radica en la transmisión en vivo de partidos de fútbol con presencia de clubes locales. Estos generan un atractivo superior en el televidente y una necesidad para el operador de contar con estas en su grilla para alcanzar una oferta competitiva.

f). Señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de cada uno de los campeonatos en los que estos intervengan.

343. Este mercado candidato es uno de los planteados en el estudio realizado por FIEL, el cual sostiene que las señales que emiten partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos sólo en uno de los campeonatos en los que estos participan conforman el mercado relevante en la operación objeto de estudio.

344. Por ejemplo, una señal que emitiera partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en la Copa Libertadores de América no estaría incluida en el mismo mercado relevante que otra señal que transmitiese partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en el Campeonato de Primera División A organizado por la A.F.A., y, a su vez, que las dos primeras señales debieran ubicarse en mercados relevantes diferentes que



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

otra que emitiese partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en la Copa Sudamericana.

345. De acuerdo a lo anterior, a un hipotético monopolista de las señales que transmiten partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en la Copa Libertadores de América, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, aunque significativo y no transitorio; puesto que ese aumento no se vería contrarrestado por la actuación de, por ej., un hipotético monopolista de las señales que transmiten partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en el Campeonato de Primera División A organizado por la A.F.A., ni tampoco ese aumento estaría limitado por un traspaso significativo de sus consumidores hacia bienes alternativos.
346. De considerarse esta alternativa como el mercado relevante en la presente operación, se estaría aceptando que para el operador de televisión paga no habría forma de compensar la ausencia en su grilla de los contenidos deportivos señalados considerados individualmente; y que al momento de decidir la conformación de su grilla para generar una oferta que resulte atractiva a los potenciales suscriptores, deberá necesariamente contar con todas las señales de las características citadas y no habrá forma de compensar su ausencia con otra señal de características similares.
347. En la operación bajo análisis, lo anterior implicaría considerar que, por ej., la señal FOX SPORTS, que emite partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en la Copa Libertadores de América y en la Copa Sudamericana, no forma parte del mismo mercado relevante que la señal TyC SPORTS, puesto que esta última emite partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos en el Campeonato de Primera División A organizado por la A.F.A., y que, incluso, la señal FOX SPORTS participa en dos mercados separados, al transmitir partidos de las características citadas pero de dos competiciones diferentes.



iii. Definición del mercado relevante del producto

348. Tomando en consideración los distintos mercados relevantes candidatos analizados precedentemente, esta Comisión Nacional considera que el mercado relevante adecuado para la presente operación está conformado por las señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A (mercado candidato “e”).
349. Habida cuenta de la actividad de la señal FOX SPORTS, esta Comisión Nacional encuentra que un hipotético monopolista de las señales que transmiten deportes durante todo el día y que, a la vez, cuenta con los derechos para la transmisión en vivo de partidos de fútbol que disputen equipos argentinos de 1ª división A encontrará rentable un aumento de precios según lo establece el ya explicado test SSNIP.
350. La evidencia recolectada demuestra que quienes demandan señales, los operadores de TV paga, necesitan contar con al menos una señal de las características descritas para completar su oferta, y la ausencia de esta le puede significar una pérdida significativa de abonados.
351. Ante ello, es razonable suponer que un aumento en el precio de todas las señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A, pequeño, aunque significativo y no transitorio, será aceptado por los operadores de TV paga frente a la alternativa de perder la posibilidad de ofrecer la señal a los suscriptores del servicio.
352. Se entiende, por lo tanto, que es esta la menor canasta de bienes a la que un hipotético monopolista de todos ellos podría aplicar un incremento de precios pequeño aunque significativo y no transitorio, ya que una alternativa más reducida, como podría ser un monopolista de únicamente las señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo, pero sólo de un campeonato donde participan equipos argentinos de primera división A (mercado candidato “f”) podrá ser reemplazado



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

por el cableoperador, adquiriendo una señal que emita los restantes campeonatos en donde intervengan los mencionados equipos.

353. Al respecto, en base a los dichos de cableoperadores locales, se observa que una señal que transmite partidos disputados por equipos que intervienen en el campeonato de primera división A organizado por la A.F.A. pero formando parte de una competición diferente (por ejemplo: Copa libertadores de América o Copa Sudamericana), ha resultado un buen sustituto respecto de otra señal que transmite partidos exclusivamente del campeonato de primera división A organizado por la A.F.A., pero se caracterizaba, esta última, por establecer precios significativamente mayores que los que estaban dispuestos a pagar.

354. En relación a ello, el señor Eduardo Marcelo Vila, representante de Supercanal Holding S.A. una de las empresas de TV por cable más grandes en términos de abonados, señaló en la presentación de fs. 1753/1754 “El lanzamiento de la nueva señal Fox Sports Premium ocurrida a principios del año 2002, le ha permitido a nuestra empresa, y a numerosos cable operadores sumar a su grilla de programación, a un precio razonable, un producto que incluye eventos de importancia como la Copa Libertadores de América, la Copa Sudamericana y la Fórmula 1 Internacional, lo cual le ha permitido competir sin perjuicio de contar con las señales TyC Sports, perteneciente a Tele Red Imagen S.A., empresa con la que ha sido imposible llegar a un acuerdo comercial teniendo en cuenta los elevados precios exigidos y la situación de nuestra empresa y el mercado en general.” Agrega el escrito en relación a la competencia entre las señales de deportes que “...la falta de aprobación, o bien la imposición de condicionamientos generaría trastornos en el mercado, el cual se verá reducido nuevamente, en lo que hace a señales deportivas y, particularmente en lo que hace a la disputa de partidos de fútbol por parte de clubes de fútbol local, a un mercado más pequeño con preponderancia de la señal TyC Sports. Ello podrá tener como resultado que dicha sociedad se afiance, (sic) peligrosamente su posición de dominio, cuyo ejercicio abusivo ha sido denunciado por esa (sic) empresa y por otras en innumerables ocasiones.”



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

355. Es evidente que las manifestaciones del operador en relación a su apoyo a la operación dan muestra de que la señal FOX SPORTS pareciera ser una alternativa a la señal TyC SPORTS, ambas caracterizadas por la difusión en vivo de los partidos donde intervienen equipos de primera división A del fútbol local, aunque de diferentes competiciones.
356. Asimismo, el representante de TELECENTRO S.A. ha manifestado a esta Comisión que contar en su grilla con una sola señal perteneciente a este mercado le ha permitido mantener una base de clientes y ofrecer el servicio a un menor precio. Efectivamente, TELECENTRO S.A. ha logrado mantener una base de clientes a pesar de no contar con la señal TyC SPORTS, constituyéndose en una alternativa para los hogares en donde su producto compite con el de otros operadores de TV paga que ofrecen el conjunto de las señales pertenecientes al mercado relevante definido.
357. En efecto, el anterior es un caso ejemplificador de cómo ante un aumento del precio de una de las señales de dicho mercado, el operador tiene como alternativa el incorporar en su grilla otra de las señales del mismo, manteniendo una oferta atractiva para sus clientes actuales y potenciales, lo que es indicativo de que las señales del tipo definido constituyen en conjunto un mercado en sí mismo.
358. Como ejemplo del tipo de comportamiento sustitutivo aludido, implementado por los operadores de TV paga, se puede citar la exposición del Director del Bureau of Competition de la FTC, William J. Baer explicando la operación Time Warner Turner, síntesis presentada en el trabajo realizado por FIEL para las presentantes (fs. 2084) “..el análisis de la dinámica competitiva de este mercado reveló que una fusión de las firmas propietarias de HBO y CNN podría resultar en un ejercicio unilateral del poder de mercado. Para entender de que manera, es importante reconocer que los compradores inmediatos de programación de vídeo no son los consumidores individuales sino los distribuidores de canales múltiples....quienes compran programas de vídeo a una variedad de productores y los revenden en paquetes a los consumidores.....Desde la perspectiva del distribuidor, CNN y HBO son componentes de redes sustituibles. Esto significa



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

que, aunque ambos programas comúnmente son distribuidos por un distribuidor de canales múltiples, no es esencial distribuir a los dos siempre que uno esté incluido. Una red que incluye a CNN pero que no incluye a HBO es un sustituto económico de una red que incluye a HBO pero no a CNN, siempre que cada red incluya un número suficiente de complementos adecuados para ser aceptados por los suscriptores..”

359. Siguiendo con el ejemplo presentado, todo parece indicar que una señal que transmita fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A puede constituirse como una señal relevante del calibre que las señales HBO y CNN adquieren en el caso del ejemplo. Es de dominio público que las pasiones y la adhesión que genera el fútbol local no tiene comparación con ninguna otra actividad. En este contexto, por ejemplo, un operador de TV paga que cuente con FOX SPORTS podría constituirse como sustituto de otro que incorpore en su grilla a TyC SPORTS.
360. En definitiva, parece razonable pensar que un mercado más reducido que el seleccionado en este caso, como podría ser el mercado candidato “f”, no resultaría apropiado, debido a la existencia de sustitutos que impedirían el ejercicio de poder de mercado.
361. En función de ello corresponde analizar si los mercados candidatos alternativos propuestos podrían resultar relevantes en este caso. En primer lugar, no obstante, debe destacarse que los mercados candidatos restantes resultan más amplios que el seleccionado, por lo que directamente, y atendiendo a la ya descrita metodología SSNIP, deberían descartarse en función de la búsqueda del menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultara rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio.
362. A pesar de la aclaración anterior, y que es fundamento suficiente para no considerar como el mercado relevante en la presente operación a ninguno de los



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

restantes mercados candidatos, el propósito de la exposición siguiente es ampliar por qué otros mercados propuestos no son considerados como relevantes.

363. Como se ha mencionado previamente, el informe de FIEL postula la hipótesis de que el mercado relevante debería ser el de todas las señales, ya que, agrupándolas por su temática, encuentra correlaciones negativas entre sus niveles de rating. Especialmente en el caso de señales con contenido deportivo encuentra alto nivel de sustitución con otros géneros, lo que evidenciaría, según el informe, la existencia de una alternativa viable para los televidentes ante la falta de señales deportivas¹⁰.

364. Para ello, utiliza el rating como “aproximación a la valoración de las señales”. En efecto, en el Resumen Ejecutivo (fs. 1898) se lee “7. Según se avanza en este informe, existen indicios de evidencia empírica tendientes a señalar que los consumidores sustituyen señales de TV con distintas temáticas. Al momento, no nos ha sido posible avanzar lo suficiente como para definir el mercado relevante del producto, pero la evidencia hallada luce más compatible con una definición amplia (donde la mayoría de las señales temáticas se sustituyen entre si) que con una definición acotada...” y “8. En efecto, utilizando el rating como aproximación a la valoración de las señales por los televidentes y agrupando las señales televisivas por contenidos temáticos, se encuentra que la temática deportiva no es la más valorada. Dejando de lado las señales de aire, las señales deportivas alcanzan a representar el 11% y 14% del rating de cable para los años 2002 y 2003 (cuarto y tercer lugar entre señales de cable respectivamente). A su vez, el grupo temático Deportes es el que cuenta con mayor número y tamaño agregado

¹⁰ Nótese que las hipótesis alternativas son la presencia o no de la señal en la grilla, ya que el televidente no percibe un precio por las señales.



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

de correlaciones negativas respecto de otras señales temáticas. De esta manera, esta temática es la primera candidata para compartir el mercado relevante con otra(s) temática(s)...

365. Los argumentos respecto de que “la evidencia hallada luce más compatible con una definición amplia (donde la mayoría de las señales temáticas se sustituyen entre si) que con una definición acotada” no son compartidos por esta Comisión Nacional.
366. En primer lugar, los Lineamientos para el control de las concentraciones económicas actualmente vigentes, que adoptan la ya explicada metodología SSNIP, enfatizan en su apartado II.1 “Definición Del Mercado Relevante” que “de particular importancia para la determinación del mercado relevante del producto es el precio del bien en cuestión”.
367. Si bien puede aceptarse que la valoración que los televidentes hacen de una señal se expresa de alguna manera en la medición del rating de la misma, esa valoración expresada en el rating nada dice respecto del precio de una señal determinada.
368. En efecto, son los operadores de TV paga quienes demandan las señales con el objetivo de, al incorporarlas en sus grillas, generar una oferta competitiva. Además, son ellos quienes influyen directamente en el precio de las mismas.
369. Por otra parte, el informe de FIEL (fs. 1955) señala que “..aunque es incorrecto estimar la sustitución entre dos bienes en función del volumen consumido de cada uno de ellos, tal tipo de razonamiento (esgrimido anteriormente por la CNDC...) ni siquiera sería aplicable a la programación deportiva”.
370. Continúa argumentando el informe de FIEL que (fs. 1912) “ Las señales de televisión compiten por obtener una mayor audiencia (mayor rating), lo que les genera un mayor valor que se traduce en un mayor precio por la señal y un mayor precio por la publicidadlos niveles de audiencia varían en función de la preferencia del público frente a los contenidos de la programación.”



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

371. De la evidencia recolectada en la presente concentración, tanto por información presentada por las partes como por los dichos y datos de terceros, no se observa que los argumentos esgrimidos por las partes sean correctos. En efecto, si se analiza el rating promedio de las señales y el valor cobrado a los cableoperadores por los derechos de difusión de las mismas, no se encuentra relación alguna. Por ejemplo, el principal cableoperador ha abonado, para el año 2002, por las señales Canal Fox y National Geographic, ambas comercializadas por una de las partes, el 12% de lo que abonó por la señal FOX SPORTS, siendo que el promedio anual de rating de la señal Canal Fox fue de 0,45 puntos mientras que el de FOX SPORTS fue de 0,34 puntos. En idéntico sentido, TyC Sports, la señal de mayor valor para los operadores alcanzó en 2002 un rating promedio que es menos de la mitad del de Cartoon Network, la señal de TV paga más vista (1,53 vs. 0,69).¹¹

372. Asimismo, como muestra de la inexistencia de relación entre el precio para el operador de TV paga y la demanda de los televidentes, en su presentación espontánea, el señor Eduardo Marcelo Vila en representación de Supercanal Holding S.A., uno de los más importantes cableoperadores del interior del país, señaló (fs. 1753/1754) que “Es importante destacar que el precio de la señal Fox Sports representa menos del 25% del precio de la señal TyC Sports, siendo el rating de Fox Sports igual o mejor que el de TyC Sports”.

373. El representante de MEDIA PLANNING ARGENTINA S.A., agencia de medios, fue interrogado acerca del valor de los ratings para la publicidad, indicando en su testimonio que (fs. 2030) “...nosotros la usamos habitualmente como un indicador para las compras de los anunciantes. Mide la audiencia, indica qué programa tiene más audiencia, qué canal tiene más audiencia y en qué horarios hay más audiencias. Nosotros compramos programas, no compramos al promedio. En

¹¹ Brand Connection. Argentina MediaMap. Edición 2003.



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

televisión abierta se vende por programa y yo elijo los programas que me convienen.”

374. Al respecto el Gerente Comercial de RED INTERCABLE S.A., una sociedad que representa a alrededor de 200 empresas de TV por cable, ante la pregunta si las señales de deportes se diferencian cualitativamente de las demás manifestó que (fs. 1375/1379) “Las tres señales de deporte en este momento, representan un 50% aproximadamente del total del costo de programación. Desde otro punto de vista las señales de deportes tienen una audiencia importante pero no necesariamente tiene relación con el costo. Cuando uno relaciona una señal con el costo y otras señales con el costo, no se corresponden unas con otras. Está desproporcionado el costo en relación a la audiencia. La audiencia que tienen las señales de deportes, lo justifican, en virtud de la demanda. No son muchos pero pueden tener demasiada presión o presiones sobre el sistema de cable para que tenga el producto. Posiblemente algún otro rubro, como películas o canales para la mujer, quizás en cantidad de abonados sea visto por mucha gente pero no hay mucha presión al canal de cable para tener esa señal.” Frente a ello fue interrogado acerca si consideró la RED INTERCABLE alguna vez no contratar algún canal de deportes en algún momento, respondiendo que “Siempre está la alternativa de no contratar, pero no tener el canal de deportes tendría algún efecto negativo.”

375. Entiende esta Comisión que existe alguna característica particular que hace que las señales sean vistas como valiosas para el cableoperador desde el momento en que, pese a no ser las más vistas, necesite incorporarlas a su grilla. En este sentido, la explicación se asienta más en la necesidad de contar con la difusión de los eventos relevantes de las señales que en el contenido general.

376. Asimismo, en este caso es importante señalar el problema que representan los promedios para estas evaluaciones. Si una señal con contenido deportivo tiene un rating muy alto dos veces por semana durante las dos horas que transmite los partidos de fútbol en vivo y el resto del tiempo los niveles de audiencia son bajos, al promediar los mismos, seguramente la importancia de los mencionados eventos



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

tenderá a diluirse, por lo que la medida hará que la señal parezca irrelevante, cuando en realidad gran parte de los televidentes quieren si o si que el operador de TV paga les ofrezca el acceso a las mismas.

377. En este contexto se puede explicar el valor de las señales pertenecientes al mercado relevante descrito como diferenciado del resto de las señales en general o de deportes en particular a raíz de la existencia de picos de rating que se observan en ciertos programas que las componen. La transmisión en vivo de partidos de fútbol donde intervienen equipos de primera división A de Argentina genera una demanda efectiva o potencial importante en la teleaudiencia que induce a los operadores de TV paga a contratar con ellas a los fines de tenerlas disponibles en sus grillas.

378. Continuando con el análisis del rating, la información cuantitativa respecto del mismo puede ser considerada de dos maneras distintas: en promedio temporal para cada señal o evaluando cada programa en particular. Ya se ha señalado que los promedios de rating por señal no guardan relación alguna con el precio que los operadores de TV paga abonan por las mismas.

379. Considerando el rating de cada programa en particular la situación aludida se repite. Existe evidencia respecto del rating de ciertos programas incluidos en señales de bajo precio para el operador de TV paga (e incluso gratuitas) que es superior al rating que alcanzan los picos de rating de los programas más importantes de las señales deportivas, típicamente los partidos donde intervienen equipos de primera división A del fútbol argentino (por ej., Video Match, de la señal TELEFE, que supera ampliamente en rating a prácticamente cualquier partido en el que participen equipos de primera división A).

380. Recapitulando, en el caso de las señales que conforman el mercado relevante en la presente operación el precio de la señal se relaciona con la posibilidad de ofrecer un determinado producto (partidos de fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A) y el operador de TV paga está dispuesto a pagar un alto precio por ellas en relación a otras señales,



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

puesto que los suscriptores actuales o potenciales a su sistema demandan la opción de disponer de tal producto.

381. La difusión televisiva de los partidos de fútbol de las características señaladas genera niveles de audiencia muy diferentes que el resto de los eventos que se emiten en televisión paga.

382. Por otro lado, la diferenciación entre la transmisión en vivo de partidos de fútbol donde intervienen equipos argentinos de primera división A respecto de aquellos disputados entre equipos del exterior resulta evidente. A modo de ejemplo se puede citar que en los cuartos de final de la Copa Libertadores de 2003, los partidos de River Plate frente a América de México y Boca Juniors frente a Cobreloa de Chile midieron niveles de rating de 14,44 y 13,60 respectivamente (fs 2733), mientras que la final de la misma copa el año anterior, entre Olimpia de Paraguay y San Caetano de Brasil, midió 3,09 puntos. (fs. 2397)^{12 13}

383. Lo señalado en el párrafo anterior sirve asimismo como fundamento para la no consideración conjunta de todas las señales con contenidos mayoritariamente deportivo durante las 24 hs. del día, los siete días de la semana, ya que, si bien algunas de esas señales emiten partidos de fútbol en vivo y en directo, no emiten partidos de las características citadas en los que participen equipos argentinos de primera división A.

384. En relación a otros mercados candidatos más amplios, puede destacarse que dadas las características de diferenciación expuestas (entre TV abierta y paga) es

¹² Las semifinales y las finales de la Copa en 2003 fueron transmitidas por TV abierta, por ello se ha elegido para comparar a la final del año anterior como el evento más importante en el que no han participado equipos argentinos.

¹³ Los niveles de rating corresponden al universo de hogares, por lo que si se considerara la penetración de la TV paga su nivel sería más significativo.



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

posible imaginar el análisis de la sustitución entre los sistemas de televisión teniendo en cuenta el mencionado test SSNIP¹⁴. En este caso debería suponerse la existencia de un monopolista del servicio de TV paga que decide un aumento del precio del abono y analizar si experimentará una pérdida de abonados tal que el incremento resultaría no rentable. En este contexto, dado que en general se observa que los operadores de TV por cable son monopolistas en cada uno de los mercados que se desarrollan, sus precios deberían estar por el límite de sus posibilidades de aumento. Sin embargo, la evidencia sobre aumentos en los precios por parte de los cableoperadores ante la entrada de competidores, demuestra que en general estos cuentan con margen para alterar significativamente los valores sin temer una pérdida sustancial de abonados. En efecto, se puede observar que la penetración de la televisión por cable en el país descendió entre 2000 y 2002, según INDEC, del 58% al 55% (menos del 5%), mientras que los precios promedio del abono se incrementaron más del 30%.

385. Debe destacarse en este caso que la TV abierta es un servicio público gratuito y para acceder a la misma es necesario contar tan sólo con un televisor encendido. Va de suyo que quien deja de comprar el servicio de la TV paga, a menos que decida desprenderse del televisor, va a poder demandar TV abierta; la TV abierta parecería mas bien un producto residual, lo que no implica que sean medios sustitutos. Alternativamente, resulta imposible imaginar un monopolista de TV abierta que decida aumentar el precio del servicio y con ello provocar una migración al cable.

¹⁴ Metodología adoptada por los lineamientos para el control de concentraciones económicas de la Comisión nacional de Defensa de la Competencia. El SSNIP test (small but significant non transitory increase in price) es una técnica de determinación de mercado adoptado por las Guías de Concentraciones Económicas del Departamento de Justicia de Estados Unidos en 1982, que fuera desarrollado por el Profesor William Baxter. Como se indicó más arriba, el test busca determinar el menor



iv. Definición del mercado geográfico relevante

386. Desde el punto de vista de la demanda, se considera que dos regiones forman parte de un mismo mercado geográfico si los consumidores de una de ellas perciben a los productores de la otra región como competidores de los productores locales. En particular, se debe analizar si, ante un incremento de los precios locales, los consumidores se encuentran dispuestos a trasladarse a una región aledaña a los efectos de satisfacer su demanda. Si ello es así, resulta adecuado considerar que ambas regiones conforman un único mercado geográfico desde el punto de vista de la defensa de la competencia, puesto que los productores ubicados en cada una de ellas compiten (ya sea efectiva o potencialmente) entre sí.

387. Por su parte, la existencia de sustitución por el lado de la oferta se refiere al hecho de que, ante un incremento en los precios de los productores ubicados en una región determinada, los productores provenientes de regiones aledañas encontrarán rentable y posible la comercialización de sus bienes en la región cuyos precios aumentaron. En tal caso, los productores de las regiones aledañas constituyen una competencia potencial para los productores locales y todas las zonas consideradas forman parte de un mismo mercado geográfico, puesto que la libertad de acción de los productores de cualquiera de ellas se ve limitada por el accionar del resto.

388. En el presente caso, dado el mercado de producto determinado, el mercado geográfico es de carácter nacional. Las empresas vendedoras de señales con las características descriptas ofrecen sus servicios en todo el país. Asimismo, desde el punto de vista de la demanda, los operadores de TV paga adquieren señales que pueden ser producidas en cualquier parte del país y, por las características del

grupo de productos en el menor mercado geográfico en el cual un hipotético monopolista podría beneficiarse de un incremento no transitorio sobre los precios vigentes.



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

producto, su presencia es nacional ya que generalmente su envío se realiza mediante satélites cuya “pisada” alcanza la totalidad del territorio.

v. Características del Mercado Relevante

389. En el mercado relevante definido se observa la presencia de las señales FOX SPORTS, señal objeto de la operación, y TyC SPORTS, en el segmento de las señales básicas, y de TyC MAX, en el segmento de señales codificadas. Estas señales de deportes se caracterizan por ser las únicas que emiten en vivo y en directo partidos de fútbol donde intervienen equipos argentinos de primera división A que participan tanto en el torneo local como en competencias internacionales.

390. Las señales deportivas ESPN y ESPN+ no forman parte del mercado relevante puesto que, si bien emiten partidos de fútbol en vivo y en directo, no emiten partidos de las características citadas en los que participen equipos argentinos de primera división A.

391. TyC SPORTS se ha destacado por ser una señal con características diferenciadoras del resto de las señales que se comercializan. Como han señalado en general todos los operadores de TV paga, consultados tanto para el análisis de la presente concentración como en relación a denuncias de posibles conductas anticompetitivas ante esta Comisión, resulta, desde su punto de vista, una señal determinante para la viabilidad del operador y su posicionamiento competitivo y, ante esta circunstancia, ha sido comercializada a valores, considerados por estos, como elevados. Efectivamente, la evidencia recolectada demuestra que es una de las señales más caras dentro de la grilla de los operadores.

392. Por otro lado FOX SPORTS, previo a la presente operación, era una señal que no resultaba atractiva para el público local, y por ello no tenía importancia sustancial para los operadores, la única excepción que se puede destacar como motivo de atracción del público era la transmisión del programa FUTBOL DE PRIMERA para el interior del país.



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

393. La señal TyC MAX se diferencia de las anteriores dado que, para acceder a ella, los suscriptores a un servicio de TV paga deben abonar una suma adicional al abono básico.
394. A raíz de los aportes realizados en la conformación de la sociedad, que dio origen a la notificación de la presente operación de concentración, la señal ha ganado relevancia y se ha constituido como otra señal importante para el operador de televisión paga. En efecto, con la incorporación de los torneos de fútbol organizados por la Confederación Sudamericana la señal ha obtenido un protagonismo que le ha proporcionado mayor apreciación por parte de los cableoperadores.
395. En abril de 2002 se presentó en el mercado la señal “FOX PREMIUM”¹⁵ señal que incorporaba al contenido tradicional de FOX SPORTS los nuevos derechos internacionales. Esta incorporación de eventos permitió incrementar el precio cobrado a los operadores de televisión a la vez que generó quejas de algunos de ellos habida cuenta de este aumento y a la diferenciación entre la señal de deportes de FOX que se ofrecían a quienes renovaban el contrato y la que se ofrecía a quienes deseaban mantener las condiciones previas.¹⁶
396. Asimismo, como se ha explicado previamente, parte de la actividad de FOX SPORTS es manejada por TORNEOS en virtud de contratos que las vinculan a nivel de las empresas. A su vez ambas empresas poseen accionistas comunes.

¹⁵ La denominación PREMIUM fue incorporada por la señal sólo en el nombre del producto y no hace referencia a la modalidad de transmisión, dado que la señal formó parte del abono básico.

¹⁶ En relación a esto se encuentran en trámite los siguientes expedientes: S01: 0156639/2002 (C767) caratulado “Hicks, Muse, Tate, & Furst, Liberty Media International y Fox Sports Latin America s/ Infracción a la ley 25.156” iniciado por denuncia del 26/03/2002 y el expediente S01: 0163979/2002 (C779) caratulado “Hicks, Muse, Tate, & Furst, Liberty y Fox s/ Infracción a la ley 25.156” iniciado por denuncia del 26/04/2002.



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

397. Desde comienzos de la década pasada TORNEOS se dedica a la producción de los principales eventos deportivos del país. En efecto, todos los partidos de fútbol de primera división que transmite TyC SPORTS, al igual que algunos programas, son producidos por TORNEOS. Asimismo esta última empresa produce la mayoría de las transmisiones en vivo de partidos de fútbol que se llevan a cabo en el país y gran parte de los que tienen lugar en el exterior con participación de equipos argentinos.
398. A decir de todas las empresas del sector consultadas, TORNEOS es la mejor y, para la mayoría, la única empresa con capacidad para producir la transmisión en vivo de estos eventos deportivos.
399. Al respecto el representante de ARTEAR, señaló que “Se suele contratar a Torneos y Competencias que es el especialista en la producción de eventos deportivos. PREGUNTADO: Para que diga el testigo si hay otras empresas que puedan ofrecer un servicio similar. DIJO: No creo que haya una empresa que haya podido ofrecer un servicio similar en cuanto a la calidad de lo que se produce... PREGUNTADO: Para que diga el testigo qué características tiene la empresa para diferenciarse de otras. DIJO: Más de diez años de trayectoria y especificidad en la producción de eventos deportivos. Tiene determinadas tecnologías aplicadas al deporte, cámaras específicas o determinada cantidad de islas de edición, móviles, entre otros, que hace de ella la mejor alternativa. Se podría contratar si uno quisiera a Estrellas Producciones, que es Carburando, si estamos hablando de una carrera automovilística. Tienen cámaras internas en los autos y otra tecnología que los hacen especialistas en lo que hacen.....Si uno quiere una determinada cantidad de cámaras para un determinado evento, o un equipamiento técnico determinado, eso no lo tiene cualquiera. TyC (por TORNEOS) tiene los periodistas más relevantes de la plaza. Si uno quiere hacer un partido de fútbol y quiere diferenciarse, ello tiene un mayor valor agregado a la hora de venderlo. Conviene contratar en ese caso el equipo cerrado de TyC. Para Fútbol de Primera TyC tiene a los periodistas contratados en exclusividad. Tener personal contratado con exclusividad forma parte de los usos y costumbres en esta actividad.”



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

400. Asimismo, TORNEOS es socia de IESA en TRISA y en TSCSA empresas que explotan los derechos de transmisión de los partidos de fútbol oficiales del torneo local, merced de contratos que han firmado con A.F.A.. TRISA es propietaria de la señal TyC SPORTS , una señal de deportes que transmite durante las 24 horas del día tanto programas como eventos en vivo y grabados, además de poseer los derechos de difusión de los partidos del campeonato de primera división B y primera B nacional, entre otros. En tanto que TSCSA comercializa la señal TyC MAX donde se transmiten los eventos codificados, a la vez que es titular de los derechos de difusión de los partidos correspondientes al torneo de primera división A de la A.F.A., entre otros.
401. Desde el punto de vista de la demanda, como se mostrara previamente, los distribuidores de señales múltiples utilizan estas señales para su grilla y necesitan contar con las más relevantes según la apreciación de sus abonados actuales y potenciales, para generar sus argumentos de venta. La característica de estas señales para el comercializador es principalmente que le presentan un producto que resulta atractivo en general frente al decisor de la compra, que es quien en definitiva desea ver los partidos de fútbol.
402. Al respecto nótese que, en general, el espectador característico de estos partidos posee un conocimiento previo del deporte, de sus jugadores, de los equipos que compiten, de la calidad de la competencia, y de otros aspectos relacionados con el juego. Por lo tanto, no requiere que la calidad del producto le sea indicada por su precio, puesto que se trata simplemente de la transmisión televisiva de un evento que es previamente conocido por él. Esto significa que en general no es necesario el establecimiento de precios u otras señales de mercado para mostrar la diferenciación del producto, el público general lo conoce y, en una amplia mayoría, aprecia.
403. Las partes manifiestan que desde la demanda, especialmente los cableoperadores, existe un fuerte poder de compra, que en muchas localidades el operador es el único prestador o bien que los principales operadores concentran gran parte de la demanda. Al respecto puede indicarse por un lado que los



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

mayores operadores de TV paga con relación al número de abonados tienen algún vínculo con las empresas participantes en este mercado: CABLEVISION (donde participan LIBERTY y HTMF), cuenta según FIEL con el 29,2% de los abonados, MULTICANAL (GRUPO CLARIN) con el 28,0%, TELEDIGITAL (HTMF) con el 3,4% por lo que este poder estaría relativizado¹⁷.

4. Evaluación del impacto de la concentración económica sobre la estructura del mercado

404. Teniendo en consideración el mercado descripto, la presente operación permite vincular en cabeza de TORNEOS, HTMF y LIBERTY a las únicas señales que difunden programas con contenido deportivo para la TV paga que transmiten en vivo y en directo partidos de fútbol donde intervienen equipos de primera división A argentinos, siendo ellas las señales TyC SPORTS, TyC MAX y FOX SPORTS.

405. La presente operación, así como fue notificada y sin mediar ningún tipo de remedio, implica la operación conjunta de las señales atento a la participación de los referidos grupos en ellas y a la vinculación contractual entre los accionistas AVILA y NOFAL y FOX SPORTS y los contratos específicos de provisión de servicios entre TORNEOS y FOX SPORTS.

406. En consecuencia, el impacto de la operación sobre el grado de concentración del mercado de señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo con participación de equipos argentinos de primera división A es lo suficientemente alto. En efecto, la operación importa la vinculación en cabeza de TORNEOS, LIBERTY y HTMF de las únicas tres señales que conforman el mercado relevante.

¹⁷ Participaciones tomadas del referido estudio de FIEL, presentado en el expediente en fecha 25/12/2003.



407. Por ello se analizará a continuación las barreras a la entrada a fin de determinar si existe la posibilidad de ingreso de nuevos competidores en forma rápida, probable y significativa.

5. Evaluación de las barreras a la entrada de nuevos competidores

408. El impacto de los cambios en la estructura de la oferta en el mercado relevante debe evaluarse considerando el grado de desafiabilidad que exhiben, a fin de estimar las posibilidades efectivas de ejercicio de poder de mercado por parte de las empresas que se concentran. Por ello se procederá a hacer una evaluación de las condiciones de entrada.

409. Al respecto, corresponde notar que el ingreso de nuevos competidores al mercado relevante debe ser rápido, probable y significativo para que tenga la potencialidad de contrarrestar un posible ejercicio de poder de mercado originado en la operación de concentración económica analizada. Es decir, que sólo en el caso de que no existan barreras a la entrada que impidan el ingreso, los efectos perjudiciales de un mayor nivel de concentración derivado de la operación podrán ser neutralizados por la posibilidad de dicho ingreso.

410. Esto significa que cualquier tentativa de ejercicio de poder de mercado, ya sea un aumento de precios o una disminución en la calidad a igual precio podría ser contrarrestada por efecto del ingreso de nuevos competidores al mercado definido.

411. Las condiciones de entrada para el mercado relevante definido se caracterizan por la presencia de barreras que impiden un ingreso de las características citadas. Estas barreras son de tipo económico, es decir que se trata de un mercado que enfrenta situaciones o circunstancias que no hacen previsible una entrada rápida, probable y significativa de nuevos competidores.

412. Por un lado, las partes notificantes poseen derechos de comercialización de eventos deportivos a través de contratos que se han establecido por plazos demasiado extensos como para que pueda establecerse un competidor en el corto plazo. Más específicamente, los contratos que vinculan a la A.F.A. y TORNEOS y



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

TRISA se extienden hasta el año 2014 e incluyen cláusulas que facilitan su renovación. Por otro lado, las partes también tienen suscriptos contratos por los derechos de la Copa Libertadores de América y Copa Sudamericana.

413. Adicionalmente debe considerarse en la evaluación de las barreras a la entrada de nuevos competidores el grado de saturación en la penetración del servicio de televisión por cable en particular y de TV paga en general en la República Argentina. Al respecto, se han recibido testimonios que indican que el mercado se encuentra en un estado de saturación donde los ingresos tienden a reducirse así como la capacidad de pago de los operadores de TV paga. Como se verá más adelante es uno de los argumentos esgrimidos por las partes en relación a la llamada “defensa de empresa en quiebra”.
414. Una situación como la descrita en el mercado de TV paga repercute negativamente en el segmento de comercialización de señales, insumo fundamental de los operadores de TV paga, puesto que un escenario de saturación aguas abajo (operadores de TV paga) desincentiva el ingreso de competidores aguas arriba (producción y comercialización de señales).
415. En ese sentido, un mercado de producción y comercialización de señales que, por lo expuesto en el párrafo anterior, tiende al menos a no crecer, se convierte en una barrera a la entrada adicional al presentar poco atractivo para el ingreso de nuevos competidores, con lo cual se reduce aún más la posibilidad de un ingreso rápido, probable y significativo de nuevos distribuidores de señales.
416. Finalmente, debe considerarse que la existencia de relaciones verticales entre CABLEVISION, TELEDIGITAL, MULTICANAL, por un lado, y las señales que las partes notificantes asimismo controlan reduce la capacidad de grilla disponible para señales de terceros no vinculados y genera la posibilidad de que se utilice el poder que la integración brinda en el mercado de distribución de señales para excluir a competidores en la provisión de señales. Así, si un proveedor de señales controla una proporción lo suficientemente importante del mercado de televisión



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

por cable, es posible que pueda utilizar ese control para excluir a señales competidoras negándole acceso a sus grillas de programación.

417. Es posible, entonces, que la integración vertical aludida actúe como una barrera a la entrada de nuevos competidores en el mercado de servicios de televisión paga, a la vez puede generar dificultades para aquellos competidores a la hora de adquirir las señales con las cuales componer su grilla de programación.

418. La situación anterior se agrava al considerar que las señales televisivas comercializadas figuran entre las más reconocidas por la audiencia, como es el caso de las señales que emiten en vivo y en directo los partidos de fútbol de primera división con participación de conjuntos locales.

6. Evaluación de las ganancias de eficiencia

419. En el apartado VI de los Lineamientos para el control de las concentraciones económicas se afirma que la existencia de ganancias de eficiencia y el impacto que éstas tengan sobre los consumidores argentinos pueden determinar que una concentración no perjudique al interés económico general aunque aumente la probabilidad de ejercicio de poder de mercado.

420. En lo que respecta a las ganancias de eficiencia que podrían generarse como consecuencia de la operación de concentración propuesta, y que podrían jugar como un elemento favorable dentro de la evaluación general de la operación, debe señalarse que esta Comisión Nacional ha requerido a las presentantes la identificación en forma específica y la cuantificación, en caso de existir, de tal tipo de ganancias.

421. En general las ganancias de eficiencias expuestas se relacionan con una mayor actividad en TORNEOS a raíz de la tercerización en esta empresa de la actividad desarrollada por FPAS y en los ahorros de recursos que esta tercerización genera.



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

422. Asimismo, manifiesta que el aporte y el sustento económico de los socios le posibilitará a la sociedad encarar “proyectos futuros, incluyendo la inversión en tecnología para la mejora del servicio” y adicionalmente la combinación de los contenidos en manos de T&T y su combinación con la marca “FOX” lograrán incrementar el valor del producto. Agregando finalmente que la concentración le permitirá elaborar o adquirir nuevos contenidos.
423. Con respecto a la información presentada sobre las ganancias de eficiencia que se alcanzarán de concretarse la operación, esta Comisión entiende que algunos de los puntos presentados no podrán ser considerados como legítimas ganancias de eficiencia. El motivo de esta decisión se debe a que las mismas, no cumplen con la racionalidad económica subyacente que debe verificarse en toda defensa por ganancias de eficiencia. Es decir, no logran demostrar fehacientemente que las eficiencias que surjan de producirse la operación, no pueden ser alcanzadas mediante otras alternativas, y por lo tanto, la única forma de ser alcanzadas es a través de la operación propuesta. Lo que esto implica es que, dado que la operación notificada presenta preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia, las eficiencias que surjan de producirse la operación, deben neutralizar estos posibles efectos anticompetitivos.
424. Respecto de los puntos detallados anteriormente, puede destacarse que por un lado gran parte de los ahorros que puede generar la operación no recaen en la sociedad que se conformaría a raíz de esta operación, sino en TORNEOS y por otra parte tampoco, además de no poder cuantificarlo tal como se lo exige, se ha demostrado que estos ahorros o mayores eficiencias sean fruto de la concentración y que no puedan alcanzarse de una forma alternativa preferible.
425. En conclusión, no existen evidencias de mejoras de eficiencia que pudieran alcanzarse si se aprobara la presente operación. Por lo tanto dicha operación tendría desde este punto de vista entidad suficiente como para provocar perjuicio al interés económico general.

7. Evaluación de la “defensa de empresa en quiebra”



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

426. En su presentación y en relación a la llamada “defensa de empresa en quiebra” las partes manifestaron (fs. 1056/58) que en el contexto de crisis económica que afectó al país durante 2001 y 2002 “también afectó a la señal FOX SPORTS que experimentaba sustanciales pérdidas económicas al punto de encontrar seriamente comprometida su continuidad”....” Con la finalidad de superar los graves inconvenientes ocasionados por las pérdidas experimentadas y dar viabilidad a la operatoria de esta señal [FOX SPORTS] es que ISP [el controlante de FOX SPORTS] decidió participar en la formación del Joint Venture contribuyendo activos (sic) de sus canales destinados al habla hispana”
427. Señalan además que la posible salida del mercado de la señal FOX SPORTS “produciría una merma sustancial en los ingresos de TyC [TORNEOS] lo que le ocasionaría graves perjuicios económicos”
428. Concluyen indicando que “la transacción tiene como otro de sus objetivos mantener la viabilidad de la señal FOX SPORTS en el mercado, que de otro modo se vería obligada a retirarse del mismo, en perjuicio no solo del interés económico general sino también de diversas sociedades con participación en el segmento como TyC y TyT [TORNEOS], lo que en definitiva también se traduciría en un impacto negativo sobre el consumidor en lo relacionado a la oferta y calidad de las señales que reciben y aún indirectamente a través del perjuicio que experimentarían los diferentes clubes deportivos argentinos que obtienen beneficios económicos de TyC [TORNEOS] a través de las diferentes asociaciones y confederaciones que las nuclean.”
429. Siguiendo con los argumentos de la “defensa de empresa en quiebra” FIEL, señala que” la operación permitió evitar la salida de la señal FOX SPORTS, ya que la misma no hubiera podido ser rentable sin una asociación similar a la producida en esta ocasión, para lo cual no había otras empresas en condiciones o dispuestas a hacerlo, o bien quienes eventualmente podrían hacerlo posiblemente habrían provocado reparos competitivos similares o mayores (por ejemplo, si ESPN se combinara con FOX SPORTS).”



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

430. Al respecto, existen antecedentes en dictámenes de esta Comisión Nacional¹⁸, así como en la normativa y jurisprudencia internacional acerca del control previo de fusiones y adquisiciones, relativos a una etapa dentro del proceso secuencial de análisis de los posibles efectos anticompetitivos de la operación que contempla las condiciones económicas y financieras de algunas de las partes involucradas en la misma. Esta etapa del análisis, denominada “failing company defense”, permitiría que una operación progrese, a pesar de generar mayor concentración y de que existan barreras a la entrada, si se cumplen determinadas condiciones. Cabe destacar, sin embargo, que las condiciones para que proceda el argumento de la “failing company defense” son muy estrictas y, en consecuencia, el mismo es aplicado por los órganos “antitrust” y la justicia en forma muy restringida¹⁹.

431. La función del mencionado argumento no es la de tornar permisibles operaciones que den lugar a la creación o aumento de poder de mercado; sino que por el contrario, la figura de la “failing company defense” permite establecer que los posibles efectos anticompetitivos de la operación no son atribuibles a esta última cuando no existen alternativas a la misma que resultarían en un mayor nivel de competencia en el mercado relevante.

432. Las condiciones para la procedencia de la “failing company defense” no se limitan a la determinación de la probabilidad de quiebra o salida de la empresa en

¹⁸ Expte. N° 064/010116/2000 (C. 170), operación de concentración económica entre las empresas OCA y Correo Argentino, y Expte. N° 064-010740/2001 (C. 335), fusión que involucra las empresas LAPA, Fexis, Elenor, Eduardo Eurnekian y otros.

¹⁹ Véanse, para el aspecto normativo, 1992 Merger Guidelines de los Estados Unidos, 5.1 y Merger Enforcement Guidelines del Canadá, 4.4. Para el aspecto jurisprudencial, FTC. Great Lakes Chem. Corp., 528 F.Supp. 84,96-98 (N.D.Ill.1981); Granader v. Public Bank, 281 F.Supp. 120 (E.D.Mich.1967), cert. denied, 397 U.S. 1065, 90 S.Ct. 1503 (1970); United States v. M.P.M., 397 F.Supp- 78,96 D.Colo.1975).



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

cuestión. Así, por ejemplo, las Merger Enforcement Guidelines de Canadá exigen, además, para que se pueda concluir que la operación no aumentará o creará poder de mercado, que se cumplan en su totalidad las siguientes condiciones: a) que no exista la alternativa de un comprador preferible desde el punto de vista competitivo (un "competitively preferable purchaser"); b) que la empresa en cuestión probablemente no permanezca en el mercado ni siquiera bajo un proceso de reconversión ("retrenchment"); y c) que la liquidación de la empresa en cuestión no resulte en un nivel significativamente más alto de competencia en el mercado que si la operación de concentración tuviera lugar.²⁰

433. Lo señalado en el párrafo anterior resulta suficiente para concluir que, en el estado de las presentes actuaciones y de acuerdo a las constancias presentes en el expediente, la mencionada defensa no es aplicable a la operación analizada, dado que en primera instancia las partes no han demostrado que efectivamente FOX SPORTS estuviera próxima a la quiebra o a salir de mercado, asimismo, tampoco se ha demostrado que la empresa, a partir de las pérdidas registradas, haya agotado las instancias de búsqueda de un comprador o socio preferible desde el punto de vista de la defensa de la competencia y, finalmente, en relación a los beneficios que obtendría TORNEOS, no queda demostrado que si los derechos que se aportan a FOX SPORTS fueran emitidos por una señal de un

²⁰ En rigor las Merger Enforcement Guidelines de Canadá no sólo prevén la situación de probable quiebra sino también la salida de la empresa en razón de otros motivos (la Sección 4.4, que trata el tema, se titula "Business Failure and Exit"). Estas Guidelines pueden consultarse en <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/ct01255.html>. Asimismo la Federal Trade Commission, en la fusión Boeing / Mc Donnell Douglas (1997) utilizó un argumento de probable "salida" del mercado de Mc Donnell Douglas, próximo pero no exactamente igual al de la "failing firm defense", para autorizar dicha operación. A este respecto puede consultarse Pitofsky, Robert (2000). "EU and US Approaches to International Mergers - Views from the U.S. Federal Trade Commission", disponible en la página Web de la Federal Trade Commission.



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

tercero no vinculado, éste no contrataría a TORNEOS para su producción o gestión.

434. En resumen, en esta instancia, el argumento de la "failing company" no tiene cabida dentro del análisis de la operación de concentración económica notificada.

VII. CONTRATOS ENTRE TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. Y FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC.

435. En las presentes actuaciones, y como se ha señalado anteriormente, las partes han presentado para su estudio por esta Comisión Nacional, cuatro contratos celebrados entre TORNEOS y FPAS, a saber: (i) Contrato de Venta de Publicidad, denominado "TyC Sales Representation Agreement", agregado a fs. 439/459, debidamente transcrito a fs. 460/491; (ii) Contrato de Venta de Afiliadas, denominado "TyC Affiliate Sales Agreement", agregado a fs. 493/516, con la debida copia traducida obrante a fs. 517/555; (iii) Contrato de Servicios Empresariales de TORNEOS, denominado "TyC Corporate Services Agreement", que se encuentra agregado a fs. 663/683, con su traducción de fs. 684/712; y (iv) Contrato de Servicios Técnicos y de Producción de TORNEOS, denominado "TyC Production And Technical Services Agreement", cuya copia luce agregada a fs. 859/883, y su transcripción se halla a fs. 884/919, todos ellos celebrados con fecha 5 de febrero de 2002.

436. Los apoderados de PSH, LIBERTY y FOX, informaron que las partes resolvieron modificar el contrato celebrado con fecha 5 de febrero de 2002 entre TyC y FPAS, denominado "TyC Affiliate Sales Agreements", en lo que respecta a la Argentina, a fin de prescindir de los servicios de agencia prestados por TORNEOS en nuestro país (fs. 2999/3000).

437. En ese sentido, las partes manifestaron que las tareas de marketing y comercialización de la señal FOX SPORTS, a partir del día 1 de enero de 2004 son desarrolladas en forma íntegra y directa por FOX SPORTS LATIN AMERICA S.A., una subsidiaria de FPAS.



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

438. Por otra parte, es importante destacar que el día 16 de septiembre de 2003, los apoderados de PSH, LIBERTY y FOX acompañaron copia debidamente traducida al castellano, de la Modificación General Corregida y Reformulada de los Contratos de Servicios entre Torneos y Competencias S.A. y Fox Pan American Sports LLC, denominado “Addendum a los Contratos de Servicios con TyC”. (fs. 1507/1510 y 1511/1557).
439. Como característica diferencial con relación al contrato de Servicios celebrado originalmente entre FPAS y TORNEOS, se contempló que, en las sucesivas renovaciones contractuales de los distintos contratos de servicios, FPAS pueda contratar a un tercero que preste servicios similares a FOX o TORNEOS en la medida que aquellos puedan prestar sus servicios a un precio y condiciones más ventajosas para FPAS que las que ofrezcan FOX o TORNEOS.

VIII. CONTRATOS DE NO COMPETENCIA.

440. Habiendo analizado los instrumentos suministrados por las partes a los efectos de esta operación, se advierte en los mismos la existencia de dos contratos de no competencia.
441. El primero de ellos es el celebrado entre los Sres. Carlos Avila, Luis Nofal y las partes de la operación; y el segundo, el celebrado entre el Sr. Nofal, las Partes de Canje y Fox Pan American Sports.
442. El Acuerdo denominado “Acuerdo de no competencia entre Avila, Nofal y las partes Cubiertas” fue celebrado con fecha 31 de enero de 2002.
443. Las partes del mismo son el Sr. Luis Benjamin Nofal y el Sr. Carlos Avila, siendo las partes cubiertas LIBERTY MEDIA CORPORATION (LIBERTY), INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC, FOX (opera comercialmente como FOX SPORTS INTER. FSI) PAN AMERICAN SPORTS HOLDINGS (PSH), JOSE HAWILLA (HAWILLA), LUIS BENJAMIN NOFAL (NOFAL) y TELEFONICA MEDIA S.A. (TELEFONICA).



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

444. Mediante dicho acuerdo, durante el período de no competencia, ni AVILA ni cualquiera de sus partes relacionadas, participarán, controlarán, organizarán, asesorarán, comprarán, venderán derechos de radiodifusión con relación a los siguientes eventos: (i) Competiciones organizadas por CONMEBOL o CONCACAF, torneo de primera división o clubes de fútbol de más de una federación; (ii) Competiciones que tengan lugar dentro de Argentina entre clubes que sean miembros de la Asociación de Fútbol; (iii) Competiciones amistosas dentro de Argentina; (iv) Torneos amistosos dentro de la Argentina; (v) Partidos clasificación Copa del Mundo; (vi) Partidos del Campeonato; (vii) Cualquier competición o torneo organizado por CONMEBOL o CONCACAF que incluya Equipo Nacional con excepción de partidos de clasificación copa mundo; (viii) Competiciones que tengan lugar dentro de Brasil entre clubes miembro Confederación Brasileña; (ix) Competiciones amistosas de Fútbol dentro de Brasil; y (x) Torneos amistosos de Fútbol dentro de Brasil.
445. Asimismo, durante el período de no competencia, ni AVILA ni ninguna de sus relacionadas participarán en la administración de ningún equipo de Fútbol en Argentina o en la A.F.A., como directores, funcionarios, asesores u otra capacidad.
446. En relación al plazo de duración estipulado, el período de no competencia quedó establecido, con respecto a cada derecho de radiodifusión, desde el 31 de enero de 2002 –fecha efectiva del acuerdo- hasta el 31 de diciembre de 2011, o bien –si se cumple antes– hasta la fecha de terminación de la licencia, con respecto a dicho derecho de radiodifusión en particular.
447. El segundo de los acuerdos mencionados, denominado “Acuerdo de no competencia entre Nofal, Partes de Canje y Fox Pan American Sports”, fue celebrado con fecha 5 de febrero de 2002.
448. Las “Partes de Canje” son LIBERTY MEDIA CORPORATION (LIBERTY), INTERNATIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC, que opera comercialmente como FOX SPORTS INTERNATIONAL (FSI), PAN AMERICAN SPORTS ENTERPRISES COMPANY (PSH) y afiliadas.



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

449. A través del mencionado acuerdo, por un lado NOFAL, desde la fecha de celebración, es decir, 5 de febrero de 2002, hasta el 31 de diciembre de 2011, ya sea directa o indirectamente, en forma individual o a través de cualquier persona o tercero: (i) No se dedicará al negocio (la propiedad, el desarrollo o la operación de cualquier servicio de televisión o radio compuesto de Programación Deportiva y la adquisición, tenencia venta u otra disposición de cualquier derecho de radiodifusión relacionado con programación deportiva, producción de programas de deportes y participación en los activos utilizados para cumplir con un servicio de Deportes) y no participará en la administración de más de un equipo de fútbol en la República Argentina o en la Asociación de Fútbol Argentina (A.F.A.), ya sea como director, empleado, entre otros, en cada caso, sin consentimiento de la sociedad.

450. Por otro lado, desde el comienzo de la fecha efectiva, es decir, 5 de febrero de 2002, y hasta dos años después de la última de las dos condiciones siguientes a producirse: (i) la fecha en la cual NOFAL ya no sea titular de ninguna de las acciones de HOLDCO (Partes FSI, LIBERTY y PSH), o (ii) la fecha en la cual el contrato de trabajo de NOFAL con la Sociedad haya terminado; NOFAL, ya sea directa o indirectamente, en forma individual o a través de terceros, no se dedicará a una actividad comercial que en ese momento sea conducida por la Sociedad o sus subsidiarias o que, en conocimiento de NOFAL, la sociedad o cualquier subsidiaria estén planeando conducir activamente otras actividades comerciales restringidas.

451. En conclusión, estas cláusulas estipulan que dos accionistas de TORNEOS (AyN Inversora y AVILA) y dos de sus directores (AVILA y NOFAL) se abstienen de competir con FPAS.

IX. EL COMPROMISO ASUMIDO POR LAS PARTES

452. Con fecha 23 de julio de 2004 a fs. 3049/3051 las partes presentaron un compromiso ante esta Comisión Nacional mediante el cual implementarán un intercambio (un “swap”) accionario en las sociedades FPAS y TORNEOS.



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

453. El mencionado “swap” consistirá en: HMTF transferirá y cederá a LIBERTY 10.032.000 (diez millones treinta y dos mil) acciones de TORNEOS, representativas del 20% del capital social de TORNEOS; al tiempo que LIBERTY, entre otras cosas, transferirá y cederá a HMTF acciones de FPAS, representativas del 10,5583 % de su capital social.
454. Adicionalmente, HMTF y LIBERTY implementarán la extinción de los acuerdos de no competencia celebrados entre los Sres. Carlos Avila y Luis Nofal, agregados a fs. 957/1015 de los presentes actuados, frente a los accionistas que permanecen en FPAS.
455. La operación de “swap” descrita anteriormente producirá la separación accionaria entre los accionistas de FPAS y TORNEOS.
456. Asimismo, las partes informaron que como consecuencia de esta operación de “swap”, las tenencias accionarias de FPAS serán del 62,1418% perteneciente a HMTF, y el 37,8582% restante perteneciente a FOX. Por su parte; las participaciones accionarias de TORNEOS serán 60% de LIBERTY, 20% AyN Argentina LLC, 20% GRUPO TELEFONICA ; y una acción perteneciente a Avila Inversora S.A.
457. A partir del cambio propuesto se producirá la formación de dos grupos, por un lado las sociedades participantes en FPAS con la señal FOX SPORTS, y por el otro las sociedades participantes en TORNEOS y el GRUPO CLARIN con las señales TyC SPORTS y TyC MAX. Así, ambos grupos actuarán en forma independiente evitándose la posibilidad de coordinación entre ellos, lográndose separar las señales participantes del mercado relevante definido en la presente operación.
458. Como consecuencia de este compromiso, los operadores de TV paga tendrán la posibilidad de diversificar sus carteras de señales, ya que podrán contratar señales deportivas que emiten en vivo y en directo partidos de fútbol en los que intervienen equipos argentinos de primera división A a dos grupos empresarios distintos e independientes. Teniendo en cuenta que estas señales representan un



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

alto porcentaje del gasto en programación de los operadores de TV paga, estos podrían adquirir sólo alguna de las señales sin perder la oferta deportiva involucrada. Asimismo, ello generará una mayor competencia entre las señales a los fines de que dichos operadores las incorporen en sus grillas.

459. Por otra parte, a lo largo del presente Dictamen se ha hecho referencia a la existencia de contratos entre FPAS y TORNEOS.

460. Ahora bien, analizados que fueron los mencionados contratos, de sólo uno de ellos se desprendía algún tipo de preocupación para esta Comisión Nacional desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

461. En efecto, el Contrato de Venta de Afiliadas, denominado “TyC Affiliate Sales Agreement”, generaba especial preocupación, toda vez que a través de él se comprobaba que un mismo grupo económico podría pasar a efectuar la comercialización de la totalidad de las señales que forman parte del mercado relevante definido.

462. En fecha 9 de septiembre de 2004 las partes presentaron una extensión del compromiso ya referido, que ampliaba el mismo en relación a determinados aspectos de los citados contratos que estaban vigentes entre TORNEOS y FPAS.

463. En este sentido, las partes indicaron que:

- i) El día 31 de diciembre de 2003 FPAS y TORNEOS celebraron un acuerdo denominado “Termination of TyC Affiliate Sales Agreement”.
- ii) En el mismo se acordó que TORNEOS cese en la prestación de determinados servicios a FPAS relacionados con la comercialización de la señal FOX SPORTS.
- iii) Como consecuencia de lo dicho, FPAS, su controlada FOX SPORTS ARGENTINA S.A., y TORNEOS se obligaron a no celebrar en el futuro acuerdos similares de agencia de ventas de programación deportiva de la señal FOX SPORTS a operadores de TV paga en Argentina.



X. CONSIDERACIONES FINALES

464. La operación notificada implica la operatoria conjunta de las únicas señales que participan en el mercado relevante involucrado, otorgándole a las partes una posición de dominio en él, elemento sustancial a tener en cuenta de acuerdo a los lineamientos locales²¹ e internacionales para el análisis de operaciones de concentración.
465. Las condiciones de entrada al mercado relevante definido se caracterizan por la presencia de barreras que impiden un ingreso rápido, probable y significativo de competidores que tenga la potencialidad de contrarrestar un posible ejercicio de poder de mercado. Entre ellas se observó la existencia de: 1) una prolongada duración del contrato de cesión de derechos de transmisión entre la AFA por un lado y TORNEOS y TRISA por el otro; 2) una situación de saturación observada en el sector; 3) la existencia de relaciones verticales entre las empresas notificantes con los principales operadores de TV paga.
466. Por otro lado, no se advierten ganancias de eficiencia que puedan contrarrestar la probabilidad de ejercicio de poder de mercado. En este sentido, las partes han informado supuestas ganancias que no son propias de la presente operación de concentración, como ya se han mencionado en el apartado pertinente.
467. Asimismo, de acuerdo a las constancias presentes en el expediente, la “defensa de empresa en quiebra” no es aplicable a la operación analizada.
468. Finalmente, del análisis de la presente operación se ha constatado la existencia de contratos de no competencia y de contratos entre FPAS y

²¹ Resolución SDCyC N° 164/2001.



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

TORNEOS que fortalecían aún más la posición de dominio de las partes notificantes en el mercado relevante definido.

469. Sin embargo, los compromisos asumidos por las partes y la conformidad prestada por TORNEOS, instrumentada a través de la presentación de fs 3159/3160, atenúan el impacto negativo sobre la competencia en el mercado relevante definido, dado que ellos logran desconcentrar la estructura de mercado que hubiera imperado de aprobarse la operación como fuera presentada por las partes. Así, dos grupos diferentes e independientes serán quienes ofrezcan los productos en el mercado definido con el consiguiente beneficio para los operadores de TV paga, señalado oportunamente.

470. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica analizada, tal como ha sido notificada y sin mediar los compromisos asumidos por las partes y la conformidad de TORNEOS a los mismos, infringe el artículo 7º de la Ley Nº 25.156, por cuanto implica la operatoria conjunta de las únicas señales que participan en el mercado de señales deportivas que emiten fútbol en vivo y en directo, con participación de equipos argentinos de primera división A, con potencial perjuicio para el interés económico general.

XI. CONCLUSIÓN

Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COORDINACION TECNICA DEL MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION:

(a) Subordinar la aprobación de la presente operación de concentración económica que se notifica por la cual LIBERTY MEDIA CORPORATION, PSE HOLDINGS LLC e INTERNACIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC. se asocian en FOX PAN AMERICAN SPORTS, tomando en la República Argentina el control sobre la Señal FOX SPORTS, al cumplimiento, en el término de SEIS (6) meses a partir de la correspondiente Resolución del Sr. Secretario, de los compromisos asumidos por LIBERTY MEDIA CORPORATION, PSE HOLDINGS LLC, y HICKS, MUSE, TATE &



FURST en su presentación de fecha 23 de julio de 2004, agregada a fs. 3049/3050, y por FOX PAN AMERICAN SPORTS LLC. y FOX SPORTS ARGENTINA S.A. con la conformidad expresa de TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. en su presentación de fecha 9 de septiembre de 2004, obrante a fs. 3159/3160, todo ello de conformidad con lo previsto en el artículo 13 inciso b) de la Ley N° 25.156.

(b) Subordinar la aprobación de la presente operación de concentración económica a que LIBERTY MEDIA CORPORATION, PSE HOLDINGS LLC e INTERNACIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC., sus controlantes y controladas, presenten en el término de SEIS (6) meses a partir de la correspondiente Resolución del Sr. Secretario, un compromiso por el cual se abstengan de celebrar en el futuro contratos con TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A. de la índole del suscripto "Ventas a Afiliadas".

(c) Subordinar la aprobación de la presente operación de concentración económica a que LIBERTY MEDIA CORPORATION, PSE HOLDINGS LLC e INTERNACIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC. presenten en el término de SEIS (6) meses a partir de la correspondiente Resolución del Sr. Secretario, el original del compromiso que luce agregado a fs. 3160 del presente Expediente.

(d) Hacer saber a LIBERTY MEDIA CORPORATION, PSE HOLDINGS LLC e INTERNACIONAL SPORTS PROGRAMMING LLC que una vez cumplido el compromiso asumido, en el término de 48 (cuarenta y ocho) horas, deberán presentar a la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA toda la documentación que avale su cumplimiento.

A
F. G. Malis

HORACIO LEUNG
VOCAL

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