

ANT.: Denuncia de particular contra canal CDF por posible abuso de posición dominante.
Rol 2319-14 FNE.

MAT.: Minuta de archivo.

Santiago, 11 MAR. 2015

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFE DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES (S)

Por la presente vía, recomiendo a Usted el archivo de la denuncia del Antecedente, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 5 de noviembre de 2014, la Fiscalía Nacional Económica ("**Fiscalía**" o "**FNE**"), tomó conocimiento de una denuncia electrónica en contra de Servicios de Televisión Canal del Fútbol Ltda. ("**CDF**" o "**Canal del Fútbol**") por posible abuso de posición dominante, específicamente respecto de sus señales Premium (también "**calidad estándar**" o "**SD**"¹) y de alta definición ("**HD**").
2. En su presentación, el denunciante se refirió particularmente a las modalidades mediante las cuales se comercializan ambas señales y que involucrarían la imposibilidad de contratar la señal HD² sin incorporar la señal Premium. Al respecto, éste precisa que si bien los cable operadores permiten la suscripción a la señal Premium individualmente, el abonarse a la señal en alta definición de CDF involucra, conjuntamente, hacerlo

¹ Por sus siglas en inglés, *Standard Definition*.

² La ATSC (*Advance Television System Committee*), define "televisión de alta definición" como aquella que "tiene una resolución de aproximadamente el doble que la convencional tanto en la dimensión horizontal y vertical, [...] proveyendo una calidad de imagen significativamente mejorada en relación a la convencional además de un formato de pantalla ancha" [traducción libre] Fuente: <http://www.atsc.org/> (última visita: 6 de febrero de 2014).

respecto de la señal SD. A juicio del denunciante, esto representa una venta conjunta que carece de sentido, puesto que la voluntad de contratar la señal HD representa prescindir de aquella de definición estándar.

3. Lo anterior, a su juicio, haría imposible a aquellos consumidores que así lo deseen, contratar la señal HD de manera individual prescindiendo de la señal Premium de definición estándar, configurándose entonces, a criterio del denunciante, una venta atada³.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA.

a) Servicios Televisivos Canal del Fútbol Limitada.

4. CDF fue constituida en abril de 2003 teniendo como socios a la Asociación Nacional de Fútbol Profesional ("ANFP") (90%) y Gestión de Televisión Limitada (10%)⁴⁻⁵, quienes habían firmado previamente un acuerdo de carácter preliminar en relación a la ejecución de un proyecto ofrecido en ese momento por Jorge Claro Mímica, y que proponía un nuevo modelo de negocios respecto de la transmisión y comercialización de las imágenes del Campeonato Nacional de Fútbol Profesional ("CNFP"). En ese contexto, el Directorio de la ANFP acordó ceder exclusivamente a CDF los derechos de transmisión para televisión de los partidos del torneo nacional de fútbol.

³ Al respecto, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, estableció en la Sentencia 97/2010 los requisitos para que la venta atada se configure como una conducta que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia o que tienda a producir dichos efectos, en términos del artículo 3 del Decreto Ley N° 211. Para que ello ocurra, es necesario que: "(i) los productos o servicios incluidos en las ofertas conjuntas sean diferentes y no se vendan separadamente, en este caso, que TCH haya vendido el servicio de banda ancha sólo en forma empaquetada con el servicio de telefonía fija, con o sin minutos de tráfico de voz; (ii) TCH tenga poder de mercado en el servicio que sólo vende en forma empaquetada, en este caso, la banda ancha; (iii) la vinculación produzca o tienda a producir el efecto de inhibir el ingreso o de excluir competidores en el mercado del producto atado o potencialmente más competitivo, en este caso la telefonía, con o sin minutos de tráfico de voz; y (iv) dicha modalidad de comercialización carezca de una justificación o explicación alternativa al abuso de poder de mercado".

⁴ Gestión de Televisión Limitada es una sociedad propiedad del Sr. Jorge Claro Mímica, a través de la cual éste ejerce la administración sobre CDF de acuerdo a lo dispuesto en los estatutos del canal.

⁵ El año 2005, la ANFP vendió y cedió un 10% de su propiedad sobre CDF a Gestión de Televisión Limitada quien en la actualidad posee un 20%.

5. Previo a la existencia de CDF, los derechos de transmisión eran vendidos por la ANFP a distribuidores de televisión de pago. Inicialmente fueron adquiridos por Cablexpress –actualmente VTR– y TVN⁶, para posteriormente ser comprados tales derechos de transmisión por Sky, quien transmitió los partidos por 5 años (hasta 2002).

b) Distribución de las señales televisivas.

6. CDF ofrece actualmente tres canales de televisión: (i) una de ellas es CDF Básico, correspondiente a una señal incorporada en la parrilla programática básica de los cableoperadores y en el cual se transmiten principalmente eventos o torneos en diferido; (ii) las otras dos son CDF Premium y CDF HD, que representan la oferta de contenido premium de CDF⁷, a través de los cuales se transmite en vivo y en directo, fundamentalmente, los partidos correspondientes a las fechas del CNFP y por el cual el suscriptor debe pagar mensualmente, distinguiéndose ambos entre sí, por la calidad de la imagen.
7. Las distintas señales de CDF son ofrecidas a los operadores de televisión de pago para, a través de éstos, llegar al consumidor final⁸. En la actualidad, si bien CDF distribuye sus señales a través de 47 distribuidores a nivel nacional⁹, existen cuatro operadores¹⁰ de televisión de pago que concentran más del 90% de los abonados del país: (i) VTR Globalcom S.A. (“VTR”) con un [1] de participación de mercado¹¹; (ii) Telefónica Multimedia

⁶ TVN transmitía sólo algunos partidos, siendo la mayoría emitidos de manera exclusiva por Cablexpress.

⁷ Por “contenido premium” nos referimos a aquel contenido por el cual el cliente debe pagar un monto adicional, que se distribuye a través de canales de suscripción y de pago generalmente mensual y que corresponden de uno u otro modo a programación exclusiva y estrenos, entre otros.

⁸ La forma de acceso al hogar de estos operadores de televisión de pago puede ser tanto por medios físicos como HFC (*Hybrid Fibre-Coaxial* o Fibra Coaxial Híbrida), incipientemente, mediante FTTH (*Fiber to the Home* o fibra óptica al hogar) o inalámbricos como DTH (*Direct-to-Home*) o DBSTV (*Direct-broadcast Satellite Television*), que es la distribución de contenido televisivo mediante el uso de satélites, siendo captado mediante una antena ubicada en el domicilio del cliente.

⁹ Según CDF en respuesta a oficio N° 1989/2014.

¹⁰ La principal característica de estos operadores es su presencia a nivel nacional.

¹¹ Equivalente a [0] suscriptores.

S.A. ("Movistar") con un **[2]**; (iii) Claro Comunicaciones S.A., con un **[3]** ("Claro"); y, (iv) Directv Chile Ltda., con un **[4]**¹².

8. En cuanto a los 43 distribuidores restantes, estos operan mayoritariamente de forma local en diferentes ciudades del país. Sin embargo, e independiente de su tamaño, CDF negocia individualmente con cada cableoperador los términos en que las señales serán distribuidas y estos contratos tienen una duración cercana a los 4 años.
9. En la actualidad, las 2 señales premium de CDF poseen una parrilla programática similar¹³, siendo el canal Básico el único a través del cual no se transmiten partidos en vivo y en directo a excepción de aquellas fechas del CNFP en las cuales se jueguen simultáneamente 3 o más partidos, ocasión en la cual dicho canal es utilizado para aumentar la cobertura de tales eventos.
10. De acuerdo a los cable operadores, el grado de penetración que tiene la señal Premium del CDF respecto a los abonados totales sería alto comparado con otras señales de suscripción especial ofrecidas a los consumidores como HBO o Fox¹⁴. De hecho, para VTR, el porcentaje de clientes que había contratado la señal Premium o la señal HD equivalía a un **[5]** de los clientes totales en diciembre de 2013, alcanzando los **[6]** abonados. La penetración de las señales premium de CDF es incluso mayor para Claro, donde los **[7]** clientes que mantenían contratada cualquiera de las señales premium del CDF a diciembre de 2013, equivalían a un **[8]** de los abonados totales¹⁵.
11. Si bien el número de abonados a la señal HD de CDF es bajo respecto al total de abonados Premium, este porcentaje ha ido en aumento. A modo

¹² Información a septiembre de 2014. Fuente: SUBTEL, www.subtel.gob.cl (última visita: 6 de febrero de 2014).

¹³ La señal Premium y la HD exhiben en general los mismos programas, pero en horarios diferentes. La excepción son los partidos del CNFP, los cuáles son transmitidos simultáneamente por ambas señales, pero con distinta calidad de imagen.

¹⁴ Declaración VTR de 4 de diciembre de 2014 y declaración Movistar de 2 de diciembre de 2014.

¹⁵ Respuesta de VTR a Oficio N°1888 de 1 de diciembre de 2014, respuesta de Claro a Oficio N°1889 de 1 de diciembre de 2014 y SUBTEL, www.subtel.gob.cl (última visita: 06 de febrero de 2014).

de ejemplo y en el caso de VTR, este porcentaje pasó de un [9] a un [10] entre enero de 2012 y enero de 2014. En niveles, el número de personas que mantiene contratada la señal HD en VTR se elevó desde los [11] a [12]. Por otra parte y respecto a Claro, los [13] usuarios que mantenían contratado el servicio HD de CDF a enero de 2012, representaban sólo un [14] de aquellos que contrataban el Premium. En enero de 2014, el número de clientes de CDF HD había aumentado a [15], llegando a un [16] de los usuarios Premium, siendo todavía muy bajo¹⁶.

III. MERCADO RELEVANTE.

12. Esta Fiscalía entiende por mercado relevante el de un producto o grupo de productos, 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 mercado¹⁷.
13. En términos generales y dentro de este mercado, los cableoperadores demandan señales o eventos –de manera directa o a través de canales que incluyen un mix de contenidos– para elaborar una parrilla programática básica, así como una que también incluye contenidos premium.
14. Estas señales son ofrecidas a los cableoperadores por editores y productores de contenido. Es en este segmento del mercado donde actúa CDF, elaborando contenido destinado a parrillas básicas (CDF básico) así como contenido premium (CDF Premium y CDF HD).
15. Este tipo de señales de contenido premium son ofrecidas por los productores de contenido, generalmente, en forma de paquetes en los cuales son incluidos varios canales correspondientes a la misma cadena televisiva, diferenciados por tipo de programación. En estos *packs* son incluidos canales de contenido premium tanto en calidad HD como SD.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración, Octubre 2012, Fiscalía Nacional Económica, disponible en: <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guía-Fusiones.pdf>

16. Cabe mencionar que existe heterogeneidad respecto al nivel de sustitución de las distintas señales transadas en este mercado. En este sentido, se generarían distintos mercados relevantes dependiendo del tipo de contenido que se quiera transar.
17. Respecto a los contenidos que transmite el CDF a través de sus señales Premium y HD, el mercado es bastante restringido, debido al bajo nivel de sustitución existente entre distintos acontecimientos deportivos e incluso respecto a distintas competencias dentro de un mismo deporte. Así lo ha notado la Comisión Europea al mencionar que *los derechos de transmisión de eventos futbolísticos Premium, jugados regularmente durante la temporada constituyen un mercado relevante en sí*¹⁸.
18. Por otra parte, es relevante la temporalidad del evento. Aun cuando el evento sea exactamente el mismo, la valoración por la transmisión en tiempo real es muy superior a una retransmisión en diferido. Esto explica la gran diferencia de precio entre el canal CDF Básico, que transmite los partidos en forma diferida, y el de las señales de carácter premium.
19. El análisis anterior lleva a concluir que la distribución de la señal en directo del campeonato nacional de fútbol chileno es un mercado relevante distinto al de otros canales demandados por cableoperadores o emitidos por la televisión abierta. Dado que CDF es el titular exclusivo de los derechos audiovisuales de este campeonato, puede considerarse que tiene una posición monopólica en el mercado.
20. Debido a que tanto el CDF Premium como el CDF HD transmiten los partidos del campeonato en directo y de forma simultánea, teniendo como principal diferencia la calidad de imagen de los mismos, ambos canales pertenecerían al mismo mercado relevante, siendo sustitutos¹⁹.

¹⁸ European Commission, Case COMP/C-2/38.173 – Joint selling of the media rights to the FA Premier League, 2006 [traducción libre].

¹⁹ Al respecto, esta Fiscalía en su Guía para el análisis de operaciones de concentración, ha establecido que "[...] conforman un mismo mercado relevante el producto o grupo de productos que sus consumidores consideren sustitutos suficientemente próximos".

IV. ANÁLISIS DE LA DENUNCIA.

21. De las diligencias realizadas en el marco de la presente denuncia, se pudo comprobar que efectivamente dentro de la oferta para la suscripción a la señal HD de CDF, no cabe la posibilidad de su contratación de manera independiente, puesto que, según consta en los contratos entre Servicios Televisivos Canal del Futbol Limitada y los diferentes cableoperadores a los que esta Fiscalía tuvo acceso, es una obligación para el distribuidor ofrecer la señal CDF Premium una vez contratada la señal CDF HD. Esto, según CDF²⁰, respondería a un beneficio entregado a aquellos clientes que poseen un decodificador estándar además de uno de alta definición, como lo muestra la Tabla 1.

Tabla 1. Número de decodificadores HD y Decodificadores SD adicionales (diciembre de 2013).

[•]

Ver anexo confidencial [17]

- Como muestra la Tabla 1, efectivamente un gran porcentaje de los clientes que tienen decodificadores HD, tienen, adicionalmente, a lo menos, un decodificador SD. Esto podría implicar que existirían pocos clientes con disposición a contratar el CDF HD de manera individual. Sin embargo, esto no se puede establecer con seguridad, dado que en la práctica no se puede contratar esta señal de manera independiente.
22. Por otra parte, y considerando que existen ciertos escenarios donde la venta conjunta de bienes podría tener un efecto negativo sobre la competencia, esta Fiscalía considera que para este caso en particular, la paquetización de las señales ofrecidas por CDF no respondería a motivaciones anticompetitivas.

²⁰ Declaración CDF, 19 de noviembre de 2014.

23. Por una parte, debe descartarse que la conducta denunciada represente una venta atada con fines exclusorios, toda vez que CDF no enfrenta competidores a los que excluir. Respecto a los competidores potenciales, el hecho que este canal sea mayoritariamente de propiedad de la ANFP, mantendría inalterable en el tiempo su condición de titular exclusivo de los derechos audiovisuales del CNFP. Dado que esto constituiría barrera suficiente para la entrada de nuevos competidores, sería difícil sostener que la venta conjunta busca elevar las barreras para los potenciales entrantes aún más.
24. Por otro lado, tampoco se ha encontrado evidencia de que la venta atada objeto de la denuncia constituya una forma de explotación de los abonados a CDF, que permita a este último obtener un mayor ingreso total en comparación a lo que podría obtener a través de la venta separada o *paquetizada*²¹ de sus señales, como consecuencia de un mejor aprovechamiento de la heterogeneidad existente en las valoraciones de sus bienes²².
25. En efecto, los eventuales efectos asociados a las distintas modalidades de comercialización de las señales de CDF dependen, en último término, de características inobservables respecto de los consumidores, y que son relativas a la valoración de cada uno de los componentes de la venta conjunta²³.
26. Por lo mismo, a juicio de esta División, las condiciones de este mercado y la información disponible no permiten concluir la existencia de efectos potencialmente explotativos asociados a la práctica comercial denunciada,

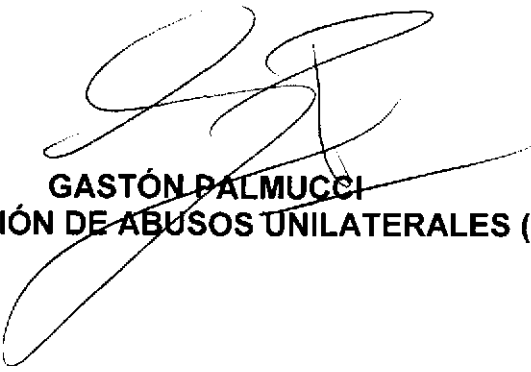
²¹ Entendiendo por *paquetización* la posibilidad de comprar los bienes de manera conjunta y también separada.

²² Stigler, G.J. 1968. A Note on Block Booking. En *The Organization of Industries*. Homewood, Ill. Irwin; Adams, W.J. y Yellen, Janet L. 1976. *Commodity Bundling and the Burden of Monopoly*. *Quarterly Journal of Economics*, (90): 475-98; Schmalensee, Richard. 1982. *Commodity Bundling by Single-Product Monopolies*. *Journal of Law and Economics*, 25: 67-71.

²³ Adams, W.J. y Yellen, Janet L. *Commodity Bundling and the Burden of Monopoly*. *Quarterly Journal of Economics* (90): 475-98. 1976. "*Commodity bundling generally leads to welfare losses when compared with perfect competition. But this does not imply that banning package selling per se decreases the burden of monopoly [...] Thus, prohibition of bundling without more might make society worse off*".

ni que una eventual prohibición de la misma impacte positivamente el bienestar del consumidor.

Por lo expuesto recomiendo a Usted el archivo de la denuncia del Antecedente.


GASTÓN PALMUCCI
JEFE DE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)


JW