

ANT.: Denuncia Reservada Rol N°2329-15
FNE

MAT.: Minuta de Archivo.

Santiago, 10 ABR. 2015

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA UNIDAD ANTI-CARTELES

Por medio de la presente, esta Unidad informa al Sr. Fiscal Nacional Económico acerca de la denuncia del Antecedente, recomendando su archivo, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

1. El día 31 de diciembre de 2014, [REDACTED] presidente de la [REDACTED] presentó ante la Fiscalía Nacional Económica (en adelante también "FNE" o "esta Fiscalía") una denuncia fundada en la existencia de un eventual acuerdo colusorio entre al menos 31 empresas de transporte interurbano de pasajeros, el que tendría por objeto aumentar de manera coordinada los precios de los pasajes de buses en al menos 7 rutas durante las últimas fiestas patrias.
2. El denunciante funda su presentación principalmente en un Estudio realizado por el Servicio Nacional del Consumidor (en adelante también SERNAC) en septiembre de 2014, el cual indica que los pasajes habrían subido hasta tres veces su valor en al menos 7 rutas interurbanas del país. Por ejemplo, dicho Estudio muestra que en el tramo Santiago-La Serena, el día 5 de Septiembre el pasaje costaba \$9.000, mientras que el día 17 de Septiembre tendría un valor proyectado de \$26.000.
3. En virtud de lo expuesto, el denunciante solicita a esta Fiscalía que investigue el mercado de buses interurbanos, sus procedimientos de determinación de costos, sus fijaciones de precios, y si ha habido acuerdo expreso o tácito, a fin

de aumentar los precios de transporte de pasajeros durante las últimas fiestas patrias.

II. INDUSTRIA

4. El artículo 3 de la Ley 18.696 que modifica artículo 6 de la ley N° 18.502, dispone que *“El transporte nacional de pasajeros remunerado, público o privado, individual o colectivo, por calles o caminos, se efectuará libremente, sin perjuicio que el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones establezca las condiciones y dicte la normativa dentro de la que funcionarán dichos servicios, en cuanto a cumplimiento obligatorio de normas técnicas y de emisión de contaminantes de los vehículos, así como en lo relativo a condiciones de operación de los servicios de transporte remunerado de pasajeros y de utilización de las vías”*. El precepto legal transcrito consagra como principio rector de la industria, la libertad de desarrollar actividades económicas dentro de este mercado, así como también la posibilidad de que el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones establezca las condiciones y normativas a las que deberán sujetarse quienes participen del mismo.
5. En conformidad a la disposición legal aludida, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones dictó la normativa técnica aplicable a la industria objeto de la presente denuncia mediante el Decreto Supremo 212 de 1992 (en adelante DS 212), regulación que sirve de marco normativo a la totalidad de este mercado.
6. Según los criterios y definiciones legales contenidos en los artículos 1, 6 y 19 del DS 212, el transporte público de pasajeros objeto de la denuncia reviste el carácter de interurbano. Lo anterior, en atención a la extensión del recorrido y a las ciudades o localidades involucradas en dichas rutas¹.
7. Así también, el Decreto Supremo 212, en su artículo 59, establece que *“las empresas que efectúen servicios interurbanos, deberán anunciar a los usuarios las tarifas y los horarios de partida y llegada de los diversos servicios que ofrecen al público”*, los que, por ejemplo, deben publicarse en las ventanillas de ventas de boletos. Por su parte, la fijación de tarifas para estos boletos se

¹ La letra c) del artículo 6, del DS 212 dispone: *“Servicios interurbanos de transporte público de pasajeros, entendiéndose por éstos los que superan los 200 km de recorrido, y los que sin exceder los 200 km unen la ciudad de Santiago con localidades o ciudades costeras ubicadas en V Región”*.

encuentra regulada por las mismas empresas de transporte interurbano y el mercado.

III. ANÁLISIS DE LA DENUNCIA

8. De acuerdo a los antecedentes descritos, corresponde determinar en el contexto del artículo 41 del DL 211, si la presente denuncia da cuenta de la ejecución o celebración, individual o colectiva, de hechos, actos o convenciones que puedan impedir, restringir o entorpecer la libre competencia o tender a producir dichos efectos, al tenor del artículo 3 letra a) del mismo cuerpo legal.

13. Como se indicó anteriormente, el denunciante señala en su presentación la existencia de un eventual acuerdo ilícito entre al menos 31 empresas de transporte interurbano de pasajeros, el que tendría por objeto aumentar de manera coordinada los precios de los pasajes de buses en al menos 7 rutas durante las últimas fiestas patrias. Ello, según los resultados de diversos estudios realizados por el SERNAC durante el año 2014, en particular el de septiembre de ese año.

14. Con el objeto de determinar la existencia de indicios que revelen la veracidad de dichas denuncias, esta Unidad solicitó información al SERNAC², procesó los informes y datos recibidos por parte de dicho Servicio y analizó datos correspondientes a distintos casos relacionados que ha llevado adelante esta Fiscalía.

A. MERCADO RELEVANTE.

15. 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 mercado"*³. Por tanto, se definirá el mercado relevante como el del transporte público interurbano de pasajeros remunerado.

² Esta Unidad solicitó al SERNAC todos sus estudios realizados durante el año 2014 referidos al mercado de transporte interurbano de pasajeros, ellos conjuntamente con sus respectivas bases de datos.

³ Guía Para el Análisis de Operación es de Concentración, Fiscalía Nacional Económica, pág. 9. En línea: <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf> [Última visita el 24 de febrero de 2014].

16. En cuanto al mercado relevante geográfico, tratándose del mercado de los buses interurbanos, éste está determinado por las rutas que sirvan las empresas de transporte respectivas, lo implica que podrían existir tantos mercados relevantes como rutas las empresas cubran.

17. Para efectos del análisis de la presente denuncia, se han definido preliminarmente siete mercados geográficos relevantes distintos, circunscritos todos al servicio de transporte público colectivo de pasajeros interurbano y remunerado:
 - a. Santiago – Iquique;
 - b. Santiago – La Serena;
 - c. Santiago – Valparaíso;
 - d. Santiago – Viña del Mar;
 - e. Santiago – Concepción;
 - f. Santiago – Temuco, y;
 - g. Santiago – Puerto Montt.

18. Todas estas rutas, además, incluirían los respectivos puntos intermedios entre Santiago y la ciudad de destino, lo cual puede observarse en el siguiente Cuadro N°1:

Cuadro N°1:

Destinos aludidos en la denuncia.



(*) Valparaíso, en el mapa incluye la ruta de Viña del Mar.

Fuente: Google maps.

19. Lo recién mencionado, implica que algunas de las 7 rutas analizadas podrían estar superpuestas entre sí, como se observa, por ejemplo, en la que une Santiago con Iquique respecto de la que une Santiago con La Serena. Con todo, para efectos del presente análisis, estas variables no serán consideradas, ello en atención a que los datos disponibles establecen sólo los precios finales en la ruta completa.

20. Por su parte, respecto de la ciudad Santiago, los 3 terminales de origen involucrados en la denuncia, a saber, Terminal Alameda, Terminal Santiago y Terminal San Borja, corresponden a los tres principales terminales interurbanos de la Región Metropolitana.⁴

⁴ Se excluyeron del análisis los servicios realizados desde otros puntos de Santiago, pues no serían relevantes en términos de competencia, tal como lo ha establecido el TDLC para casos de buses interurbanos en la Sentencia 136/2014 de 8 de mayo de 2014, considerando cuadragésimo octavo: "(...) En el caso de los terminales de Santiago, la situación es similar, en el sentido de contar con oficinas en alguno de los terminales principales (Alameda, San Borja y Estación Central) entrega claras ventajas respecto de aquellas compañías que comienzan o terminan sus recorridos en otro lugar. Prueba de ello es el caso de la empresa "Pullman Florida", compañía que opera desde la Estación Intermodal Bellavista de la Florida. Esta compañía presenta un número muy reducido de salidas [...], lo que se explica en parte porque la estación intermodal no cumple la función propia de los terminales de buses, esto es, la de

21. Asimismo, no se observa en la especie otros tipos de servicios que actúen como sustitutos de los ofrecidos por los buses interurbanos para las rutas analizadas. Respecto de los pasajes aéreos, para efectos del presente informe, éstos no se considerarán como un servicio sustituto, en atención a la diferencia de precios que por lo general ese produce en periodos de alta demanda como los estudiados⁵. En cuanto del servicio de trenes, no pueden ser considerados como sustitutos, pues no tienen cobertura geográfica en las rutas estudiadas⁶.
22. Adicionalmente, la demanda en estos 7 destinos tiene como característica principal la existencia de una marcada estacionalidad durante vacaciones y épocas festivas, como navidad, año nuevo, fiestas patrias, u otras que impliquen fines de semana largos. Lo anterior, atendido el fuerte interés turístico que reúnen estas localidades.
23. En cuanto a los actores participantes en estas 7 rutas, a partir de los datos recopilados por el SERNAC durante el año 2014⁷ en sus encuestas, obtenemos que los participantes por ruta serían lo indicados en el siguiente Cuadro N°2:

actuar como punto donde se concentra la oferta de transporte interurbano, lo que atrae a los demandantes a ese lugar para comprar pasajes."

⁵ Así se indica en la Sentencia 134/2014 de 30 de enero de 2014 dictada por el TDLC en su considerando octogésimo: "*Que, al respecto, este Tribunal estima que, de existir algún grado de sustitución entre los pasajes aéreos y terrestres, sólo existiría en la ruta Santiago-Antofagasta, y eventualmente en la ruta Santiago-La Serena. Adicionalmente, considerando las diferencias de precios entre los pasajes aéreos y terrestres, y la disponibilidad de los mismos – sobre todo en el caso de pasajes comprados con poca anticipación –, este Tribunal estima que los pasajes aéreos, a lo sumo, podrían poner un techo en los precios de los pasajes de transporte terrestre, y en ningún caso podrían eliminar completamente un eventual poder de mercado en la ruta en cuestión"*

⁶ De acuerdo a la información disponible en la página web de "Trenes Metropolitanos", los servicios de tren desde Santiago tendrían cobertura sólo hasta la ciudad de Chillán. Disponible en: <http://www.tmsa.cl/> [Última visita el día 19 de febrero de 2015]

⁷ Encuestas de precios de transporte interurbano de pasajeros realizadas durante los meses abril, agosto, septiembre, octubre y diciembre, todas del año 2014, elaboradas por el Departamento de Estudios e Inteligencia del Servicio Nacional de Consumidor.

Cuadro N°2

Empresas de transporte interurbano de pasajeros participantes en las 7 rutas referidas en los Estudios del SERNAC.

Ruta	Empresas		Ruta	Empresas			
	N°	Nombre		N°	Nombre		
Santiago - Iquique	11	Atacama Vip ⁽¹⁾	Santiago - Concepción	6	EME Bus		
		Buses Evans			Línea Azul		
		Ciktur			Los Corsarios ⁽¹⁾		
		Expreso Norte			Pullman Bus ⁽¹⁾		
		Fichtur Vip ⁽¹⁾			Pullman Santa María		
		Los Corsarios ⁽¹⁾			Tur-Bus ⁽²⁾		
		Pullman Bus ⁽¹⁾	Santiago - Temuco	17	Buses García		
		Pullman Carmelita			C. Beysur		
		Ramos Cholele			Cóndor Bus ⁽²⁾		
		San Andrés			Cruz del Sur ⁽³⁾		
		Tur-Bus ⁽²⁾			ERBUC		
Santiago - La Serena	14	Atacama Vip ⁽¹⁾	Santiago - Temuco	17	Gama Bus		
		Buses Romani			Inter Sur ⁽²⁾		
		Ciktur			JAC ⁽²⁾		
		Cóndor Bus ⁽²⁾			Línea Azul		
		Covalle Internacional			Los Corsarios ⁽¹⁾		
		Expreso Norte			Nar-Bus		
		Fichtur Vip ⁽¹⁾			Pullman Beysur		
		Flota Barrios ⁽²⁾			Pullman Bus ⁽¹⁾		
		Los Corsarios ⁽¹⁾			Pullman Santa María		
		Palmira Vía Norte			Tur-Bus ⁽²⁾		
		Pullman Bus ⁽¹⁾			Turibus ⁽³⁾		
		Pullman Carmelita			Vía-Tur		
		Ramos Cholele			Santiago - Puerto Montt	13	Bus Norte ⁽³⁾
		Tur-Bus ⁽²⁾					Buses Fierro
Santiago - Valparaíso	4	Cóndor Bus ⁽²⁾	Santiago - Puerto Montt	13	Cóndor Bus ⁽²⁾		
		Flota Barrios ⁽²⁾			Cruz del Sur ⁽³⁾		
		Pullman Bus ⁽¹⁾			Inter Sur ⁽²⁾		
		Tur-Bus ⁽²⁾			JAC ⁽²⁾		
Santiago - Viña del Mar	4	Cóndor Bus ⁽²⁾			Línea Azul		
		Flota Barrios ⁽²⁾			Los Corsarios ⁽¹⁾		
		Pullman Bus ⁽¹⁾			Pullman Bus ⁽¹⁾		
		Tur-Bus ⁽²⁾			Queilen Bus		
					Tur-Bus ⁽²⁾		
					Turibus ⁽³⁾		
					Vía-Tur		

⁽¹⁾ Empresas del grupo Pullman

⁽²⁾ Empresas del grupo Tur Bus

⁽³⁾ Empresas del grupo Cruz del Sur.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos entregados por el SERNAC.

24. En efecto, se observa una importante participación de las empresas del grupo Pullman y Tur Bus en todas las rutas estudiadas. Ello, resulta consistente con lo señalado en la sentencia N° 134/2014⁸ del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, donde se evidencia que los principales actores a nivel nacional por ingresos por ventas para los años 2009 y 2010 habrían sido Tur Bus y Pullman.

B. CONDICIONES DE ENTRADA.

25. La regulación sectorial establecida el DS 212, dispone que para prestar el servicio de transporte de pasajeros interurbano se debe contar con acceso a un terminal interurbano en las ciudades de origen y destino para las ciudades de más de 50.000 habitantes, lo cual se cumple en las 7 rutas aquí analizadas. Dicho requisito constituye una de las principales barreras a la entrada en esta industria.
26. En efecto, el considerando cuadragésimo sexto de la Sentencia N° 134/2014 del H. TDLC señala “Que se desprende de esta normativa que, para poder participar en rutas que conecten con alguna ciudad de más de 50.000 habitantes, es necesario tener acceso al menos a un “terminal que cumpla con las disposiciones que le sean aplicables”, es decir, un terminal de buses interurbano⁹. Lo anterior también implica, como asimismo ha señalado dicho Tribunal, que para acceder a estos terminales se debe contar con una oficina de venta dentro de ellos¹⁰.

C. INFORMES DEL SERNAC

27. En el contexto del análisis de la presente denuncia, esta Unidad tuvo acceso a las bases de datos del año 2014 elaboradas por el SERNAC referidas a todos los sondeos al mercado de transporte de buses interurbanos de pasajeros

⁸ Considerando cuadragésimo cuarto, Sentencia 134/2014 del H. TDLC de 30 de enero de 2014.

⁹ Considerando cuadragésimo sexto, Sentencia 134/2014 del H. TDLC de 30 de enero de 2014.

¹⁰ Sentencia 134/2014 del H. TDLC de 30 de enero de 2014, Considerando cuadragésimo noveno: “Que, además, la necesidad de contar con oficinas en los terminales de las ciudades en que se desea ofrecer servicios de transporte interurbano no nace exclusivamente de la normativa y de las exigencias de los terminales en cuestión. Así, un porcentaje importante de los boletos que las empresas de transporte interurbano venden, son comprados en los terminales de buses, [...]”

realizados dicho organismo durante el año 2014 y a una descripción de la metodología utilizada en el levantamiento de datos y elaboración de los reportes ya mencionados.

C.1. La metodología utilizada por el SERNAC no permite, por sí misma, aseverar un aumento de precios como el denunciado.

28. Como resultado del estudio de la información proporcionada por SERNAC, se pudo corroborar, como primer antecedente, que la metodología utilizada por el SERNAC para la elaboración de sus Sondeos consiste en una encuesta meramente descriptiva y no probabilística¹¹. Lo anterior, resulta del todo coherente con los fines de dicho Servicio, que para el caso concreto, consisten en ayudar a los consumidores a cotizar los precios de los pasajes en distintas empresas y para distintos tipos de buses.
29. En consecuencia, no es posible afirmar fehacientemente a partir de dichos estudios que el valor de los pasajes aumentó hasta tres veces su valor entre el 5 y el 17 de septiembre de 2014 en las 7 rutas descritas en la denuncia. Ello, considerando además que la metodología utilizada por dicho Servicio para recoger el precio de los pasajes en los días de víspera de feriado, esto es el día 17 de septiembre para el caso del periodo denunciado, constituye un valor proyectado y no real.

C.2. Ausencia de indicios concluyentes de coordinación en los datos analizados.

30. No obstante las dificultades metodológicas mencionadas, esta Unidad procedió a analizar detalladamente la muestra del SERNAC, con el objeto de constatar o descartar la existencia de indicios de actuaciones concertadas entre las empresas encuestadas en abril, agosto, septiembre, octubre y diciembre del año 2014. Para ello, se analizaron las 7 rutas ya descritas, según la metodología que se detalla a continuación.

¹¹ Los métodos de muestreo no probabilísticos no pueden ser utilizados para realizar generalizaciones, es decir, estimaciones inferenciales sobre un grupo mayor o distinto al encuestado, lo anterior debido que la muestra no fue elegida utilizando métodos que aseguren con un margen de error determinado y aceptable su representatividad. En consecuencia, este tipo de encuestas sólo permite describir (y no pronosticar ni explicar) el comportamiento de los sujetos encuestados durante el periodo de tiempo que dure dicho levantamiento de datos.

31. En total, la muestra analizada contiene 2.783 registros, correspondientes a precios de pasajes interurbanos de buses para i) 4 horarios (mañana, tarde, noche, y todo horario); ii) 3 terminales de origen en Santiago (Alameda, Santiago o San Borja); iii) 7 destinos (Iquique, La Serena, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción, Temuco y Puerto Montt,¹²); iv) 4 tipos de servicio (Clásico, Semi Cama, Salón Cama y Premium); y, v) 32 empresas de buses en total.
32. En cuanto a las fechas consideradas en estos Estudios, se comparan siempre dos. La primera recoge el valor del pasaje aproximadamente una semana antes de alguna festividad (en adelante "fecha 1" o "antes"), mientras que la segunda consiste en la proyección del valor del pasaje para el día inmediatamente anterior al feriado (en adelante "fecha 2" o "después")¹³.
33. A continuación se describen las fechas consideradas en cada Estudio y el número de registros o datos existentes para cada uno de ellos.

Cuadro N° 3
Descripción datos y definición encuesta SERNAC.

Encuesta	Festividad	fecha 1 real	fecha 2 proyectada	N° de registros
Abril	Semana Santa	7/abril/2014	14/abril/2014	602
Agosto	Feriado de 15 de agosto	7/agosto/2014	14/agosto/2014	542
Septiembre	Fiestas Patrias	5/septiembre/2014	17/septiembre/2014	562
Octubre	Feriado de 31 oct. y 1 nov.	22/octubre/2014	30/octubre/2014	662
Diciembre	Navidad y año nuevo	15/diciembre/2014	31/diciembre/2014	415
Total				2.783

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

34. A partir de la muestra recién descrita, los estadísticos utilizados en el análisis se calcularon para cada destino y tipo de servicio, considerando todos los horarios, terminales de salidas y empresas que ofrecen el servicio.

¹² Los destinos Algarrobo y San Antonio fueron excluidos del análisis por aparecer sólo en la encuesta de diciembre, lo que no permite realizar una debida comparación entre los datos.

¹³ Considerando sólo aquella información donde existan registros para las fechas 1 y 2

35. Como resultado de lo anterior, para el análisis de las 7 rutas denunciadas se utilizaron los siguientes estadísticos: i) Alza promedio nominal de una observación entre las fecha 2 y fecha 1; ii) Valor porcentual de dicha variación de precio; iii) Valor mínimo porcentual de alza observada en cada grupo considerado; iv) Valor de alza porcentual máximo; v) Desviación estándar de los precios nominales de cada grupo en la fecha 1 y 2, separadamente; vi) Precio moda observado en cada grupo de valores; y, vii) Representatividad del precio moda¹⁴.

i. Ruta Santiago – Iquique

36. En el caso de la ruta “Santiago – Iquique”, en las 5 encuestas se observan alzas de precios en la tarifas para casi la totalidad de los distintos tipos de servicios. A su vez, se presentan variaciones de precio negativas en la encuesta de abril y diciembre de 2014, registrándose las alzas máximas en septiembre del mismo año, alcanzando incluso el 71% para el servicio Salón Cama y 63% para el servicio Semi Cama.

Cuadro N° 4

Precios de pasajes de transporte en buses interurbanos “Santiago – Iquique”
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda				
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa tividad P. fecha 1	P. fecha 2	Representa tividad P. fecha 2	Variación Representa tividad
Abril	Salón Cama	- 2,932	-6%	-25%	0%	10,180	8,284	Disminuye	38,000	32%	38,000	32%	Se Mantiene
	Semi Cama	- 220	3%	-29%	20%	7,475	2,632	Disminuye	25,000	24%	30,000	32%	Aumenta
Agosto	Salón Cama	1,850	5%	0%	19%	5,667	4,353	Disminuye	50,400	25%	50,000	33%	Aumenta
	Semi Cama	4,667	18%	0%	40%	4,918	4,267	Disminuye	25,000	61%	30,000	44%	Disminuye
Septiembre	Salón Cama	10,508	26%	7%	71%	3,192	6,487	Aumenta	42,000	38%	48,000	62%	Aumenta
	Semi Cama	6,750	26%	0%	63%	4,597	5,667	Aumenta	25,000	70%	30,000	70%	Se Mantiene
Octubre	Salón Cama	6,896	16%	7%	36%	2,432	4,893	Aumenta	45,000	60%	48,000	45%	Disminuye
	Semi Cama	4,906	18%	0%	35%	4,437	6,480	Aumenta	25,000	72%	30,000	47%	Disminuye
Diciembre	Salón Cama	6,811	18%	-6%	63%	13,714	83	Disminuye	40,000	33%	64,900	56%	Aumenta
	Semi Cama	1,313	6%	-13%	50%	7,626	2,833	Disminuye	45,000	25%	45,000	44%	Aumenta

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

37. Por su parte, se observa que la desviación estándar de los distintos precios en la mayoría de los casos disminuye en la fecha 2 respecto de la fecha 1, lo que es indicativo de una mayor uniformidad de precios entre las empresas. Sin embargo, en las fechas cuyo aumento de precio fue mayor (septiembre y

¹⁴ La representatividad de la moda se refiere al porcentaje de veces que se encuentra el precio moda dentro de todos los precios que se consideran en cada grupo Destino y Tipo de Servicio o Asiento analizado. En consecuencia, un mayor porcentaje de representatividad es indicativo de una mayor igualdad entre los diferentes precios. Así, cuando el valor de representatividad alcanza el 100%, ello indica que todos los precios son idénticos en el grupo respectivo.

octubre) se presenta una mayor dispersión de precios, cuestión que, en principio, no sería indicativo de un patrón colusivo, atendido a que las tarifas entre las empresas estarían más distanciadas.

38. En el mismo sentido, para las fechas de mayores alzas no se observa un aumento consistente en la representatividad del precio moda, lo que indicaría que las tarifas en la fecha 2 no se volvieron más uniformes respecto de la fecha 1.

ii. Ruta Santiago – La Serena

39. En la ruta Santiago – La Serena también se observan en las distintas encuestas alzas de precios entre las fechas 1 y 2. Sin embargo, existen ostensibles diferencias entre las tarifas de las empresas que no alzaron sus pasajes en la fecha 2 respecto de empresas que sí lo hicieron. Así por ejemplo, en el caso de la encuesta de septiembre de 2014, que fundamenta la denuncia aquí revisada, para el servicio “Salón Cama” las alzas de precios entre las distintas empresas encuestadas habrían variado entre un 7% y un 221%.

Cuadro N° 5

Precios de pasajes de transporte en buses interurbanos “Santiago – La Serena”
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Buz	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda				
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representatividad P. fecha 1	P. fecha 2	Representatividad P. fecha 2	Variación Representatividad
Abril	Salón Cama	7.331	62%	0%	136%	1.553	4.313	Aumenta	12.000	35%	18.000	35%	Se mantiene
	Semi Cama	4.525	81%	0%	145%	1.332	2.422	Aumenta	8.000	33%	12.000	53%	Aumenta
Agosto	Salón Cama	5.740	48%	7%	163%	1.630	4.643	Aumenta	11.000	30%	15.000	33%	Aumenta
	Semi Cama	4.177	54%	25%	116%	677	2.720	Aumenta	6.000	26%	12.000	23%	Disminuye
Septiembre	Salón Cama	7.839	67%	7%	221%	2.136	4.235	Aumenta	15.000	36%	18.000	27%	Disminuye
	Semi Cama	5.985	77%	20%	145%	1.142	2.198	Aumenta	8.000	36%	12.000	38%	Aumenta
Octubre	Salón Cama	8.617	75%	25%	189%	1.889	4.492	Aumenta	12.000	50%	18.000	40%	Disminuye
	Semi Cama	5.357	74%	0%	145%	1.198	1.832	Aumenta	7.000	36%	12.000	60%	Aumenta
Diciembre	Salón Cama	4.758	32%	17%	107%	2.789	3.984	Aumenta	15.000	54%	18.000	42%	Disminuye
	Semi Cama	3.765	43%	0%	71%	4.349	3.626	Disminuye	10.000	45%	10.000	26%	Disminuye

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

40. Además, la desviación estándar observada para la fecha 2 aumenta en 9 de los 10 grupos considerados, con la única excepción del servicio Semi Cama de la encuesta de diciembre. Lo anterior, es indicativo de una mayor dispersión de precios en los fines de semana y feriados.

41. Por su parte, el comportamiento del precio moda mayoritariamente disminuye o bien se mantiene, lo que indica que para la fecha 2 no se presenta una mayor uniformidad en los precios.

iii. Ruta Santiago – Valparaíso

42. Esta ruta presenta significativas alzas de precios durante los fines de semanas largos o feriados analizados. No obstante, existe una importante diferencia en el valor del alza. En efecto, en 3 de las 5 encuestas se presentan empresas que no elevaron el valor de sus pasajes.

Cuadro N° 6

Precios de pasajes de transporte en buses interurbanos “Santiago – Valparaíso”
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda				
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa Uyidad P. fecha 1	P. fecha 2	Representa Uyidad P. fecha 2	Variación Representa
Abril	Clásico	2.167	78%	0%	156%	1.940	544	Disminuye	6.600	33%	6.600	33%	Se Mantiene
Agosto	Clásico	2.020	68%	0%	160%	707	1.388	Aumenta	4.000	60%	6.500	40%	Disminuye
Septiembre	Clásico	2.263	81%	13%	195%	1.193	1.577	Aumenta	2.200	38%	8.500	38%	Se Mantiene
Octubre	Clásico	2.000	64%	130%	160%	723	1.346	Aumenta	4.000	50%	3.500	33%	Disminuye
Diciembre	Clásico	2.252	67%	0%	159%	1.334	403	Disminuye	3.200	33%	7.000	33%	Se Mantiene

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

43. A su vez, en la fecha de mayor demanda se aprecia una mayor dispersión en los precios en tres de las cinco encuestas (agosto, septiembre y octubre). En este mismo sentido, en ninguna de las encuestas estudiadas los precios moda aumentaron su representatividad, por el contrario, su homogeneidad disminuye en las encuestas de agosto y octubre, manteniéndose en el resto de ellas.

iv. Ruta Santiago – Viña del Mar

44. Al igual que la ruta anterior, en esta ruta los precios aumentan ostensiblemente, aunque este comportamiento al alza es disímil entre las distintas empresas. Con todo, en la mayoría de las encuestas encontramos participantes que no alzan sus tarifas, o lo hacen en un porcentaje inferior al 5%.

Cuadro N° 7

Precios de pasajes de transporte en buses interurbanos "Santiago – Viña del Mar"
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda			Variación Representa. dividad	
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa. dividad P. fecha 1	P. fecha 2		Representa. dividad P. fecha 2
Abril	Clásico	2.083	73%	0%	156%	1.885	544	Disminuye	6.800	33%	6.800	33%	Se Mantiene
Agosto	Clásico	2.020	88%	0%	160%	707	1.388	Aumenta	4.000	60%	6.500	40%	Disminuye
Septiembre	Clásico	2.113	68%	4%	150%	1.035	1.577	Aumenta	2.600	38%	6.600	38%	Se Mantiene
Octubre	Clásico	2.000	84%	30%	160%	723	1.348	Aumenta	4.000	50%	3.500	33%	Disminuye
Diciembre	Clásico	2.817	79%	0%	159%	1.058	422	Disminuye	3.200	33%	6.000	33%	Se Mantiene

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el Semac.

45. En el caso de Viña del Mar, se observa una menor dispersión de precios (desviación estándar) en el caso de las encuestas de abril y diciembre. No obstante, en ninguna de las encuesta se observa que aumente la uniformidad de los precios, reflejándose una disminución o mantención de la representatividad de los precios moda.

v. Ruta Santiago – Concepción

46. En esta ruta también se observa una significativa alza de precios en los periodos de feriados o festividades, pero con importantes variaciones, las que van entre un 0% y un 205%.

Cuadro N° 8

Precios de pasajes de transporte en buses interurbanos "Santiago – Concepción"
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio Promedio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda			Variación Representa. dividad	
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa. dividad P. fecha 1	P. fecha 2		Representa. dividad P. fecha 2
Abril	Premium	6.225	31%	25%	50%	-	2.450	Aumenta	20.000	100%	25.000	75%	Disminuye
	Salón Cama	9.295	84%	33%	100%	1.070	1.398	Disminuye	10.000	33%	20.000	82%	Aumenta
	Semi Cama	7.054	101%	50%	198%	1.293	2.213	Aumenta	7.000	42%	12.000	38%	Disminuye
Agosto	Premium	10.450	56%	33%	80%	2.739	8.709	Aumenta	15.000	60%	20.000	50%	Se Mantiene
	Salón Cama	6.875	87%	28%	100%	1.295	2.951	Aumenta	13.000	38%	20.000	44%	Aumenta
	Semi Cama	5.700	82%	19%	150%	961	2.790	Aumenta	7.000	32%	15.000	32%	Se Mantiene
Septiembre	Salón Cama	7.793	48%	14%	78%	3.522	5.035	Aumenta	22.000	20%	30.000	40%	Aumenta
	Semi Cama	5.765	64%	17%	125%	2.078	2.787	Aumenta	8.000	53%	18.000	53%	Se Mantiene
	Premium	13.740	70%	11%	100%	1.095	9.693	Aumenta	20.000	60%	39.900	60%	Se Mantiene
Octubre	Salón Cama	12.543	108%	15%	175%	1.081	5.302	Aumenta	13.000	21%	30.000	43%	Aumenta
	Semi Cama	8.572	127%	80%	205%	1.301	2.229	Aumenta	7.000	33%	18.000	33%	Se Mantiene
	Salón Cama	5.875	41%	0%	114%	4.883	4.140	Disminuye	15.000	38%	20.000	38%	Se Mantiene
Diciembre	Salón Cama	5.333	84%	0%	125%	4.202	980	Disminuye	6.000	44%	16.000	33%	Disminuye

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

47. Con todo, llama la atención la encuesta de abril para el servicio Salón Cama, donde todas las empresas aumentaron sus precios en al menos un 33%, observándose una disminución de la desviación estándar conjuntamente con un aumento de la representatividad de los precios moda (de un 33% hasta un 62%).

vi. Ruta Santiago – Temuco

48. Esta ruta es la que presenta mayores alzas entre todas las encuestas y tipos de servicios. Sin embargo, existen marcadas diferencias en las alzas aplicadas por las empresas en cada fecha y tipo de servicio, las que van desde un 0% hasta un 250% del valor de sus tarifas.

Cuadro N° 9

Análisis precios de pasajes transporte en buses interurbanos “Santiago – Temuco”
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda				
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa- tividad P. fecha 1	P. fecha 2	Representa- tividad P. fecha 2	Variación- Representa- tividad
Abril	Clásico	11.384	116%	88%	202%	1.380	3.957	Aumenta	11.000	45%	22.000	45%	Se Mantiene
	Salón Cama	12.822	75%	25%	185%	2.397	6.469	Aumenta	18.000	33%	26.000	22%	Disminuye
	Semi Cama	11.421	126%	36%	250%	1.178	6.160	Aumenta	10.000	28%	17.000	21%	Disminuye
Agosto	Clásico	7.500	76%	10%	120%	4.280	2.459	Disminuye	10.000	70%	20.000	60%	Disminuye
	Premium	24.300	84%	66%	111%	1.145	4.875	Aumenta	29.900	60%	49.900	60%	Se Mantiene
	Salón Cama	11.530	67%	0%	172%	3.799	7.387	Aumenta	18.000	48%	22.000	17%	Disminuye
Septiembre	Semi Cama	8.137	83%	10%	178%	0.248	8.117	Disminuye	10.000	30%	18.000	15%	Disminuye
	Clásico	9.800	96%	60%	120%	832	2.449	Aumenta	10.000	90%	20.000	40%	Disminuye
	Premium	19.250	73%	63%	78%	8.100	8.400	Aumenta	23.900	75%	42.000	75%	Se Mantiene
Octubre	Salón Cama	16.100	92%	64%	213%	3.750	5.433	Aumenta	18.000	32%	39.900	26%	Disminuye
	Semi Cama	10.564	93%	33%	130%	1.875	4.304	Aumenta	12.000	32%	18.000	21%	Disminuye
	Clásico	10.300	104%	80%	122%	318	1.478	Aumenta	10.000	60%	20.000	50%	Disminuye
Diciembre	Premium	35.250	165%	121%	180%	3.750	2.450	Disminuye	20.000	75%	55.900	75%	Se Mantiene
	Salón Cama	15.887	102%	40%	213%	1.914	7.220	Aumenta	14.000	25%	28.000	25%	Se Mantiene
	Semi Cama	13.180	159%	50%	250%	895	4.929	Aumenta	8.000	68%	18.000	48%	Disminuye
Enero	Clásico	7.833	80%	60%	120%	408	2.582	Aumenta	10.000	83%	18.000	60%	Disminuye
	Salón Cama	11.009	79%	0%	180%	8.544	5.314	Disminuye	31.200	33%	31.200	33%	Se Mantiene
	Semi Cama	9.850	98%	0%	211%	5.283	4.107	Disminuye	21.600	25%	18.000	25%	Se Mantiene

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

49. Asimismo, en esta ruta se observa, en general, una mayor dispersión de precios en las fechas de una mayor demanda.
50. Al respecto, cabe destacar que no se aprecia una mayor homogeneidad entre las tarifas cobradas por las empresas para las fechas de mayor demanda. En efecto, mientras la representatividad del precio moda se mantiene en 6 ocasiones, en los 12 restantes disminuye.

vii. Ruta Santiago – Puerto Montt

51. Finalmente, la ruta Santiago – Puerto Montt es la segunda con mayores alzas. Adicionalmente, en esta ruta la variación mínima observada es de un 12% negativo y la máxima es de un 240%. En todas las rutas y tipos de servicio considerados, existe una diferencia importante entre la variación mínima y máxima de la tarifa.

Cuadro N° 10

Análisis precios de pasajes transporte en buses interurbanos "Santiago – Puerto Montt"
(Cifras en base a precios en pesos nominales)

Encuesta	Tipo de Bus	Diferencia Precio		Alza mínima (%)	Alza máxima (%)	Desviación Estándar			Precio Moda			Variación Representativa		
		pesos (\$)	porcentual (%)			fecha 1	fecha 2	Variación	P. fecha 1	Representa. Dividad P. fecha 1	P. fecha 2		Representa. Dividad P. fecha 2	
Abril	Clásico	8.600	48%	39%	50%	-	894	Aumenta	18.000	100%	27.000	80%	Disminuye	
	Premium	22.500	69%	14%	116%	3.747	14.120	Aumenta	n/A	0%	n/A	0%	Se Mantiene	
	Salón Cama	15.131	82%	20%	178%	4.540	8.787	Aumenta	20.000	23%	32.000	27%	Aumenta	
Agosto	Semi Cama	13.785	121%	29%	215%	1.650	4.812	Aumenta	12.000	31%	22.000	23%	Disminuye	
	Clásico	8.600	83%	0%	79%	-	5.367	447	Disminuye	14.000	80%	25.000	80%	Se Mantiene
	Salón Cama	15.308	78%	33%	148%	4.803	7.237	Aumenta	18.000	28%	32.000	39%	Aumenta	
Septiembre	Semi Cama	11.314	85%	0%	184%	7.483	5.672	Disminuye	12.000	36%	22.000	36%	Se Mantiene	
	Clásico	11.067	83%	79%	93%	-	1.155	Aumenta	14.000	100%	25.000	67%	Disminuye	
	Salón Cama	19.130	89%	52%	121%	3.394	6.229	Aumenta	23.900	29%	43.400	24%	Disminuye	
Octubre	Semi Cama	13.983	103%	22%	184%	2.991	4.723	Aumenta	12.900	28%	22.000	30%	Aumenta	
	Clásico	12.200	87%	79%	93%	-	1.095	Aumenta	14.000	100%	27.000	80%	Disminuye	
	Premium	12.825	35%	9%	44%	900	7.450	Aumenta	38.800	75%	52.900	75%	Se Mantiene	
Diciembre	Salón Cama	17.352	90%	28%	220%	5.033	8.255	Aumenta	25.000	24%	32.000	16%	Disminuye	
	Semi Cama	15.450	137%	44%	240%	2.227	5.638	Aumenta	19.000	41%	22.000	50%	Aumenta	
	Salón Cama	12.150	62%	0%	165%	11.845	8.533	Disminuye	20.000	60%	42.000	33%	Disminuye	
	Semi Cama	2.475	22%	-12%	79%	10.808	3.955	Disminuye	38.800	38%	34.000	60%	Aumenta	

Fuente: Elaborado por la FNE a partir de los datos reportados por el SERNAC.

52. En esta ruta tampoco se presenta una disminución importante en la desviación estándar de los precios en el periodo de alta demanda que sea indicativa de una mayor homogeneidad de los precios cobrados por las distintas empresas. Además, la representatividad de la moda en la mayoría de las encuestas estudiadas disminuye o se mantiene.
53. Con todo, la encuesta de diciembre para el servicio Semi Cama presenta una disminución importante en la dispersión de precios y un significativo aumento en la representatividad de los precios moda, pero esta última es resultado de una disminución de precios moda desde los \$38.800 a los \$34.000.

C.3. Resultados de análisis de los Estudios del SERNAC.

54. Revisados los más de dos mil datos entregados por el SERNAC, es posible señalar que efectivamente existe una marcada alza de los precios proyectados en los días inmediatamente anteriores a fines de semanas largos o feriados.
55. Dicha alza es transversal a la mayoría de las empresas encuestadas. Sin embargo, los precios difieren cuando consideramos las distintas rutas y tipos de servicios analizados, observándose una diferencia relevante entre el mínimo y el máximo de alza de la tarifa cobrada por las distintas empresas que operan en cada mercado.

56. Por su parte, al revisar la desviación estándar de los precios de las tarifas, no se encontraron parámetros indicativos de una menor dispersión que pudiese reflejar cierto patrón colusivo. En efecto, en la mayoría de las fechas de alta demanda analizadas observamos que existe mayor heterogeneidad entre las tarifas ofrecidas por las empresas respectivas a los consumidores finales.
57. A su vez, el análisis de los precios moda arroja que concomitantemente a un alza, se presenta una menor homogeneidad del precio más representativo. Ello indica una mayor dispersión de precios, en el mismo sentido expuesto en el párrafo anterior.
58. Adicionalmente, las alzas proyectadas para vísperas de fines de semanas largos y feriados por el mencionado Servicio podrían responder a la marcada estacionalidad de la demanda. Dicho fenómeno, en principio, explica que las tarifas cobradas a los usuarios por las empresas que tienen una oferta limitada de buses, se eleven en aquellos periodos donde la afluencia de público que utiliza este transporte es mayor.
59. En efecto, en mercados con estacionalidad de la demanda y restricciones de capacidad en la producción, como es el de los buses interurbanos, es posible que se observen alzas de precios durante los periodos de alta demanda sin existir conductas anticompetitivas de por medio.
60. En definitiva, del análisis los datos obtenidos por las encuestas del SERNAC el año 2014, no se observan indicios concluyentes de conductas colusivas por parte de las empresas encuestadas en los mercados y fechas consideradas en dichos instrumentos.

IV. CONCLUSIONES

61. En base a la información analizada, no se han encontrado indicios o antecedentes fehacientes que revelen que las empresas encuestadas se hayan coordinado, en los términos de la letra a) del artículo 3° del DL 211, para alzar los precios el día 17 de septiembre de 2014 en las 7 rutas descritas, y que ameriten la realización, por el momento, de mayores diligencias investigativas.
62. Con todo, en atención a sus características, barreras a la entrada y altos niveles de participación a nivel nacional de las empresas del grupo Pullman y Tur Bus, esta industria es constantemente monitoreada por la Fiscalía Nacional Económica.
63. En efecto, el año 2014 el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ha resuelto acoger los requerimientos presentados por esta Fiscalía¹⁵, relativos a prácticas coordinadas en el mercado de transporte público de pasajeros, tanto respecto de servicios urbanos como interurbanos
64. En definitiva y salvo mejor parecer del señor Fiscal Nacional Económico, esta Unidad sugiere archivar los antecedentes, sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía Nacional Económica de velar permanentemente por la libre

¹⁵ 1) Sentencia 133-2014 de 15 de enero de 2014, el Tribunal resolvió acoger el requerimiento de esta Fiscalía en contra de Servicios Pullman Bus Costa Central S.A., Alejandro Cabello Reyes y Atevil Mecánica Dieses S.A., declarando que éstas se coludieron para repartir las frecuencias y alzar las tarifas en el servicio de transporte público de pasajeros en la ruta Santiago-Curacaví, y que además, los dos primeros se habrían coludido para alzar las tarifas en la ruta Santiago-Lo Vásquez. 2) Sentencia 134-2014 de 30 de enero de 2014, el Tribunal también acogió el requerimiento presentado por esta Fiscalía, declarando que Servicios Pullman Bus Costa Central S.A., Transportes Cometa S.A., Empresas de Transportes Rurales Ltda., y Sociedad de Transporte y Turismo del Norte Compañía Ltda. se coludieron para impedir, bloquear o retardar el acceso a los terminales de Valparaíso, la Serena, Coquimbo y Carlos Ovedo de Antofagasta, a actuales o potenciales competidores. 3) Sentencia 136/2014 de 8 de mayo de 2014, el Tribunal tuvo por acreditado que Servicios Pullman Bus Costa Central S.A. y Autobuses Melipilla Santiago A.G.P habrían incurrido en una colusión para alzar los precios de los pasajes de sus servicios de transporte en la ruta Santiago-Cartagena a fines de octubre de 2009. 4) Sentencia 137/2014 de 19 de junio de 2014, el Tribunal tuvo por acreditado que las empresas E. Alonso Castillo H. Compañía Ltda., Cristian Valdés Cabrera y la Empresa de Transporte Caldera S.A. habrían incurrido en una colusión para alzar los precios de sus servicios de transporte rural en la ruta Copiapó-Caldera en los meses de abril y mayo de 2011. 5) Respecto del servicio urbano de transporte público de pasajeros, en la Sentencia 141-2014 de 4 de noviembre de 2014 el Tribunal nuevamente acogió el requerimiento interpuesto por la Fiscalía Nacional Económica en contra de Sociedad de Transportes Línea Uno Collico S.A. ("Línea N° 1"); Transporte Comercial Laurel Sur S.A. ("Línea N° 3"); Empresa de Transportes Regional Sur S.A. ("Línea N° 4"); Transportes Regional Corvi S.A. ("Línea N° 5"); Empresa Transportes de Pasajeros Río Cruces N° 9 S.A. ("Línea N° 9"); Empresa de Transportes Línea Once S.A. ("Línea N° 11"); Sociedad de Transportes Austral Sur-Oeste S.A. ("Línea N° 16"); Sociedad de Transportes Regional S.A. ("Línea N° 20"); Empresa de Transportes Lourdes S.A. ("Transportes Lourdes" o "Línea N° 2"); Sociedad de Transportes Libertad S.A. ("Transportes Libertad" o "Línea N° 14") y la Asociación Gremial de Empresarios de Taxibuses de Valdivia ("AGETV"), declarando que éstas habrían participado en un acuerdo para alzar el precio de los pasajes de sus servicios de transporte urbano en la ciudad de Valdivia a partir del mes de abril de 2008.

competencia en los mercados, y en particular, la de iniciar investigaciones en caso que surgieren nuevos antecedentes que así lo justificaren.

Saluda atentamente a usted,



MARÍA JOSE HENRÍQUEZ
JEFA UNIDAD ANTI-CARTELES

Abogada FNE
Doris Pérez Retamal
Fono: 2 7535604