

Competencia, fusiones y prácticas anticompetitivas en los mercados de distribución de programas de televisión

Germán Coloma*

Resumen

Este artículo desarrolla un modelo teórico de oligopolio en el cual los oferentes son empresas proveedoras de programas de televisión, y los demandantes son operadores de sistemas televisivos por suscripción. En el mismo se generan distintos tipos de competencia, que se modifica en los casos en los cuales se producen fusiones horizontales o verticales, o situaciones de conducta colusiva o exclusoria. El modelo sirve para ilustrar los distintos efectos que se producen según la fusión o la conducta sea realizada por proveedores o por operadores, y sirve para interpretar algunos casos reales evaluados en la Argentina por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Clasificación del JEL: L13, L82, K21.

Descriptores: Televisión, oligopolio, defensa de la competencia.

Competition, mergers and anticompetitive practices in television program distribution markets

Germán Coloma

Abstract

This article develops a theoretical oligopoly model in which suppliers are television networks and demanders are pay TV system operators. In that market, different types of competition occur, and that competition changes when there are horizontal or vertical mergers, and situations of collusive or exclusionary behavior. The model is useful to illustrate the different effects that appear if the merger or the anticompetitive practice is carried out by networks or by operators, and it serves to interpret some real antitrust cases analyzed in Argentina by the National Competition Commission.

JEL Classification Number: L13, L82, K21.

Keywords: Television, oligopoly, antitrust.

* Universidad del CEMA, Av. Córdoba 374, Capital Federal, C1054AAP. Tel: (011)6314-3000; Correo electrónico: gcoloma@cema.edu.ar.

Competencia, fusiones y prácticas anticompetitivas en los mercados de distribución de programas de televisión

Germán Coloma (Universidad del CEMA)¹

Los mercados de distribución de programas de televisión son un campo que en nuestro país se ha caracterizado por presentar diversos problemas relacionados con la competencia entre las empresas que en ellos operan. Entre dichos problemas no ha sido menor el análisis de diversas fusiones y adquisiciones, así como una serie de conflictos ligados con la posible existencia de prácticas anticompetitivas por parte de algunos de sus participantes.

Como muestra de lo mencionado en el párrafo anterior, baste señalar que, en el período que va desde el año 1995 al 2006 inclusive, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) ha analizado más de cincuenta casos referidos a este tipo de mercados, entre los que implicaban la evaluación de concentraciones económicas y los referidos a denuncias sobre posibles prácticas anticompetitivas.

Los mercados de distribución de programas de televisión se caracterizan en general por tener como oferentes a los proveedores de señales y canales televisivos, y como demandantes a los operadores de sistemas televisivos (abiertos y por suscripción, por aire y por cable). En el caso de los sistemas televisivos abiertos por aire, los operadores son usualmente los mismos proveedores de señales, que eventualmente pueden adquirir algunos de sus programas a empresas productoras independientes. En el caso de los sistemas televisivos por suscripción (satelital por aire, y sistemas de televisión por cable), lo usual es en cambio que existan empresas operadoras que adquieren los derechos a distribuir múltiples señales. Sus proveedores son entonces los distintos proveedores de señales, con quienes eventualmente pueden tener algún tipo de integración vertical parcial o total.

El objetivo del presente trabajo es desarrollar un modelo teórico de las relaciones que pueden establecerse entre los proveedores de señales televisivos y los operadores de sistemas de televisión por suscripción. El mismo intentará ser lo suficientemente simple como para ser matemáticamente tratable, pero lo suficientemente completo como para servir para el análisis de los distintos tipos de competencia que existen entre operadores y entre proveedores de señales, de los distintos tipos de fusiones que pueden ocurrir entre ellos, y de ciertas prácticas anticompetitivas que pueden generarse en este tipo de mercados. En el primer apartado del trabajo desarrollaremos así un modelo base, en tanto que en el segundo utilizaremos dicho modelo para evaluar fusiones y adquisiciones. El tercer apartado, por su parte, se referirá al tema de las prácticas anticompetitivas que pueden aparecer en este contexto, en tanto que el cuarto contendrá las conclusiones de todo el trabajo.

1. Caso base

Supongamos una situación en la cual existen N proveedores de programas televisivos (1, 2, ..., N), que venden dichos programas a través de diferentes señales. Tales señales, a su vez, se comercializan a través de operadores de sistemas de televisión por suscripción, que proveen un producto integrado que contiene las señales de los N proveedores. Supongamos que, en principio, en el mercado geográfico

¹ El presente artículo es un sub-producto del trabajo de su autor en el marco del proyecto "Problemas de competencia en el sector de distribución de programas de televisión en la Argentina", llevado a cabo por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC, 2007) y financiado por el International Development Research Center (IDRC) de Canadá. Agradezco los comentarios de Federico Bekerman, Cecilia Castets, Marcelo D'Amore, Diego Povoló, Horacio Salerno y José Sbatella, quienes participaron en el trabajo en cuestión.

relevante actúan M operadores (A, B, ..., M) que compiten entre sí por captar a los potenciales abonados de dicho mercado.

Por la naturaleza del problema bajo análisis, la cantidad provista por cada uno de los operadores televisivos puede medirse por el número de abonados de cada operador (Q_A, Q_B, \dots, Q_M). El precio al cual podrán vender su producto, por su parte, estará dado por cierta función de precio de demanda, que depende del valor marginal que los abonados le asignan a las señales provistas por los N proveedores. Como el bien que los abonados adquieren es un bien compuesto (que contiene las señales provistas por todos los proveedores), resulta útil descomponer tal precio de demanda en N partes (P_1, P_2, \dots, P_N). Supongamos, a efectos de determinar posteriormente el equilibrio del mercado, que tales precios de demanda tienen la siguiente forma lineal:

$$P_i = a - b \cdot \sum_M Q_j = a - b \cdot Q_T \quad ;$$

(donde Q_T es la cantidad total de abonados). Supongamos adicionalmente que el precio de demanda por todo el abono (P_C) es igual a P_i multiplicado por la suma de una progresión geométrica de términos que sigue esta fórmula:

$$P_C = \left[1 + \sum_{i=1}^{N-1} (1-\lambda)^i \right] \cdot P_i = \left[\frac{1-(1-\lambda)^N}{\lambda} \right] \cdot [a - b \cdot Q_T] \quad ;$$

donde λ es un número entre 0 y 1 que mide el grado de sustitución entre las señales de los N proveedores.

La lógica de utilizar esta progresión geométrica para valuar el paquete de señales ofrecido por los operadores televisivos tiene que ver con la idea de que cada señal adicional tiene la capacidad de agregar cierta variedad a la programación recibida por los televidentes. Conforme se van agregando señales adicionales, sin embargo, la variedad incorporada tiene un valor marginal menor. Dicho valor marginal, sin embargo, depende también del grado de sustitución que existe entre las señales (medido a través del parámetro λ), que para simplificar el análisis supondremos constante entre todas las señales ofrecidas.

Nótese que, si λ es igual a 0, esto implica que las señales de los N proveedores son totalmente complementarias, y por lo tanto el valor del abono para los usuarios es igual a la suma de los valores de las señales que contiene. En el otro extremo, si λ es igual a 1, esto implica que las señales de los N proveedores son totalmente sustituibles entre sí, y lo que el usuario recibe es un paquete cuyo valor es equivalente al que tendría si sólo pudiera ver las señales de uno de los N proveedores.

Supongamos, adicionalmente, que los costos de los proveedores de señales y los costos de los operadores televisivos son en todos los casos costos fijos (es decir, que no dependen del número de abonados, por lo menos para variaciones que no impliquen tener que extender las redes del servicio). Esto hace que el costo marginal de los abonados sea cero, y concentra toda la problemática de la fijación de los precios en factores relacionados con la demanda del producto, que es lo que más interesa desde el punto de vista del análisis antitrust. Supongamos también que los operadores televisivos actúan como oligopolistas de Cournot (es decir, deciden la cantidad que van a proveer tomando como dada la cantidad que proveen los otros operadores), y que los proveedores de señales, en cambio, compiten en precios en un contexto en el cual sus productos están diferenciados². Supongamos además que

² Estos supuestos son consistentes con cierta evidencia empírica existente en la literatura económica, en el sentido de que a mayor número de operadores que compiten entre sí, menores son los precios de los abonados de TV por suscripción. Al respecto, véase Hazlett (1996) y Goolsbee y Petrin (2001).

dichos proveedores pueden cobrarles a los operadores un monto fijo por proveer las señales, que es en rigor una renta que depende del valor incremental que dichas señales tienen para los operadores.

Así definido el problema, el mismo puede expresarse como una situación en la cual cada uno de los N proveedores terminan cobrando un monto fijo a cada uno de los M operadores, en el cual el joteésimo operador terminará pagándole al iésimo proveedor una suma (T_{ij}) igual a:

$$T_{ij} = [P_C(N) - P_C(N-1)] \cdot Q_j = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^N - 1 + (1-\lambda)^{N-1}}{\lambda} \right] \cdot P_i \cdot Q_j = (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_j \quad .$$

El iésimo proveedor obtendrá por lo tanto el siguiente beneficio bruto:

$$B_i = M \cdot T_{ij} = M \cdot (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_j = (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_T \quad .$$

Dado esto, los operadores televisivos buscarán maximizar las siguientes funciones de beneficios:

$$B_j = P_C \cdot Q_j - N \cdot T_{ij} = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)}{\lambda} \right] \cdot P_i \cdot Q_j \quad ;$$

y esto ocurrirá cuando se dé que:

$$\frac{\partial B_j}{\partial Q_j} = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)}{\lambda} \right] \cdot [a - b \cdot (Q_T + Q_j)] = 0 \quad ;$$

Como, en equilibrio, Q_T termina siendo igual a $M \cdot Q_j$, los precios y las cantidades comerciadas serán:

$$Q_j = \frac{a}{(M+1) \cdot b} \quad ; \quad Q_T = \frac{M \cdot a}{(M+1) \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{(1 - (1-\lambda)^N) \cdot a}{\lambda \cdot (M+1)} \quad .$$

Con estos valores, los beneficios de cada operador televisivo (B_j) y de cada proveedor de señales (B_i) serán iguales a:

$$B_j = \frac{(1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)) \cdot a^2}{\lambda \cdot (M+1)^2 \cdot b} \quad ; \quad B_i = \frac{(1-\lambda)^{N-1} \cdot M \cdot a^2}{(M+1)^2 \cdot b} \quad ;$$

con lo cual el beneficio total de los operadores ($B_O = M \cdot B_j$), el beneficio total de los proveedores de señales ($B_P = N \cdot B_i$) y el excedente de los consumidores (EC) serán iguales a:

$$B_O = \frac{(1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)) \cdot M \cdot a^2}{\lambda \cdot (M+1)^2 \cdot b} \quad ; \quad B_P = \frac{(1-\lambda)^{N-1} \cdot N \cdot M \cdot a^2}{(M+1)^2 \cdot b} \quad ;$$

$$EC = \int_0^{Q_T} P_C(x) dx - P_C \cdot Q_T = \frac{(1 - (1-\lambda)^N) \cdot M^2 \cdot a^2}{2 \cdot \lambda \cdot (M+1)^2 \cdot b} \quad .$$

Tal como puede apreciarse, el resultado de este modelo es que el excedente de los consumidores depende positivamente de N y M (es decir, del número de proveedores de señales y de operadores) y negativamente del parámetro λ (o, lo que es lo mismo, que el excedente de los consumidores se incrementa cuanto más complementarias y menos sustitutas sean las señales de los proveedores). Lo mismo ocurre con el beneficio de los proveedores de señales, que cuando λ es más pequeño

y M es más grande son capaces de obtener una renta mayor.

Los operadores televisivos, en cambio, obtienen un beneficio cuya relación con λ es ambigua. Esto se debe a que, por un lado, la parte del ingreso de la cual se apropian es aquella que no remunera a los proveedores de señales, y es por lo tanto mayor cuanto más sustituibles sean dichas señales entre sí (es decir, cuanto mayor sea λ). Por otro lado, sin embargo, el ingreso total es mayor cuanto más complementarias sean las señales (es decir, cuanto menor sea λ), por lo que en ciertos casos los operadores también se benefician si las señales son menos sustituibles entre sí. Respecto de la relación entre B_0 y N, en cambio, la misma es siempre negativa (a mayor número de proveedores de señales, menor es el beneficio de los operadores), y lo mismo ocurre con la relación entre B_j y M (es decir, a mayor número de operadores, menor es el beneficio de cada operador).

2. Análisis de fusiones y adquisiciones

El modelo desarrollado en el apartado anterior permite analizar los cambios en los beneficios de las empresas y en el excedente de los consumidores que se producirían bajo distintos casos de fusión o adquisición. Supongamos, por ejemplo, que en un mercado como el descrito se produce una fusión horizontal entre dos operadores televisivos. En tal caso, el número de operadores se reducirá de M a M-1, y los nuevos precios y cantidades de equilibrio pasarán a ser los siguientes:

$$Q_j = \frac{a}{M \cdot b} \quad ; \quad Q_T = \frac{(M-1) \cdot a}{M \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{(1 - (1-\lambda)^N) \cdot a}{\lambda \cdot M} .$$

Dado esto, los beneficios y los excedentes serán iguales a:

$$B_0 = \frac{(1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)) \cdot (M-1) \cdot a^2}{\lambda \cdot M^2 \cdot b} \quad ;$$

$$B_p = \frac{(1-\lambda)^{N-1} \cdot N \cdot (M-1) \cdot a^2}{M^2 \cdot b} \quad ; \quad EC = \frac{(1 - (1-\lambda)^N) \cdot (M-1)^2 \cdot a^2}{2 \cdot \lambda \cdot M^2 \cdot b} .$$

Tal como puede apreciarse, el efecto de la integración horizontal entre operadores televisivos es el de disminuir el excedente de los consumidores (en virtud de que ahora el precio del servicio aumenta y la cantidad total disminuye) y aumentar el beneficio, tanto de los operadores como de los proveedores de señales. Esto último se debe a que, con un precio mayor de venta del servicio a los usuarios, la renta de la cual pueden apropiarse los proveedores de señales es también mayor, aunque la competencia entre dichas señales siga siendo igual de intensa que antes.

Este efecto de reducción del excedente de los consumidores (y, a través de él, del excedente total) detectado en el modelo puede servir para justificar por qué uno de los pocos casos de fusión horizontal que ha sido prohibido en nuestro país por la CNDC se refirió precisamente a una concentración entre operadores de televisión por cable de la misma área urbana. Tal fue el caso “Teledigital/Esmeralda-Venado Tuerto Televisión”³, cuya aprobación hubiera determinado la desaparición total de la competencia entre las empresas de televisión por cable que operaban en la ciudad de Venado Tuerto.

El supuesto de que la competencia entre operadores televisivos es una competencia por los abonados y que, en cambio, la competencia entre proveedores de

³ Dictamen 340 de la CNDC (4/3/2003), aprobado por Resolución 32/2003 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

señales es una competencia por la renta hace que los efectos de una fusión horizontal entre proveedores de señales sean en principio muy distintos a los efectos de una fusión horizontal entre operadores. En efecto, como la forma en la cual los proveedores de señales obtienen sus beneficios es básicamente a través de un pago fijo, una fusión entre dos proveedores tendrá como resultado un incremento en el monto que los operadores deberán pagar por las señales televisivas, pero no alterará el modo en que compiten entre sí por captar abonados ni el costo marginal de dichos abonados (que, a efectos de simplificar el análisis, estamos suponiendo aquí que es nulo). Esto hará que las cantidades y los precios de venta del servicio se mantengan en los valores hallados en el apartado anterior, es decir:

$$Q_j = \frac{a}{(M+1) \cdot b} ; \quad Q_T = \frac{M \cdot a}{(M+1) \cdot b} ; \quad P_C = \frac{(1-(1-\lambda)^N) \cdot a}{\lambda \cdot (M+1)} .$$

El gran cambio que se produce a consecuencia de una fusión horizontal entre proveedores de señales es que, ahora, el nuevo proveedor integrado pasa a ser capaz de apropiarse de una porción mayor de la renta que se genera (B_i), en tanto que los demás proveedores siguen obteniendo el mismo beneficio que antes (B_i). Esto hace que sean los operadores los que vean reducido su beneficio (B_j), de acuerdo con las siguientes fórmulas:

$$B_i = (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_T ; \quad B_l = 2 \cdot (1-\lambda)^{N-2} \cdot P_i \cdot Q_T ;$$

$$B_j = \left[\frac{1-(1-\lambda)^{N-2} \cdot ((1-\lambda)^2 + (N-2) \cdot (1-\lambda) \cdot \lambda + 2 \cdot \lambda)}{\lambda} \right] \cdot P_i \cdot Q_j .$$

Los beneficios y los excedentes de equilibrio, por lo tanto, pasarán a ser:

$$B_o = \left[\frac{1-(1-\lambda)^{N-2} \cdot ((1-\lambda)^2 + (N-2) \cdot (1-\lambda) \cdot \lambda + 2 \cdot \lambda)}{\lambda \cdot (M+1)^2 \cdot b} \right] \cdot M \cdot a^2 ;$$

$$B_p = \frac{[(1-\lambda)^{N-1} \cdot (N-2) + 2 \cdot (1-\lambda)^{N-2}] \cdot M \cdot a^2}{(M+1)^2 \cdot b} ; \quad EC = \frac{(1-(1-\lambda)^N) \cdot M^2 \cdot a^2}{2 \cdot \lambda \cdot (M+1)^2 \cdot b} .$$

El diferente efecto de las fusiones horizontales entre proveedores de señales respecto del que se produce cuando los que se fusionan son operadores televisivos, sumado al hecho de que, en general, el número de proveedores de señales es sustancialmente mayor al de los operadores que existen en cada mercado geográfico relevante, es probablemente la causa por la cual no ha habido hasta el momento casos de prohibición de este tipos de fusiones en la jurisprudencia antitrust argentina. Ejemplos de fusiones horizontales aprobadas entre señales son, entre otras, "Primer/Film&Arts"⁴, "Primer/GEMS"⁵ y "Liberty Media/Fox Sports"⁶.

Un tercer caso posible de fusión o adquisición es el que tiene lugar cuando las empresas que se concentran son un proveedor de señales y un operador televisivo. En este caso de fusión vertical, las cantidades y los precios del servicio sí se alteran. Supongamos, por ejemplo, que el proveedor 1 se integra con el operador A, y que los restantes $N-1$ proveedores y $M-1$ operadores permanecen como empresas

⁴ Dictamen 137 de la CNDC (12/10/2000), aprobado por Resolución 231/2000 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

⁵ Dictamen 163 de la CNDC (28/11/2000), aprobado por Resolución 277/2000 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

⁶ Dictamen 394 de la CNDC (29/9/2004), aprobado por Resolución 134/2004 de la Secretaría de Coordinación Técnica.

independientes. Supongamos sin embargo que el proveedor integrado sigue vendiéndole sus señales a los operadores desintegrados, y que los proveedores desintegrados también les siguen vendiendo sus señales a todos los operadores (incluido el operador A, integrado con el proveedor 1). En esta nueva situación los beneficios de estos agentes económicos pasarán a ser iguales a:

$$B_{1+A} = P_C \cdot Q_A - (N-1) \cdot T_{iA} + (M-1) \cdot T_{1j}$$

$$= \left[\frac{1 - (1-\lambda)^N - (N-1) \cdot \lambda \cdot (1-\lambda)^{N-1}}{\lambda} \right] \cdot P_i \cdot Q_A + (M-1) \cdot (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_j \quad ;$$

$$B_i = (1-\lambda)^{N-1} \cdot P_i \cdot Q_T \quad ; \quad B_j = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)}{\lambda} \right] \cdot P_i \cdot Q_j \quad ;$$

con lo cual el equilibrio del juego entre el operador integrado (1+A) y los M-1 operadores desintegrados lleva a las siguientes condiciones de optimización:

$$\frac{\partial B_{1+A}}{\partial Q_A} = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^N - (N-1) \cdot \lambda \cdot (1-\lambda)^{N-1}}{\lambda} \right] \cdot [a - 2 \cdot b \cdot Q_A - (M-1) \cdot b \cdot Q_j]$$

$$-(M-1) \cdot b \cdot (1-\lambda)^{N-1} \cdot Q_j = 0 \quad ;$$

$$\frac{\partial B_j}{\partial Q_j} = \left[\frac{1 - (1-\lambda)^{N-1} \cdot (1 + (N-1) \cdot \lambda)}{\lambda} \right] \cdot [a - b \cdot Q_A - M \cdot b \cdot Q_j] = 0 \quad .$$

Resolviendo el sistema de ecuaciones implícito en las condiciones de maximización de beneficios de estos agentes económicos, se obtiene que:

$$Q_A = \frac{a \cdot K}{(M+1) \cdot b} \quad ; \quad Q_j = \frac{a}{(M+1) \cdot b} \cdot \frac{M+1-K}{M} \quad ;$$

$$Q_T = \frac{a \cdot [(M-1) \cdot (M+1) + K]}{M \cdot (M+1) \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{(1 - (1-\lambda)^N) \cdot a \cdot [(M-1) \cdot (M+1) + K]}{\lambda \cdot M \cdot (M+1)} \quad ;$$

donde K es un número menor que 1, que es igual a:

$$K = \frac{1 - (1-\lambda)^N - (N+M-2) \cdot \lambda \cdot (1-\lambda)^{N-1}}{1 - (1-\lambda)^N - [N-2 \cdot M / (M+1)] \cdot \lambda \cdot (1-\lambda)^{N-1}} < 1 \quad .$$

Del análisis de estos resultados surge que, en tanto se dé que $M > 2$, entonces Q_T se reduce a consecuencia de la fusión vertical, y P_C pasa a ser mayor que antes⁷. Esto genera un aumento en el beneficio de los operadores (tanto del integrado como de los no integrados) y una disminución del excedente de los consumidores. En cuanto al beneficio de los proveedores de señales no integrados, el mismo también aumenta, ya que pasan a obtener una renta más alta por la provisión de sus señales.

⁷ Nótese que este resultado depende de manera crucial del supuesto de que los costos marginales por abonado de las señales televisivas son nulos. En la literatura empírica, sin embargo, existen trabajos como los de Ford y Jackson (1997) que han hallado que las fusiones verticales suelen tener un efecto reductor de costos que puede trasladarse a los precios.

En la historia antitrust argentina han existido varios casos de fusiones verticales entre proveedores de señales televisivas y operadores de sistemas de televisión. Todos ellos han terminado aprobándose, pero en algunos han existido condicionamientos respecto de posibles conductas del grupo que se fusionaba. El caso más importante al respecto fue, probablemente, “Liberty Media-Hicks/Cablevisión”⁸, en el cual el grupo adquirente (que controlaba varias señales televisivas) tomó el compromiso de desprenderse de su participación en una de ellas (Fox Sports). En “NewsCorp/Direct TV”⁹, en cambio, se consideró que la integración vertical entre un proveedor de señales y un operador de televisión satelital no representaba un problema importante de competencia, en virtud de que la posición que ambas empresas tenían en el mercado era relativamente poco importante (en relación a otras compañías existentes tanto en el segmento de provisión de señales como en el de operación de sistemas de televisión por suscripción).

A efectos de ejemplificar numéricamente los puntos anteriores, supongamos un caso en el cual sólo existen dos operadores ($M = 2$) y dos proveedores de señales ($N = 2$) y en el cual λ es igual a 0,5. En tal situación se dará que, antes de una fusión entre empresas, los valores de equilibrio de serán los siguientes:

$$Q_A = Q_B = \frac{a}{3 \cdot b} \quad ; \quad Q_T = \frac{2 \cdot a}{3 \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{a}{2} \quad .$$

Si en un mercado como este se produjera una fusión horizontal entre los operadores A y B, dichos valores se modificarían, y pasarían a ser iguales a:

$$Q_T = Q_A + Q_B = \frac{a}{2 \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{3 \cdot a}{4} \quad .$$

Si, en cambio, la fusión tuviera lugar entre los proveedores de señales, los valores de Q_A , Q_B , Q_T y P_C no cambiarían respecto del escenario pre-fusión, y sólo se modificaría la distribución de los beneficios entre el nuevo proveedor y los operadores. Si, por último, se produjera una fusión entre el proveedor 1 y el operador A (permaneciendo el proveedor 2 y el operador B como empresas independientes), entonces los nuevos valores de equilibrio serían:

$$Q_A = \frac{a}{5 \cdot b} \quad ; \quad Q_B = \frac{2 \cdot a}{5 \cdot b} \quad ; \quad Q_T = \frac{3 \cdot a}{5 \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{3 \cdot a}{5} \quad .$$

3. Análisis de prácticas anticompetitivas

El caso base desarrollado en el apartado 1 y sus variaciones ante posibles fusiones y adquisiciones descriptas en el apartado 2 son útiles para analizar ciertas conductas de los agentes económicos que pueden tener un carácter anticompetitivo. El caso más simple al respecto es el de la formación de un cartel de operadores, cuyo efecto es esencialmente el mismo al de una fusión horizontal entre todos los operadores que actúan en el mercado. Lo mismo ocurre con la formación de un cartel de proveedores de señales, cuyo efecto es también el mismo al de una fusión horizontal entre todos ellos.

Tal como vimos en el apartado anterior, las fusiones horizontales entre operadores tienen el efecto de restringir la cantidad y elevar el precio que pagan los

⁸ Dictamen 247 de la CNDC (6/4/2001), aprobado por Resolución 2/2001 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

⁹ Dictamen 431 de la CNDC (30/3/2005), aprobado por Resolución 49/2005 de la Secretaría de Coordinación Técnica.

abonados del servicio, en tanto que las fusiones horizontales entre proveedores sirven básicamente para que dichos proveedores se apropien de la renta generada por sus servicios pero no reduce la cantidad ni eleva el precio que pagan los abonados. Dichos resultados se aplican del mismo modo a los carteles de operadores y proveedores generados por nuestro modelo, pero abren la puerta para una posible práctica anticompetitiva adicional: el cartel de operadores inducido por un proveedor monopólico o por un cartel de proveedores.

Supongamos por ejemplo que existe un único proveedor integrado de las dos señales existentes y que, en cambio, existen dos operadores (A y B). Tal como vimos en el apartado anterior, en el caso en el cual λ es igual a 0,5, esto genera cantidades y precios de equilibrio iguales a:

$$Q_A = Q_B = \frac{a}{3 \cdot b} \quad ; \quad Q_T = \frac{2 \cdot a}{3 \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{a}{2} \quad ;$$

un beneficio nulo para los operadores, y una renta para el proveedor que es igual a:

$$B_p = \frac{a^2}{3 \cdot b} \quad .$$

Si, en un caso como ese, el proveedor induce la creación de un cartel de operadores, podrá conseguir que los operadores restrinjan la cantidad e incrementen el precio de venta a los abonados, hasta niveles iguales a:

$$Q_T = Q_A + Q_B = \frac{a}{2 \cdot b} \quad ; \quad P_C = \frac{3 \cdot a}{4} \quad .$$

Con eso podrá incrementar su renta, que ahora pasará a ser igual a:

$$B_p = \frac{3 \cdot a^2}{8 \cdot b} \quad .$$

Esta estrategia de cartelización de los operadores que beneficia al proveedor puede llevarse a cabo de distintas maneras. Una de ellas es la fijación de un precio mínimo de reventa de las señales a los abonados, que induzca la correspondiente restricción de oferta y el incremento del beneficio total. Dicho beneficio, a su vez, será mayoritariamente captado por el proveedor de señales, a través del monto que les cobra a los operadores por la provisión de las señales en cuestión.

En la jurisprudencia antitrust argentina existe justamente un caso en el cual la CNDC interpretó que un grupo proveedor de señales televisivas (el grupo TRISA-TSC, titular de los derechos de transmisión de los partidos de fútbol del campeonato argentino de primera división) había entrado en un acuerdo de fijación de precios de reventa con los tres principales operadores de televisión por cable del área metropolitana de Buenos Aires (Multicanal, Cablevisión y VCC) para restringir la oferta e incrementar el precio final de los partidos de fútbol que se comercializaban a través del sistema codificado. Dicho caso, denominado "CNDC c/TRISA, TSC y otros", terminó en primera instancia con una sanción del Secretario de Defensa de la Competencia, pero la misma fue revocada por la Cámara Nacional Penal Económica y por la Corte Suprema de Justicia de la Nación¹⁰.

Otro tipo de prácticas anticompetitivas susceptibles de ser analizadas con el modelo desarrollado en las secciones anteriores es el constituido por las prácticas

¹⁰ Dictamen 353 de la CNDC (21/8/2001), aprobado por Resolución 28/2002 de la Secretaría de Defensa de la Competencia; Sentencia de la Cámara Nacional Penal Económica, Sala B (29/8/2003); Sentencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación (5/6/2007).

exclusorias. Supongamos, por ejemplo, el caso de un proveedor de señales integrado verticalmente con un operador (por ejemplo, el proveedor 1 con el operador A) que actúa en un mercado en el cual también existe otro operador (el operador B) y otro proveedor de señales (el proveedor 2). El equilibrio de este mercado, analizado en el apartado 2, corresponde a una situación en la cual ambos operadores proveen las señales de los dos proveedores, pero podría ocurrir que el proveedor integrado se negara a venderle sus señales al operador B, y que éste sólo pudiera proveer las señales del proveedor 2 (en un contexto en el cual el operador integrado provee todas las señales).

En una situación como la descrita, entonces, los beneficios de los operadores pasan a ser los siguientes:

$$B_{1+A} = P_C \cdot Q_A - T_{2A} = \left(\frac{1 - (1 - \lambda)^2}{\lambda} \right) \cdot [a - b \cdot Q_A] \cdot Q_A - (1 - \lambda) \cdot [a - b \cdot (Q_A + Q_B)] \cdot Q_A ;$$

$$B_B = P_2 \cdot Q_B - T_{2B} = \lambda \cdot [a - b \cdot (Q_A + Q_B)] \cdot Q_B ;$$

y el equilibrio se da cuando:

$$\frac{\partial B_{1+A}}{\partial Q_A} = 1,5 \cdot [a - 2 \cdot b \cdot Q_A] - 0,5 \cdot [a - 2 \cdot b \cdot Q_A - b \cdot Q_B] = 0 ;$$

$$\frac{\partial B_B}{\partial Q_B} = 0,5 \cdot [a - b \cdot Q_A - 2 \cdot b \cdot Q_B] = 0 .$$

Esto lleva a los siguientes valores de Q_A , Q_B y Q_T :

$$Q_A = \frac{5 \cdot a}{9 \cdot b} ; \quad Q_B = \frac{2 \cdot a}{9 \cdot b} ; \quad Q_T = \frac{7 \cdot a}{9 \cdot b} .$$

Esta cantidad total de abonados es en principio mayor que la que se verifica cuando tanto el operador integrado como el desintegrado proveen todas las señales (que, como vimos en el apartado 2, es igual a “ $(3 \cdot a)/(5 \cdot b)$ ”), pero se da en una situación en la cual 2/7 de los abonados sólo recibe las señales del proveedor 2. Esto hace que ahora rijan en el mercado dos precios distintos (P_C y P_2), correspondientes al paquete ofrecido por el operador A (que incluye todas las señales) y al ofrecido por el operador B (que sólo incluye las señales del proveedor 2). Tales precios son en equilibrio iguales a:

$$P_C = \frac{2 \cdot a}{3} ; \quad P_2 = \frac{2 \cdot a}{9} .$$

El efecto que una conducta como esta origina sobre el excedente de los consumidores es ambiguo. Por un lado, eleva el valor de P_C de “ $3 \cdot a/5$ ” a “ $2 \cdot a/3$ ” (o sea, de $0,60 \cdot a$ a $0,67 \cdot a$), y por otro hace que una parte de los abonados termine recibiendo un producto menos valioso (que sólo incluye las señales del proveedor 2, en vez de todas las señales). No obstante, esto lleva a que algunas personas que antes optaban por no suscribirse al servicio de ningún operador ahora hallen beneficioso contratar con el operador B un servicio peor pero más barato. En este caso particular de dos operadores, el efecto neto sobre los consumidores resulta ser positivo, puesto que el excedente que ellos se apropian pasa a ser igual a:

$$EC = \int_0^{Q_A} P_C(x_A) dx_A + \int_{Q_A}^{Q_A+Q_B} P_2(x_T) dx_T - P_C \cdot Q_A - P_2 \cdot Q_B = \frac{73 \cdot a^2}{108 \cdot b} ;$$

que es mayor que el excedente que obtienen los consumidores cuando ambos operadores proveen todas las señales¹¹. En efecto, en el caso visto en el apartado anterior en el que proveedor 1 estaba integrado con el operador A pero el operador B también tenía acceso a sus señales, el excedente de los consumidores terminaba siendo igual a:

$$EC = \int_0^{Q_A+Q_B} P_C(x_A) dx_A - P_C \cdot (Q_A + Q_B) = \frac{63 \cdot a^2}{100 \cdot b} \quad ;$$

que es un número levemente menor que el hallado para el caso de exclusión reseñado en los párrafos anteriores.

Sin embargo, un efecto adicional que tiene en este caso la negativa a proveer señales por parte del proveedor 1 al operador B es que los beneficios de dicho operador pueden disminuir significativamente. En efecto, como ahora el operador B sólo podrá adquirirle señales al proveedor 2, el valor de equilibrio de T_{2B} pasará a ser igual a toda la renta generada por el operador B, con lo cual los beneficios del operador B tenderán a ser nulos.

La jurisprudencia antitrust argentina ha acumulado un número significativo de casos de supuesta exclusión a través de la negativa a proveer señales televisivas por parte de operadores integrados verticalmente con proveedores. Varios de ellos terminaron con compromisos en los cuales los denunciados reconocían el carácter anticompetitivo de las prácticas que habían llevado a cabo (por ejemplo, “Decotevé c/Pramer”¹², “Decotevé c/TRISA y TSC”¹³, “Multicanal c/Fox Sports”¹⁴), en tanto que en otros las denuncias se desestimaron por entenderse que se trataba de casos en los cuales no había existido exclusión sino simplemente desavenencias privadas entre las partes (por ejemplo, “Megavisión c/Telefé”¹⁵, “Teledifusora c/TSC”¹⁶, “Multicanal c/HBO”¹⁷).

Un caso diferente de práctica anticompetitiva exclusoria puede darse cuando un operador monopólico, integrado verticalmente con un proveedor de señales, opte por emplear solamente las señales propias y no adquirir las señales que provee el otro proveedor¹⁸. Tal situación es básicamente neutra desde el punto de vista del beneficio del operador integrado (si suponemos, como hemos hecho hasta ahora, que el mayor precio que puede cobrar por difundir las señales del proveedor desintegrado se traslada totalmente a la renta que obtiene ese proveedor). Desde el punto de vista del proveedor desintegrado, en cambio, el beneficio positivo que existe en una situación en la cual el operador integrado difunde sus señales se convierte en un beneficio nulo, con lo cual hay una pérdida de beneficio no compensada por un mayor beneficio del

¹¹ Este resultado teórico es congruente con el hallado por Chipty (2001), en un modelo en el cual la integración vertical entre proveedores de señales y operadores televisivos producía un efecto exclusorio pero terminaba generando un aumento en el excedente de los consumidores.

¹² Dictamen 338 de la CNDC (31/10/2000), aprobado por Resolución 248/2000 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

¹³ Dictamen 411 de la CNDC (14/2/2003), aprobado por Resolución 66/2003 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

¹⁴ Dictamen 486 de la CNDC (22/12/2004).

¹⁵ Dictamen 372 de la CNDC (18/3/2002), aprobado por Resolución 14/2002 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

¹⁶ Dictamen 376 de la CNDC (5/7/2002), aprobado por Resolución 23/2002 de la Secretaría de Defensa de la Competencia.

¹⁷ Dictamen 517 de la CNDC (8/8/2005), aprobado por Resolución 150/2005 de la Secretaría de Coordinación Técnica.

¹⁸ Dicha situación ha sido estudiada en trabajos empíricos tales como el de Waterman y Weiss (1996).

proveedor integrado. Desde el punto de vista de los abonados, por último, aparece también una pérdida de excedente, puesto que el mayor valor generado por la provisión conjunta de las señales desaparece y sólo subsiste el excedente imputable a la provisión de las señales del proveedor integrado.

4. Conclusiones

El modelo teórico de distribución de programas de televisión expuesto en el presente trabajo, en un contexto en el cual puede existir competencia entre varios operadores televisivos y las señales pueden ser provistas por distintos proveedores que también compiten entre sí, permite extraer los siguientes resultados principales:

- 1) La existencia de competencia entre los operadores televisivos tiene el efecto de incrementar la cantidad y de disminuir el precio que pagan los abonados por el servicio, respecto de los valores que regirían en una situación de menor competencia (por ejemplo, en una situación de monopolio).
- 2) La existencia de competencia entre los proveedores de señales, en cambio, tiene un efecto sobre la distribución de la renta entre proveedores y distribuidores, pero que en principio no impacta sobre el precio que enfrentan los abonados.
- 3) El excedente de los consumidores, además de depender de la competencia existente entre los operadores, depende positivamente de la diferenciación que existe entre las señales provistas por los distintos proveedores.
- 4) Dicha diferenciación (o, lo que es su inversa, el grado de sustitución entre las señales de los proveedores) afecta también significativamente la distribución de la renta entre operadores y proveedores de señales, haciendo que los proveedores de señales logren apropiarse de un beneficio mayor cuanto más diferentes sean sus productos y que los operadores televisivos logren apropiarse de un beneficio mayor cuando más sustituibles sean dichas señales entre sí.
- 5) En un contexto como el descrito, una fusión horizontal entre operadores televisivos tiene el efecto de reducir la cantidad e incrementar el precio que pagan los abonados por el servicio que reciben.
- 6) Una fusión horizontal entre proveedores de señales, en cambio, tiene un efecto que en principio es inocuo sobre los abonados, pero le permite a los proveedores de señales que se fusionan apropiarse de una mayor renta, a costa de una disminución equivalente en los beneficios de los operadores televisivos.
- 7) Una fusión vertical entre un proveedor de señales y un operador, por su parte, tiene en principio el efecto de reducir el excedente de los consumidores y aumentar el beneficio de las empresas que se integran, reduciéndose también los beneficios de los otros operadores no integrados.
- 8) Sin embargo, cuando un operador integrado con un proveedor de señales compite contra un operador desintegrado, surgen también incentivos para la aparición de prácticas anticompetitivas de tipo exclusorio (como puede ser la negativa a proveerle sus señales al operador desintegrado). El equilibrio resultante en una situación de ese tipo es perjudicial para el operador desintegrado, pero podría llegar a ser beneficioso para los abonados, que ahora pasan a tener la opción de adquirir un abono con menos señales pero más económico.
- 9) También resulta posible que en un modelo como el expuesto emerjan prácticas exclusorias por parte de un proveedor de señales integrado con un operador monopólico, en perjuicio del proveedor de señales desintegrado. En tal caso aparece un perjuicio adicional para los consumidores, que pasan a recibir solamente las señales del proveedor integrado, sin tener la opción de recibir también las del proveedor desintegrado.
- 10) Otra clase de prácticas anticompetitivas que pueden aparecer en situaciones como estas son las que tienen carácter colusivo. La más clara de ellas es la formación

de un cartel de operadores, cuyo efecto es en este modelo idéntico al de una fusión horizontal entre todos los operadores que se cartelizan.

11) El cartel de operadores en cuestión puede originarse en una acción concertada entre los propios operadores, pero también puede ser inducido por un proveedor monopólico de señales o por un cartel de proveedores (a través, por ejemplo, de la fijación de precios mínimos de reventa). En tal caso, el o los proveedores aprovecharán la aparición de una renta monopólica originada en un acuerdo entre operadores para incrementar los beneficios que pueden obtener vendiendo sus señales a dichos operadores.

Referencias bibliográficas

- Chipty, T. (2001). "Vertical Integration, Market Foreclosure and Consumer Welfare in the Cable Television Industry"; *American Economic Review*, vol 91, pp 128-453.
- CNDC (2007). *Problemas de competencia en el sector de distribución de programas de televisión en la Argentina*. La Plata, EDULP.
- Ford, G. y J. Jackson (1997). "Horizontal Concentration and Vertical Integration in the Cable Television Industry"; *Review of Industrial Organization*, vol 12, pp 501-518.
- Goolsbee, A. y A. Petrin (2001). "The Consumer Gains from Direct Broadcasting Satellites and the Competition with Cable Television"; Working Paper 8317, National Bureau of Economic Research.
- Hazlett, S. (1996). "Cable Televisión Rate Deregulation"; *International Journal of the Economics of Business*, vol 3, pp 146-163.
- Waterman, D. y A. Weiss (1996). "The Effects of Vertical Integration Between Cable Television Systems and Pay Cable Networks"; *Journal of Econometrics*, vol 72, pp 357-395.