

**ANT.:** Solicitud de Informe Previo de Producciones Megavisión Ltda. y Sociedad Radiodifusora Infinita S.A.  
Rol N° ILP 621-17 FNE.

Artículo 38, inciso segundo, Ley N° 19.733.

**MAT.:** Informa.

Santiago, **24 AGO 2017**

**A : SUBFISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)**

**DE : JEFE DE UNIDAD DE LA DIVISIÓN ANTIMONOPOLIOS**

Por medio del presente, y de conformidad con el procedimiento sobre transferencia o toma de control de medios de comunicación social concesionados por el Estado, en su modalidad de solicitudes que utilizan formularios de declaración jurada firmados ante Notario Público, informo a Ud. lo siguiente en relación con la operación consultada.

## **I. ANTECEDENTES**

### **I.1. Descripción de la Solicitud de Informe**

1. Mediante presentación ingresada con fecha 25 de julio de 2017, doña Ana Soledad Bull Zúñiga, RUT N° 9.165.866-6, conjuntamente con don Gonzalo Felipe Rojas Vildósola, RUT N° 6.179.689-4, en representación de Producciones Megavisión Ltda., RUT N° 78.794.060-9; y don Francisco Javier Bórquez Electorat, RUT N° 15.377.147-2, en representación de Sociedad Radiodifusora Infinita S.A., RUT N° 84.896.500-6; Comunicaciones Cruz del Sur Ltda., RUT 76.860.970-K; Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda., RUT N° 79.849.270-5; Comunicaciones Santa Bárbara S.A., RUT N° 96.568.610-K; Inversiones Corrales de Buelna Ltda., RUT N° 78.843.540-1; Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda., RUT N°

81.969.600-4; y, Comunicaciones Continental S.A., RUT N° 95.048.000-9, solicitan a esta Fiscalía que informe favorablemente el cambio de propiedad que se proyecta realizar respecto de las Radios Infinita, Tiempo y Romántica ("Operación").

2. Conforme a la presentación del Antecedente, la Operación consiste en la adquisición por parte de Producciones Megavisión Ltda. de los derechos y/o activos de Sociedad Radiodifusora Infinita S.A., correspondientes al negocio de radiodifusión sonora de frecuencia modulada ("FM") de las Radios Infinita, Tiempo y Romántica. Para ello, se proyecta transferir los siguientes activos:
  - i. 20 concesiones de radiodifusión, pertenecientes a Sociedad Radiodifusora Infinita S.A., en donde se transmiten Radio Infinita (18), Radio Tiempo (1) y Radio Romántica (1);
  - ii. Las acciones de Comunicaciones Continental S.A., que es titular de 6 concesiones, donde se transmiten las Radio Infinita (1), Radio Tiempo (1) y Radio Romántica (4);
  - iii. Las acciones de Comunicaciones Santa Bárbara S.A., que es titular de 15 concesiones, en las cuales se transmite Radio Romántica (15);
  - iv. La concesión de Comunicaciones Cruz del Sur Ltda., que transmite Radio Romántica (1);
  - v. La concesión de Inversiones Corrales de Buelna Ltda., que transmite Radio Romántica (1);
  - vi. La concesión de Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda., que transmite Radio Tiempo (1); y,
  - vii. La concesión de Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda., que transmite Radio Tiempo (1)<sup>1</sup>.
3. En los formularios acompañados, constan declaraciones juradas prestadas ante Notario Público tanto por el representante de las sociedades que

---

<sup>1</sup> Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda. es también concesionaria de una señal Amplitud Modulada ("AM"), señal distintiva CB-147. Ella no forma parte de la Operación que aquí se analiza. De hecho, a la fecha, se encuentra en tramitación una Solicitud de Informe Previo según la Ley de Prensa en relación a dicha concesión, de fecha 10 de agosto de 2017 (Rol ILP 625-17 FNE, *Solicitud de Informe Previo para transferencia de concesión de radiodifusión sonora en A.M. señal dist. CB-147*). En dicha solicitud, el adquirente es un tercero ajeno a la actual operación, por lo que se prescindirá de su análisis en esta oportunidad.

transfieren las concesiones, como por los representantes de la sociedad adquirente. En tales formularios, los declarantes manifiestan que los antecedentes e informaciones que proporcionan a esta Fiscalía son fidedignos.

4. En relación a la aplicabilidad del Título IV del Decreto Ley N° 211, los solicitantes declaran que la Operación no está sujeta al control obligatorio de operaciones de concentración recientemente establecido en Chile, toda vez que no se superan los umbrales establecidos por la normativa vigente<sup>2</sup>. Adicionalmente, cabe señalar que, a la fecha del presente informe, tampoco ha ingresado notificación voluntaria a esta Fiscalía respecto a la presente Operación.
5. Ingresada la solicitud a este Servicio, el Sr. Fiscal dictó una resolución, de fecha 25 de julio de 2017, dando inicio al respectivo procedimiento y ordenando, además, el inicio de un Periodo de Información Pública, a fin de que quienes lo estimaran del caso, manifestasen sus observaciones a la operación dentro de un plazo de 10 días hábiles<sup>3</sup>. Dicho término, además, fue puesto en conocimiento de diversos agentes del mercado, asociaciones gremiales, entidades públicas y académicos<sup>4</sup>. En él, participaron entidades

<sup>2</sup> Solicitud de Informe Previo de fecha 25 de julio de 2017, Acápito segundo, pp. 2 y 3.

<sup>3</sup> El anuncio del Periodo de Información Pública se efectuó en el Diario Oficial de fecha 29 de julio de 2017. Disponible en línea: [http://www.diariooficial.interior.gob.cl/edicionelectronica/avisos\\_destacados.php?date=29-07-2017&edition=41821](http://www.diariooficial.interior.gob.cl/edicionelectronica/avisos_destacados.php?date=29-07-2017&edition=41821) [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>4</sup> Oficio Circular N° 0039, de fecha 27 de julio de 2017. Sus destinatarios fueron los siguientes: Radiodifusión SpA; Canal 13 S.A.; Televisión Nacional de Chile; Red de Televisión Chilevisión S.A.; Compañía Chilena de Televisión S.A.; Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso; Compañía Chilena de Comunicaciones S.A.; Bío-Bío Comunicaciones S.A.; Publicaciones y Difusión S.A.; Radio Universidad de Chile; Radio Universidad de Santiago; Asociación de Radiodifusores de Chile; Asociación Nacional de Televisión; Asociación Nacional de la Prensa; Asociación Chilena de Agencias de Publicidad; Asociación Nacional de Avisadores; Organización de Consumidores y Usuarios; Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios; Sociedad Chilena de Derechos de Autor; Colegio de Periodistas; Asociación Chilena de Agencias de Medios A.G.; Asociación Regional de Canales de Televisión; Instituto Nacional de Derechos Humanos; Consejo Nacional de Televisión; Subsecretaría de Telecomunicaciones; Asociación Regional de Canales de Televisión; H. Diputados Sres. Lautaro Carmona y Daniel Núñez (quienes habían realizado una presentación respecto de la Operación antes del ingreso de la Solicitud); Omnicom Media Group Chile; Mindshare Chile; McCann Santiago; Havas Media Chile S.A.; Sr. Luis Breull y Sr. Lucas Sierra.

que solicitaron la confidencialidad de su intervención, además del Instituto Nacional de Derechos Humanos<sup>5</sup> y el H. Diputado Sr. Daniel Núñez<sup>6</sup>.

## I.2. Organización societaria de las sociedades que transfieren las concesiones

### I.2.1. Sociedad Radiodifusora Infinita S.A.

6. El declarante proporcionó información sobre Sociedad Radiodifusora Infinita S.A., constituida en 1977, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago<sup>7</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que la Sociedad Radiodifusora Infinita S.A. ha sido modificada en diversas oportunidades, siendo la última el año 2011<sup>8</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>9</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>10</sup>.
7. Las personas naturales accionistas de esta sociedad son:
  - i. María Teresa Montes Cruzat, dueña de 42.000 acciones Serie A, 208.000 acciones Serie B y usufructuaria de 750.000 acciones Serie B;

<sup>5</sup> Declaración de doña Daniela Ortega Allan, de fecha 17 de agosto de 2017.

<sup>6</sup> Presentación de 11 de agosto de 2017.

<sup>7</sup> Constitución de "Sociedad Radiodifusora Infinita Ltda." por escritura pública de 3 de mayo de 1977, otorgada ante notario público de Santiago, don Andrés Rubio F., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 1 de junio de 1977; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 4.439, N° 2.519.

<sup>8</sup> Dentro de las modificaciones, cabe indicar las realizadas por los siguientes instrumentos: (i) escritura pública de 25 de julio de 1996, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M; (ii) escritura pública de 17 de marzo de 1988, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M; (iii) escritura pública de 25 de abril de 2008, ante notario público de Santiago, don Fernando Alzate C, suplente Antonieta Mendoza E.; (iv) escritura pública de 28 de abril de 2008, ante notario público de Santiago, doña Antonieta Mendoza E.; y, (v) escritura pública de 15 de noviembre de 2011, ante notario público de Santiago, doña Antonieta Mendoza E. Esta última modificación fue reducida a extracto y publicada en el Diario Oficial con fecha 23 de noviembre de 2011 e inscrita en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 69.056, N° 50.559.

<sup>9</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 25 de enero de 2015, carátula N° 11764666, que indica que al margen de la inscripción de la Sociedad Radiodifusora Infinita S.A no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>10</sup> Mandato especial conferido mediante escritura pública ante notario público de Santiago, don Juan San Martín U., de 25 de mayo de 2017, Repertorio N° 27.984-2017.

- ii. Bárbara Bezanilla Montes, nuda propietaria de 150.000 acciones Serie B;
- iii. María Teresa Bezanilla Montes, nuda propietaria de 150.000 acciones Serie B;
- iv. Ricardo Bezanilla Montes, nudo propietario de 150.000 acciones Serie B;
- v. Pilar Bezanilla Montes, nuda propietaria de 150.000 acciones Serie B; y,
- vi. Macarena Bezanilla Montes, nuda propietaria de 150.000 acciones Serie B.

### I.2.2. Comunicaciones Continental S.A.

- 8. El declarante proporcionó información sobre Comunicaciones Continental S.A., constituida en 1981, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago<sup>11</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que Comunicaciones Continental S.A. fue modificada el año 2011<sup>12</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>13</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>14</sup>.
- 9. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
  - i. Sociedad Radiodifusora Infinita S.A. (2.699 acciones)<sup>15</sup>; y,
  - ii. Ricardo Bezanilla Montes (1 acción).

<sup>11</sup> Constitución de "Comunicaciones Continental S.A" por escritura pública de 14 de septiembre de 1981, otorgada ante notario público de Santiago, don Fernando Meneses A., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 24 de octubre de 1981; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 20.015, N° 11.037.

<sup>12</sup> Modificación de la sociedad mediante escritura pública de 24 de octubre de 2011, otorgada ante notario público, doña Antonieta Mendoza E., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 24 de noviembre de 2011, e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 69.156, N° 50.625.

<sup>13</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 25 de enero de 2015, carátula N° 11764665, que indica que al margen de la inscripción de la sociedad Comunicaciones Continental S.A no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>14</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>15</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 7.

### I.2.3. Comunicaciones Cruz Del Sur Ltda.

10. El declarante proporcionó información sobre Comunicaciones Cruz del Sur Ltda., constituida en 1988, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago<sup>16</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que Comunicaciones Cruz del Sur Ltda. ha sido modificada en diversas oportunidades, siendo la última del año 2017<sup>17</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>18</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>19</sup>.
11. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
- i. Sociedad Radiodifusora Infinita S.A. (86% del capital e interés social)<sup>20</sup>; y,
  - ii. María Teresa Montes Cruzat (14% del capital e interés social).

### I.2.4. Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda.

12. El declarante proporcionó información sobre Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda., constituida en 1988, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de

---

<sup>16</sup> Constitución de "Comunicaciones Cruz del Sur Ltda." por escritura pública de 24 de octubre de 1988, otorgada ante notario público de Santiago, don Eduardo Pinto P., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 6 de diciembre de 1988; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 28.966, N° 14.636.

<sup>17</sup> Dentro de las modificaciones, cabe indicar las realizadas por los siguientes instrumentos: (i) escritura pública de 21 de noviembre de 1990, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M, cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 17 de enero de 1991 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1991, fojas 1.896, N° 898; y (ii) escritura pública de 22 de mayo de 2017, ante notario público de Santiago, don Alberto Mozo A., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 17 de julio de 2017, e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2017, a fojas 54.077, N° 29.259.

<sup>18</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 17 de abril de 2017, carátula N° 12034927, que indica que al margen de la inscripción de la sociedad Comunicaciones Cruz del Sur Ltda. no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>19</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>20</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 7.

Concepción<sup>21</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda. ha sido modificada en diversas oportunidades, siendo la última del año 2014<sup>22</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>23</sup> y acompaña su personería para representarla<sup>24</sup>.

13. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
- i. Comunicaciones Continental S.A. (90% del capital e interés social)<sup>25</sup>; y,
  - ii. La sucesión de don Ricardo Bezanilla Renovales, compuesta por María Teresa Montes Cruzat, Pilar Bezanilla Montes, Macarena Bezanilla Montes, Bárbara Bezanilla Montes, María Teresa Bezanilla Montes y Ricardo Bezanilla Montes (10% del capital e interés social).

#### **I.2.5. Comunicaciones Santa Bárbara S.A.**

14. El declarante proporcionó información sobre Comunicaciones Santa Bárbara S.A., constituida en 1989, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago<sup>26</sup>. Adicionalmente,

<sup>21</sup> Constitución de "Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda." por escritura pública de 14 de septiembre de 1988, otorgada ante notario público de Concepción, don Jorge Christoph S., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 11 de octubre de 1988; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Concepción el año 1988, a fojas 751, N° 713.

<sup>22</sup> Dentro de las modificaciones, cabe indicar las realizadas por los siguientes instrumentos: (i) escritura pública de 15 de enero de 1992, ante notario público de Concepción, don Jorge Christoph S., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 27 de febrero de 1992 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Concepción el año 1992, a fojas 234 vta., N° 218; (ii) escritura pública de 13 de abril de 1994, ante notario público de Santiago, Patricio Zaldívar M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 30 de abril de 1994 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Concepción el año 1994, a fojas 619 vta., N° 512; y, (iii) escritura pública de 6 de mayo de 2014, ante notario público de Santiago, doña Antonieta Mendoza E., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 9 de mayo de 2014 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Concepción el año 2014, a fojas 1.024, N° 951.

<sup>23</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Concepción con fecha 29 de mayo de 2017, carátula N° 956596, que indica que al margen de la inscripción de la Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda. no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>24</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>25</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 9.

<sup>26</sup> Constitución de Comunicaciones Santa Bárbara S.A. por escritura pública de 18 de octubre de 1989, otorgada ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M., cuyo extracto fue

el declarante señala que Comunicaciones Santa Bárbara S.A. ha sido modificada en diversas oportunidades, siendo la última del año 2011<sup>27</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>28</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>29</sup>.

15. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
  - i. Comunicaciones La Campana Ltda. (1.500 acciones);
  - ii. Inmobiliaria e Inversiones Río Rosas S.A. (1.500 acciones); y,
  - iii. Sociedad Radiodifusora Infinita S.A. (37.000 acciones)<sup>30</sup>.
  
16. Según el declarante, los socios de Comunicaciones La Campana Ltda. son:
  - i. Rodrigo Bezanilla Chana; y,
  - ii. Elizabeth Jurado Henncoq.
  
17. Asimismo, según el declarante, los accionistas de Inmobiliaria e Inversiones Río Rosas S.A. son:
  - i. Carlos Alberto Peñafiel Guarachi;
  - ii. María del Pilar Grandela Errázuriz;
  - iii. Sebastián Peñafiel Grandela;
  - iv. Nicolás Peñafiel Grandela; y,
  - v. María del Pilar Peñafiel Grandela.

---

publicado en el Diario Oficial con fecha 26 de octubre de 1989; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1989, a fojas 30.101, N° 16.253.

<sup>27</sup> Dentro de las modificaciones, cabe indicar las realizadas por los siguientes instrumentos: (i) escritura pública de 16 de enero de 1990, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 26 de enero de 1990 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1990, a fojas 2.333, N° 1.257; (ii) escritura pública de 21 de abril de 1999 ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 11 de mayo de 1999 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1999, a fojas 10.224, N° 8.181; y, (iii) escritura pública de 24 de octubre de 2011, ante notario público de Santiago, doña Antonieta Mendoza E., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 26 de noviembre de 2011 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2011, a fojas 68.828, N° 50.347.

<sup>28</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 25 de enero de 2017, carátula N° 11764664, que indica que al margen de la inscripción de Comunicaciones Santa Bárbara S.A. no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>29</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>30</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 7.

### **I.2.6. Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda.**

18. El declarante proporcionó información sobre Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda., constituida en 1992, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio<sup>31</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda. ha sido modificada en diversas oportunidades, siendo la última el año 2017<sup>32</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>33</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>34</sup>.
19. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
- i. Comunicaciones Continental S.A. (85% del capital e interés social)<sup>35</sup>; y,
  - ii. María Teresa Montes Cruzat, (15% del capital e interés social).

<sup>31</sup> Constitución de Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda. por escrituras públicas de 19 de agosto y 7 de octubre de 1992, otorgadas ante notario público de Santiago, don Álvaro Bianchi R., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 16 de octubre de 1992; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio el año 1992, a fojas 114, N° 95.

<sup>32</sup> Dentro de las modificaciones, cabe indicar las indicadas por el declarante contenidas en los siguientes instrumentos: (i) escritura pública de 11 de septiembre de 2002, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldivar M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 4 de octubre de 2002 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2002, a fojas 26.126, N° 21.243, y en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio, el mismo año, a fojas 133, N° 46; y, (ii) escritura pública de 22 de mayo de 2017, ante notario público de Santiago, don Alberto Mozo A., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 17 de julio de 2017, e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, el año 2017, a fojas 54.215, N° 29.330.

Sin embargo, cabe agregar las siguientes modificaciones, anteriores a las declaradas y no indicadas por en la solicitud: (i) escritura pública de 12 de diciembre de 1992, ante notario público de Santiago, don Álvaro Bianchi R., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 16 de febrero de 1993 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio el año 1993, a fojas 33 vta., N° 19; (ii) escritura pública de 29 de marzo de 1993, ante notario público de Santiago, don Álvaro Bianchi R., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 25 de mayo de 1993 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio el año 1993, a fojas 120, N° 63; y, (iii) escritura pública de 27 de septiembre de 1999, ante notario público de Melipilla, don Waldo Domke Cádiz, cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 11 de agosto de 1999 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de San Antonio a fojas 73 vta., N° 79.

<sup>33</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 17 de abril de 2017, carátula N° 12034925, que indica que al margen de la inscripción de Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda. no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>34</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>35</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 9.

### **I.2.7. Inversiones Corrales de Buelna Ltda.**

20. El declarante proporcionó información sobre Inversiones Corrales de Buelna Ltda., constituida en 1994, incluyendo los datos concernientes a la publicación de su extracto en el Diario Oficial y la respectiva inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago<sup>36</sup>. Adicionalmente, el declarante señala que Inversiones Corrales de Buelna Ltda. fue modificada el año 2013<sup>37</sup>. Indica, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>38</sup>, y acompaña su personería para representarla<sup>39</sup>.
21. Las personas naturales y jurídicas accionistas de esta sociedad son:
- i. Comunicaciones Continental S.A. (90% del capital e interés social)<sup>40</sup>; y,
  - ii. La sucesión de don Ricardo Bezanilla Renovales, compuesta por María Teresa Montes Cruzat, Pilar Bezanilla Montes, Macarena Bezanilla Montes, Bárbara Bezanilla Montes, María Teresa Bezanilla Montes y Ricardo Bezanilla Montes (10% del capital e interés social).

### **I.3. Organización societaria de la sociedad adquirente**

22. Pese a que, en su presentación, los declarantes por parte del adquirente indican que la operación podrá llevarse a cabo mediante la adquisición por parte de Producciones Megavisión Ltda., Red Televisiva Megavisión S.A., o por cualquier otra sociedad controlada por Bethia Comunicaciones S.A.,

<sup>36</sup> Constitución de Inversiones Corrales de Buelna Ltda. por escritura pública de 24 de noviembre de 1994, ante notario público de Santiago, don Patricio Zaldívar M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 4 de enero de 1995; e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1994, a fojas 29.352 vta., N° 23.999.

<sup>37</sup> La modificación indicada por el declarante fue mediante escritura pública de 10 de mayo de 2013, ante notario público de Santiago, doña Antonieta Mendoza E., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 25 de mayo de 2013, e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2013, a fojas 39.431, N° 26.391

<sup>38</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 23 de mayo de 2017, carátula N° 12169430, que indica que al margen de la inscripción de Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda. no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>39</sup> Ver *supra*, Nota al pie N° 10

<sup>40</sup> Ver *supra*, Párrafo N° 9.

considerando que la Solicitud de Informe Previo fue efectuada por Producciones Megavisión Ltda., se entenderá para efectos del análisis de la Operación que es aquella persona jurídica en particular la adquirente.

23. Conforme a lo indicado por los declarantes, Producciones Megavisión Ltda. fue constituida por escritura pública de 19 de diciembre de 1995, otorgada ante el notario público de Santiago, don José Musalem S., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 24 de enero de 1996 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 1996, a fojas 1.799, N° 1.408, siendo modificada en diversas ocasiones<sup>41</sup>. Indican, además, que la sociedad se encuentra actualmente vigente<sup>42</sup>, y acompañan su personería para representarla<sup>43</sup>.
24. Conforme al anexo A de la declaración jurada del adquirente<sup>44</sup>, las personas naturales y jurídicas socias de Producciones Megavisión Ltda. son:
  - i. Red Televisiva Megavisión S.A. (99% del capital social [sic]); y,
  - ii. Bethia Comunicaciones S.A. (0,01% del capital social).
25. A su vez, las personas naturales y jurídicas socios y accionistas de las sociedades mencionadas, hasta el nivel en que el propietario es una persona natural, son los siguientes:

---

<sup>41</sup> Las modificaciones a Producciones Megavisión Limitada han sido efectuadas mediante: (i) escritura pública del 22 de abril de 2002, otorgada ante notario público de Santiago, don José Musalem S., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 3 de mayo de 2002 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2002, a fojas 10.336, N° 8.561; (ii) escritura pública del 15 de marzo de 2012, otorgada ante notario público de Santiago, don Patricio Raby B., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 20 de abril de 2012 e inscrito en el Registro de comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2012, a fojas 25.613, N° 18.029; y, (iii) escritura pública del 30 de diciembre de 2016, otorgada ante notario público de Santiago, don Eduardo Díez M., cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 11 de febrero de 2017 e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago el año 2017, a fojas 15.151, N° 8.445.

<sup>42</sup> Copia de la Inscripción en Registro de Comercio de Santiago con fecha 24 de mayo de 2017, carátula N° 12166557, que indica que al margen de la inscripción de la Producciones Megavisión Limitada no hay notas marginales o subinscripciones que den cuenta que los socios o accionistas le hayan puesto término a la sociedad.

<sup>43</sup> Mandato especial conferido mediante escritura pública ante notario público, don Eduardo Díez M., de 10 de mayo de 2016, repertorio N° 27.984-2017.

<sup>44</sup> Se realiza la prevención de las cifras declaradas no son totalmente precisas. Sin embargo, aquello no modifica sustancialmente el análisis de la presente Operación, por lo que se hará basado en dichos antecedentes.

- i. Red Televisiva Megavisión S.A.:
  - 1) Bethia Comunicaciones S.A. (99% del capital social [sic]); e,
  - 2) Inversiones Betmin SpA (0,01% del capital social).
  
- ii. Bethia Comunicaciones S.A.:
  - 1) Sociedad de Inversiones Bethia Limitada (72,5% del capital accionario); y,
  - 2) Discovery Communications Chile SpA, (27,5% del capital accionario).
  
- iii. Sociedad de Inversiones Bethia Limitada:
  - 1) Betfam S.A. (99,9% del capital social [sic]); e,
  - 2) Inversiones Betmin SpA, (0,0000008% del capital social).
  
- iv. Betfam S.A.:
  - 1) Liliana Solari Falabella, con un 35,08% del capital social;
  - 2) Carlos Heller Solari, con un 28,26% del capital social;
  - 3) Andrea Heller Solari, con un 28,24% del capital social;
  - 4) Pedro Heller Ancarola, con un 2,10% del capital social;
  - 5) Alberto Heller Ancarola, con un 2,10% del capital social;
  - 6) Paola Barrera Heller, con un 2,11% del capital social; y,
  - 7) Felipe Rossi Heller, con un 2,11% del capital social.
  
- v. Inversiones Betmin SpA: Bethia S.A. es su único accionista con el 100% del capital social.
  
- vi. Bethia S.A.:
  - 1) Liliana Solari Falabella, con un 13,13% del capital accionario;
  - 2) Carlos Heller Solari, con un 25,38% del capital accionario;
  - 3) Andrea Heller Solari, con un 25,38% del capital accionario;
  - 4) Pedro Heller Ancarola, con un 9,03% del capital accionario;
  - 5) Alberto Heller Ancarola, con un 9,03% del capital accionario;
  - 6) Paola Barrera Heller, con un 9,03% del capital accionario; y,
  - 7) Felipe Rossi Heller, con un 9,03% del capital accionario.

- vii. Discovery Communications Chile SpA: Los declarantes señalan que su único accionista es Discovery Networks S.L., que es la sociedad matriz del grupo la empresa Discovery Communications, Inc., cuyas acciones se transan públicamente en bolsa, por lo que no es posible identificar a sus accionistas hasta alcanzar el nivel en que estos son personas naturales. Agrega que Discovery Networks S.L. no posee ni explota medios de comunicación social en Chile, ni tampoco lo hace el Grupo Discovery, al que representa. Discovery Networks S.L. es dueña de diversas señales de televisión de pago, las que son producidas y transmitidas desde el extranjero mediante licencias de distribución en Chile<sup>45</sup>. Respecto a su matriz, los declarantes indican que en Discovery Communications Inc., el 28,6% de su capital con derecho a voto está en manos del Sr. John Malone, quien es también accionista de Liberty Global, entidad controladora del cable operador VTR. Finalmente indica que, en todo caso, ninguna entidad del Grupo Liberty posee interés en el Grupo Discovery, o viceversa<sup>46</sup>.
26. Respecto a intereses en otros medios de comunicación sonora y televisiva, cabe indicar que, Bethia Comunicaciones S.A. ya había declarado sus intereses con ocasión del expediente Rol ILP N° 249-12 FNE, los cuales seguirían vigentes<sup>47</sup> y son:
- i) La entidad relacionada, Club Hípico de Santiago S.A. es arrendataria de espacio radial en Radio Carrera<sup>48</sup>.

---

<sup>45</sup> El declarante menciona las siguientes señales: Discovery Channel; Discovery Kids; Discovery Home & Health; TLC; Investigation Discovery; Animal Planet; Discovery Turbo; Discovery Civilization; Discovery Science; Discovery Theater HD; y, Discovery World HD.

<sup>46</sup> Dicha operación fue analizada en extenso con ocasión del expediente Rol ILP N° 534-16 FNE, en donde se autorizó la operación sujeta a una serie de medidas por parte tanto del grupo Discovery como del Grupo Bethia.

<sup>47</sup> Ver Fiscalía Nacional Económica, Informe de Ley de Prensa N° 15/2012, 16 de febrero de 2012. *Solicitud de las sociedades Comunicación Información y Cultura S.A. y Servicios y Consultorías Hendaya S.A. sobre informe previo relativo a la toma de control de medios de comunicación social resultantes de la venta de la totalidad de las acciones de la Red Televisiva Megavisión S.A y de las acciones y derechos sociales de sus filiales, a las sociedades Bethia Comunicaciones S.A. e Inversiones Betmin, SpA.* Rol ILP N° 49-12. Párrafo N° 4.

<sup>48</sup> Corresponde a la señal distintiva CB-096, denominada "Radio Carrera" y concedida mediante Decreto Supremo N° 632, de fecha 28/03/1963 y cuya publicación se realizó en el Diario Oficial con fecha 04/05/1963. Su zona de servicio es Santiago; su frecuencia principal es de 960,0 Mhz; y su potencia es de 10.000 W.

- ii) La entidad relacionada, Club Hípico de Santiago S.A., es propietaria del 50% de los derechos sociales de la sociedad Transmisión de TV Hípica Limitada, que opera en las señales 152 de VTR; 66 de Claro; 58 de GTD Manquehue; 367 de Movistar, entre otras señales de cableoperadores regionales; y
- iii) La entidad relacionada Falabella Retail S.A., es arrendataria de espacios publicitarios en televisión para la promoción de sus productos a través de Falabella TV.

## II. CONSIDERACIÓN PRELIMINAR: CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LIBRE COMPETENCIA EN CHILE. EVOLUCIÓN DE LA LEY N° 19.733

- 27. Durante el Periodo de Información Pública, diversos agentes manifestaron su inquietud por la Operación y, en general, por los efectos que la concentración de medios de comunicación como fenómeno agregado puede ocasionar a nivel de pluralismo informativo.
- 28. Por ejemplo, el H. Diputado Sr. Daniel Núñez solicitó el rechazo de la Operación, habida consideración de la afectación al mercado informativo que ella produciría<sup>49</sup>.
- 29. Por su parte, el Instituto Nacional de Derechos Humanos ("INDH"), hizo presente que, la concentración de medios y la existencia de monopolios u oligopolios en la propiedad de los medios de comunicación puede afectar la libertad de expresión<sup>50</sup>, habiéndose recomendado recientemente al Estado

---

<sup>49</sup> "Tanto del texto de la Ley de Prensa, de la historia de su tramitación, como de las resoluciones en la materia emitidas por la Fiscalía Nacional Económica y el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, se desprende que los bienes jurídicos tutelados a través del trámite de informe de la Fiscalía son la libre competencia y el pluralismo informativo". Presentación de 11 de agosto de 2017 del Diputado Sr. Daniel Núñez.

<sup>50</sup> La Corte Interamericana de Derechos Humanos ha indicado que "la libertad de expresión se puede ver también afectada sin la intervención directa de la acción estatal. Tal supuesto podría llegar a configurarse, por ejemplo, cuando por efecto de la existencia de monopolios u oligopolios en la propiedad de los medios de comunicación, se establecen en la práctica "medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones". Corte Interamericana de Derechos Humanos. *Opinión Consultiva OC-5/85 sobre la Colegiación Obligatoria de los Periodistas*. 13 de noviembre de 1985. Párrafo N° 56.

que “Chile debería reforzar sus políticas para promover la competencia en todos los mercados relevantes de la comunicación e impedir que los grupos existentes sigan expandiéndose verticalmente y acaparando medios de comunicación. En este sentido, las normas y políticas públicas que establezcan límites razonables a la acaparación de frecuencias (...) [entre otras medidas], son compatibles con la protección del derecho a la libertad de expresión”<sup>51</sup>.

30. Pese a la razonabilidad que puedan tener las apreciaciones anteriormente señaladas, la legislación vigente no permite incorporar dichas consideraciones de manera directa en el análisis de la presente Operación.
31. En efecto, el sistema vigente en relación a la modificación o cambio de propiedad en medios de comunicación sujetos a concesión estatal se encuentra establecido en el artículo 38, inciso 2° de la Ley N° 19.733, sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo de Prensa (“Ley de Prensa”) consiste en que “tratándose de medios de comunicación social sujetos al sistema de concesión otorgada por el Estado, el hecho o acto relevante [relativo a la modificación o cambio en la propiedad] deberá contar, previo a su perfeccionamiento, con informe de la Fiscalía Nacional Económica referido a su efecto sobre la competencia (...)”.
32. Conforme al texto vigente de la Ley de Prensa y a la más reciente jurisprudencia existente a su respecto, el enfoque que esta Fiscalía aplicará se limita a los efectos que produce la concentración de medios sobre la competencia. Sin embargo, esta limitación no ha existido siempre, como a continuación se mostrará.

---

<sup>51</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. *Informe Especial sobre la Libertad de Expresión en Chile 2016*. Párrafo N° 113. Disponible en: [http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/INFORME\\_PAIS\\_Chile.pdf](http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/INFORME_PAIS_Chile.pdf) [Consulta: 22 de agosto de 2016].

**II.1. La instauración del artículo 38 en la Ley N° 19.733, de 2001 (vigente entre los años 2001 y 2009)**

33. Luego de una larga y compleja tramitación legislativa, el 4 de junio de 2001 fue publicada la Ley N° 19.733, en la que se estableció la necesidad de contar con un informe favorable relativo al "impacto en el mercado informativo" de las operaciones que impliquen un cambio en la propiedad de los medios de comunicación sujetos a concesión del Estado para su perfeccionamiento. Dicho informe lo debía emitir la Comisión Preventiva Central, y luego el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, como continuador legal de la primera<sup>52</sup>.
34. El Proyecto de Ley original, de 8 de julio de 1993, no se refería al control de concentración de medios, declarándose explícitamente que se debiera "aplicar el régimen antimonopólico general de la economía en los medios de comunicación", esto es, lo dispuesto en el texto entonces vigente del Decreto Ley N° 211<sup>53</sup>. Con posterioridad, el ejecutivo propuso una indicación que exigía un informe previo respecto al perfeccionamiento de las operaciones.
35. No obstante, diversos parlamentarios estimaron insuficiente dicha regulación, por lo que se plantearon mociones que concluyeron con que, en 1995, se aprobó una disposición que establecía un sistema de control *ex ante*, basado en cuotas máximas de propiedad en los medios de comunicación<sup>54</sup>. La disposición, contenida en el artículo 43, inciso segundo del Proyecto, señalaba:

---

<sup>52</sup> Ley N° 19.911, de 2003, que crea el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Artículo segundo.

<sup>53</sup> Intervención del Ministro Secretario General de Gobierno de la época, Sr. Brunner en Discusión en Sala. Cámara de Diputados, de 7 de junio de 1995. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 19.733*. p. 131. Cabe agregar que la única disposición especial en relación a la concentración de medios que se incorporaba en el texto original del proyecto imponía un mero deber de informar los hechos o actos relevantes relativos al cambio de propiedad de un medio de comunicación social.

<sup>54</sup> En un inicio, la moción fue planteada por los H. Diputados, Sres. Aylwin, Elgueta y Sra. Pollarolo, siendo inicialmente rechazada en la Comisión de Constitución, Segundo Informe de Comisión Legislativa. Cámara de Diputados. 9 de agosto de 1995 y luego incorporada en el Oficio de Cámara de Origen a Cámara Revisora. 12 de septiembre de 1995. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 19.733*. pp. 89 y ss., 213 y ss.

*“Se reputarán como hechos de la naturaleza de los sancionados en el inciso precedente [esto es, como contrarios a la libre competencia]:*

*a) En el ámbito de la prensa escrita, el control de más del 30% del mercado informativo nacional en manos de una persona natural o jurídica, sola o asociada con otra u otras; y el control directo o indirecto por una persona natural o jurídica, sola o asociada con otra u otras, de más del 30% de la distribución de los diarios de información general.*

*b) El control de más del 15% del mercado informativo general por una sola persona natural o jurídica; o de más del 20% del referido mercado por dos o más personas naturales o jurídicas, asociadas.*

*c) El dominio de dos o más tipos diversos de medios de comunicación social en un mismo mercado, por una persona natural o jurídica, sola o asociada con otra u otras.”*

36. Con todo, dicha norma no entró en vigencia: el Tribunal Constitucional de la época, a requerimiento de un grupo de Diputados la declaró inconstitucional al considerar que se vulneraría el derecho de desarrollar cualquier actividad económica (artículo 19, N° 21 de la Constitución Política de la República en relación con su N° 26) y el derecho a la adquisición del dominio de toda clase de bienes salvo las limitaciones que impongan leyes de quórum calificado (artículo 19 n° 23) y de propiedad (artículo 19 N° 24 del mismo cuerpo normativo)<sup>55</sup>. Dicho requerimiento al Tribunal Constitucional tuvo como antecedente la reserva que efectuó antes que fuera despachado el proyecto el entonces diputado, Sr. Juan Antonio Coloma y fue interpuesto por 34 diputados.
37. La decisión de la judicatura constitucional tuvo como consecuencia que, al retomarse la tramitación del proyecto, como indicó el Ministro Secretario General de Gobierno de la época, se adoptó una nueva visión, en virtud de la cual se favoreció la doctrina de promover al máximo la competencia y

---

<sup>55</sup> Sentencia Tribunal Constitucional. 30 de octubre de 1995. Rol N° 226, *Requerimiento formulado por diversos Diputados para que el Tribunal resuelva sobre la cuestión de constitucionalidad planteada durante la tramitación del proyecto de ley sobre ‘Libertad de expresión, información y ejercicio del periodismo’, de acuerdo al artículo 82, N° 2, de la Constitución Política de la República. Considerandos 44° y ss.* Disponible en: <http://www.tribunalconstitucional.cl/wp/desent.php?id=226> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

abandonar la otra gran escuela que existe en las democracias occidentales, consistente en introducir directamente regulaciones en el mercado<sup>56</sup>. De este modo, hasta aquel momento el texto legal no incorporaba un mecanismo eficaz de control de la propiedad en medios de comunicación<sup>57</sup>.

38. No obstante, en agosto de 2000, el Ejecutivo envió un veto aditivo y sustitutivo indicando que, en materia de pluralismo informativo, "la industria de los medios de comunicación no puede escapar a los mecanismos de control económico que nuestro sistema tiene, para asegurar la libre competencia y la no concentración monopólica"<sup>58</sup>.
39. De esta manera, se estableció la exigencia de que, en el caso de los medios sujetos al sistema de concesiones del Estado, la Comisión Preventiva Central debía emitir un informe previo "a objeto de detectar oportunamente el efecto negativo que determinadas transacciones pudieren tener en la libre

---

<sup>56</sup> Intervención del Ministro Secretario General de Gobierno de la época, Sr. Brunner. Discusión en Sala. 4 de noviembre de 1997. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 19.733*. p. 486.

"En todos los países del mundo se ha observado una tendencia a la concentración de los medios de comunicación. Y eso ocurre en todas las democracias occidentales, en todos los sistemas industriales de mercado. Frente a ello, la legislación comparada busca de alguna manera contrarrestar esas tendencias del mercado, para promover la competencia, o bien, para regular y limitar la concentración.

En el caso del proyecto en debate, y siguiendo en esto la inspiración de la Constitución Política, se ha favorecido la doctrina de promover al máximo la competencia y abandonar la otra gran escuela que existe en las democracias occidentales, consistente en introducir directamente regulaciones en el mercado.

Quiero decir, por ejemplo, que en la mayor parte de los países europeos hoy día existen regulaciones al menos de dos tipos: para limitar la concentración de la propiedad entre distintos medios -o sea, que un dueño pueda serlo a la vez de un canal de televisión y de un periódico-, o bien, para regular el alcance de mercado que pueden tener determinados medios, sobre todo los relacionados entre sí (es decir, se fijan cuotas de mercado).

Después de una larga discusión sostenida en el transcurso de los últimos dos o tres años, en general me parece que, dentro de la idea central del proyecto, hemos acogido la primera doctrina, es decir, cómo asegurar al máximo posible la competencia".

<sup>57</sup> La única alusión a materias de libre competencia fue la incorporación de una norma (art. 25, proyecto de Ley de Prensa) según la cual se reputarían artículos o servicios esenciales los pertinentes a la operación o mantención de los medios de comunicación social para efectos de lo dispuesto en el entonces artículo 1° del DL N° 211. Trámite de Veto Presidencial; Senado – Cámara de Diputados. 4 de julio de 2000. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 19.733*. p. 1254.

<sup>58</sup> Oficio del Ejecutivo a Cámara de Origen. Oficio de Observaciones del Ejecutivo. 16 de agosto de 2000. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 19.733*. pp. 853 y ss.

- conurrencia"<sup>59</sup>. Dicho informe, según el texto legal finalmente aprobado, debía versar sobre el impacto en el mercado informativo de las operaciones de concentración.
40. A modo de ejemplo, en aplicación de este texto legal, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia conoció de la operación en que GLR Chile Limitada buscaba adquirir a Claxson Chile S.A. y a Iberoamerican Radio Chile (Resolución N° 20/2007)<sup>60</sup>.
  41. En dicha oportunidad, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia señaló que la Ley de Prensa "establece normas especiales de defensa de la competencia, y atribuciones específicas a este Tribunal, en resguardo del pluralismo y diversidad en el sistema informativo (...) Esta última es una exigencia extraordinaria en nuestro sistema de control de concentraciones (...)"<sup>61</sup>.
  42. El fundamento de lo anterior, según el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, guarda relación con la probabilidad de que "la concentración en la propiedad de los medios de comunicación social pueda resultar atentatoria para el funcionamiento del sistema democrático, considerando como esencial, para la libertad de expresión, la pluralidad de medios de comunicación social. Estas disposiciones buscan equilibrar adecuadamente el pluralismo informativo con una economía de mercado, con el fin de promover el desarrollo de una democracia pluralista y transparente en el país"<sup>62</sup>.
  43. En suma, se indicó que "el artículo 38° no impone la necesidad de efectuar un análisis de diferente naturaleza a aquel propio de cualquier operación de concentración, a la luz de las normas sobre protección a la libre competencia, sin perjuicio de que establece la exigencia de considerar también en dicho

---

<sup>59</sup> *Ibíd.*

<sup>60</sup> Resolución TDLC N° 20/2007. *Compra de la totalidad de acciones de Iberoamerican Radio Chile S.A.* 27 de julio de 2007. Rol NC N° 173-06.

<sup>61</sup> *Ibíd.* Considerando 2°.

<sup>62</sup> *Ibíd.* Considerando 4°.

análisis los efectos que una concentración empresarial en la industria de los medios de comunicación pueda producir en el pluralismo informativo y en la libertad de expresión”<sup>63</sup>.

44. De esta manera, el H. Tribunal entendía que, además de la libre competencia, mediante la emisión de estos informes se cautelaba indirectamente el pluralismo y diversidad de la información, por lo que aquellos bienes jurídicos fueron considerados en su análisis<sup>64</sup>.

## II.2. Cambio a la Ley de Prensa: La Ley N° 20.361, de 2009 (vigente desde el año 2009 a la actualidad)

45. La norma del artículo 38 de la Ley de Prensa cambió en 2009 en el marco de la Ley N° 20.361, que reformaba el sistema de libre competencia nacional<sup>65</sup>. Uno de sus fundamentos fue la excesiva carga que implicaba para el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, debido a que “incide significativamente en el trabajo del Tribunal, pese a la escasa trascendencia social que, la mayoría de las veces, representan las conductas examinadas (...)”<sup>66</sup>. Por ello, se decidió modificar el organismo competente, pasando la competencia desde dicho Tribunal a la Fiscalía, limitando su conocimiento, solo a aquellos casos en que esta última emita un informe desfavorable<sup>67</sup>.
46. Adicionalmente, durante el trámite legislativo, se modificó el objetivo del informe, pasando del “impacto en el mercado informativo” de las operaciones a su “efecto sobre la competencia”. Esta modificación se originó en una indicación de los H. Diputados, Sres. José Miguel Ortiz, Eduardo Saffirio,

<sup>63</sup> *Ibid.* Considerando 8°.

<sup>64</sup> “El legislador ha considerado que la libre competencia es uno de los medios o instrumentos idóneos para, indirectamente, alcanzar o mantener un grado razonable de pluralismo y diversidad de la información, asignando especialmente a este Tribunal un deber de resguardo de la adecuada competencia en este mercado, por medio del examen previo a cualquier modificación o cambio en la propiedad o control de un medio de comunicación social”. *Ibid.* Considerando 9°.

<sup>65</sup> Ley N° 20.361, de 2009, que modifica el Decreto con Fuerza de Ley N° 1 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, de 2005, sobre Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

<sup>66</sup> Mensaje Presidencial con que inicia el Proyecto de Ley. 5 de junio de 2006. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL. *Historia de la Ley N° 20.361*. p. 9

<sup>67</sup> Proyecto de Ley. Artículo 2°, numeral 2), letras a) y b).

Marcelo Dfiaz, Gonzalo Arenas, Tucapel Jiménez, Edmundo Eluchans, Eugenio Tuma y Jaime Mulet en la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados<sup>68</sup>.

47. A modo de ejemplo, estando vigente esta norma, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia se pronunció respecto a la operación en que Radiodifusión SPA (relacionada al Canal 13 de televisión) buscaba adquirir las radios Horizonte y Oasis. (Resolución N° 41/2012)<sup>69</sup>.
48. En dicha oportunidad, que corresponde al último pronunciamiento emitido por el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia en aplicación del artículo 38, dicha judicatura señaló expresamente que con la modificación legal “se eliminó el mandato para que las autoridades de libre competencia velen directamente por el pluralismo informativo que se requiere para garantizar las libertades de opinión e información que resguarda la Ley de Prensa”<sup>70</sup>.
49. En la misma línea, también manifestó que “no existe ya en la Ley de Prensa mandato legal que autorice a la Fiscalía Nacional Económica o a este Tribunal para velar directamente por bienes jurídicos distintos de aquellos que tutela el D.L. N° 211 o a hacerlo con énfasis distintos”<sup>71</sup>.

### **II.3. Tratamiento comparado de operaciones de concentración en medios de comunicación**

50. En razón de lo anteriormente expuesto; considerando las atribuciones otorgadas a este organismo por la ley vigente y la interpretación que a su respecto efectuó el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, el análisis del presente caso se centrará en los eventuales impactos

<sup>68</sup> Primer Informe de Comisión de Economía. 5 de diciembre de 2006. Discusión particular. En: BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. *Historia de la Ley N° 20.361*. p. 41. Analizada esta Historia de la Ley, es posible señalar que no se encuentran explicitados los motivos que existieron para impulsar este cambio.

<sup>69</sup> Resolución TDLC N° 41/2012. 27 de septiembre de 2012. *Consulta de la Fiscalía Nacional Económica relativa a la adquisición por parte de Radiodifusión SpA de concesiones de radiodifusión de Comunicaciones Horizonte Ltda.*

<sup>70</sup> *Ibíd.* Considerando 9.8.

<sup>71</sup> *Ibíd.* Considerando 9.9.

competitivos de la Operación, y no en otro tipo de consideraciones, como la afectación al pluralismo informativo o al sistema democrático.

51. Lo anterior es relevante si se estima que, precisamente tales consideraciones adicionales son los bienes jurídicos que han fundado el que en otras jurisdicciones la regulación en estas materias sea mucho más minuciosa y exigente que la nacional. En efecto, en la mayoría de los países pertenecientes a la OCDE existen instrumentos específicos diferentes de las regulaciones de libre competencia, respecto de estas materias. Una forma tradicional en que se manifiesta dicha regulación es a través del establecimiento de limitaciones *ex ante* a la propiedad en medios de comunicación<sup>72</sup>.
52. Lo anteriormente señalado se reafirma con el análisis que esta Fiscalía hizo con ocasión del presente informe respecto de algunas legislaciones comparadas (Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, España, Francia y Australia), cuyos resultados se muestran en el Anexo B<sup>73</sup>.

### III. ANÁLISIS DE MERCADO

#### III.1. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA

53. La venta de espacios publicitarios constituye la principal fuente de financiamiento de la industria, razón por la cual es relevante entender sus características y composición en los distintos tipos de medios de comunicación social. La industria chilena del avisaje publicitario está compuesta por diversas plataformas o medios que, en base a características particulares, permiten difundir o dar a conocer productos, así como crear y/o reforzar una determinada marca de cara a un público objetivo.

---

<sup>72</sup> FORTIN, Carlos. *Derecho a la información y propiedad de los medios de comunicación: teoría, normativa comparada, problemática chilena*. Revista de Derecho Público, pp. 181; 187. Universidad de Chile. N° 75. 2011. Disponible en: <http://www.revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RDPU/article/view/36641> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>73</sup> ANEXO B: Concentración de Medios de Comunicación y Libre Competencia en el Derecho Comparado.

54. En cuanto a la composición de la industria del avisaje publicitario, se puede advertir claramente que, al menos desde el año 2008, el principal medio de comunicación en que invierte la industria del avisaje corresponde a la televisión abierta superando con creces la inversión en radios y en televisión de pago, mostrándose esta última situación en la Tabla N° 1. No obstante, resulta necesario señalar también el aumento progresivo en la inversión en medios de comunicación *on-line*, el cual ha desplazado la participación de los medios radiales al cuarto lugar.

**Tabla N°1: Inversión Histórica (real) en medios masivos de comunicación**

Medios	MM\$			%		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Televisión	293.051	288.485	284.394	38,2%	37,4%	35,8%
Díarios	200.155	183.233	175.736	26,1%	23,8%	22,1%
Online	85.031	105.376	135.320	11,1%	13,7%	17,0%
Radios	63.812	63.007	66.845	8,3%	8,2%	8,4%
Vía pública	52.577	57.344	57.593	6,9%	7,4%	7,3%
Tv pago	45.586	51.291	53.663	5,9%	6,6%	6,8%
Revistas	24.433	19.380	17.538	3,2%	2,5%	2,2%
Cine	2.297	3.310	3.253	0,3%	0,4%	0,4%
<b>Total</b>	<b>766.942</b>	<b>771.426</b>	<b>794.342</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Informe Inversión Publicitaria, ACHAP y otros (2017)

55. En relación al avisaje en sitios de contenidos en Internet, tanto los distintos participantes del mercado, como esta Fiscalía y el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia muestran que, en general, el desarrollo de aquellos se realiza como una estrategia de apoyo a fin de recordar y complementar la función de la radio, el diario o el canal de televisión y no como un mecanismo de sustitución de éste<sup>74</sup>. Por ejemplo, se puede apreciar que distintas radios, tanto de Canal 13 como del grupo Iberoamerican, o la cadena objeto del presente informe, tienen sitios web donde ofrecen acceso a sus señales en

<sup>74</sup> Ver: Fiscalía Nacional Económica. Informe de Ley de Prensa N° 68/2016, de 16 de septiembre de 2016. *Solicitud de Informe Previo de Compañía Chilena de Comunicaciones S.A. y otro sobre transferencia de acciones de Finis Terrae Sociedad Radiodifusora S.A. a Corporación de Radio Valparaíso Limitada y otro.* Rol ILP N° 577-16 FNE; Resolución TDLC N° 41/2012, 27 de septiembre de 2012. *Consulta de la Fiscalía Nacional Económica relativa a la adquisición por parte de Radiodifusión SpA de concesiones de radiodifusión de Comunicaciones Horizonte Ltda.*

línea, así como otros contenidos complementarios a la señal de radiodifusión y/o de televisión<sup>75</sup>.

### III.2. MERCADO RELEVANTE

56. La Fiscalía entiende por mercado relevante el de un producto o grupo de productos respecto de los cuales no se encuentran sustitutos suficientemente próximos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado. Adicionalmente, conforman un mismo mercado relevante el producto o grupo de productos que sus consumidores consideren sustitutos suficientemente próximos<sup>76</sup>.
57. En general, y tal como lo ha señalado este Servicio en otros informes, tanto el mercado radial como el televisivo presentan dos tipos de usuario final<sup>77</sup>:
- i. Radioescuchas o Televidentes: son quienes prestan atención a los distintos programas radiales/televisivos de una radio/canal y que realizan comparaciones con otras radios/canales del mismo dial disponible en una zona de servicio.
  - ii. Avisadores: son quienes, directamente o través de una agencia de medios, compran espacios publicitarios en ciertas radios/canales, insertados en determinados contenidos o programas. A su vez, el objetivo de los avisadores es elevar la venta de bienes de consumo final a quienes escuchen los avisos.
58. Tanto las radioemisoras como canales televisivos ofrecen sus contenidos de manera gratuita al público general y financian sus operaciones a través de los ingresos que obtienen por avisaje publicitario. De esta manera, las radios

---

<sup>75</sup> Por ejemplo: 13 Radio ([www.t13.cl/radio](http://www.t13.cl/radio)); ADN Radio ([www.envivo.adnradio.cl](http://www.envivo.adnradio.cl)); y Radio Candela ([www.radiocandela.cl](http://www.radiocandela.cl)) [Consulta: 17 de agosto de 2017].

<sup>76</sup> Fiscalía Nacional Económica. *Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración*. 2012. p.10. Disponible en <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf> [Consulta: 17 de agosto de 2017].

<sup>77</sup> En la literatura económica este tipo de mercados se conoce como "mercado bilateral" o *two-sided market*.

o los canales generan determinados contenidos, a fin de hacer su señal más atractiva a la audiencia y, con ello, obtener mayores ingresos por avisaje publicitario.

59. Por lo anterior, en el mercado de la radiodifusión, el *rating* o audiencia determina principalmente la disposición a pagar de los avisadores por espacios publicitarios en el otro lado del mercado. Sin embargo, la inclusión de dichas tandas comerciales reduce la atención del radioescucha o televidente y, por tanto, aumenta la probabilidad de que cambie de señal radial o televisiva, según sea el caso.
60. En definitiva, en este caso en particular el mercado afectado es el de las cadenas de radioemisoras en FM, sin perjuicio de que se considerará también la relación que existe entre aquel y el mercado de los canales de televisión abierta.
61. Lo anterior se funda en el hecho de que la radiodifusión presenta diversas características diferenciadoras respecto de otros medios de comunicación masiva, como los diarios y la televisión, siendo las principales su costo de producción relativamente bajo y la posibilidad de llegar a segmentos específicos de la población, de modo tal que permite una alta frecuencia de avisaje. Además, posee un elevado nivel de penetración y una significativa flexibilidad y rapidez para modificar o reemplazar la pauta publicitaria.
62. En cuanto a la sustituibilidad del avisaje radial, en razón de su forma de difusión (exclusivamente sonora), uso<sup>78</sup> (reforzamiento de marca) y horarios de mayor audiencia<sup>79</sup>, presenta cualidades especialísimas que difieren del avisaje en otros medios de comunicación masiva. En concreto, el avisaje radial, para ciertos productos o servicios, aparece como complementario de

---

<sup>78</sup> Resolución TDLC N° 20/2007. *Consulta de GLR Chile Ltda. sobre compra de la totalidad de las acciones de Iberoamerican Radio Chile S.A.* 27 de julio de 2007. Considerando vigésimo tercero. "En ese sentido, la publicidad en diarios, revistas, televisión y otros medios visuales serían más adecuados para desarrollar la imagen de una marca y presentar el producto, mientras que la publicidad en radios serviría para reforzar la recordación de la marca, para alcanzar a segmentos particulares del mercado..."

<sup>79</sup> "Que, por último, es relevante señalar las marcadas diferencias en los horarios de mayor audiencia entre uno y otro medio masivo de comunicación". *Ibíd.* Considerando vigésimo cuarto.

los mensajes publicitarios difundidos a través de otros medios de comunicación social como la prensa escrita o televisión<sup>80</sup>.

63. Si bien la operación objeto de la consulta se refiere a una concentración horizontal, dado que involucra a dos empresas que participan en el mercado de la radiodifusión sonora, resulta necesario destacar el hecho de que el adquirente pertenece a un grupo multiplataforma, con presencia en otras radios y canales de televisión abierta, así como en sitios informativos vía web, de modo que es posible que se produzcan efectos de portafolio, en la medida que el avisaje en televisión y el avisaje radial sean complementarios o estén relacionados desde el punto de vista de sus costos.
64. Según el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, los efectos positivos o beneficios de ofrecer conjuntamente dos bienes dicen relación con: (i) la mayor demanda del bien relacionado debido a una disminución en el precio del bien complementario; y, (ii) el aprovechamiento de las economías de ámbito por la existencia de costos conjuntos, es decir, un ahorro de costos de producción que deriva de la producción conjunta de ambos bienes<sup>81</sup>.
65. Asimismo, "los efectos de portafolio negativos o eventuales riesgos para la libre competencia, se refieren a la posibilidad de extender el poder que se tiene en uno de los mercados hacia el otro, mediante estrategias como la venta atada, el empaquetamiento, la discriminación arbitraria de precios y otras, todo ello con el fin de excluir competidores del mercado (*OECD, 24 enero 2002, 'Portfolio Effects in Conglomerate Mergers'*)"<sup>82</sup>.

---

<sup>80</sup> Lo anterior ha sido reconocido por el propio H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. "[E]l avisaje en radios apelaría a la imaginación y a las emociones de los auditores, mientras que en la televisión y la prensa escrita primarían los aspectos visuales de la publicidad. Lo anterior exigiría a la radio mayor creatividad para captar la atención y además obligarla a complementar el avisaje radial con publicidad en otros medios para exhibir el producto. En ese sentido, la publicidad en diarios, revistas, televisión y otros medios visuales serían más adecuados para desarrollar la imagen de una marca y presentar el producto, mientras que la publicidad en radios serviría para reforzar la recordación de la marca, para alcanzar a segmentos particulares del mercado o a grupos con intereses específicos y para reiterar el aviso difundido por otros medios". *Ibid.*

<sup>81</sup> Resolución TDLC N° 41/2012. 27 de septiembre de 2012. *Consulta de la Fiscalía Nacional Económica relativa a la adquisición por parte de Radiodifusión SpA de concesiones de radiodifusión de Comunicaciones Horizonte Ltda.* Considerando 11.4.

<sup>82</sup> *Ibid.* Considerando 11.5.

66. Respecto al mercado geográfico, éste se define en el presente informe como uno de alcance nacional, pues las concesiones radiales en análisis, se estructuran comercialmente como cadenas, con diversas concesiones a lo largo del país que transmiten un mismo contenido. Sin embargo, por el lado de la demanda, la ciudad de Santiago constituye el principal polo para las agencias publicitarias y avisadores en general, por lo que se tomará como marco de referencia para el análisis de la operación y sus impactos las radios basadas en Santiago, toda vez que, según se verá, son generalmente las mismas que tienen presencia nacional con estructura de cadena radial.

### **III.3. CONCENTRACIÓN Y UMBRALES**

#### **III.3.1. Mercado de Radios con presencia en Santiago**

67. En este mercado relevante transmiten 35 radios, 5 de ellas estrictamente locales (3 radios de credos religiosos y 2 radios universitarias) y las restantes 30 como radios FM comerciales, con alcance interregional, en cadena, según se muestra en la siguiente tabla. Para efectos del análisis de la Operación, se consideran integrantes del mercado las 30 radios de cadena nacional y las 2 señales universitarias que, aun cuando tienen dicho carácter, también participan del mercado del avisaje.

Tabla N° 2: Mercado relevante radios FM en la Región Metropolitana

SEÑAL	FREC. PRINCIPAL	POTENCIA	NOMBRE RADIO	CONCESIONARIA
XQB-001	88,1	10.000	IMAGINA	IBEROAMERICAN RADIO HOLDINGS CHILE S.A.
XQB-109	88,5	10.000	CONCIERTO	ABRIL S.A.
XQB-007	88,9	10.000	FUTURO	IBEROAMERICANA RADIO CHILE S.A.
XQB-150	89,3	10.000	MARIA	FUNDACION RADIO MARIA SANTIAGO
XQB-015	89,7	10.000	DUNA	RADIODIFUSION Y SONIDO S.A.
XQB-024	90,5	10.000	PUDAHUEL	BLAYA Y VEGA S.A.
XQB-004	91,3	10.000	EL CONQUISTADOR	RADIODIFUSION EL CONQUISTADOR S.A.
XQB-058	91,7	10.000	ADN RADIO	COMUNICACIONES SANTIAGO S.A.
XQB-008	92,1	10.000	AGRICULTURA	PUBLICACIONES Y DIFUSION S.A.
XQB-087	92,5	10.000	RADIO ACTIVA	COMUNICACIONES SANTIAGO S.A.
XQB-025	92,9	10.000	LA CLAVE	RADIODIFUSORA ROMANCE HOLDING LTDA.
XQB-143	93,3	10.000	COOPERATIVA	CIA. CHILENA DE COMUNICACIONES S.A.
XQB-052	93,7	10.000	UNIVERSO(*)	FINIS TERRAE SOCIEDAD RADIODIFUSORA S.A.
XQB-110	94,1	10.000	ROCK & POP	CIA. DE RADIOS S.A.
XQB-006	94,5	10.000	U. DE SANTIAGO	UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE
XQB-014	95,3	1.000	CANDELA	PRODUCCIONES MEGAVISION LTDA.
XQB-002	95,9	1.000	TIEMPO	COMUNICACIONES CONTINENTAL S.A.
XQB-051	96,5	1.000	BEETHOVEN	AGRUPACION MUSICAL BEETHOVEN S.A.
XQB-016	97,1	1.000	CORPORACION	COMUNICACIONES DEL PACIFICO S.A.
XQB-053	97,7	10.000	No Informado	RADIO ZERO S.A.
XQB-012	98,5	10.000	FM DOS	IBEROAMERICANA RADIO CHILE S.A.
XQB-021	99,3	10.000	CAROLINA	RADIO CAROLINA S.A.
XQB-148	99,7	10.000	BIO-BIO	BIO-BIO COMUNICACIONES S.A.
XQB-005A	100,1	10.000	INFINITA	SOC. RADIODIFUSORA INFINITA S.A.
XQB-045	100,5	10.000	PAULA FM	DIAL SANTIAGO S.A.
XQB-039	100,9	10.000	PLAY	RADIODIFUSION SPA
XQB-076	101,3	10.000	CORAZON	CIA. DE RADIOS S.A.
XQB-031	101,7	10.000	HIT 40	IBEROAMERICANA RADIO CHILE S.A.
XQB-149	102,1	10.000	OASIS	RADIODIFUSION SPA
XQB-032	102,5	10.000	U. DE CHILE	UNIVERSIDAD DE CHILE
XQB-044	103,3	10.000	TELE13 RADIO	RADIODIFUSION SPA
XQB-094	104,1	10.000	ROMANTICA	COMUNICACIONES SANTA BARBARA S.A.
XQB-111	104,5	10.000	ARMONIA	COMUNICACIONES RADIALES CORDILLERA S.A.
XQB-067	104,9	10.000	DISNEY	DIAL METROPOLITANO S.A.
XQB-043	105,3	10.000	SONAR	RADIODIFUSION SPA

(\*) Solicitud de transferencia a Corporación Radio Valparaíso, ILP 577-16.  
Fuente: Elaboración propia en base a SUBTEL, junio 2017.

68. Las señales objeto de la solicitud de informe son:

- i. Radio Infinita: señal XQB-005 A, con una potencia de 10.000 W, que opera en cadena con un target o grupo objetivo que corresponde a hombres y mujeres ABC1 mayores de 30 años.

- ii. Radio Romántica: señal distintiva XQB-094, con una potencia instalada de 10.000 W radio y que también operan en cadena con un target o grupo objetivo que corresponde a mujeres ABC1, mayores de 15 años.
  - iii. Radio Tiempo: señal distintiva XQB-002, con una potencia de transmisión de 1000 W que opera con retransmisión en las ciudades de Arica, San Antonio, Viña del Mar, Santiago y Concepción con un target o grupo objetivo que corresponde a hombres y mujeres ABC1-C3 con edades de 15 a 34 años.
69. Pese a lo señalado, resulta necesario destacar que el "reformateo" (cambio de público objetivo y/o nombre de una radio) es una práctica común en este mercado, por lo que, si bien existe una barrera a la entrada al mismo, como es el acceso al espectro radioeléctrico, consta movilidad en el mercado debido a esta característica<sup>83</sup>.

### III.3.2. Participación de la adquirente en el mercado.

70. La adquirente cuenta actualmente con 2 radios de su propiedad (a saber, Radio Carolina y Radio Candela), con lo cual alcanza un 6% de participación actual de mercado, medido por número de señales, entre las radios FM con presencia en la Región Metropolitana, considerando un universo total de 30 radios FM comerciales con alcance interregional, en cadena junto a 2 radios FM locales<sup>84</sup>.

<sup>83</sup> En este sentido se ha pronunciado el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia en su Resolución TDLC N° 40/2012, donde señaló que "[...] la adquisición de frecuencias, el reformateo y la renovación de estaciones de radio en concesiones ya asignadas, así como la competencia por voces representativas y el intento por llegar a nichos de mercado específicos, ejercen algún grado de presión competitiva a los incumbentes en el mercado, que se ven forzados a mejorar la calidad del producto ofrecido a los consumidores. Este tipo de crecimiento, entonces, es beneficioso para la competencia en el mercado y podría actuar como disciplinador del eventual poder de mercado que pueda poseer un grupo radial en concreto". *Ibíd.* Considerando 13.4.

Esta situación se dio en el caso de Radiodifusión S.A. (relacionada a Canal 13) que, una vez efectuada la adquisición autorizada por el H. Tribunal en la Resolución N° 41/2012, dejó de transmitir la radio Horizonte, que pasó a ser la radio TOP FM (marzo de 2013). Más adelante, esta última fue modificada, pasando a ser la actual T13 Radio (abril de 2015).

<sup>84</sup> Fuente: Fiscalía Nacional Económica, Informe en "Solicitud de Informe Previo de Sociedad de Grupo de Radios Dial S.A. y Grupo Carolina S.A., referida a la transferencia de frecuencias de radiodifusión en F.M. a Producciones Megavisión Ltda." (Rol N° ILP 587-16 FNE), del 14 de diciembre de 2016, Párrafo N° 36 y Tabla N° 3, p. 22. Este cálculo es conservador, pues en la Tabla N° 2 del mismo documento da cuenta de la presencia de 35 radios.

71. De concretarse la operación, Producciones Megavisión Ltda. adquiriría 3 radios adicionales (a saber, Radio Infinita, Radio Romántica y Radio Tiempo), con lo que pasaría a tener una participación de mercado de un 15%, medido según concesiones, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 3: Radios FM según grupo radial con presencia en la Región Metropolitana

GRUPO RADIAL	N° RADIOS PRE-OPERACION	N° RADIOS POST-OPERACION	PRESENCIA EN DIARIOS/TV
IBEROAMERICANA	10	10	(*)
COPESA	4	4	SI
CANAL 13	4	4	SI
BEZANILLA	3	0	NO
CRV (El Mercurio)	1	1	SI
BIOBIO	1	1	SI
MEGA	2	5	SI
OTROS	7	7	
HHI	1503	1621	

(\*) Acuerdo para publicidad conjunta con La Red  
Fuente: Elaboración propia, agosto 2017.

72. Finalmente, si se considera el *rating* de las señales radiales como medida para determinar la concentración del mercado, tampoco se observan modificaciones especialmente significativas desde un prisma de libre competencia, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 4: *Rating* promedio febrero-mayo 2017

GRUPO RADIAL	RATING	% PRE-ADQUISICIÓN	% POST-ADQUISICIÓN
IBEROAMERICANA	7,65	43,6%	43,6%
MEGA	2,06	11,7%	16,8%
BEZANILLA	0,89	5,1%	
CANAL 13	1,75	10,0%	10,0%
DIAL	1,35	7,7%	7,7%
COOPERATIVA	0,91	5,2%	5,2%
OTROS (8)	2,92	16,6%	16,6%
TOTAL FM COMERCIAL	17,54	100%	100%
HHI		2.302	2.422
VARIACIÓN			120

Fuente: Elaboración propia, en base a datos Megatime, 2017.

73. Aún más, resulta necesario señalar, según la información aportada en el expediente, que el total de ingresos por avisaje radial representa menos del 10% de los ingresos del canal Mega. Lo anterior da cuenta, nuevamente, del acotado aporte de las radios al negocio en general del conglomerado objeto de la presente consulta.
74. No obstante, para analizar el impacto de una operación, los cambios en los niveles de concentración no son el único criterio relevante, toda vez que existen riesgos derivados de la particular configuración del grupo adquirente como un actor relevante en el mercado televisivo.

### III.3.3. Televisión y avisaje

75. Medida la participación de mercado de los distintos grupos radiales y radiodifusoras, en términos de la inversión en avisaje, las señales adquiridas objeto del presente informe representan cerca del 3% del total de inversión publicitaria radial en el país<sup>85</sup> y, en términos de concentración, la operación en comento tendría un efecto en este mercado que sería, al menos, reducido, como se observa en la siguiente tabla:

**Tabla N° 4: Inversión Publicitaria según grupo Radial (2016)**

GRUPO RADIAL	2016 (PRE)	2016 (POST)
IBEROAMERICANA	38,2%	38,2%
COOPERATIVA	14,5%	14,5%
DIAL	10,2%	10,2%
C13	9,3%	9,3%
MEGA	6,4%	12,7%
OTROS	21,4%	13,1%
HHI	1943	2042

Fuente: Elaboración propia, en base a datos Megatime, 2016.

76. Sin embargo, como se señaló en el acápite anterior, es necesario también analizar el mercado televisivo y su relación con el avisaje, atendida la relevancia para el adquirente de dicha relación.

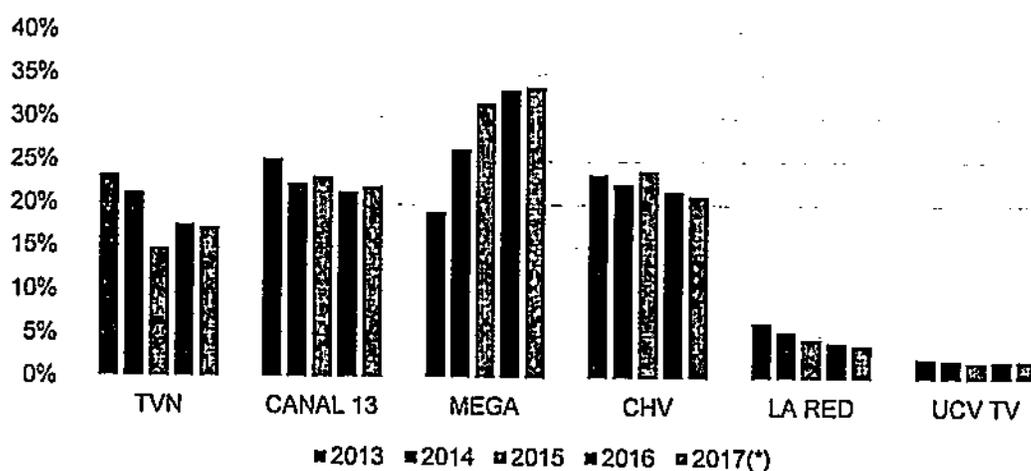
<sup>85</sup> Solo se consideraron los medios que reportan a Megatime.

77. La audiencia en TV –tanto abierta como de pago– se mide a través de diversos medios; en un principio era a través de cuadernillos (en que las personas registraban su consumo televisivo) y actualmente es mediante un dispositivo instalado en los televisores de los hogares que participan de la medición.
78. Cualquiera sea la modalidad, la unidad de medición se denomina “*rating*”, la cual representa el porcentaje de hogares (*rating* hogar) o individuos (*rating* personas), de un universo objetivo previamente definido, que están viendo un programa de televisión en un momento determinado.
79. En términos de Kantar Ibope Media, empresa que gestiona la información de consumo televisivo, “el *rating* mide el consumo de un espacio televisivo, equivaliendo al número promedio o porcentaje de individuos u hogares que mantienen contacto con un evento televisivo durante un período de tiempo. En otras palabras, es un indicador de permanencia promedio que señala el número de telespectadores”<sup>86</sup>. Dicha información de *rating* es entregada en “puntos”, donde cada punto muestra que el 1% del *target* referido ha sido espectador medio del evento estudiado, el que variará dependiendo del tamaño del universo considerado.
80. En TV abierta, el grupo Mega se ha consolidado en el segmento hogar en los últimos años, alcanzando aproximadamente un 33% de la participación actual de todos los canales de televisión abierta del país. El gráfico N° 1 muestra el significativo crecimiento de dicho canal en los últimos años.

---

<sup>86</sup> KANTAR IBOPE MEDIA. *¿Qué es el rating?* Disponible en: [http://www.kantaribopemedia.cl/preguntas\\_frecuentes.php](http://www.kantaribopemedia.cl/preguntas_frecuentes.php) [Consulta: 22 de agosto de 2017].

Gráfico N° 1: *Rating Hogar promedio en TV abierta*

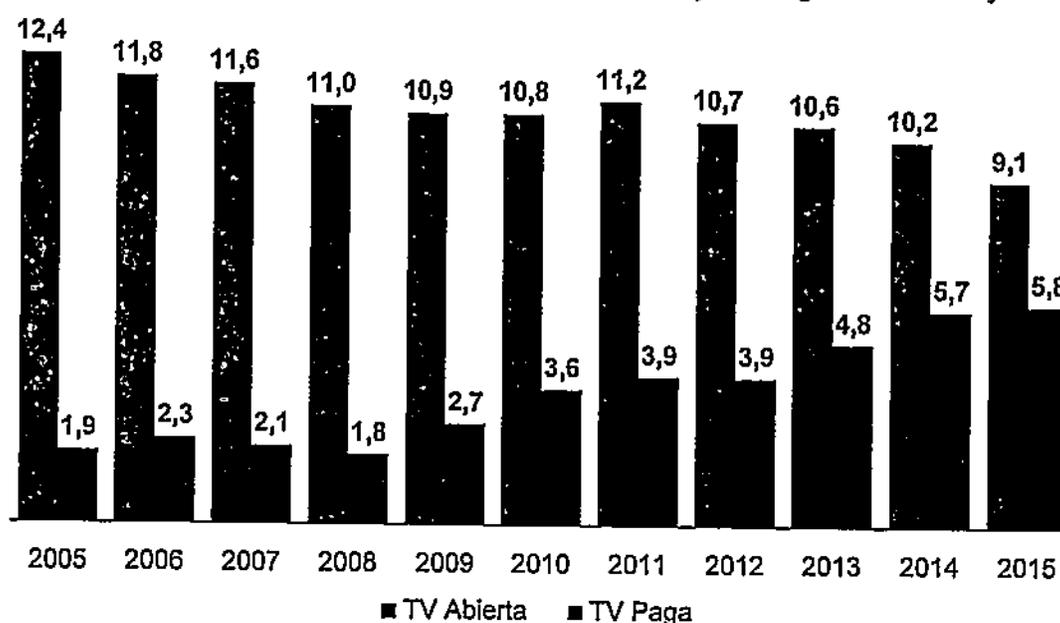


(\*) Al 31 de mayo de 2017

Fuente: Elaboración Propia con datos de Kantar Ibope Media.

81. En TV de Pago, los niveles de audiencia han ido aumentando durante el transcurso de los últimos años, pasando de tener una participación de audiencia de personas cercana al 13% en 2005 a un 39% en 2015, como se observa en el Gráfico N° 2:

Gráfico N° 2: *Evolución Rating Individuos TV Abierta y TV Pago entre 2005 y 2015*



Fuente: Elaboración propia en base a *Rating Individuos Promedio Diario por Año*, Time Ibope 2015

82. Como se observa, además, la TV de Pago ha incrementado su participación en *rating*, disminuyendo la participación de la TV abierta. En consecuencia,

la TV de Pago ha aumentado su participación en la inversión publicitaria, haciéndola una plataforma atractiva para los avisadores en su toma de decisiones acerca del *mix* de medios de sus campañas y comunicaciones.

83. La publicidad es el medio principal para generar ingresos para una señal de TV, ya sea abierta o de pago. Ahora bien, un medio de comunicación sólo puede ser exitoso si tiene audiencia, pues de otra forma sus ingresos por la publicidad serían cero<sup>87</sup>.
84. En particular para el caso del Grupo Bethia y su canal de televisión, se observa un sostenido crecimiento de la inversión publicitaria en el medio, siendo principalmente intermediado por agencias de medios las cuales, en su conjunto representan más del 90% de la inversión publicitaria.
85. Lo anterior resulta relevante por cuanto, si bien para el año 2008 se reportaba que a nivel de mercado las 15 principales agencias de medios representaban cerca del 55% de la inversión publicitaria<sup>88</sup>, para el año 2017 dicha cifra alcanza más del 85% y en particular para el caso de Bethia más del 65% de su inversión se concentra en 5 agencias de medios, lo cual ilustra el grado de concentración que existe en este mercado y el poder de negociación que, conjuntamente o por separado, éstas podrían alcanzar frente a los medios de comunicación como canales de televisión o estaciones de radiodifusión.
86. En general, el principal avisador para el canal de TV abierta Mega es su empresa relacionada Falabella Retail S.A., cuestión razonable pues las grandes tiendas de departamentos (como Falabella, Cencosud y Ripley)<sup>89</sup> y las empresas de telecomunicaciones son los rubros que realizan los mayores niveles de inversión publicitaria en el país. En cuanto a la inversión realizada por Falabella directamente, vale decir aquella que no es comercializada por

<sup>87</sup> PEITZ, Martín y VALLETTI, Tommaso. *Content and advertising in the media: Pay-tv versus free-to-air*. International Journal of Industrial Organization, Volumen 26, Issue 4, 2008, Pages 949-965. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167718707001038> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>88</sup> Resolución TDLC N° 20/2007. Considerando décimo octavo.

<sup>89</sup> SALAS, Víctor; HERNÁNDEZ, Diego; PASTÉN, Washington y POBLETE, Paulo. *Mercado de la Publicidad en Chile*. Working Paper Series. Boletín de Estudios Sectoriales, Universidad de Santiago. No. WP 2009-001. 2009. Disponible en: [http://www.fae.usach.cl/fae/docs/boletinEstudiosSec/Boletin\\_1.pdf](http://www.fae.usach.cl/fae/docs/boletinEstudiosSec/Boletin_1.pdf) [Consulta: 22 de agosto de 2017].

las agencias de medios, no se observa un mayor aumento como efecto de la compra de Mega por el grupo Bethia, siendo este canal de compra de avisaje marginal desde el año 2008 a la fecha, e inferior al 0.5% del total de inversión publicitaria realizada en Mega.

87. Por tanto, si bien existe una relación entre el canal de TV y un avisador importante en el sector, no es claro que exista un efecto portafolio en la inversión publicitaria realizada en forma directa o bien por medio de las agencias de medios.

#### IV. ANÁLISIS DE LA OPERACIÓN

88. Si bien el Grupo Bethia participa en la propiedad de medios televisivos de carácter nacional (como Mega, en televisión abierta y ETC TV en televisión de pago), la operación en estudio es una operación de concentración de carácter horizontal en el mercado de las radios, en que el ingreso de las radios Infinita, Tiempo y Romántica se añadiría a las radios Candela y Carolina, actualmente controladas y operadas por el adquirente.
89. Dicha operación, considerando los lineamientos establecidos por esta Fiscalía<sup>90</sup>, no produciría necesariamente efectos anticompetitivos, por cuanto no afectaría los índices de concentración considerando el número de señales, así como no representaría una proporción importante del avisaje radial en el país, ni tampoco se estaría eliminando un nicho específico por efecto de la compra de dicha radio.
90. Sin perjuicio de lo señalado precedentemente, atendido el carácter multiplataforma de la Operación, existen ciertos riesgos que ya han sido analizados previamente tanto por el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia en su Resolución 41/2012, como también por la propia FNE en otros informes de Ley de Prensa.

---

<sup>90</sup> FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA. *Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración*. 2012.

91. La operación cuenta con “efectos de portafolio” que, por un lado, podrían dificultar la competencia efectiva y, por otro, disuadir el ingreso de nuevos competidores. En este contexto, y dado que Mega tiene una posición significativa en el mercado de TV abierta, esta Fiscalía visualiza que existen los siguientes riesgos unilaterales derivados de los efectos de portafolio que genera la Operación:

- i. Empaquetamientos mediante ofertas conjuntas o “paquetes publicitarios”. Mega podría ofrecer conjuntamente o empaquetar avisaje en distintos medios (TV abierta y radio), trasladando el poder de mercado que tiene en la TV abierta al mercado radial. Riesgo que aumenta al incluir, por efecto de esta Operación, tres nuevas radios.

Aquella posibilidad se facilita por la complementariedad del avisaje en distintos medios, la posibilidad de transferir contenidos y/o programas entre distintos medios, las fuertes asimetrías en los precios del avisaje en uno y otro, y la capacidad financiera del Grupo Bethia.

- ii. Subsidios cruzados y discriminación arbitraria contra radios competidoras por la vía de, por un lado, promocionar radioemisoras relacionadas en la señal televisiva de Canal 13; y, por otro, entregar frases publicitarias gratuitas como complemento a la contratación de avisaje pagado.
- iii. Eventuales conductas anticompetitivas en contra de radios ajenas al Grupo Bethia, derivadas de la adquisición conjunta de derechos televisivos y radiales para la transmisión de eventos deportivos nacionales e internacionales de relevancia, lo cual fue señalado por diversos agentes económicos durante el Periodo de Información Pública y también ha sido estudiado en el Derecho Comparado, en atención a las características intrínsecas de tal contenido<sup>91</sup>.

<sup>91</sup> En atención a la importancia de los derechos de transmisión de derechos deportivos, ver: BELOFF, Michael; KERR, Tim y DEMETRIOU, Marie. *Sports Law*. Oxford. 1999. pp. 134 y ss. En relación a limitaciones a la adquisición de derechos deportivos: Reino Unido, Office of Communications (OfCom). *Code on Sports and Other Listed and Designated Events*. Disponible en: [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0029/35948/ofcom\\_code\\_on\\_sport.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0029/35948/ofcom_code_on_sport.pdf); y, Australia. *Anti-siphoning list*. <https://www.legislation.gov.au/Details/F2010L03383> [Consulta: 23 de agosto de 2017].

92. La empresa adquiriente se ha comprometido a cumplir con una serie de obligaciones que buscan mitigar los posibles riesgos emanados de ella. Dicho compromiso se ha materializado a través de una presentación por escrito a esta Fiscalía realizada con fecha 24 de agosto de 2017. En ella, el Grupo Bethia se compromete a una serie de medidas que a continuación se exponen.
93. Un primer grupo de medidas son similares a aquellas solicitadas por la Fiscalía Nacional Económica y otorgadas por el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia en la Resolución N° 41/2012. Dichas medidas consisten en:
- i. Prohibición de ventas atadas. No se podrá imponer a un avisador o agencia de medios, la obligación de publicitar tanto en televisión como en una o más radios, bajo sanción de no poder publicitar en ninguno de dichos medios. Asimismo, se informará que los avisadores y agencias de medios son libres para publicitar separadamente en el o los medios que estimen convenientes. De esta manera, cualquier persona podrá acceder a los servicios publicitarios libremente y sin más condiciones que las que corresponden al precio y otras establecidas en base a parámetros objetivos de mercado por la empresa radial o televisiva.
  - ii. Condiciones para la venta conjunta o multiplataforma. Se podrá vender espacios publicitarios en distintos medios y/o plataformas, bajo las siguientes condiciones: (i) que los avisadores y agencias de medios puedan adquirir por separado uno o más de los espacios publicitarios agrupados; y, (ii) que el precio de los espacios publicitarios agrupados sea superior, a lo menos, al precio de venta por separado del producto o servicio integrante de mayor valor; o bien, que el precio del paquete de espacios publicitarios sea mayor a la suma de los precios de cada uno de los bienes que integra el paquete, vendido por separado, excluyendo de tal resultado, el precio del de menor valor (es decir, el precio de un paquete compuesto por “n”

bienes, debe ser superior a la suma de los "(n-1)" bienes de mayor valor).

- iii. No ejecución de discriminaciones arbitrarias contrarias a la Libre Competencia. No se realizarán discriminaciones arbitrarias – incluyendo subsidios cruzados– que sean anticompetitivas. En razón de lo anterior, no podrán existir frases publicitarias gratuitas entre las empresas del grupo adquirente.

Los compromisos descritos en los 3 numerales anteriores se llevarán a cabo por tres vías: (i) instruyendo por escrito a los ejecutivos que participen en los medios de radio y televisión que controle Producciones Megavisión Ltda., Red Televisiva Megavisión S.A. o cualquier otra empresa de su grupo empresarial respecto del contenido de estas medidas, dentro del plazo de quince días contados desde que se materialice la Operación; (ii) publicando las políticas comerciales de que dan cuenta estas medidas, dentro del mismo plazo, en un lugar visible de las páginas web del canal de televisión Mega y de las radios Candela, Carolina, Infinita, Romántica y Tiempo (o las que las reemplacen, en caso que ello ocurra); e, (iii) informando a la FNE el cumplimiento de las obligaciones indicadas en los números precedentes, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la instrucción y publicación correspondiente.

- iv. Separación de los negocios de radio y televisión. Estructurar y mantener los negocios de radiodifusión sonora y televisiva en personas jurídicas legalmente separadas, tal como se hace actualmente respecto de las radios Carolina y Candela, aun cuando se encuentren relacionadas. Para ello, dentro del plazo de un mes contado desde que se materialice la Operación se iniciarán los trámites que sean pertinentes para tales efectos
- v. Limitación de potenciales cláusulas de no competencia. No se pactará con Sociedad Radiodifusora Infinita S.A. cláusulas de no competir

cuya duración sea superior a los dos años contados desde su suscripción.

94. Un segundo grupo de medidas son similares a aquellas solicitadas por la Fiscalía Nacional Económica y descartadas por el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia en la Resolución N° 41/2012. Dichas medidas se centran en adoptar medidas destinadas a asegurar el cumplimiento de estos compromisos y consisten en:

- i. Contratación de un auditor. Se encargará a un auditor externo que examine el total cumplimiento de las medidas comprometidas en el presente documento, pudiendo acceder de manera directa a la documentación necesaria y examinar, entre otros, la contabilidad de las sociedades que detenten concesiones de televisión y radiodifusión, informando anualmente de los resultados de sus análisis a la FNE. Lo anterior, por un período de dos años contados desde que se materialice la Operación.

En relación a esta medida se observarán las siguientes reglas:

- a) Producciones Megavisión Ltda. se compromete a enviar anualmente a la FNE reportes escritos auditados en idioma castellano, respecto al cumplimiento de sus obligaciones durante el período de fiscalización, los cuales deberán ser presentados a la FNE dentro de los tres meses siguientes al vencimiento del periodo (año) auditado. Esta obligación deberá ser cumplida en dos oportunidades.
- b) Dichos informes deben ser auditados por un auditor externo, que forme parte del Registro de Inspectores de Cuentas y Auditores Externos de la Superintendencia de Valores y Seguros, respecto de quien no debe existir conflicto de interés alguno y debe poseer las calificaciones y experiencia adecuadas para llevar a cabo sus funciones. No deberá ser ninguna de las empresas auditoras que en dicho momento preste servicios de auditoría a cualquiera de las entidades del Grupo Bethia.
- c) La FNE podrá solicitar la remoción fundada del auditor externo designado, y Producciones Megavisión Ltda. deberá proceder a su

inmediata remoción, así como también a designar un nuevo auditor externo en el plazo de un mes. Luego de ello, y en el término de tres meses, Producciones Megavisión Ltda. deberá proceder a la presentación a la FNE de un nuevo informe anual.

d) Nada de lo establecido en este punto impedirá a la FNE solicitar información al Producciones Megavisión Ltda. y sus relacionadas a fin de comprobar el cumplimiento de esta medida.

ii. Registro de precios de transferencia. Se llevará un registro de todos los precios de transferencia relativos a los servicios que se presten entre el canal de televisión Mega y las radios Candela, Carolina, Infinita, Romántica y Tiempo, el cual se pondrá anualmente a disposición del auditor y de la FNE, en caso de que ésta lo requiera. Lo anterior, por un período de dos años contados desde que se materialice la Operación, sin perjuicio de las atribuciones de la FNE para requerir los antecedentes que estime necesarios para el cumplimiento de sus funciones.

iii. Programa de cumplimiento de las normas sobre libre competencia. Se implementará un programa efectivo de cumplimiento de la normativa de libre competencia, en línea con los lineamientos indicados en el Material de Promoción N° 3 de la FNE, relativo a "Programas de Cumplimiento de la Normativa de la Libre Competencia", de junio de 2012. Dicho programa se ejecutará dentro de los siguientes 4 meses, contados desde la celebración de la presente operación. Se informará a la Fiscalía el hecho de haberse realizado este Programa de cumplimiento dentro de los 10 días hábiles luego de su realización, indicando la modalidad, plazos y otros aspectos relevantes de la misma. En el mismo plazo se remitirá a la FNE un listado indicando los nombres y cargos de los ejecutivos y otros dependientes que participen en dicho programa.

95. Adicionalmente, y en atención a la inquietud manifestada por diversos agentes durante el Periodo de Información Pública, se ofreció también la

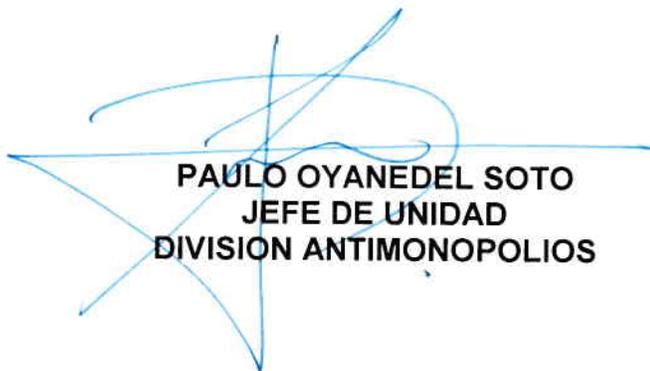
siguiente medida en relación a los derechos de transmisión de eventos deportivos:

96. En el caso que Bethia Comunicaciones S.A, Red Televisiva Megavisión S.A. o algunas de sus filiales o relacionadas adquiriera los derechos para transmitir en el canal de televisión Mega –o el que lo reemplace– grandes eventos deportivos (por ejemplo, Copa del Mundo, Clasificatorias a la Copa del Mundo, Copa América, Copa Libertadores y Copa Davis), y tal adquisición incluya derechos de transmisión radial, aquellas se comprometen a ofrecer, de manera no discriminatoria en comparación a las señales de radiodifusión de sus relacionadas, la posibilidad de adquirir tales derechos de transmisión radial a quienes manifiesten su interés. En el mismo sentido, si la adquirente o sus relacionadas adquiriesen únicamente derechos de radiodifusión, esta medida no recibe aplicación. Este compromiso se adoptará por un plazo de cinco años desde el perfeccionamiento de la Operación.
97. Con posterioridad al plazo indicado en esta medida, resultarán plenamente aplicables las disposiciones generales establecidas en el D.L. N° 211, especialmente respecto de las posibles infracciones a la libre competencia en que empresas involucradas puedan incurrir.
98. Cabe indicar que las presentes medidas se harán extensivas a las señales de radio que ya pertenecen al adquirente, esto es, "Candela" y "Carolina" (Roles FNE ILP N° 492-15 y 587-16).
99. Finalmente, se deja expresa mención de que, con su carta, la adquirente asume un especial nivel de cuidado en relación a su cumplimiento, entendiéndolas esenciales para un normal y correcto desarrollo de sus negocios, en cumplimiento de las disposiciones que la rigen, particularmente las contempladas en el D. L. N° 211.

**V. CONCLUSIONES**

100. Considerando que el objeto del presente informe consistió, conforme a las atribuciones que detenta esta Fiscalía, en evaluar el impacto de la operación sobre la competencia, se concluyó que existen ciertas aprehensiones válidas respecto a los eventuales riesgos que implica la Operación.
101. Con todo, se estima que las medidas ofrecidas por la empresa adquirente, son suficientes para mitigar dichos riesgos. De este modo, en atención a los antecedentes expuestos y en virtud de lo dispuesto en el artículo 38°, inciso segundo, de la Ley N° 19.733, se propone emitir informe favorable a la solicitud del Antecedente, con la prevención antes señalada.
102. El plazo de treinta días fijado por la Ley antes mencionada para que esta Fiscalía se pronuncie sobre la solicitud de informe en referencia vence el día 24 de agosto de 2017.
103. Todo lo anterior, no obsta la posibilidad de que quienes lo estimen necesario puedan ejercer las acciones pertinentes directamente ante el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

Saluda atentamente a usted,



**PAULO OYANEDEL SOTO  
JEFE DE UNIDAD  
DIVISION ANTIMONOPOLIOS**

**ANEXO A: Señales distintivas objeto de la presente Operación.**

Sociedad Radiodifusora Infinita S.A.							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Infinita	XQA-211	Iquique	98,3	1.000,00	222	24-06-1994	09-12-1994
Radio Infinita	XQA-259	Antofagasta	101,9	1.000,00	470	19-10-1997	28-01-1998
Radio Infinita	XQA-399	Calama	105,3	1.000,00	210	04-04-2002	10-06-2002
Radio Infinita	XQA-098	La Serena	103,3	1.000,00	125	18-05-1992	11-07-1992
Radio Infinita	XQB-191	San Antonio	104,3	250	173	06-04-2000	01-06-2000
Radio Infinita	XQB-254	Papudo	96,3	250	99	20-06-2013	08-08-2013
Radio Infinita	XQB-074	Rancagua	95,7	1.000,00	71	19-04-2012	08-06-2012
Radio Infinita	XQC-067	Curicó	91,6	1.000,00	212	05-08-2010	02-10-2010
Radio Infinita	XQC-350	Pencahue	105,1	250	693	30-11-1999	26-01-2000
Radio Infinita	XQC-034	Concepción	104,9	250	39	03-03-2015	28-04-2015
Radio Infinita	XQC-038	Los Ángeles	96,1	1.000,00	193	12-08-2011	11-11-2011
Radio Infinita	XQD-330	Llanquihue	91,3	250	691	30-11-1999	25-01-2000
Radio Infinita	XQD-142	Osorno	99,7	1.000,00	370	21-10-1994	14-12-1994
Radio Infinita	XQD-016	Puerto Montt	90,9	1.000,00	65	10-04-2012	22-05-2012
Radio Infinita	XQD-187	Punta Arenas	103,7	500	371	28-10-1993	25-03-2012
Radio Infinita	XQB-005	Santiago	100,1	10.000,00	123	25-07-2012	25-09-2012
Radio Infinita	XQD-276	Valdivia	103,3	250	519	15-10-1992	21-11-1998
Radio Infinita	XQA-118	Arica	94,1	1.000,00	132	20-05-1992	09-12-1992
Radio Tiempo	XQB-092	Viña del Mar	92,1	1.000,00	205	30-08-2011	07-11-2011
Radio Romántica	XQC-340	Linares	101,1	100	350	08-07-1999	02-09-1999

Comunicaciones Santa Bárbara S.A.							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Romántica	XQA-017	Iquique	97,7	1.000,00	104	11-06-2012	28-08-2012
Radio Romántica	XQA-354	Caldera	90,6	250	84	05-02-2001	19-04-2001
Radio Romántica	XQA-374	Tierra Amarilla	99,5	250	195	12-04-2001	07-06-2001
Radio Romántica	XQA-413	Vallenar	106,5	150	328	29-05-2002	10-08-2002
Radio Romántica	XQA-025	La Serena	97,1	1.000,00	291	29-10-2010	22-01-2014
Radio Romántica	XQA-414	Ovalle	106,5	250	327	29-05-2002	10-08-2002
Radio Romántica	XQB-414	Viña del Mar	90,7	1.000,00	420	30-11-1994	09-05-1995
Radio Romántica	XQC-054	Talcahuano	102,9	1.000,00	106	11-06-2012	28-08-2012
Radio Romántica	XQC-359	San Clemente	106,3	250	86	31-01-2000	05-04-2000
Radio Romántica	XQC-298	Chillán Viejo	99,1	250	514	15-10-1998	25-11-1998
Radio Romántica	XQC-297	Los Ángeles	105,7	250	31	25-01-1999	12-03-1999
Radio Romántica	XQD-154	Temuco	102,5	1.000,00	369	21-10-1994	26-12-1994
Radio Romántica	XQD-129	Puerto Montt	103,9	1.000,00	101	05-02-2001	03-04-2001
Radio Romántica	XQD-377	Punta Arenas	106,3	250	83	05-02-2001	03-04-2001
Radio Romántica	XQB-094	Santiago	104,1	10.000,00	105	11-06-2012	28-08-2012

<b>Comunicaciones Continental S.A.</b>							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Infinita	XQA-411	Copiapó	102,1	1.000,00	342	29-05-2002	22-07-2002
Radio Tiempo	XQB-002	Santiago	95,9	1.000,00	71	22-04-2014	23-06-2014
Radio Romántica	XQA-422	Calama	92,7	100	539	19-07-2002	25-09-2002
Radio Romántica	XQC-285	Rancagua	104,7	1000	346	29-06-1998	10-11-1998
Radio Romántica	XQD-436	Castro	102,9	250	341	29-05-2002	22-07-2002
Radio Romántica	XQD-149	Osorno	97,5	1.000,00	65	27-03-19922	07-02-1994

<b>Comunicaciones Cruz Del Sur Ltda.</b>							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Infinita	XQD-112	Temuco	91,3	1.000,00	236	03-11-1989	07-02-1990

<b>Comunicaciones Puerto de Navacerrada Ltda.</b>							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Tiempo	XQC-013	Concepción	97,3	1.000,00	207	09-12-2015	08-02-2016

<b>Inversiones Corrales de Buelna Ltda.</b>							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Romántica	XQB-248	Santo Domingo	89,7	250	84	31-01-2000	07-04-2000

<b>Nueva Radio Sargento Aldea y Cristalina FM Ltda.</b>							
Nombre de la Radio o Canal	Señal Distintiva	Zona de Servicio	Frecuencia Principal	Potencia	Nº Decreto Supremo	Fecha Decreto	Publicación en D.O.
Radio Tiempo	XQB-047	San Antonio	90,9	1.000,00	352	23-11-2010	08-01-2011

Fuente: Elaboración propia en base a información de SUBTEL.

## ANEXO B: Concentración de Medios de Comunicación y Libre Competencia en el Derecho Comparado

De un análisis de la regulación comparada de la propiedad en medios de comunicación, surge con claridad la presencia de diversas limitaciones *ex ante* a la participación en ellos.

La preocupación por este tema ha sido parte importante del debate político y legislativo en otros países en las últimas décadas. A raíz de ello, por ejemplo, a nivel europeo se han emitido diversos documentos relativos al pluralismo y la concentración de medios, con proposiciones de política pública a su respecto. No obstante, la existencia de diversas formas de abordar y considerar el asunto impidió que se adoptara una regulación comunitaria, sin perjuicio del consenso respecto de su relevancia<sup>92</sup>.

En la normativa europea de libre competencia, solamente se hace alusión a la pluralidad en materia de medios de comunicación en la regulación de las operaciones de concentración. En efecto, en ella se autoriza a los Estados miembros a adoptar medidas para proteger intereses distintos de los contemplados en el Reglamento [libre competencia], incluyéndose expresamente la posibilidad de tutelar la pluralidad de los medios de comunicación<sup>93</sup>.

A continuación, y a modo explicativo, se analizarán las experiencias comparadas en esta materia de los siguientes países: Australia, Canadá, España, Estados Unidos, Francia y Reino Unido.

---

<sup>92</sup> Ver, FORTIN, Carlos. *Derecho a la información y propiedad de los medios de comunicación: teoría, normativa comparada, problemática chilena*. Revista de Derecho Público. Universidad de Chile. N° 75. 2011. pp. 192-196. Disponible en: <http://www.revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RDPU/article/view/36641> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>93</sup> UNIÓN EUROPEA, Reglamento (CE) N° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas ("Reglamento comunitario de concentraciones"). Art. 21, N° 4, inc. 2°.

i. Australia

La legislación australiana<sup>94</sup> establece restricciones a la posibilidad de que una persona tenga el control de un conjunto de medios de comunicación (*cross-media rules*).

A nivel nacional, se establece como límite a la propiedad de televisión el que una persona no puede ejercer el control de señales comerciales de televisión cuyas licencias conjuntamente consideradas excedan el 75% de la población de Australia<sup>95</sup>.

Asimismo, una misma persona no puede ejercer el control de más de una señal de televisiva ni de más de dos señales de radio en la misma área de concesión<sup>96</sup>.

Adicionalmente, se restringe la composición de los directorios de las compañías, estableciendo prohibiciones y requisitos especiales, además de limitaciones al control extranjero de los medios nacionales<sup>97</sup>, a la estructuración de directorios y a la participación de personas en varios de ellos<sup>98</sup>.

Se regula, asimismo, la situación de los periódicos asociados con medios televisivos comerciales y con radios<sup>99</sup>.

La diversidad de medios es regulada especialmente, generándose un sistema de "puntos" que permiten calificar de inaceptable la situación en dicha materia, además de reglas especiales que deben considerarse en el análisis de

---

<sup>94</sup> AUSTRALIA, *Broadcasting Services Act*, 1992. Disponible en: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2017C00201>. [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>95</sup> AUSTRALIA, *Broadcasting Services Act*, 1992. *Section 53* (1). Asimismo, se impide que una persona esté en posición de ejercer control de una licencia de televisión y de una licencia de transmisor de datos (*Section 54 A*), así como reglas especiales respecto de la implementación de la radiodifusión digital (*Section 54 B*).

<sup>96</sup> *Ibid.* *Section 53* (2) y *Section 54*.

<sup>97</sup> *Ibid.* *Section 5*; *Sections 57* a *58*

<sup>98</sup> *Ibid.* *Sections 55*, *56* y *56 A*.

<sup>99</sup> *Ibid.* *Section 59*.

operaciones de concentración en estos mercados<sup>100</sup>. Debe, además, existir información de las relaciones existentes entre los medios de comunicación<sup>101</sup>.

La agencia competente para pronunciarse en esta materia es la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios de Comunicación (ACMA)<sup>102</sup>.

## ii. Canadá

En 2008, se incorporaron nuevas políticas en relación a la diversidad y, particularmente, a la propiedad cruzada de medios de comunicación, considerando los diversos tipos de medios de comunicación de los que puede ser propietaria una persona, esto es, televisión, radios y periódicos<sup>103</sup>.

En dicha oportunidad, se consideró que los asuntos de dominancia en los mercados tienen también dimensiones sociales y culturales, pudiendo en este mercado afectarse la diversidad en la programación<sup>104</sup>.

La principal preocupación es especialmente importante en los mercados locales, ya que ellos se vinculan a la posibilidad de participar activamente en la vida democrática del país<sup>105</sup>.

En definitiva, la Comisión estableció como una regulación general que no aprobará solicitudes por un cambio efectivo del control de medios de comunicación que puedan resultar en que una misma persona sea el dueño o controlador de una estación de radio local, de un medio televisivo local y de un periódico que se ofrezca en el mismo mercado<sup>106</sup>.

---

<sup>100</sup> *Ibid.* Division 5A—Media diversity.

<sup>101</sup> *Ibid.* Division 5 B—Disclosure of cross-media relationships.

<sup>102</sup> Australian Communications and Media Authority. Ver: <http://www.acma.gov.au/>

<sup>103</sup> CANADA. *Broadcasting Public Notice*, CRTC 2008-4. *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission*, 15 de enero de 2008. Disponible en: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2008/pb2008-4.htm> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>104</sup> *Ibid.* Párrafo N° 37.

<sup>105</sup> *Ibid.* Párrafo N° 57.

<sup>106</sup> *Ibid.* Párrafo N° 64.

Adicionalmente, se estableció que no se aprobarían aquellas operaciones que puedan impactar en la diversidad de programación disponible en televisión. Específicamente, se establece que<sup>107</sup>:

- 1) No se aprobarán las transacciones que puedan resultar en el control por una persona de más del 45% de la audiencia de mercado.
- 2) Se examinarán especialmente las transacciones que puedan resultar en el control por una persona de entre un 35% y un 45% de la audiencia de mercado.

Salvo que existan otras preocupaciones de política, la Comisión aprobará expeditamente las transacciones que involucren hasta un 35% de la audiencia de mercado.

La autoridad competente es la *Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission* ("CRTC"), entidad encargada de asegurar que los ciudadanos y consumidores tengan acceso a un sistema de comunicaciones de clase mundial<sup>108</sup>.

### iii. España

La regulación de este país<sup>109</sup>, en lo atinente, contiene disposiciones destinadas a "garantizar el pluralismo y la libre competencia en el mercado radiofónico y televisivo, dada la importancia que tienen estos medios en la formación de la opinión pública. [No obstante, se] reconoce el derecho a poseer participaciones significativas en varios prestadores de servicios estatales de comunicación, pero se limita ese derecho si en el momento de la fusión o compra de acciones se acumula más del 27% de la audiencia"<sup>110</sup>.

<sup>107</sup> Ibid. Párrafo N° 87.

<sup>108</sup> Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission. Ver: <http://www.crtc.gc.ca/eng/home-accueil.htm>

<sup>109</sup> ESPAÑA, Ley 7/2010, de 31 de marzo de 2010, General de la Comunicación Audiovisual. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>

<sup>110</sup> Ibid. Preámbulo. La disposición, en concreto, se encuentra en el Art. 36 n° 1. En el mensaje se indica que se ha optado por el criterio de audiencias a la hora de evaluar posiciones de dominio en el mercado siguiendo las soluciones recogidas por la más reciente legislación de los países europeos en la materia.

Asimismo, se indica que ninguna persona podrá adquirir participaciones significativas o derechos de voto en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva, detallándose casos concretos prohibidos<sup>111</sup>.

En el mercado radiofónico, en tanto, se establece que no podrá controlarse por un mismo agente más de un 50% de licencias que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura, con un máximo de 5 licencias en un mismo ámbito; ni más de un tercio del conjunto de licencias con cobertura total o parcial en el país<sup>112</sup>.

La autoridad competente para velar por su cumplimiento, desde 2013, es la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ("CNMC")<sup>113</sup>.

#### iv. Estados Unidos

En Estados Unidos se regulan detalladamente los límites a la concentración de propiedad de los medios de comunicación<sup>114</sup>. Se trata de un caso interesante, toda vez que aun cuando se trata de uno de los países en que más ha primado un

<sup>111</sup> El artículo 36, n° 5, detalla las hipótesis de la siguiente forma:

"Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva:

a) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a dos canales múltiplex.

b) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a un canal múltiplex. c) Ninguna persona física o jurídica titular o participe en el capital social de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito estatal podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en el capital de otro prestador del mismo servicio, cuando ello suponga impedir la existencia de, al menos, tres prestadores privados distintos del servicio de comunicación audiovisual televisiva en el ámbito estatal, asegurándose el respeto al pluralismo informativo.

<sup>112</sup> *Ibid.*, artículo 37. Además: (i) se establecen límites a nivel de Comunidades Autónomas; (ii) se excluye del cálculo de participaciones las emisoras controladas por entidades públicas; y, (iii) se señala que los límites se aplicarán independientemente entre la tecnología digital y la tecnología analógica.

<sup>113</sup> Con anterioridad, era el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales ("CEMA"). Ver: <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/normativa>; y, <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/audiovisual/conflictos>. [Consulta: 23 de agosto de 2017].

<sup>114</sup> La regulación relevante se contiene en:

a) ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*. Disponible en: <https://www.law.cornell.edu/cfr/text/47/73.3555> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

b) ESTADOS UNIDOS. *Telecommunications Act*, 3 de enero de 1996.

enfoque económico sobre el pluralismo, se establecen limitaciones basadas en consideraciones adicionales, como la teoría democrática<sup>115</sup>.

Específicamente, en la *Telecommunications Act* (1996) y la 47 CFR 73.3555 - *Multiple ownership* se establecen límites en relación a la propiedad de medios de comunicación, a saber:

- a) La eliminación de cualquier limitación del número de señales AM o FM que pueden ser controladas por una entidad a nivel nacional<sup>116</sup>.
- b) La aplicación de diversas reglas en relación a la diversidad de radios a nivel local. Por ejemplo, en un mercado radial con más de 45 estaciones, una parte puede ser dueña, operar o controlar máximo 8 señales, sin poder ser más de 5 del mismo servicio (AM-FM)<sup>117</sup>.
- c) La posibilidad de controlar dos estaciones de televisión en un mismo mercado en la medida que se cumplan ciertos requisitos<sup>118</sup>.
- d) Diversas reglas respecto a la propiedad cruzada de medios, detallando los límites aplicables a las relaciones entre: (i) radio y televisión<sup>119</sup>; y, (ii) periódicos y medios de comunicación en general<sup>120</sup>.
- e) En materia de televisión, se establece que a nivel nacional no podrá controlarse señales que tengan más de un 39% de la sintonía agregada nacional<sup>121</sup>.

<sup>115</sup> FORTIN, Carlos. *Derecho a la información y propiedad de los medios de comunicación: teoría, normativa comprada, problemática chilena*. Revista de Derecho Público, Universidad de Chile. N° 75. 2011. p. 206. Disponible en: <http://www.revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RDPU/article/view/36641> [Consulta: 22 de agosto de 2017]. Resume el autor en relación al caso estadounidense de la siguiente forma: "[L]a racionalidad de la teoría democrática continúa vigente".

<sup>116</sup> ESTADOS UNIDOS. *Telecommunications Act* SEC. 202. *Broadcast Ownership*. (A) National Radio Station Ownership Rule Changes Required.

<sup>117</sup> Ver: (i) ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*, Parr. (a) (1). *Local radio ownership rule*; y, (ii) ESTADOS UNIDOS. *Telecommunications Act* SEC. 202 (A). *Broadcast Ownership*. (B) *Local Radio Diversity*.

<sup>118</sup> ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*, Parr. (b) *Local television multiple ownership rule*.

<sup>119</sup> ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*, Parr. (c) *Radio-television cross-ownership rule*.

<sup>120</sup> ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*, Parr. (d). *Newspaper/broadcast cross-ownership rule*.

<sup>121</sup> ESTADOS UNIDOS. 47 CFR 73.3555 – *Multiple ownership*, Parr. (e). *National television multiple ownership rule*.

La autoridad competente para velar por el cumplimiento de estas normas es una agencia especializada e independiente: la Federal Communications Commission ("FCC")<sup>122</sup>.

v. Francia

La legislación aplicable regula tanto la propiedad de los medios de comunicación como su concentración<sup>123</sup>, disponiendo que:

- a) Una misma persona no puede detentar, directamente o indirectamente, más de 49% del capital o de los derechos de voto de una sociedad titular de una autorización de televisión nacional si ella sobrepasa el 8% de la audiencia media anual total de los servicios de televisión<sup>124</sup>.
- b) Se establece la necesidad de autorización previa en las siguientes hipótesis<sup>125</sup>:
  - Ser titular de una o de varias autorizaciones relativas a servicios de televisión difundidos por vía hertziana terrestre que permite el trincherero de zonas del que la población censada alcanza a cuatro millones de habitantes;
  - Ser titular de una o de varias autorizaciones relativas a servicios de radio que permitan el mantenimiento de zonas del que la población censada alcanza a treinta millones de habitantes;
  - Editar o controlar una o varias publicaciones de impresión diaria de información política y general que representen más de 20 % de la circulación total, sobre el territorio nacional, de las publicaciones diarias impresas de la misma clase, apreciada sobre los doce últimos meses conocidos que preceden la fecha a la cual la solicitud de autorización ha sido presentada.

---

<sup>122</sup> La FCC fue creada en 1934 a través de la *Communications Act* del mismo año. Disponible en: <http://transition.fcc.gov/Reports/1934new.pdf>. [Consulta: 22 de agosto de 2017]. El sitio web actual de la agencia es: <https://www.fcc.gov/> [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>123</sup> FRANCIA. Ley N° 86-1067, de 30 de septiembre de 1986, relativa a libertad de comunicación

<sup>124</sup> *Ibid.* Artículo 39 I.

<sup>125</sup> FORTIN, Carlos. *Óp. Cit.* p. 204.

- Se establecen límites máximos tanto en porcentaje como en número absoluto de personas a las que pueden llegar las transmisiones, las que varían según el tipo de medios.

En relación a la experiencia francesa es relevante señalar que su Consejo Constitucional declaró expresamente la constitucionalidad de las disposiciones que limitan la propiedad en medios de comunicación, ya que, en su opinión, el pluralismo "en sí mismo un objetivo de valor constitucional"<sup>126</sup>.

#### vi. Reino Unido

En Inglaterra existe una ley especial en materia de telecomunicaciones<sup>127</sup>, dentro de la cual se regula lo relativo a la propiedad cruzada de medios de comunicación.

Dentro de los principales fundamentos para el establecimiento de reglas de propiedad para los periódicos, la radio y la televisión hay consideraciones de interés público<sup>128</sup>, que tienen por objeto proteger la pluralidad de puntos de vista y proporcionar a los ciudadanos acceso a una amplia gama de noticias e información<sup>129</sup>.

Las reglas de propiedad de los medios de comunicación operan en forma paralela al régimen de operaciones de concentraciones general<sup>130</sup>, pudiendo a través de las reglas de competencia protegerse indirectamente la pluralidad.

No obstante, en 2009, la *Communications Act* sufrió una reforma, eliminándose tanto las reglas de propiedad del servicio de radio local, como las reglas locales y nacionales de propiedad de múltiples radios.

<sup>126</sup> FORTIN, Carlos. Óp. Cit. p. 201.

<sup>127</sup> INGLATERRA. *Communications Act*, 2003. Disponible en: [https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/pdfs/ukpga\\_20030021\\_en.pdf](https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/pdfs/ukpga_20030021_en.pdf) [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>128</sup> *Ibid.* Párrafo N° 375: Media public interest considerations.

<sup>129</sup> OfCom. *Media Ownership Rules Review*, 2009, p. 1. Disponible en: [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0026/38375/Media-Ownership-Rules-Review.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0026/38375/Media-Ownership-Rules-Review.pdf) [Consulta: 22 de agosto de 2017].

<sup>130</sup> *Ibid.*

Dentro de las consideraciones que se tuvieron a la vista, se indicó por la Office of Communications (OfCom) –agencia especializada encargada de velar por el cumplimiento de estas normas- que “[l]a eliminación reducirá la regulación de una industria que enfrenta condiciones de mercado difíciles y puede permitir que las estaciones sean más viables. La investigación también muestra que la mayoría de los consumidores no están preocupados por la propiedad individual dentro de la radio comercial local”<sup>131</sup>.

Adicionalmente, se liberalizaron las normas locales de propiedad cruzada de los medios de comunicación, de forma tal que la única restricción es tener propiedad: en tres periódicos locales (con un 50% más la cuota de mercado local); una estación de radio local; y una licencia regional del Canal 3. Según la OfCom, aquella liberalización “aumentará la flexibilidad de los medios locales para responder a las presiones del mercado”<sup>132</sup>.

---

<sup>131</sup> *Ibid.* p. 6.

<sup>132</sup> *Ibid.*