

ANT.: Denuncia electrónica por posibles prácticas abusivas en los precios de entradas a eventos.
Rol FNE N° 2127-12.

MAT.: Minuta de Archivo.

Santiago, **12 DIC 2012**

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
DE : JEFE DIVISIÓN INVESTIGACIONES

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 24 de agosto de 2012, un particular planteó una denuncia a través del sitio web de esta Fiscalía relativa a si los precios que la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (indistintamente, la "ANFP" o la "Asociación") cobra por concepto de entradas a los espectáculos asociados a la Selección Chilena de Fútbol ("**Selección Chilena**"), -específicamente, al partido disputado por la Selección Chilena con su par de Colombia, el 11 de septiembre de este año-, se condecían con sus respectivas estructuras de costos y con la rentabilidad que una organización monopólica esperaría a partir de la ejecución de tal tipo de eventos. Dichas circunstancias, a juicio del denunciante, pudieron haber configurado alguna práctica abusiva contraria al Decreto Ley N° 211 de 1973 ("**DL 211**").
2. A efectos de aclarar el cuestionamiento antes descrito, particularmente la forma de abuso a la que se hacía referencia, el denunciante prestó testimonio ante funcionarios de esta División, señalando que la conducta aludida se

identificaba con aquella que tanto la jurisprudencia como la doctrina denominan precios excesivos¹.

3. Agregó, además, que los precios de las entradas de la Selección Chilena resultaban ostensiblemente superiores a los cobrados por los *tickets* de los juegos disputados por el resto de las selecciones nacionales que participan en la clasificatorias sudamericanas al campeonato mundial "Brasil 2014", competición en cuyo marco se disputó el partido de 11 de septiembre, antes indicado.
4. Adicionalmente, el denunciante allegó copia de diversas notas de prensa electrónica en las que se hacía referencia al importante incremento del precio de las entradas para el partido en que se contextualiza la denuncia, en comparación con los precios cobrados en anteriores encuentros disputados por la Selección Chilena.

II. LA ANFP

5. La ANFP es una corporación de derecho privado, distinta e independiente de los clubes que la integran, y es socia de la Federación de Fútbol de Chile (la "**Federación**")²⁻³.
6. Conforme lo dispone el artículo 1º, inciso segundo, del Reglamento de la ANFP, a través de la Federación *"se relaciona con el Comité Olímpico de Chile, con la Confederación Sudamericana de Fútbol y con la Fédération Internationale de Football Association, FIFA, acatando sus Estatutos, Reglamentos y Reglas del Juego promulgadas por la International F.A. Board"*. Adicionalmente, la ANFP ejerce la supervigilancia deportiva y correccional

¹ Declaración prestada por el denunciante, en audiencia desarrollada en el marco de la evaluación de los antecedentes a que se refiere este informe, con fecha 05 de septiembre de 2012.

² Según lo declaró don Luis Varas Gervasio, en su calidad de representante legal de la ANFP, en audiencia desarrollada en el marco de la evaluación de los antecedentes a que se refiere este informe, con fecha 01 de octubre de 2012.

³ La Federación, por su parte, supervisa tanto a la ANFP, como a la Asociación Nacional de Fútbol Amateur.

sobre todos los clubes que la conforman y actúa como órgano contralor de los mismos⁴. A la fecha la Asociación se encuentra conformada por 38 clubes.

7. Cabe destacar que dentro de los objetivos de la ANFP destaca el *“organizar, administrar y supervisar todo lo relacionado con las Selecciones Nacionales [de Fútbol] tanto en Chile, como en el exterior, en sus aspectos deportivos, económicos e institucionales”* (énfasis agregado)⁵⁻⁶, en virtud de lo cual sería titular exclusiva de los derechos que le permiten explotar las distintas actividades económicas que se asocian a la Selección Chilena, como lo son los derechos de transmisión televisiva de la generalidad de sus partidos⁷, la suscripción de contratos con las empresas de distintos rubros interesadas en participar como *sponsors* del equipo, además de la comercialización de los derechos de acceso a los partidos que dispute la escuadra nacional como local, entre los hinchas de ésta.

III. MERCADO RELEVANTE

8. La Fiscalía Nacional Económica 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 mercado⁸.

⁴ Artículo 1°, inciso final, del Reglamento de la ANFP

⁵ Artículo 1°, letra i), de los Estatutos de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional, aprobados por el Decreto Supremos N° 372 de 2002, del Ministerio de Justicia.

⁶ Conforme se dispone en el resto de las letras del artículo al que se hace referencia en la nota precedente, dentro de las funciones de la ANFP también se hallan el *“a) Regir y fomentar la práctica del fútbol ente sus asociados; b) Organizar torneos entre los clubes asociados; c) Velar por la disciplina deportiva de sus socios, dirigentes, jugadores, árbitros, entrenadores, y todas aquellas personas sujetas a[] Estatuto [de la ANFP] y su Reglamento; d) Ordenar y coordinar las relaciones deportivas entre sus asociados y las de estos respecto de la Asociación y la Federación de Fútbol de Chile; e) Velar por los aspectos físico, mental y social de los miembros de los clubes asociados, creando para ello los organismos necesarios; f) Fomentar los vínculos deportivos internacionales y representar y defender internacionalmente a sus asociados y su patrimonio; g) Exigir y fiscalizar un adecuado comportamiento económico de sus asociados, conforme a los fines de la Asociación;[y] h) hacer cumplir los estatutos y Reglamentos de la Asociación”*.

⁷ Salvo ciertas excepciones, como lo son algunas competiciones organizadas por la FIFA y el Comité Olímpico Internacional.

⁸ Gula Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontal. Fiscalía Nacional Económica, octubre de 2012, disponible en <http://www.fne.cl>.

9. Para la definición del mercado relevante, se deben considerar los factores que diferenciarían a la actividad de asistir al estadio a presenciar los partidos de la Selección Chilena respecto de otras instancias de entretenimiento presencial, sean estas constitutivas de espectáculos culturales (conciertos, cine, teatro, etc.); eventos deportivos de otras disciplinas (tenis, boxeo, automovilismo, etc.), o futbolísticos distintos a los partidos de la Selección Chilena, como lo son los partidos del Campeonato Nacional de Fútbol Profesional, la Copa Chile y los partidos correspondientes a campeonatos internacionales en que participan clubes chilenos (Copa Libertadores o Copa Sudamericana).
10. Adicionalmente, deben considerarse similares factores que diferenciarían la participación como público a los partidos de la Selección Chilena respecto de la instancia de entretenimiento no presencial asociada a dicha actividad, que se constituye por la percepción de los mismos partidos a través de señales televisivas o de radiodifusión sonora.
11. En primer término, en relación a otras instancias de entretenimiento presencial de índole cultural, se ha podido determinar que los mismos eventos presentan diferencias fundamentales con los eventos deportivos, tales como son el precio de sus entradas, la frecuencia con que estos tienen lugar, su duración, y los contenidos de tales espectáculos, entre otras⁹.
12. En otro orden de ideas, los espectáculos futbolísticos en nuestro país tienen un carácter de mayor masividad¹⁰ y transversalidad a nivel de estratos socioeconómicos, en oposición a los eventos culturales, antes referidos, que en su generalidad tienden a configurar productos de nicho¹¹⁻¹².

⁹ En esta misma línea la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de Argentina ha sostenido que *"[s]i bien es cierto que todas las formas de entretenimiento compiten indirectamente entre sí, en el sentido que el tiempo total de ocio del consumidor es limitado, ello no implica que todas forman parte de un mismo mercado a los efectos de la defensa de la competencia. Ello se debe a que, dentro del grupo de bienes de esparcimiento, existen demandas definidas para cada uno de los productos que lo componen, algunos de los cuales son efectivamente sustitutos directos entre sí (es decir, sus demandas responden ante cambios en sus precios relativos) y otros que no lo son"*. Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (Argentina), Dictamen emitido en el marco del Expediente Nro. 064-002331/99 (c479), página 17.

¹⁰ Considerar que, por ejemplo, para el Campeonato de Apertura 2012 la asistencia total de público a los estadios en Chile fue de 903.000, según estadísticas del Ministerio del Interior y Seguridad Pública "Plan Estadio Seguro". Fuente: <http://static.latercera.com/20120704/1572720.pdf> [última visita: 13 de noviembre de 2012].

¹¹ Salvo ciertas excepciones, como es el caso de algunos éxitos mundiales del cine.

13. En específico, respecto a partidos de la Selección Chilena, debe observarse que estos ocurren en contadas ocasiones en el año (fechas FIFA), y relevante para el presente análisis, aproximadamente sólo la mitad de ellos son jugados como local por la Selección Chilena¹³, existiendo escasas instancias para participar como público en el tipo de eventos a los que se está haciendo referencia. Por consiguiente, sólo estos partidos dan la posibilidad de asistir al estadio. Dicha circunstancia, sumada a la masividad de la demanda, permiten afirmar que estos eventos no son sustituibles por actividades de entretenimiento presencial de tipo cultural.
14. En lo que respecta a los eventos futbolísticos distintos a los partidos de la Selección Chilena, antes mencionados, cabe precisar que estos, en general, presentan una frecuencia ostensiblemente superior. Además, no puede dejar de observarse que la demanda se encuentra segmentada de acuerdo a los gustos de las personas por distintos equipos de fútbol, preferencias que tienen poca tendencia a cambiar en el tiempo, salvo ciertos fenómenos puntuales.
15. Comparando los partidos de las selecciones nacionales con los disputados por clubes en copas internacionales, existen importantes diferencias que ya han sido notadas en la experiencia comparada. En efecto, en España el Tribunal de Defensa de la Competencia ha dicho que las distinciones entre las competiciones futbolísticas nacionales de carácter regular y las competiciones de ámbito continental, radican principalmente en que la participación de los equipos nacionales en el segundo tipo de campeonatos está sujeta a incertidumbre de la eventualidad de clasificar año a año a los mismos¹⁴⁻¹⁵.

¹² Ver: Fernando Carrión (2006) "El Fútbol como Práctica de Identificación Colectiva", páginas 177 a 182.

¹³ Por ejemplo, durante el año 2012, la Selección Chilena ha disputado 5 partidos válidos por clasificatorias mundialistas, 2 como local (frente a las selecciones de Argentina y Colombia) y 3 como visitante (frente a las selecciones de Ecuador, Venezuela y Bolivia).

¹⁴ Ver: Comisión Nacional de la Competencia (2008) "*Informe sobre la competencia en los mercados de adquisición y explotación de derechos audiovisuales de fútbol en España*", página 24.

¹⁵ Tribunal de Defensa de la Competencia (España), informe emitido en el marco del Expediente de Concentración Económica C 102/06, de fecha 26 de febrero de 2007, página 69.

16. En consecuencia, en comparación con los eventos futbolísticos anteriores, los partidos de la Selección Chilena presentan características particulares que permiten afirmar que estos constituyen un mercado relevante diferente a los anteriores.
17. Desde un punto de vista de identidad social o nacional, los equipos nacionales parecen ser un objeto de identificación importante que facilita los sentimientos de pertenencia y auto estima¹⁶. Dicho aserto puede constatarse a nivel comparado en las colonias de extranjeros que siguen muy de cerca los partidos de las selecciones de sus naciones de origen desde sus países de residencia. Situación semejante se constata en el ámbito local, en donde es de público conocimiento los altos niveles de expectativa y ansiedad que se suscitan cada vez que tiene lugar un partido de la Selección Chilena¹⁷.
18. En cuanto a los eventos deportivos de otras disciplinas (tenis, boxeo, automovilismo, etc.), debe considerarse que estos están muy lejos de alcanzar los niveles de masividad en la demanda, y de expectación a los que se ha venido haciendo referencia¹⁸.
19. Por último, es necesario tener en cuenta el efecto disciplinante implicado en la posibilidad que tienen los hinchas de la Selección Chilena de ver los partidos por televisión como sustituto de asistir al estadio. Frente a esta afirmación, debe considerarse, en primer lugar, que la asistencia al estadio envuelve características tales como la emoción de estar en el público, la cercanía con los jugadores y con el juego mismo, que hacen de esta actividad un espectáculo diverso al mero hecho de mirar un partido por televisión. Por otro lado, el hecho de que los estadios tengan una restricción de capacidad

¹⁶ Ver: Egon Franck y Stephan Nuesck (2007) "The Role of Patriotism in Explaining TV Audience of National Team Games – Evidence from Four International Tournaments", página 27.

¹⁷ Rodrigo del Real (2004) "Clubes de Fútbol Profesional Masivos: los nuevos referentes de identidad cultural", página 37.

¹⁸ En este sentido, la Comisión Europea ha planteado que "[l]a popularidad del fútbol, tanto en el mundo como en Europa, es muy superior a la de otros deportes. Mientras que otros deportes suscitan un importante interés regional para el público en general, el fútbol es el único capaz de generar un interés amplio, permanente y fiel a escala europea y mundial. Además, cada deporte es diferente y el público en general interesado por uno de ellos no necesariamente está interesado por los demás". Comisión Europea de Justicia, decisión emitida en el marco del Asunto IV/36.888 — Copa del Mundo de Fútbol 1998, de fecha 20 de julio de 1999, página 10.

evidente implica que, en la práctica, los consumidores que valoran más el evento, es decir, aquellos hinchas que no observan como sustituto el ver el partido por televisión sean los que efectivamente asisten regularmente al estadio. Así las cosas, el efecto disciplinante antes aludido pareciera ser más teórico que real.

20. Por los motivos descritos anteriormente, para la conducta objeto del presente informe, se define como un mercado relevante el de las entradas para los partidos de fútbol de la Selección Chilena.

IV. ANÁLISIS DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

21. Como bien es sabido, los precios abusivos o excesivos, como conducta contraria a la libre competencia presenta una serie de dificultades, dentro de las que destacan las complejidades asociadas a la determinación de estándar respecto del cual se habría de evaluar el eventual exceso¹⁹⁻²⁰. Con todo la Excma. Corte Suprema ha reconocido que una de las modalidades que puede adoptar el abuso de una posición monopólica es precisamente el cobro de precios excesivos que carecen de justificación económica²¹⁻²². Adicionalmente, el máximo tribunal ha considerado que *"[s]i dicho cobro injusto ha sido obtenido por una empresa que detenta tal posición por la presión que ello implica para el otro contratante al carecer de la opción de elegir a otro prestador debe ser sancionado en sede antimonopolio"*²³.

¹⁹ Pinar Akman (2008) *"Exploitative Abuse in Article 82 EC: Back to Basics?"*, página 12.

²⁰ Para efectos de construir el referido estándar, en el contexto de la Unión Europea se han utilizado diversas herramientas metodológicas de comparación de precios y costos, las que se detallan en Richard Whish (2009) *"Competition Law"*, páginas 711 y siguientes.

²¹ Sentencia de la Excma. Corte Suprema, dictada con fecha 18 de agosto de 2010, en autos caratulados *"Requerimiento de la FNE contra Empresa Eléctrica Atacama S.A."*, Rol N° 1022-2010. Considerando Tercero.

²² En sentido similar la Corte Europea de Justicia ha planteado que *"[...] charging a price which is excessive because it has no reasonable relation to the economic value of the product supplied would be such an abuse"* (ECJ, sentencia dictada en autos caratulados *"United Brands v Commission of the European Communities"*, Case N°, de 14 de febrero de 1978).

²³ Sentencia de la Excma. Corte Suprema, dictada con fecha 18 de agosto de 2010, en autos caratulados *"Requerimiento de la FNE contra Empresa Eléctrica Atacama S.A."*, Rol N° 1022-2010. Considerando Tercero.

22. En suma, conforme se ha expuesto, a efectos de evaluar si es que los hechos descritos en la denuncia constituyen la forma de abuso a la que se viene haciendo referencia, necesario es evaluar la concurrencia de, por una parte, poder de mercado; y, por otra, que los precios en cuestión hubieren carecido de justificación económica.

23. En relación al primero de los requisitos antes enunciados, para el caso en comento, tal y como fue explicado anteriormente, en virtud de su calidad de titular exclusivo de los derechos que le permiten explotar las distintas actividades económicas que se asocian a la Selección Chilena, la ANFP ostenta un monopolio en la oferta de las entradas a los partidos que disputa la Selección Chilena como local, encontrándose en circunstancias de establecer el precio de los mismos, sin afrontar competencia.

24. En cuanto al segundo de los requisitos, en primer lugar menester es observar el precio de las entradas para cada uno de los partidos que la Selección Chilena ha disputado como local durante las clasificatorias sudamericanas al campeonato mundial "Brasil 2014", los que se detallan en el Cuadro N° 1:

Cuadro N° 1
Precio Entradas Partidos Selección Chilena

Estadio Monumental	Chile - Perú	Chile - Colombia
	11-10-2011	11-09-2012
RAPA NUI	140.000	150.000
OCEANO	60.000	70.000
CORDILLERA	45.000	55.000
CAUPOLICAN	30.000	35.000
TUCAPEL (VISITA)	30.000	40.000
LAUTARO/GALVARINO	16.000	22.000
ARICA	8.000	12.000
MAGALLANES	8.000	12.000

Estadio Nacional	Chile - Paraguay	Chile - Argentina
	15-11-2011	16-10-2012
PACIFICO ALTO NUMERADO (MAX.15)	140.000	140.000
PACIFICO BAJO NUMERADO (MAX 20)	60.000	70.000
ANDES NUMERADO	45.000	50.000
LATERAL NORTE (VISITA)	30.000	35.000
LATERAL SUR	30.000	35.000
CODO NORTE SALIDA 3	16.000	27.000
CODO SUR SALIDA 12	16.000	27.000
CODO NORTE SALIDA 26	16.000	22.000
CODO SUR SALIDA 17	16.000	22.000
GALERIA NORTE	8.000	10.000
GALERIA SUR	8.000	10.000

Fuente: Elaboración propia en base a información aportada por la ANFP.

25. De acuerdo a la denuncia, los precios que eventualmente pudieran resultar susceptibles de ser calificados de excesivos o abusivos son aquellos relativos a las entradas para el partido disputado por la Selección Chilena con su par colombiana, el día 11 de septiembre del año en curso.

26. Al respecto, cabe considerar que, según se observa en el Cuadro N° 1, efectivamente dichos precios son mayores a aquéllos del resto de los partidos, especialmente si se consideran las entradas de menor valor (galerías) que pasaron de costar \$8.000 para los partidos con Perú y Paraguay, a \$12.000 para el partido con Colombia. Debe destacarse que posteriormente, para el

partido con Argentina, el precio sufrió un nuevo ajuste, disminuyendo hasta \$10.000²⁴ en el caso de las galerías.

27. Para analizar la tarificación descrita anteriormente, en particular, a efectos de constatar la existencia del exceso en los precios que subyace a la denuncia, resulta útil comparar los precios de las entradas de los partidos de la Selección Chilena con los cobrados en otros países por espectáculos equivalentes. En este sentido es fácil notar que para el partido disputado en la misma competición ente las selecciones de Perú y Argentina, en la ciudad de Lima, Perú, el 11 de septiembre de este año, las entradas de menor precio (equivalentes a galerías) alcanzaron los 55 soles, esto es, aproximadamente \$10.000²⁵. En tanto que, el precio de las populares para el partido disputado por el seleccionado argentino y su par paraguayo, en la ciudad de Mendoza, Argentina, cuatro días antes, alcanzó los 80 pesos argentinos, esto es, cerca de \$8.000²⁶⁻²⁷.
28. Respecto de la situación particular del aumento de precios del partido disputado por la Selección Chilena con la Selección Colombiana de Fútbol, cabe precisar que en el marco del presente análisis, el representante de la ANFP planteó que el origen del aumento de precios para dicho partido fue el mayor nivel de expectación de los hinchas respecto de éste, en comparación al que habitualmente existe respecto del los partidos de la Selección Chilena. Tales expectativas se explicarían porque previo a la celebración del partido de 11 de septiembre pasado la Selección Chilena por primera vez en su historia deportiva se encontraba en el primer lugar de la tabla de competición. Así las cosas, en virtud de la inusitada expectación derivada de estas circunstancias,

²⁴ Al respecto deben considerarse las críticas públicas recibidas por la ANFP debido al alto precio de las entradas para el partido con Colombia, sumado al hecho de que dicho partido se desarrolló en un horario que hacía compleja la asistencia de los hinchas al estadio (martes 11 de septiembre a las 16:00), y que no se jugó a estadio lleno.

²⁵ Aplicando el tipo de cambio al 12 de noviembre de 2012 (1 CLP = 0,00543 PEN).

²⁶ Aplicando el tipo de cambio al 12 de noviembre de 2012 (1 CLP = 0,009946 ARS).

²⁷ Al comparar los precios de las entradas para el partido Chile con Colombia, con los precios al que fueron ofertadas las entradas de las selecciones de Perú y Argentina menester resulta considerar que, según los datos del Fondo Monetario Internacional, el PIB per cápita (ajustado por PPP) de Chile para el año 2011 fue de 17.300 dólares, el de Argentina de 17.600 dólares y el de Perú de poco más de 10.000 dólares. De este modo, en particular para el caso del partido disputado en Lima, los 8.000 pesos cobrados por las entradas equivaldrían a una precio superior al establecido para las galerías del partido de la Selección Chilena frente a Colombia.

habría tenido lugar un incremento en la demanda de las entradas para el partido Chile vs. Colombia²⁸.

29. En otro orden de ideas, debe señalarse que la forma de financiamiento de la ANFP presenta particulares características de volatilidad, que dificultan de forma importante la gestión financiera de dicha entidad. Así, por ejemplo, existen fechas eliminatorias en que ambos partidos se juegan como visitante, sin que se constaten ingresos por venta de entradas al estadio, y en las que se aprecian importantes costos asociados a la disputa de cada uno de los encuentros (traslados, alimentación, lugar de concentración, etc.)²⁹.
30. En la misma línea, los incentivos económicos otorgados por la ANFP a los jugadores y cuerpo técnico de la Selección Chilena tienen un carácter altamente volátil, pues dependen de los resultados de los partidos disputados, de este modo, su pago se sujeta a la contingencia de que la Selección Chilena obtenga determinado resultado, lo que importa incorporar un factor de incertidumbre de no menor relevancia. En este sentido, cabe observar que los premios de los jugadores, según información reportada por la ANFP, han variado desde un total de **[A.1]**³⁰ (partido con Perú), a un total de casi **[A.2]**, luego del partido con Venezuela. Así las cosas, en caso de haber seguido ganando luego del partido con Venezuela, los premios se hubieran mantenido en esos altos niveles, encontrándose la ANFP en la necesidad de generar ingresos adicionales para cubrirlos.
31. Las circunstancias anteriormente descritas se evidencian de la evaluación de los estados de resultados de la ANFP. A partir de dicho examen no es posible constatar la existencia de rentas sobre normales que pudieran constituir antecedentes ciertos de precios abusivos. Es más, es posible apreciar que tales resultados son altamente volátiles, experimentando incluso pérdidas en algunos años. En efecto, los resultados para el año 2008 muestran **[A.3]**, el

²⁸ Según lo declaró don Luis Varas Gervasio, en su calidad de representante legal de la ANFP, en audiencia desarrollada en el marco de la evaluación de los antecedentes a que se refiere este informe, con fecha 01 de octubre de 2012.

²⁹ Esta es precisamente la situación que tuvo lugar durante las fechas 5° y 6°, en las que la Selección Chilena jugó en calidad de visitante frente a las selecciones de Bolivia y Venezuela.

³⁰ Ver anexo confidencial.

año 2009 muestran [A.4], el año 2010 se observa una [A.5], y el año 2011 [A.6]. Esta variabilidad en los resultados muestra, en parte, la variabilidad de los ingresos.

32. Frente al escenario que se viene reseñando, resulta esperable que la ANFP intente maximizar beneficios y obtener la mayor cantidad de ingresos posible cada vez que la Selección Chilena afronta encuentros futbolísticos en calidad de local, para así poder financiar el funcionamiento permanente de las operaciones de la entidad denunciada. Tales circunstancias, a juicio de esta División, restan mérito al planteamiento relativo a que los precios a que se refiere la denuncia carezcan de justificación económica.

V. CONCLUSIÓN

33. Conforme se ha venido analizado, si bien la ANFP ostenta un monopolio en la oferta de las entradas a los partidos que disputa la Selección Chilena como local, a partir de los antecedentes examinados por esta División no se constata que los precios a que se refiere la denuncia carezcan de justificación económica, razón por la cual no resulta posible imputar la configuración de la conducta de precios excesivos evaluada en esta oportunidad.
34. Así las cosas, en mérito del examen precedentemente expuesto, se recomienda al Sr. Fiscal, salvo mejor parecer, disponer el archivo de la denuncia, sin perjuicio del análisis que pudiere corresponder en el mercado relevante en caso de verificarse la concurrencia de eventuales infracciones al DL N°211.

Saluda atentamente a usted,


NMG


RONALDO BRUNA VILLENA
JEFE DIVISIÓN INVESTIGACIONES