



**EN LO PRINCIPAL:** Evacua informe y aporta antecedentes.

**EN EL PRIMER OTROSI:** Personería.

**EN EL SEGUNDO OTROSI:** Acompaña Anexo confidencial y versión pública.

## H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

**ENRIQUE VERGARA VIAL, FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**, con domicilio en Agustinas N ° 853, Piso 12, Santiago, en los autos Rol NC N°378-09, caratulados **“CONSULTA DE GLR CHILE LTDA. Y OTROS SOBRE PARTICIPACIÓN EN LOS CONCURSOS PÚBLICOS PARA LA RENOVACIÓN DE CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN”**, a ese H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 31 del Decreto Ley N° 211, y a fin que aportara antecedentes, el H. Tribunal notificó a la Fiscalía Nacional Económica la resolución que dispuso iniciar este procedimiento no contencioso, relativo a la participación de las sociedades filiales o relacionadas de **GLR Chile Limitada** en los concursos públicos para la renovación de concesiones de radiodifusión sonora que expiran en el año 2011, ubicadas en las localidades de San Felipe, Valdivia, Temuco y Viña del Mar, conforme lo dispone la Resolución N° 20/2007, de 27 de julio de 2007.

En cumplimiento de lo solicitado por el H. Tribunal, vengo evacuo el presente informe, en los siguientes términos:

### I. ANTECEDENTES DE LA CONSULTA

1. Con fecha 15 de diciembre de 2009, los señores Marcelo Zúñiga Vettiger, Director Ejecutivo, y Carlos Eduardo Ossa Budge, factor de comercio, ambos en representación de: i) **GLR CHILE LIMITADA**, en adelante también “GLR”; ii) **IBEROAMERICANA RADIO CHILE S.A.**; iii) **BLAYA Y VEGA S.A.**; iv) **COMPAÑÍA DE RADIOS S.A.**; y, v) **COMUNICACIONES DEL PACIFICO**

**S.A.**, solicitaron a V.S. absolver una consulta, relativa a permitir la participación de sociedades filiales o relacionadas con GLR en los concursos públicos de renovación de aquellas concesiones cuyos plazos expiran el año 2011, cumpliendo así con la Condición Segunda de la Resolución N° 20/2007 de ese H. Tribunal.

2. La referida Resolución autorizó a GLR la compra a Claxson Chile S.A. de acciones de IBEROAMERICAN RADIO CHILE S.A. y de su participación directa o indirecta en sociedades filiales o relacionadas con esta última. Dicha compra quedó sujeta al cumplimiento de una serie de medidas y condiciones impuestas por V.S., entre las cuales destaca:

*“(...) consultar a este H. Tribunal, sobre la base de antecedentes suficientes, en los términos de los artículos 18 N° 2 y 31 del D.L. N° 211, respecto de su participación en los concursos públicos para la renovación de dichas concesiones;(...)”* (Resuelvo Primero).

3. Expresa la solicitante que en 2011 expira el plazo de vigencia de 4 concesiones respecto de las cuales son titulares sociedades filiales o relacionadas a GLR; en razón de ello, y en cumplimiento de la citada condición, se consulta a ese H. Tribunal respecto de la participación de dichas sociedades en los concursos públicos para la renovación de las concesiones individualizadas en la siguiente Tabla:

**Tabla N° 1: Concesiones a renovación relacionadas a GLR**

N°	Señal Distintiva	Localidad	Fecha de Vencimiento	Concesionario Actual
1	XQB-061	San Felipe	26-08-2011	Iberoamericana Radio Chile S.A.
2	XQD-022	Valdivia	11-02-2011	Blaya y Vega S.A.
3	XQD-062	Temuco	19-12-2011	Compañía de Radios S.A.
4	XQB-020	Viña del Mar	05-02-2011	Comunicaciones del Pacífico S.A.

Fuente: GLR, foja 4, ROL NC N°378-09 TDLC.

## II. MERCADO RELEVANTE

4. La Fiscalía entiende por mercado relevante el de un producto o grupo de productos respecto de los cuales no se encuentran sustitutos suficientemente próximos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado<sup>1</sup>.
5. Atendidas la tendencia decreciente de audiencia de las radios de Amplitud Modulada (AM) a nivel nacional, así como el nivel de inversión publicitaria en dichas radios, es posible establecer que las radioemisoras en Frecuencia Modulada (FM) son sustitutos de las radios en amplitud modulada y que ello no necesariamente ocurre en el sentido inverso. Por lo tanto, el mercado relevante del producto, y en el que debe concentrarse el análisis, es el de la *venta de espacios para difusión de publicidad en radios FM*.
6. En cuanto al efecto disciplinador que ejercen los restantes medios de comunicación sobre la radio, éste sólo sería parcial, tanto por las características propias del avisaje en radios como también por el hecho que para los avisadores de menores volúmenes de inversión publicitaria, la radio constituye el medio troncal o principal para publicitar sus productos o servicios.
7. En cuanto al mercado geográfico, ese H. Tribunal, en su Considerandos Trigésimo Tercero y siguientes de la Resolución N° 20/2007, distinguió la existencia de un mercado nacional (para grandes anunciantes, que comercializan sus productos o servicios a lo largo de Chile) y de mercados locales (para avisadores locales que, por regla general, no pueden acceder al avisaje en televisión, ni tampoco al avisaje en una proporción importante del total de diarios).

---

<sup>1</sup> Guía Interna para el Análisis de Concentraciones Horizontales. Fiscalía Nacional Económica. Octubre de 2006. En [www.fne.cl](http://www.fne.cl).

8. Otro antecedente que pareciera confirmar la distinción efectuada por ese H. Tribunal es la importante brecha existente en la tarifa por avisaje entre las radios locales y aquellas con presencia en Santiago. Así, en promedio, para Santiago, el valor mensual para un aviso de 30" es cercano a \$1.200.000.- (un millón doscientos mil pesos), mientras que en las radios locales independientes el mismo aviso tiene un valor promedio de \$250.000.- (doscientos cincuenta mil pesos)<sup>2</sup>.
  
9. Adicionalmente, la propia consultante, en su presentación de fecha 15 de diciembre de 2009, señala:  
  

*"(...) Prácticamente la totalidad de los ingresos de la Consultante provienen de publicidad a nivel nacional, por lo que el mercado geográfico es nacional. En efecto, si uno analiza los ingresos de GLR y sus filiales, el 97.32% de la publicidad se emite a nivel nacional y el 2,68% a nivel local. Lo anterior da cuenta que la operación mantiene un carácter eminentemente nacional"* (página 35).
  
10. Por tanto, si bien existen mercados locales claramente definidos y diferenciados según las zonas de cobertura de cada una de las concesiones objeto de la consulta, resulta necesario analizar también su nexos con el mercado nacional de radiodifusión como un todo.

### **III. NIVELES DE CONCENTRACIÓN**

#### **III.1 Audiencia**

11. Los niveles de audiencia, si bien pueden ser un indicador inestable para medir participaciones de mercado en la radiodifusión, constituyen una forma de medir en el corto plazo las preferencias de los radioescuchas.

---

<sup>2</sup> Elaboración propia sobre la base de información allegada a este Servicio en el marco de la investigación Rol N° 1626-09. Montos no consideran descuentos y/o promociones.

12. Según la información recopilada por este Servicio, los niveles de audiencia se han mantenido estables dentro de las radios propiedad del Grupo GLR, tal como se observa en la siguiente Tabla:

**Tabla N° 2: Niveles de Audiencia de Ibero Americana Radio Chile**

	2006	2007	2008	2009 (E)
<b>Total Iberoamerican (Alcance)</b>	41,7	42,3	43,2	43,2
<b>Participación (% Respecto del total de alcance)</b>	72,8	75,3	77,0	76,4
<b>TOTAL ESCUCHA FM</b>	57,3	56,2	56,1	56,3

Fuente: IPSOS, Santiago. Año 2009 estimado FNE.

### III.2 Inversión Publicitaria en Radios

13. En cuanto a la participación de mercado, medida como porcentaje de la inversión publicitaria, se observa una disminución en la misma respecto de la empresa GLR para el año 2008, posicionándose el año 2009 en niveles similares a los observados durante 2007. Lo anterior puede observarse en la Tabla N° 1 del Anexo Confidencial.
14. Adicionalmente, la Tabla N° 1 del Anexo confidencial evidencia la fuerte reducción de la inversión publicitaria recibida por las radios "independientes" con posterioridad a la fusión de GLR e Iberoamerican Radio, del año 2007.
15. Por otro lado, teniendo como punto de comparación el año 2008, la inversión publicitaria creció en promedio un 10% durante el año 2009, cifra superior al crecimiento promedio experimentado por los principales consorcios radiales (GLR, DIAL y BIO BIO).
16. Asimismo, si bien el nivel de inventarios de frases radiales ha disminuido a nivel global entre las radios con medición, cabe considerar que GLR ha visto levemente incrementado el mismo, según puede apreciarse en la siguiente Tabla:

**Tabla N° 3: Inventario de frases publicitarias emitidas según año**

GRUPO RADIAL	2008	2009
GLR	402.359	410.113
DIAL (COPESA)	143.834	163.001
RBR (Bezanilla)	56.883	58.252
CIA CHILENA DE COMUNICACIONES	168.845	158.193
<b>TOTAL RADIOS CON MEDICION</b>	<b>941.477</b>	<b>823.342</b>

Fuente: Megatime, marzo a agosto de cada año. Sólo para las radios con medición al año 2009.

17. Por último, cabe destacar que mientras, en promedio, la tarifa para un aviso de 30" (treinta segundos) creció cerca de un 8.2%, los valores del grupo GLR presentaron una disminución promedio de aproximadamente un 4.1% (sin perjuicio del comportamiento disímil las distintas radios del conglomerado).
18. Habiéndose descrito, de esta forma, la composición actual del mercado nacional y las participaciones en el mismo tanto de la consultante como de sus competidoras, corresponde analizar, a continuación, los diferentes mercados locales objeto de la consulta.
19. En general, la participación de estas zonas locales es marginal respecto al volumen de ingresos generados por las empresas con presencia en Santiago, como se observa en la siguiente Tabla:

**Tabla N° 4: Ingresos locales y número de concesiones según zona de servicio**

Localidad	Concesiones existentes	Ingresos Locales (2009) en relación a total nacional
San Felipe	17	0,9%
Viña del Mar // Valparaíso	24	1,5%
Temuco // Nueva Imperial	25	1,1%
Valdivia // Niebla	25	0,7%

Fuente: elaboración propia, en base a información confidencial de empresas.

20. Adicionalmente, sobre la base de la información recopilada por este servicio, la mayoría de los ingresos por publicidad generados provienen de cadenas o radios sin presencia en Santiago, siendo importantes los casos de las radios Festival, Carnaval y SuperAndina en la Región de Valparaíso, o bien, Radio

Órbita en Temuco. En la Tabla N° 2 del Anexo confidencial se muestra la participación, según inversión publicitaria, para los principales grupos radiales en cada una de las localidades objeto de la consulta:

21. La Tabla aludida evidencia que los radios del Grupo GLR no superan el 3% de participación del avisaje dentro de los mercados relevantes objeto de la consulta, siendo superada ampliamente por otros radios locales o regionales.

### III.3 Barreras de Entrada

22. Ese H. Tribunal, en el Considerando Quincuagésimo de la Resolución N° 20/2007, señaló:

*“Que, así las cosas, la disponibilidad de concesiones –espectro radioeléctrico– es una barrera a la entrada relevante para que un potencial entrante acceda a los mercados comercialmente más atractivos. Las comunas para las cuales el espectro radioeléctrico destinado a transmisiones de radios en frecuencia modulada está saturado, agrupan aproximadamente el 60% de la población nacional. En estas localidades la entrada está limitada a adquirir una empresa establecida”.*

23. No obstante lo anterior, ese H. Tribunal, en el Considerando Septuagésimo Séptimo de la misma Resolución, estableció la posibilidad de incorporar competencia en este mercado, por medio del proceso de renovación de concesiones a ser realizado el año 2010:

*“Por ello, el concurso público que la LGT contempla para efectos de renovar o reasignar dichas concesiones, según sea el caso, al vencimiento de su plazo de vigencia, constituye una importante oportunidad de desafiabilidad del mercado, circunstancia que llevará a este Tribunal a prevenir en lo resolutivo a la Subtel para que este organismo lleve a cabo los concursos de asignación y renovación de frecuencias radiales en las condiciones más libres, objetivas, no discriminatorias y transparentes posibles”.*

24. Lo anterior también fue recogido por el fallo de la Excma. Corte Suprema, que se pronunció sobre el Recurso de Reclamación presentado en contra de la Resolución N° 20/2007, señalando en el Considerando Sexto de la Sentencia de veintidós de noviembre de dos mil siete, que:<sup>3</sup>

*“Si bien la principal barrera de entrada al mercado de la radiodifusión sonora es la disponibilidad de espectro radioeléctrico, la sentencia impugnada estableció, con el informe acompañado a fojas 1, que el año 2010 expiran 45 de las concesiones con las que contaría la empresa consultante, cinco de ellas en la ciudad de Santiago, y el 2014 el total de las concesiones expiradas será de 55, 6 de ellas en esta ciudad; y aunque tendrá el derecho preferente para renovar sus concesiones, éstas deberán someterse a un concurso público en el cual podrán participar otros interesados y adjudicárselas en caso de presentar mejores condiciones técnicas o económicas que GLR Chile Limitada.”*

25. Vale decir, H. Tribunal, se esperaba de dichos concursos una posibilidad real de competencia, en donde pudieran participar otros interesados con proyectos innovadores o en mejores condiciones técnicas. Sin embargo, dicha posibilidad de competencia no ha sido posible, como consecuencia de las últimas modificaciones realizadas a la Ley General de Telecomunicaciones (LGT).
26. En efecto, con fecha 13 de septiembre de 2008 se publicó en el Diario Oficial la Ley N° 20.292, que incorporó, en lo referente al procedimiento de concursos de concesiones de radiodifusión sonora, contenido en los artículos 13, 13 A y 36 de la LGT, tres cambios: (i) Concurso de renovación de concesiones con procedimiento infraccional pendiente por el titular de la concesión; (ii) Eliminación del requisito de presentación de proyecto financiero para postular al concurso, y (iii) Exención de presentación de proyecto técnico por el titular de la concesión que sale a concurso.

---

<sup>3</sup> Autos Rol N° 4578-07.

27. Por último, cabe precisar que el actual artículo 13 de la LGT permite a las empresas interesadas presentar más de una solicitud para una misma localidad, restringiendo solo su participación en los concursos públicos específicos relativos a una frecuencia en particular; en otras palabras, estas empresas pueden participar en los concursos públicos de todas las frecuencias a licitar en una misma localidad, pero en cada uno de ellos no pueden presentar más de una solicitud.

#### **IV. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES**

28. El mercado relevante para este caso es la venta y difusión de espacios publicitarios en las radios FM con cobertura en todo el territorio nacional.
29. El mercado así definido presenta una barrera infranqueable a la entrada, consistente en la saturación del espectro radioeléctrico, tal como ha reconocido la jurisprudencia, barrera reforzada por efecto de la modificación legal contenida en la Ley N° 20.292.
30. Con todo, esta Fiscalía es de la opinión que no existen antecedentes suficientes que permitan establecer que la empresa consultante, luego de la consulta aprobada por medio de la Resolución N° 29/2007, de 27 de julio de 2007, se haya comportado en forma contraria a la libre competencia, aprovechando el posible poder de mercado obtenido luego de la operación de fusión y la posterior consulta.
31. Tampoco se observa desde la dictación de la Resolución N°29/2009, hasta la fecha, que exista un deterioro significativo de las condiciones de competencia, tanto en el mercado nacional, como en los mercados locales objeto de la consulta.
32. Finalmente, se ha verificado que la participación de GLR en dichos mercados locales –medidos en término de captura de avisaje local- es menor a la de sus competidores, sean radios netamente locales, o bien cadenas interregionales sin presencia en Santiago.

REPÚBLICA DE CHILE  
FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA  
AGUSTINAS 853, PISO 2  
SANTIAGO

**POR TANTO,**

**AL H. TRIBUNAL SOLICITO:** Tener por evacuado el informe solicitado, en los términos expuestos.

**PRIMER OTROSÍ:** Sírvase ese H. Tribunal tener presente que mi personería para representar a la Fiscalía Nacional Económica consta del Decreto Supremo de mi nombramiento en el cargo de Fiscal, copia autorizada del cual se encuentra bajo la custodia de la Secretaría de ese H. Tribunal.

**SEGUNDO OTROSÍ:** Sírvase ese H. Tribunal tener acompañado Anexo confidencial y versión pública del mismo.



  
**ENRIQUE VERGARA VIAL**  
**FISCAL NACIONAL ECONOMICO**