

# ¿Gol del TDLC?

## Gonzalo Islas Decano Facultad Ingeniería y Negocios Universidad de Las Américas

Las últimas semanas han traído mucha actividad en materia de libre competencia. Al caso de la colusión en el mercado del gas industrial y medicinal, se suma la condena del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) al Canal del Fútbol, hoy TNT Sports, por abuso de posición dominante, la que incluyó una multa de 27 millones de dólares, la más alta en su historia.

Estos casos no generan el impacto en la opinión pública que producen los acuerdos colusivos, pero pueden ser tanto o más relevantes, sobre todo en una economía pequeña como la nuestra, caracterizada por altos niveles de concentración de mercados y, por ende, donde es frecuente que existan empresas con posición de dominio. Evitar que tal concentración imponga barreras artificiales a la competencia y afecte el bienestar es uno de los objetivos centrales de la política antimonopolio.

Lo primero que debemos aclarar es que nuestra legislación, tal como ocurre hoy en la mayoría de las economías avanzadas, no sanciona a la empresa que tiene una posición de dominio en un mercado, sino que

castiga a quienes abusan de tal posición o a los que llegan a obtenerla mediante medios ilícitos.

El TDLC cuestionó una serie de las prácticas del Canal del Fútbol (CDF). Entre ellas, exigir a los cableoperadores a incluir el canal básico en su parrilla para poder transmitir el canal premium aún cuando tal señal no fuera del interés de los televidentes, práctica conocida como venta atada; exigir un número mínimo de abonados a cada operador y fijar un precio mínimo de reventa a los cableoperadores para el canal premium, limitando la opción de realizar promociones e impidiendo la competencia en precios.

En su sentencia, el tribunal no solo multó al CDF sino que además establece que esta empresa "deberá modificar sus contratos con los operadores de televisión de pago, no pudiendo condicionar la venta de sus señales premium a la compra de su canal básico, ni obligarlos a incluir en sus planes de televisión alguno de sus productos. Tampoco podrá establecer mínimos garantizados discriminatorios", y da un plazo de seis meses para modificar los contratos. Usando



conceptos futbolísticos, el CDF perdió por goleada.

Esta sentencia además es interesante por las líneas que marca para otros mercados. Nos muestra que el TDLC va a estar atento a los casos donde modelos de distribución exclusiva y el uso de contratos de venta atada puedan afectar la competencia en los mercados y bienestar de los consumidores. Este tipo de contratos son frecuentes en múltiples industrias, como el retail,

combustibles y la distribución de bienes de consumo masivo, por lo que cabe esperar una mayor litigación en esta materia en los próximos años. También nos muestra la preocupación del tribunal por la competencia en la comercialización de contenido digital, un mercado cada vez más importante y que está bajo la lupa de los reguladores y autoridades de competencia en todo el mundo.

**Las opiniones vertidas en las columnas de este medio son de exclusiva responsabilidad de cada columnista y no de la editorial del diario.**