



JULIO CRIBATI  
27-VI-12  
23:05

**EN LO PRINCIPAL:** Requerimiento.

**EN EL PRIMER OTROSÍ:** Solicita medida precautoria que indica.

**EN EL SEGUNDO OTROSÍ:** Se notifique a terceros.

**EN EL TERCER OTROSÍ:** Acompaña documento bajo reserva.

**EN EL CUARTO OTROSÍ:** Acompaña versión pública de documento reservado.

**EN EL QUINTO OTROSÍ:** Señala receptor judicial.

**EN EL SEXTO OTROSÍ:** Se tenga presente.

**EN EL SÉPTIMO OTROSÍ:** Personería, patrocinio y poder.

#### H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

**FELIPE IRARRÁZABAL PHILIPPI, FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**, en representación de la **FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA**, con domicilio en Agustinas N° 853, piso 2, Santiago, al H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 1, 2, 3, 5, 18, 19 y siguientes, 26 y 39 letras b) y c) del Decreto Ley N° 211 ("DL 211"), y fundado en los antecedentes de hecho, de derecho y económicos que a continuación se exponen, formulo requerimiento en contra de:

- (a) **Hoyts Cinemas Chile Holdings Limited ("Hoyts Cinemas Chile")**, sociedad del giro de su denominación, representada por don Tim Purcell, se ignora segundo apellido y profesión u oficio, ambos con domicilio en avenida Bicentenario N° 3883, piso 5, comuna de Vitacura, Santiago;
- (b) **Hoyts General Cinema South America, Inc. ("Hoyts General Cinema")**, sociedad del giro de su denominación, representada por don Alfredo Irigoien, se ignora segundo apellido y profesión u oficio, ambos con domicilio en avenida Bicentenario N° 3883, piso 5, comuna de Vitacura, Santiago;
- (c) **Chile Films S.A. ("Chile Films")**, sociedad del giro de su denominación, representada por don Cristián Varela Noguera, ingeniero civil, ambos con domicilio en avenida Manquehue Sur N° 1165, comuna de Las Condes, Santiago; y

(d) **Inversiones IVM SpA** ("**Inversiones IVM**"), sociedad del giro de su denominación, representada por la sociedad Chile Films S.A., la que se encuentra, a su vez, representada por don Cristián Varela Noguera, ingeniero civil, todos con domicilio en avenida Manquehue Sur N° 1165, comuna de Las Condes, Santiago.

Como se analizará a continuación, el presente Requerimiento tiene por objeto sancionar a las requeridas quienes, al celebrar el contrato de compraventa de acciones y los demás actos que condujeron a la integración de los cines que operan bajo las marcas Hoyts y Cinemundo, ya sea directamente o a través de personas relacionadas, incurrieron en una conducta que ha impedido, restringido o entorpecido la libre competencia en los mercados relevantes o, al menos, ha tendido a producir dichos efectos, y que se encuentra tipificada en el artículo 3 del DL 211.

Por ello, se solicitará que las requeridas sean condenadas al pago de la multa y a poner término a los actos contrarios al DL 211 que se piden determinadamente en el cuerpo de esta presentación, todo ello con expresa condena en costas.

## I. LA CONDUCTA EJECUTADA POR LAS REQUERIDAS

Con fecha 15 de noviembre de 2011, Hoyts Cinemas Chile Holdings Ltd. y Hoyts General Cinemas South America, Inc., por una parte y en calidad de vendedoras y, por la otra y en calidad de adquirentes, Chile Films S.A. e Inversiones IVM SpA., suscribieron un contrato denominado *Share Purchase Agreement*, por medio del cual las compradoras adquirieron el 100% de las acciones de Hoyts Cinemas Chile S.A.<sup>1</sup>, lo que, junto a otros potenciales actos, condujo a la integración horizontal de los complejos de cines reconocidos por las marcas Hoyts y Cinemundo, los que quedaron bajo el control y operación de las adquirentes ("la **Operación**").

---

<sup>1</sup> En la transacción Inversiones IVM SpA adquirió todas las acciones de Hoyts Cinemas Chile S.A., salvo una acción que fue adquirida por Chile Films S.A. En consecuencia, no se produce la disolución de Hoyts Cinemas Chile S.A.

Notificada la Fiscalía Nacional Económica (“FNE” o “Fiscalía”) de que se había materializado la Operación, lo que tuvo lugar por medio de carta de 16 de noviembre de 2011, se inició de oficio la investigación Rol N° 2003-11 (la “Investigación”) a fin de contar con evidencia respecto de los riesgos asociados a ésta.

Hoyts es una cadena de cines de renombre internacional que ingresó al mercado chileno el año 1996. El año 1997 comenzó sus operaciones con un complejo de exhibición de 5 salas ubicado en calle Huérfanos, donde se encontraba el antiguo cine Rex. A la fecha de la Operación poseía en Chile 7 complejos de exhibición cinematográfica, seis de ellos en la Región Metropolitana y uno en la Región de Valparaíso. Lo anterior se traduce en un total de 69 salas de cines: 64 de ellas en la Región Metropolitana y 5 en la Región de Valparaíso, además de dos proyectos por ejecutar: uno en Mall Arauco Quilicura, en la Región Metropolitana y otro en Mall Center Curicó, en la Región del Maule, conforme se detalla en el cuadro siguiente:

**Cuadro N°1**  
**Complejos de Cine Hoyts**

Región	Nombre del Complejo	Dirección	# total de salas
RM	Estación Central	Exposición N°155	8
	La Reina	Av. Ossa N°655	16
	Maipú	Av. Américo Vesputio N°399 - L.145	10
	Parque Arauco	Av. Kennedy N°5413 L. 250	14
	Puente Alto	Concha y Toro N°1092	8
	San Agustín	Moneda N°835	8
	Arauco Quilicura (proyecto)	Libertador Bernardo O'Higgins N°370	-
V	Valparaíso	Av. Pedro Montt N°2111	5
VII	Curicó (proyecto)	Bernardo O'Higgins N°201, Curicó	-
			<b>69</b>

Fuente: Información proporcionada por Hoyts.

Por su parte, Chile Films es una empresa controlada por CF Inversiones<sup>2</sup>, compañía *holding* que en Latinoamérica participa en las distintas etapas y formatos de producción, distribución y exhibición de películas.

<sup>2</sup> Sociedad controlada por el señor José Patricio Daire.

Así, por ejemplo, bajo la marca Cinecolor, Chile Films posee laboratorios cinematográficos, post producción digital, estudios de televisión y estudios de sonido en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México. Adicionalmente, Chile Films participa, a través de Video Chile, en el segmento de producción y distribución de DVD y *Blue Ray*.

En el segmento de la exhibición cinematográfica, Chile Films opera la marca Cinemundo, que tiene 12 complejos desde Antofagasta a Puerto Montt, con un total de 71 salas. Adicionalmente, tiene planes de operar cines en los tres nuevos proyectos de Mall Plaza en el país, esto es, Plaza Egaña y avenida Cristóbal Colón con avenida Padre Hurtado, ambos en la Región Metropolitana, y Muelle Barón en Valparaíso, conforme se indica en el cuadro siguiente:

**Cuadro N°2**  
**Complejos de Cinemundo**

Región	Nombre de la cadena	Dirección	# total de salas
II	Antofagasta Lider	Zenteno N°21, Antofagasta	6
	Antofagasta Plaza	Balmaceda N°2355, Antofagasta	6
	Calama	Balmaceda N°3242, Calama	6
RM	Mall Plaza Alameda	Bernardo O'Higgins N°3470, Estación Central	7
	Paseo Los Dominicos	Camino El Alba N°11969, Las Condes	6
	Plaza Sur	Jorge Alessandri N°20040, San Bernardo	6
	San Bernardo	Eyzaguirre N°650, San Bernardo	6
	Los Trapenses	Los Trapenses N°3515, Lo Barnechea	6
	<i>Mall Plaza Egaña (proyecto)</i>	Av. Ossa N°97	-
	<i>Mall Plaza Los Dominicos (Proyecto)</i>	Av. Colón con Padre Hurtado	-
V	<i>Mall Muelle Barón (proyecto)</i>	Muelle Barón	-
VII	Talca	San Miguel N°3349, Talca	6
VIII	Los Angeles	Valdivia N°440, Los Ángeles	6
IX	Temuco	Manuel Montt N°777, Temuco	5
X	Puerto Montt	Paseo Costanera, Illapel N° 10, Puerto Montt	5
			71

Fuente: Información proporcionada por Chile Films.

En el segmento de la distribución de películas, Chile Films es dueña del 50% de las acciones de Andes Films S.A.<sup>3</sup>, una de las distribuidoras más importantes del país, que cuenta en su cartera con las películas de las productoras *Sony* y *Disney* que, a su vez, operan con distintos sellos. Por ejemplo, *Disney* tiene además los sellos *Buenavista International* y *Hollywood Films*. En el caso de *Sony*, ésta tiene, entre otros, los sellos *Columbia Pictures*, *Tristar* y *Sony Classic*.

En el siguiente cuadro, con el fin de proporcionar una visión preliminar respecto a la Operación, se presentan las recaudaciones brutas por ventas de entradas, el número de espectadores y capacidad instalada (número de salas) para el año 2011 de las principales cadenas de cines existentes en la Región Metropolitana.

**Cuadro N°3**  
**Cadenas de Cines en la Región Metropolitana**  
(datos del año 2011)

Cadena	Recaudación bruta venta de entradas		Admisiones		Salas	
	MM\$	%	miles de personas	%	# salas	%
Cinemark (6 complejos)	9.371	31,72%	3.235	31,17%	54	31,58%
Hoyts (6 complejos)	14.670	49,66%	5.302	51,08%	64	37,43%
Cinemundo (5 complejos)	2.477	8,39%	899	8,66%	31	18,13%
Movieland (2 complejos)	3.022	10,23%	943	9,09%	22	12,87%
<b>Total</b>	<b>29.540</b>	<b>100%</b>	<b>10.379</b>	<b>100%</b>	<b>171</b>	<b>100%</b>
HHI pre fusión		<b>3648</b>		<b>3739</b>		<b>2892</b>
HHI post fusión		<b>4480</b>		<b>4624</b>		<b>4249</b>
$\Delta$ HHI		<b>833</b>		<b>885</b>		<b>1357</b>

Fuente: Cámara de Distribuidores Cinematográficos (Cadic).

## II. LA INDUSTRIA

### II.1 Actores de la Industria

La industria cinematográfica está compuesta por tres tipos de actores: i) las productoras de películas; ii) las distribuidoras de películas; y iii) los exhibidores cinematográficos.

<sup>3</sup> El 50% restante controlado por el señor Giovanni Gentili.

El mercado de **producción cinematográfica** está conformado mayoritariamente por las grandes productoras *hollywoodenses*, tales como *Disney, Sony, 20<sup>th</sup> Century Fox, Universal Studios, MGM, Paramount Pictures, Dreamworks* y *Warner Bros.*, entre otras, quienes generan en torno al 85,5% de los ingresos totales de la industria nacional<sup>4</sup>. También forman parte de este segmento los productores independientes estadounidenses<sup>5</sup>, europeos<sup>6</sup>, latinoamericanos<sup>7</sup> y nacionales<sup>8</sup>.

En cuanto a los **distribuidores cinematográficos**, en Chile existen tres grandes empresas (representantes de las productoras de *Hollywood*<sup>9</sup>) que abarcan el 85,5% de las recaudaciones brutas por exhibición de películas de cine. Estas son: *Andes Films S.A.* -28,44%-, *United International Pictures Limitada* (“**UIP**”) -21,66%- y *Asociación Fox Warner Chile* (“**Warner-Fox**”) -35,35%-<sup>10</sup>.

La relación que tienen las productoras con las distribuidoras de películas suele ser estrecha, siendo común: i) la utilización de *Joint Ventures* para fundar empresas distribuidoras a nivel local<sup>11</sup>; ii) la utilización de contratos de largo plazo entre una distribuidora y un conjunto de productoras<sup>12</sup>; o iii) la distribución directa de películas realizadas por las productoras, como en el caso de algunas productoras nacionales<sup>13</sup>.

<sup>4</sup> Datos para el año 2011, Cámara de Distribuidores Cinematográficos (“**Cadic**”).

<sup>5</sup> Por ejemplo, *Miramax International, Hell's Kitchen Films*.

<sup>6</sup> Por ejemplo, *Aliwood Mediterráneo Producciones, Bayerischer Rundfunk, Studio Beblesberg* y *Sogecine*.

<sup>7</sup> Por ejemplo, *Altavista Films, Tornasol Films* y *VideoFilmes*.

<sup>8</sup> Por ejemplo, *BF Films, Fabula Producciones, MC Films* y *Wood Producciones*.

<sup>9</sup> Las grandes productoras de Hollywood tienen integradas a su negocio las funciones de agentes y distribuidores.

<sup>10</sup> Datos para el año 2011, *Cadic*.

<sup>11</sup> Por ejemplo, la distribuidora *UIP* surgió de una alianza de la productora *UIP* con los estudios *Paramount Pictures* y *Universal Studios*.

<sup>12</sup> Por ejemplo, la distribuidora *Andes Films* con productoras como *Columbia Pictures* y *Buena Vista International*, entre otras.

<sup>13</sup> *MC Films* y *Wood Producciones*.

Por otro lado, existen distribuidoras independientes con menor participación de mercado que no tienen una relación estrecha con los productores, sino que compran los derechos de distribución de películas para Chile a un agente de ventas (el caso de productores internacionales) o directamente a los productores. Tal sería el caso de BF Distribution<sup>14</sup>, CDI Films<sup>15</sup> y Transeuropa<sup>16</sup>.

Desde el año 2003 a la fecha, la participación de mercado de las tres principales distribuidoras ha ido decreciendo conforme se ha desarrollado la industria de cine nacional. Sin embargo, siempre han representado más del 80% del mercado como se observa en el siguiente Cuadro N° 4:

**Cuadro N° 4**  
**Participación de Mercado Distribuidores (2003-2011)**

Nombre Distribuidor	Datos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fox-Warner	Recaudación total (%)	36,62%	42,40%	41,31%	33,21%	37,89%	33,71%	36,34%	36,13%	35,35%
	Espectadores total (%)	35,98%	41,93%	41,05%	33,08%	37,63%	33,38%	36,07%	35,85%	35,98%
Andes Films	Recaudación total (%)	31,42%	25,19%	22,61%	35,40%	25,72%	27,39%	35,95%	28,29%	28,44%
	Espectadores total (%)	31,81%	25,51%	22,75%	35,41%	25,82%	27,16%	36,16%	27,42%	27,56%
UIP	Recaudación total (%)	21,99%	20,63%	22,64%	15,41%	18,54%	22,82%	12,82%	22,31%	21,66%
	Espectadores total (%)	22,43%	20,85%	23,21%	15,70%	18,68%	22,88%	12,72%	22,24%	20,72%
TOTAL (Fox-Warner + Andes + UIP)	Recaudación total (%)	90,04%	88,22%	86,56%	84,01%	82,15%	83,92%	85,11%	86,74%	85,45%
	Espectadores total (%)	90,21%	88,30%	87,01%	84,19%	82,13%	83,41%	84,94%	85,51%	84,26%
BF	Recaudación total (%)	0,00%	0,00%	7,36%	7,46%	11,24%	8,02%	12,11%	10,86%	13,67%
	Espectadores total (%)	0,00%	0,00%	7,18%	7,43%	11,14%	8,22%	12,33%	11,73%	14,84%
Otros	Recaudación total (%)	9,96%	11,78%	6,08%	8,53%	6,61%	8,06%	2,78%	2,41%	0,89%
	Espectadores total (%)	9,79%	11,70%	5,81%	8,39%	6,72%	8,36%	2,73%	2,76%	0,90%

Fuente: Cadic.

En cuanto a las empresas **exhibidoras de cine**, en Chile existían, previo a la Operación, cuatro cadenas importantes que representaban el 94,34% del mercado (en base a recaudación bruta). Al año 2011, Cinemark tenía el 38,11% de la recaudación bruta total a nivel nacional, Hoyts el 30,63%, Cinemundo el 16,56% y Movieland el 9,04%<sup>17</sup>.

<sup>14</sup> 13,67% de las recaudaciones brutas 2011, según datos del Consejo de la Cadid.

<sup>15</sup> 0,18% de las recaudaciones brutas 2011, según datos del Consejo de la Cadid.

<sup>16</sup> 0,18% de las recaudaciones brutas 2011, según datos del Consejo de la Cadid.

<sup>17</sup> Fuente: Cadic.

Como se constata en el siguiente Cuadro N° 5, en términos generales, en el período previo a la Operación (2003-2011), la concentración en el segmento de la exhibición cinematográfica tuvo una tendencia relativamente estable, con *peaks* en los años 2003 y 2010. Un hito a destacar es el crecimiento de Cinemundo que pasó desde un 12,09% de participación de mercado el año 2003, a un 16,56% el año 2011. Movieland creció desde un 2,07% en el año 2005 (año en que ingresó al mercado chileno), a un 9,04% de participación de mercado durante el año 2011, habiendo tenido un alza importante en el año 2006 producto de la adquisición de Maxicine de La Florida. Por su parte, Cinemark perdió participación desde el año 2003 al año 2011, ostentando en la actualidad un 5,04% menos de lo que tenía en 2003. Finalmente, Hoyts experimentó en este período un alza de 2,81% de su participación de mercado, explicada por la adquisición de *Showcase* en el año 2009.

**Cuadro N° 5**  
**Participación de Mercado Empresas Exhibidoras en Chile (2003-2011)**

Exhibidor	Datos		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Cinemark	Recaudación total) (%)		43,15%	41,26%	40,26%	40,31%	40,28%	39,32%	37,42%	38,85%	38,11%
	Espectadores total) (%)		44,46%	42,82%	41,58%	41,36%	40,57%	39,37%	36,95%	37,51%	36,91%
Hoyts	Recaudación total) (%)		27,82%	26,30%	26,31%	25,69%	24,69%	25,27%	28,75%	32,89%	30,83%
	Espectadores total) (%)		26,36%	25,10%	25,19%	24,73%	24,94%	26,17%	29,01%	33,36%	31,93%
Cinemundo	Recaudación total) (%)		12,09%	13,66%	12,84%	12,04%	13,21%	12,93%	16,20%	16,32%	16,56%
	Espectadores total) (%)		11,73%	13,57%	12,83%	12,47%	13,66%	13,08%	17,64%	17,29%	16,48%
Movieland	Recaudación total) (%)		0,00%	0,00%	2,07%	8,43%	8,79%	9,39%	9,93%	8,34%	9,04%
	Espectadores total) (%)		0,00%	0,00%	1,99%	8,19%	8,56%	8,94%	9,04%	7,91%	8,67%
Showcase	Recaudación total) (%)		12,66%	12,97%	12,06%	11,16%	10,77%	10,96%	4,60%	0,00%	0,00%
	Espectadores total) (%)		11,72%	11,65%	11,05%	10,24%	9,45%	9,58%	3,79%	0,00%	0,00%
Otros	Recaudación total) (%)		4,28%	5,82%	6,46%	2,38%	2,26%	2,14%	3,10%	3,61%	5,66%
	Espectadores total) (%)		5,74%	6,87%	7,37%	3,01%	2,83%	2,85%	3,57%	3,92%	6,02%
HHI	Recaudación total) (%)		2,942	2,749	2,628	2,625	2,600	2,560	2,609	2,927	2,746
	Espectadores total) (%)		2,946	2,783	2,654	2,650	2,617	2,578	2,614	2,882	2,728

Fuente: Cadiac.



En cuanto a los ingresos de las empresas exhibidoras, durante el año 2011 éstas recaudaron, aproximadamente, MM\$50.000 por concepto de venta de entradas<sup>18</sup>. Adicionalmente, las cuatro principales cadenas exhibidoras recaudaron en torno a los MM\$18.000 por concepto de ventas de confitería<sup>19</sup>.

## II.2 Descripción del Funcionamiento de la Industria

En cuanto al funcionamiento de la industria cinematográfica, el H. Tribunal en la Sentencia N° 16/2005 dictada en autos caratulados "*Avocación en Recurso de Reclamación de UIP Chile Ltda. y Andes Films S.A., contra el Dictamen N° 1277 de la Comisión Preventiva Central*", describió de forma detallada la relación entre los distintos actores de esta industria. Según ha constatado esta Fiscalía, a la fecha las interacciones entre los distintos agentes no han variado sustancialmente, pudiendo sintetizarse de la siguiente forma:

- i) Los grandes estudios cinematográficos realizan inversiones para la producción de películas y determinan, conforme a las negociaciones sostenidas con los distribuidores locales, el número de copias a ser asignadas para cada mercado.
- ii) Por su parte, las empresas distribuidoras se encargan de internar las copias de una película, proceso que incluye, entre otras gestiones: a) negociar con el productor para la determinación del número de copias, el financiamiento de las mismas y el financiamiento de los costos de importación; b) los procesos de marketing y costos de publicidad y promoción de las películas; y c) la negociación de las condiciones de arriendo de las copias a las empresas exhibidoras y, en definitiva, el traspaso de las mismas a los distintos complejos de exhibición. Los distribuidores remesan a los estudios la totalidad de las ganancias generadas por la exhibición de una película (ingresos obtenidos por concepto de arriendo de las copias a los exhibidores menos los costos incurridos para la distribución). A su vez, los estudios pagan un porcentaje variable de dichas ganancias al

---

<sup>18</sup> Fuente: Cadic.

<sup>19</sup> Fuente: Principales cadenas exhibidoras.

distribuidor, el cual se ajusta según la rentabilidad de la película y que fluctúa aproximadamente entre un 6% y un 11%<sup>20</sup>.

- iii) Finalmente, las empresas exhibidoras arriendan las copias que ofrecen las distribuidoras, por las cuales pagan comisiones que representan un porcentaje de las recaudaciones por venta de entradas y que varía semanalmente. Dicho cobro se denomina "*film rental*"<sup>21</sup> y se negocia respecto de cada película, tomando en consideración las ventas esperadas de cada producción. De este modo, ambos actores comparten el riesgo que involucra la exhibición de una película (lo que en la industria se conoce como "*box sharing*"), ya que su éxito comercial no es conocido con certeza antes de su exhibición.

En la actualidad, un factor relevante en la industria dice relación con los costos en que incurren las exhibidoras por concepto de arriendo de los terrenos donde instalan sus complejos. En efecto, las exhibidoras pagan a los desarrolladores inmobiliarios, por sobre un monto mínimo de ingresos, un porcentaje variable de sus ganancias provenientes de las ventas de *tickets* y confitería<sup>22</sup>. Por debajo de dicho monto mínimo, las exhibidoras pagan un monto fijo por concepto de arriendo.

Finalmente, otra característica importante de esta industria es la necesidad de una masa crítica de público que rentabilice las inversiones hechas en las salas de cine. De esta manera, el número de complejos en un determinado mercado relevante estará limitado por la densidad poblacional de cada zona.

---

<sup>20</sup> Información a partir de declaraciones de empresas distribuidoras ante esta Fiscalía en enero de 2012.

<sup>21</sup> Según los antecedentes que ha tenido a la vista esta Fiscalía, para una película con un rendimiento esperado promedio, lo habitual en la industria es que las distribuidoras exijan un *film rental* de 50% de las recaudaciones por venta de entrada, para la primera semana de exhibición, 40% para la segunda semana y 30% para la tercera semana y siguientes que el exhibidor decida continuar mostrando la película.

<sup>22</sup> Declaraciones ante esta Fiscalía en febrero de 2012 de representantes de los distintos desarrolladores inmobiliarios.

### III. MERCADO RELEVANTE

La definición de los mercados relevantes afectados por la Operación materia de este Requerimiento, tiene por objeto proveer de un marco para el análisis de los efectos asociados a la misma desde una perspectiva de libre competencia. La definición del mercado relevante identifica un área de competencia y permite la determinación de los agentes del mercado y medir su participación, así como el grado de concentración del mercado.

#### III.1. Mercado Relevante del Producto

El análisis que se realiza para incluir dentro de un mismo mercado relevante a distintos productos o servicios, consiste en evaluar la posibilidad efectiva de disciplina competitiva que eventuales sustitutos pueden ejercer respecto de un bien o servicio de referencia.

Para estos efectos, resulta útil analizar las características específicas del bien o servicio cuyo mercado se desea definir, para posteriormente evaluar las posibilidades de sustitución con otros productos o servicios que podrían ser considerados cercanos o similares en cuanto a sus características de uso, momento en que se consumen, necesidad que satisfacen y/o tipo de público al que están enfocados. Lo anterior es particularmente relevante cuando, como en la especie, se trata de evaluar riesgos de naturaleza unilateral en mercados relevantes de productos diferenciados, toda vez que la entidad de los mismos dependerá principalmente del grado de cercanía existente entre los productos ofrecidos por las empresas concentradas. En este entendido, mercados relevantes muy concentrados pueden no implicar riesgos de naturaleza unilateral si adquirente y adquirida son competidores lejanos, y mercados menos concentrados pueden implicar altos riesgos unilaterales si ambas empresas son competidores directos.

En el caso que nos ocupa, el mercado relevante del producto es el de **exhibición de películas de estreno en complejos multisalas**, lo cual incluye a

películas nuevas, orientadas a un público masivo y cuya duración en cartelera dependerá de la demanda que por ellas efectúe el público consumidor<sup>23</sup>.

En cuanto al servicio de exhibición de películas en cine, se puede señalar que la demanda por este servicio involucra tres dimensiones:

- a. Demanda por la película propiamente tal (en cuya elección influyen elementos como la calidad de la misma, su género, duración, director, actores, premios, publicidad, si es una secuela o no, entre otras<sup>24</sup>);
- b. Demanda por un complejo específico, que se refiere a la experiencia de ir al cine, en la que influye la ubicación del complejo, su accesibilidad, la existencia de estacionamientos, los horarios disponibles para la película deseada (número de salas), los precios de venta de las entradas, la presencia de servicios complementarios dentro o en las cercanías del complejo que se escoja, la calidad y los precios de la confitería, la limpieza, el tamaño y comodidad de las salas, la calidad de la imagen y del sonido, entre otros<sup>25</sup>; y
- c. Oportunidad para ver la película, lo que se relaciona con el tiempo en cartelera que ha permanecido ésta (es diferente ver una película los primeros días en que ha sido estrenada, que durante las semanas sucesivas)<sup>26</sup> y con la disponibilidad de tiempo que tengan las

<sup>23</sup> Para los efectos de la determinación del mercado relevante, esta Fiscalía entiende que las películas de estreno no sólo revisten la calidad de tales durante el (los) primer(os) día(s) en que son exhibidas, sino que durante el período en que sostenidamente son demandadas por un público masivo. Asimismo, esta Fiscalía no sólo concibe como una película de estreno a aquellas de carácter nuevo, que no han sido exhibidas previamente en forma masiva, sino también a aquellas antiguas que se han vuelto a exhibir con el surgimiento de la tecnología de exhibición digital (llamada 2D), como, por ejemplo, "El Padrino" o "Volver al Futuro". A mayor abundamiento, dichas películas no son calificables como cine de nicho, de público especializado o de segunda línea.

<sup>24</sup> Algunos trabajos interesantes que estudian los determinantes de la demanda por películas de cine son BAGELLA y BECHETTI, "The Determinants of Motion Picture Box office Performance: Evidence from Movies produced in Italy" *Journal of Cultural Economics*, Vol. 23, 1999, pp. 237-256; y JANSEN, Christian, "The Performance of German Motion Picture, Profits and Subsidies: Some Empirical Evidence" *Journal of Cultural Economics*, Vol. 29, 2005, pp. 191-212.

<sup>25</sup> DAVIS, Peter, "Spatial Competition in Retail Markets: Movie Theaters", *The RAND Journal of Economics*, Vol. 37, No. 4, 2006, pp. 964-982.

<sup>26</sup> Lo anterior es considerado explícitamente en la estimación de la demanda por películas de cine que realiza DAVIS (ibid.), quien encuentra un efecto negativo de las semanas que lleva exhibiéndose una película en su demanda. Por lo demás, dicha consideración es consistente con la jurisprudencia del H. Tribunal, el cual señaló en el considerando Sexto de la Sentencia N° 16/2005 que: "(...) es razonable argumentar que una proporción no despreciable de la demanda agregada

personas (los fines de semana y períodos de vacaciones afectan la demanda por cine).

De este modo, la demanda por películas depende de un cúmulo de elementos relacionados con la percepción respecto a la calidad de la misma, y la demanda por asistir al cine depende de otras características adicionales, relacionadas con la experiencia de ver dicha película en el cine, siendo además relevante la oportunidad de ver la película en un tiempo próximo a su estreno.

Así, la experiencia de ver una película en otras condiciones, a través de medios de reproducción como DVD, *pay per view* o televisión por cable, no constituye una experiencia similar a ver la película en una pantalla de cine, lo que se manifiesta en la sensibilidad de la demanda a características específicas de los complejos de cine, como la calidad del sonido y los servicios complementarios que éstos ofrecen<sup>27</sup>.

En consecuencia, las formas alternativas de ver películas no serían sustitutos suficientemente cercanos a la exhibición de películas en el cine como para ser incluidos dentro del mismo mercado relevante, sino más bien sustitutos imperfectos, tal como lo ha reconocido el H. Tribunal en su Sentencia N° 16/2005<sup>28</sup>, lo que coincide con lo resuelto en el derecho comparado<sup>29</sup>.

---

*por películas de estreno, sobre todo por aquellas que constituyen "grandes estrenos", está probablemente condicionada por preferencias con grados no triviales de especificidad en términos de las temáticas en demanda y, a la vez, con relativa elevada impaciencia frente a la opción de postergar el disfrute de su exhibición más allá del periodo de estreno".*

<sup>27</sup> DAVIS, Peter. Ob. Cit.

<sup>28</sup> El considerando Sexto de la Sentencia N° 16/2005 señala: "Que, pcr último, en este caso, el mercado relevante se circunscribe a la exhibición de películas de estreno simultáneo. Si bien existe un conjunto de sustitutos imperfectos por el lado de la demanda (exhibición de películas en fechas posteriores al periodo de estreno, modalidad también conocida como "move over"; películas en formatos de video, DVD y televisión por cable; y en términos aún más generales, un conjunto de otras actividades de recreación), los grados de sustitución presentes por el lado de la demanda no son lo suficientemente fuertes como para que estos diferentes bienes sustitutos constituyan un mismo y único mercado relevante. En efecto, es razonable argumentar que una proporción no despreciable de la demanda agregada por películas de estreno, sobre todo por aquellas que constituyen "grandes estrenos", está probablemente condicionada por preferencias con grados no triviales de especificidad en términos de las temáticas en demanda y, a la vez, con relativa elevada impaciencia frente a la opción de postergar el disfrute de su exhibición más allá del periodo de estreno".

<sup>29</sup> Así lo consideró la *Competition Commission* del Reino Unido en su informe respecto de la adquisición de *A3 Cinema Limited* por parte de *Vue Entertainment Holdings (UK) Ltd.*, donde señaló qué: "(...) Furthermore, the experience of watching a film on a big screen has very different

