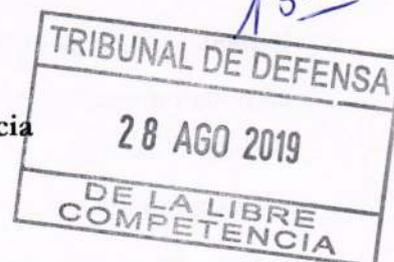


09

En lo principal, deducen demanda en contra de VTR Comunicaciones SpA; en el primer otrosí, acompañan versión electrónica; en el segundo otrosí, acompañan documentos; en el tercer otrosí, acompañan versión pública; en el cuarto otrosí, designan ministros de fe que indican; en el quinto otrosí, constituyen patrocinio y poder.

H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia



Jorge Bofill Genzsch y **Vanessa Facuse Andreucci**, abogados, en representación convencional, según se acreditará, de **AMC Networks Latin America LLC** (“**AMCLA**”), quien actúa por sí y en representación de Sundance Channel Latin America LLC y de AMC Networks Argentina SCA (antes llamada Pramer SCA), en adelante conjuntamente denominadas las “**Demandantes**”, todos domiciliados para estos efectos en Avenida Apoquindo 3472, piso 19, Las Condes, Santiago, al H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia respetuosamente decimos:

Que interponemos demanda en contra de VTR Comunicaciones SpA (“**VTR**”), sociedad del giro de su denominación, representada legalmente por don Guillermo Ponce Miguel, cuya profesión ignoramos, ambos domiciliados en Apoquindo N° 4800, Las Condes, Santiago, por haber incumplido VTR la Condición Quinta establecida en la Resolución N° 1, pronunciada por el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia con fecha 25 de octubre de 2004 (“**Resolución N° 1/2004**”), infringiendo de este modo el artículo 3° del Decreto Ley N° 211, de 1973, que fija las normas de libre competencia (“**DL 211**”), solicitando que la misma sea acogida, en todas sus partes, con costas, y que se dispongan las medidas necesarias para poner fin a la infracción de la demandada.

I. INTRODUCCIÓN

Con fecha 31 de octubre de 2018, VTR, principal operador de televisión de pago del país, comunicó a sus suscriptores la decisión, unilateral e injustificada, de eliminar de su programación los canales AMC, El Gourmet, Film & Arts, Europa Europa, Más Chic y Sundance TV. A partir de esta comunicación, AMCLA tomó conocimiento que los mencionados canales, distribuidos por las plataformas de VTR durante varios años, serían transmitidos sólo hasta el 31 de diciembre de 2018 y luego sustituidos por canales que difieren en cuanto a su género y calidad, inclusive favoreciendo la incorporación de contenidos de propiedad de VTR.

Cabe señalar que AMCLA representa todos los canales mencionados en esta demanda, ya sea porque es propietario (como en el caso de AMC y Más Chic) o porque es titular de derechos de

representación conferidos en virtud de contratos suscritos con Sundance Channel Latin America LLC (respecto de Sundance TV) y con AMC Networks Argentina SCA (respecto a El Gourmet, Film & Arts y Europa Europa), los cuales permiten a AMCLA representar a dichos canales en Chile y otros países de Latinoamérica¹.

Durante todo el tiempo que se proveyeron los referidos contenidos a VTR, los Demandantes cumplieron con los más altos estándares de la industria. Al efecto, los Demandantes generan y proveen contenidos innovadores en el mercado, siendo atractivos tanto para los televidentes como para los avisadores publicitarios.

La valoración de los canales operados por AMCLA por parte de los suscriptores de VTR quedó confirmada con ocasión de los cientos de reclamos que éstos publicaron a través de las redes sociales cuando la demandada anunció que ellos serían excluidos de la grilla programática de la demandada.

Es del caso que VTR se negó injustificadamente a continuar distribuyendo los canales que representaba AMCLA a través de sus plataformas, luego de ofrecer tarifas que no guardan relación con las condiciones de mercado.

En efecto, el “precio” ofrecido implicaba, primero, una reducción de 50% y, luego, de casi el 70% del total de los ingresos que AMCLA percibía de VTR por los contenidos, incrementándose aún más la diferencia respecto de las condiciones que nuestra representada mantenía con otros operadores nacionales. Por si lo anterior no fuera suficiente, el segundo “ofrecimiento” de VTR implicaba la exclusión del canal AMC, canal que precisamente da el nombre a nuestra representada y que, junto con Sundance TV, representaban los canales de mayor adhesión por los suscriptores.

De esta forma, VTR incumplió la Resolución N° 1/2004 que, junto con autorizar la operación de concentración entre las operadoras nacionales de televisión por cable, impuso una serie de condiciones para mitigar o prevenir los posibles riesgos que dicha operación representaba para la libre competencia en el mercado nacional, siendo la Condición Quinta una de ellas. Los argumentos que pasamos a desarrollar son los fundamentos de hecho, económicos y de derecho que configuran el incumplimiento de la Condición Quinta por parte de VTR, quien de esa forma infringió el artículo 3° del Decreto Ley N° 211, todo lo cual hace necesario que el H. Tribunal adopte las medidas necesarias para restablecer la libre competencia en el mercado.

¹ En virtud de esta precisión, cuando en esta demanda se hagan referencias las actuaciones realizadas por AMCLA, debe entenderse que éstas incluyen los contenidos de su propiedad y aquellos respecto de los cuales tiene los derechos de comercialización ya señalados.

II. ANTECEDENTES DE HECHO

A. LAS PARTES EN CONFLICTO

A.1. AMC Networks Latin America LLC

1. AMCLA es una sociedad constituida en el estado de Delaware, Estados Unidos, que fue fundada en el año 1998 y cuyo giro corresponde a la producción y distribución de contenidos televisivos en Latinoamérica, los cuales se transmiten en más de 26 países. AMCLA y AMC Networks Argentina SCA son subsidiarias (100%) de AMC Networks Inc. (“AMC Inc. o AMCN”), también una sociedad de Delaware, Estados Unidos, cuyo giro corresponde a la producción y distribución de contenidos televisivos en ese país y en varios mercados internacionales, los cuales se transmiten en más de 130 países.
2. Por su parte, Sundance Channel Latin America LLC es un *joint venture* controlado por AMC Inc.
3. La relación contractual que unió a VTR y AMCLA en el mercado chileno surgió como un acuerdo de la primera con la matriz de AMCLA –AMC Inc.– (el “Acuerdo”), toda vez que a la fecha de su suscripción -24 de octubre de 2013- AMC Inc. y la propietaria de VTR –Liberty Global (“Grupo Liberty”)– se encontraban en negociaciones que apuntaban a la adquisición, por AMC Inc., de la empresa proveedora de contenidos Chellomedia.
4. Chellomedia era, a su vez, propietaria de los canales de televisión objeto del Acuerdo², el cual tenía por finalidad fijar las condiciones comerciales en las cuales AMCLA proveería sus contenidos, en el evento de prosperar las negociaciones. Tanto es así que el mismo Acuerdo dejó establecido que quedaría sin efecto (“*null and void*”) si las mencionadas negociaciones no concluían con la adquisición de Chellomedia por AMC Inc.
5. De hecho, el Acuerdo fue firmado, según explicaremos en seguida (*infra* C), por AMC Inc. y VTR y estaba destinado a ser sustituido por contratos *long form*, esto es, contratos estándar en la industria (punto 3 del Acuerdo). Sin embargo, pese a que la negociación fue exitosa y AMC Inc. terminó adquiriendo Chellomedia, tales contratos *long form* nunca fueron celebrados y la relación comercial siguió rigiéndose por aquél. En todo caso, es importante mencionar que la contraparte comercial de VTR ha sido en los hechos AMCLA, es decir, la filial de AMC Inc., a la que representamos, puesto que es ella la que tiene la titularidad de las licencias correspondientes a los canales de televisión objeto del contrato. Por lo demás, pese a los escuetos términos del Acuerdo, es indiscutible que AMC Inc. tenía el derecho de ceder su posición contractual a favor de una de sus subsidiarias, “a su elección” (“*at its election*”).

² Con excepción del canal Sundance TV, que fue incorporado posteriormente.

6. AMCLA dispone así de un portafolio de seis canales (propios y/o con derecho de representación) que destacan en el ámbito de la cultura, música, gastronomía, cine y series, principalmente. Los canales respecto de los que AMCLA tiene titularidad y/o derecho de comercialización (por una empresa afiliada) son los siguientes:

- a. **AMC:** las narrativas originales y excepcionales valores de producción han sido por años los pilares del éxito de AMC a nivel mundial³. Dentro de los contenidos que se transmiten a alrededor de 47 millones de abonados en toda América Latina y el Caribe se destacan las series *Fear The Walking Dead*, *NOS4A2* y *The Terror: Infamy*. El canal transmite además una extensa librería de las mejores películas de los últimos tiempos.
- b. **Sundance TV:** creado en 2013 e incorporado al Acuerdo a comienzos de 2014, emite una selección de películas independientes, series galardonadas internacionalmente, festivales de cine y documentales. Actualmente cuenta con más de catorce coma cinco millones de suscriptores sólo en América Latina y el Caribe y ha transmitido películas como *Neruda*, *Her* o *Sonic Highways*.
- c. **Film & Arts:** transmite contenidos a aproximadamente 17 millones de suscriptores en América Latina, en el ámbito del arte y el espectáculo en todas sus manifestaciones. Su programación incluye, entre otros, *shows* de Broadway, artes dramáticas, ballet y ópera, transmisiones en directo (premios Tony desde Nueva York, y el concierto del 14 de julio desde París), *talk shows* (por ejemplo, El Show de Graham Norton), documentales, películas denominadas “de culto”, tales como *Los Intocables* y *La Dama de Hierro* y grandes series como *Poldark*, *Unforgotten* o *Los Durrels*.
- d. **Europa Europa:** es el único canal de América Latina dirigido a los fans de las más renombradas y exitosas series y películas de la Europa contemporánea. Con una imagen moderna y vanguardista, el canal brinda a audiencias de todas las edades una amplia gama de producciones procedentes de España, Italia, Francia y otros países europeos a más de diez millones de suscriptores en América Latina y el Caribe.
- e. **El Gourmet:** el canal lleva casi veinte años siendo la plataforma televisiva líder de las grandes celebridades de la gastronomía de la región (como el chileno Tomás Olivera) y de conectar de manera emocional y práctica a la audiencia latinoamericana con sus tradiciones y raíces, y otras experiencias culinarias del mundo. Con más del 90% de su programación producida originalmente en español y 4K y más de 260 horas de estrenos por año, el canal le llega a más de treinta y seis millones de abonados en

³ Uno de los canales de televisión objeto del Acuerdo fue “MGM” que a partir de octubre de 2014 cambió su nombre a “AMC”, manteniendo el mismo espacio en la parrilla de VTR que aquél.

América Latina y el Caribe. Dentro de sus producciones, se encuentra *Recetas Caseras*, programa ganador del premio Martín Fierro⁴ en Argentina.

- f. **Más Chic:** la programación dinámica y actual del canal ofrece lo último en tendencias de belleza, moda, bienestar y decoración siendo el único canal 100% en español en su género⁵.

A.2. VTR

7. La demandada VTR es una operadora que ofrece servicios de televisión por cable, telefonía fija y móvil e internet en Chile. En el año 2004, VTR se fusionó con Metrópolis Intercom (“Metrópolis”), operación que le permitió en ese entonces pasar a controlar cerca del 90% del mercado de televisión por cable en Chile.
8. Tal operación fue aprobada por el H. Tribunal mediante la Resolución N° 1/2004, la cual señaló que, si bien se esperaba que la fusión generara *“beneficios que superan los costos de tener, por un tiempo, una empresa con clara posición dominante en el mercado de TV”*⁶, se debía sujetar al cumplimiento de condiciones, con el objeto de mitigar o prevenir la materialización de los riesgos anticompetitivos analizados⁷.
9. Posteriormente, ya en el año 2014, VTR fue adquirida completamente por el Grupo Liberty, el que pasó a detentar el 100% de la propiedad accionaria de la demandada, la cual mantiene hasta la fecha⁸.

B. LAS CONDICIONES QUE VTR DEBE CUMPLIR SEGÚN RESOLUCIÓN N° 1/2004

10. Como adelantáramos, la Resolución N° 1/2004 del H. Tribunal, junto con aprobar la mencionada fusión, impuso el cumplimiento de determinadas condiciones con el objeto de mitigar los riesgos anticompetitivos que podían derivarse de dicha operación, tales como el aumento de tarifas, la disminución en la oferta programática, el menoscabo en la calidad del servicio y distorsiones derivadas de la integración de los operadores de televisión con los proveedores de contenido.

⁴ Los Premios Martín Fierro son premios de la radio y la televisión argentina, organizados por la Asociación de Periodistas de la Televisión y la Radiofonía Argentinas (APTRA).

⁵ Uno de los canales de televisión objeto del Acuerdo fue “Casa Club” que a partir de julio de 2015 cambió su marca a “Mas Chic”, manteniendo el mismo espacio en la parrilla de VTR que aquél.

⁶ Resolución N° 1/2004 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, pág. 49

⁷ Al proceso de consulta de la fusión, concurrió, entre otros, la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”), representando los graves riesgos para la libre competencia que podría ocasionar la operación tanto en el precio como en la calidad del servicio, recomendando que dicha operación no fuera autorizada.

⁸ Ver “Grupo Saieh cierra venta del 20% de VTR a estadounidense Liberty en US\$ 430 millones”. Disponible en: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=117871>

11. En lo que resulta relevante para esta demanda, dentro de las condiciones impuestas por el H. Tribunal se encuentra la Condición Quinta de la Resolución N° 1/2004 (la “Condición Quinta”), cuyo tenor es el siguiente:

“QUINTA. Se prohíbe a la empresa fusionada usar su poder de mercado sobre terceros programadores que vendan señales o producciones de TV pagada, para negar injustificadamente la compra, u ofrecer por ellas un precio que no tenga relación con las condiciones de competencia del mercado”.

12. Como quedará acreditado en este proceso, la Condición Quinta fue incumplida por VTR al ofrecer a AMCLA un precio irrisorio y que no se ajustaba a las condiciones del mercado, con ocasión de la terminación del plazo de vigencia del contrato celebrado en el año 2013, materializándose de esta forma los riesgos que advirtió este H. Tribunal al momento de imponer las condiciones establecidas en la Resolución N° 1/2004. En definitiva, mediante su conducta, VTR se negó injustificadamente a comprar los contenidos de los canales representados por AMCLA.

C. LOS CANALES QUE REPRESENTA AMCLA FORMARON POR AÑOS PARTE DE LA OFERTA DE CONTENIDOS A LOS QUE ACCEDÍAN LOS SUSCRIPTORES DE VTR, HASTA QUE ÉSTA SE NEGÓ INJUSTIFICADAMENTE A CONTINUAR CON SU DISTRIBUCIÓN EN CONDICIONES DE MERCADO

13. Tal como anticipáramos, la relación comercial entre AMCLA y VTR atingente a la presente demanda consta en el Acuerdo fechado el día 24 de octubre de 2013, al que concurrieron VTR y AMC Inc. En un otrosí acompañamos una copia de este y su respectiva traducción al español⁹.
14. El Acuerdo pretendía, a la fecha de su suscripción, ser un contrato que, de prosperar las negociaciones entre el Grupo Liberty y AMC Inc. con respecto a la adquisición, por esta última, de Chellomedia, sería luego reemplazado por los contratos estándar que se usan en la industria televisiva (contratos *long form*). Así consta en la cláusula o punto 3 del Acuerdo.
15. Eso se explica porque los canales que forman parte del Acuerdo eran aquellos que AMC Inc. adquiriría de Chellomedia en virtud del contrato que las partes denominaron “Transaction” en la versión original en inglés. En otros términos, el Acuerdo solamente tendría sentido si la operación mayor tenía éxito y AMC Inc. y sus filiales pasaban a ser las propietarias de los canales de televisión y de las licencias para la transmisión de sus contenidos.
16. No obstante y según ya anticipamos, esos contratos *long form* nunca se celebraron, rigiéndose la relación comercial entre VTR y AMCLA sólo por el Acuerdo, complementado en el año 2014

⁹ Esta es la relación comercial y contractual relevante para los efectos de esta demanda. Sin perjuicio de ello, VTR comenzó a transmitir algunos de los canales objeto del Acuerdo hace más de 15 años, como El Gourmet, Film and Art, MGM, entre otros.

con la incorporación del canal Sundance TV¹⁰. Esto es relevante porque, a diferencia de los contratos estándar de la industria, el Acuerdo no incluye diversas estipulaciones habituales, tales como las relativas a (i) la terminación anticipada del contrato, (ii) la renovación automática o no, (iii) el reajuste de tarifas (dado que el precio estaba fijado en moneda nacional), etc.

17. Así las cosas, el Acuerdo se limitó a estipular que VTR tendría derecho no exclusivo para exhibir y distribuir como parte de su programación a través de sistemas de televisión por cable y otras plataformas tecnológicas los canales (i) MGM¹¹, (ii) Casa Club¹², (iii) Sundance TV¹³, (iv) El Gourmet, (v) Film & Arts, (vi) Europa Europa y (vii) Cosmopolitan TV¹⁴.
18. A modo de contraprestación se pactó que VTR pagaría una tarifa correspondiente a una suma global por la totalidad de los canales recién señalados. Para efectos de orden, las partes desagregaron dicha suma global, distribuyéndola del siguiente modo: para los canales MGM y Casa Club se fijó un monto mensual calculado sobre el número de suscriptores del canal de mayor distribución. En el caso de Sundance TV la tarifa era calculada sobre el número de suscriptores a los que efectivamente se distribuía. Para el resto de los canales (El Gourmet, Film & Arts, Europa Europa y Cosmopolitan TV) se pactó una suma fija mensual (*flat fee*). VTR ha reconocido de forma expresa que las condiciones de la relación contractual con AMCLA descritas estaban revestidas de ciertas particularidades¹⁵.
19. Los precios resultantes de las tarifas mencionadas que debía pagar VTR por la transmisión de los mencionados canales eran considerablemente más bajos que los cobrados por AMCLA al resto de los operadores de televisión pagada locales. A su vez, tales tarifas fueron establecidas en pesos, sin contemplar mecanismos de reajuste. De haberse celebrado los contratos *long form*

¹⁰ El mencionado complemento corresponde al documento titulado "Agreement VTR: Sundance Channel SD, Sundance Channel HD", suscrito por VTR con fecha 22 de enero de 2014 y por Sundance Channel Latin America LLC el 15 de julio de 2015.

¹¹ El 27 de octubre de 2014, AMCLA renombró MGM –canal insigne de Chellomedia– como AMC, con el objeto de posicionar su marca y producciones propias en América Latina.

¹² Canal que posteriormente se transformó en el canal "Más Chic" con fecha 1 de julio de 2015.

¹³ El canal Sundance TV, cuyos derechos de negociación corresponden a AMCLA, no estaba contemplado expresamente en el Acuerdo de fecha 24 de octubre de 2013. Sin embargo, en el Anexo B del Acuerdo, se acordaba un cambio en la tarifa a su ingreso a VTR "hasta el momento en que VTR realice el lanzamiento de Sundance SD o el 1 de octubre de 2014, el que suceda primero". Lo anterior es consecuencia que el Acuerdo sólo versaba sobre los canales de propiedad de Chellomedia que AMCLA adquiriría. Finalmente, el 22 de enero de 2014, Sundance Channel Latin America LLC y VTR firmaron un acuerdo bajo el cual incorporaron Sundance TV a la grilla programática de VTR.

¹⁴ Este canal cesó su transmisión en Latinoamérica en febrero de 2015.

¹⁵ En el proceso tramitado ante este H. Tribunal bajo el rol 311-2016, VTR señaló en su escrito de observaciones a la prueba (página 17) que: "en la gran mayoría de los casos, las partes establecen que el monto mensual a pagar por distribuir un determinado canal, se obtiene de multiplicar un precio "x" por el número total de suscriptores de VTR [...] Ello ocurre con todos o la gran mayoría de las señales básicas que distribuye VTR perteneciente a los grupos Fox, Turner, Discovery, AMC, Viacom y América YV. **Muy excepcionalmente algunos canales –como por ejemplo 13C, o las señales El Gourmet, Europa Europa y Film & Arts, del grupo AMC–, son distribuidas a cambio del pago de una tarifa fija mensual al respectivo programador**" (énfasis agregado).

previa una negociación de buena fe, como decía el Acuerdo, las estipulaciones hubieran sido mucho más completas.

20. En seguida, el Acuerdo establecía que VTR sería el agente exclusivo para la venta de la publicidad que se exhibiera en los canales que representaba AMCLA para todo el mercado chileno, tanto por las plataformas de VTR como de los restantes distribuidores locales. Por su parte, VTR tendría disponibles dos minutos para vender publicidad a su cuenta y riesgo.
21. La relevancia de esta cláusula radica en que los proveedores de contenidos reciben importantes ingresos por la publicidad que transmiten en sus canales, lo que configura la existencia de un mercado de dos lados. En este caso VTR era el agente exclusivo en Chile de AMCLA en la negociación y venta de espacios publicitarios, recibiendo por ello una comisión calculada sobre el monto de los ingresos por publicidad, así como su principal distribuidor de contenidos locales, lo que situaba a AMCLA en una posición de dependencia mayor respecto de VTR.
22. Por lo anterior, el cese unilateral e injustificado de la relación comercial con VTR tuvo un gran impacto en el nivel de ingresos de AMCLA, reduciéndose abruptamente los montos que percibía por la distribución de sus contenidos y por la venta publicitaria, según acreditaremos.
23. Finalmente, los términos del Acuerdo regirían hasta el 31 de diciembre de 2018, sin establecer, como adelantáramos, mecanismos de renovación y/o terminación de contrato, lo que se tradujo en una situación de asimetría en favor de VTR al momento de negociar los términos de un nuevo contrato, llegada esa fecha de término.
24. Durante la ejecución del Acuerdo, los canales proveídos por AMCLA tuvieron siempre una acogida favorable por parte de VTR, del público nacional y de los avisadores, dada la calidad y diversidad de su oferta programática lineal y *on demand*.
25. Sin embargo, sorprendentemente, hacia mediados de 2018 VTR incurrió en una seguidilla de acciones mediante las cuales aparentó descontento con el desempeño de los canales materia del Acuerdo, para luego terminar ofreciendo condiciones que escapan de toda lógica económica y comercial del mercado. Esa es la infracción materia de esta demanda y que pasamos a explicar.

D. LA INFRACCIÓN DE VTR A LA CONDICIÓN QUINTA DE LA RESOLUCIÓN N° 1/2004 DEL TDLC

26. El Acuerdo estipulaba un período de vigencia desde octubre de 2013 hasta diciembre de 2018. Algunos meses antes de esta última fecha VTR comenzó a transmitir a ejecutivos de AMCLA que sus contenidos, supuestamente, habrían presentado rendimientos deficientes en términos de *rating* y baja “visualización” en video *on demand* (“VOD”). Esto se reflejó en un documento enviado por VTR a AMCLA, denominado “Propuesta Comercial Renovación VTR-AMC 20 de julio de 2018” (Documento N° 1). En tal propuesta VTR sostenía lo siguiente en la página 9:

“En resumen, (i) Costo por suscriptor al alza en desmedro del margen de VTR; (ii) Aislado la incorporación de Sundance TV desde el año 2014, el *rating* del grupo se encuentran (sic) a la baja; (iii) Librería muy limitada con un bajo desempeño en visualizaciones; (iv) El total de sus señales son poco valoradas por nuestros clientes. En consecuencia, las señales del Grupo no están siendo una herramienta de valor para fortalecer nuestra [de VTR] oferta de video.”

27. Curiosamente, pese a ese supuesto bajo desempeño de los canales de AMCLA y al hecho de que esas señales no estarían siendo “una herramienta de valor”, en lugar de prescindir de ellas, VTR sí hizo una propuesta económica, lo que resulta abiertamente contradictorio. Esa propuesta se traducía en una reducción de los ingresos que AMCLA percibía en virtud del Acuerdo, por los mismos contenidos, en aproximadamente un 50% en términos globales.
28. AMCLA solicitó a VTR la información de sustento de su propuesta, con el fin de poder negociar de buena fe y en condiciones de simetría en el manejo de información. Ello, porque, según VTR, sus planteamientos se fundaban en una “Encuesta Management Business Intelligence, Agosto 2017” (en la misma página 9, última línea) y otro de los cuestionamientos consistía en que se trataba de una “librería muy limitada con bajo desempeño en visualizaciones” en los contenidos *on demand* (página 6 de la propuesta), cuyo fundamento también sería una encuesta (al pie de dicha página se lee “Fuente: Período Ene-Mar 2018”).
29. VTR no proporcionó a AMCLA ninguna de estas “encuestas”.
30. Conviene además tener presente que la “propuesta” de VTR no solamente disminuía los ingresos de AMCLA en un 50%, sino también exigía incrementar la disponibilidad de contenidos para las plataformas VOD u *on demand* de un mínimo 20 horas que señalaba el Acuerdo a un mínimo de treinta horas como una exigencia permanente. Ello, además de exigir que AMCLA ampliara su oferta de derechos digitales sobre el contenido, como “Reverse EPG”¹⁶, “nDVR/Cloud DVR”¹⁷ y “Multiscreen”¹⁸, con los mayores costos que implicaba su contratación con los proveedores dueños de tales derechos. Esto último entonces, suponía que AMCLA debía continuar incurriendo en mayores costos para cumplir con los contenidos exigidos por VTR, por menos de la mitad de los ingresos pactados en el Acuerdo.

¹⁶ “Reverse EPG” significa el derecho del cliente para poder retroceder en la guía de programación del dispositivo (*set-top box*) para seleccionar cualquier contenido que fue transmitido en las últimas 72 horas, con la facultad de utilizar las funciones de pausar, retroceder y adelantar tal contenido. Esto es un derecho por el que AMCLA tiene que pagar más a sus licenciantes de contenido para tener tal funcionalidad.

¹⁷ “nDVR” significa el derecho del cliente para poder grabar en los servidores del operador los contenidos para visualizarlos en cualquier dispositivo dentro del hogar cuando lo desee por un período determinado de tiempo. “Cloud DVR” significa lo mismo que nDVR, pero con la posibilidad de visualizarlo tanto dentro como fuera del hogar en múltiples dispositivos (como tabletas, *smart phones*, consolas de juegos o *smart TV's*), ya que el contenido está guardado en la nube. Ambos derechos nDVR y Cloud DVR contienen la facultad de utilizar las funciones de pausar, retroceder y adelantar tal contenido. Estos son derechos por los que AMCLA tiene que pagar más a sus licenciantes de contenido para tener tal funcionalidad

¹⁸ “Multiscreen” significa el derecho del cliente ver el canal lineal (por streaming digital y no por su *set-top box*) en múltiples dispositivos. Esta función puede ser dentro como fuera del hogar. Esto es un derecho por el que AMCLA tiene que pagar más a sus licenciantes de contenido para tener tal funcionalidad.

31. En síntesis, la propuesta que VTR envió a AMCLA el 20 de julio de 2018 pretendía: (i) extender el Acuerdo por cuatro años; (ii) reducir la tarifa global, lo que implicaba la reducción del 50% de los ingresos totales, por la transmisión de los mismos canales; (iii) modificar la estructura de tarifa de los canales con mayor audiencia, pasando de un pago por suscriptor a una modalidad de suma fija o *flat fee*¹⁹; (v) mantener la calidad de agente para la venta de publicidad en los canales de AMCLA y el derecho exclusivo para disponer de dos minutos publicitarios por hora de programación; y (vi) incrementar de manera permanente a treinta horas de contenidos *on demand*.
32. Una oferta de tales características resultaba inviable para AMCLA, pues no guardaba relación con las condiciones vigentes del Acuerdo ni se correspondía a las condiciones de mercado.
33. Por ello, las partes acordaron llevar a cabo una reunión, que tuvo lugar el 29 de agosto de 2018 en las oficinas de AMCLA en Miami, en la cual participaron el Director y el Subgerente de Programación de VTR y el Vicepresidente de Ventas Afiliadas y Distribución de AMCLA.
34. Para intentar avanzar en dicha reunión, AMCLA logró, mediante una revisión de la información públicamente disponible, demostrar que la información que había entregado VTR con respecto a ingresos, suscriptores y ARPU no era real y se contradecía, v. gr., con sus propias fuentes públicas. Todo ello consta en el documento titulado “AMC NETWORKS INTERNATIONAL” (Documento N° 2). En dicha reunión, AMCLA además de hacerse cargo de los supuestos bajos desempeños de sus canales de televisión, incluía una propuesta comercial para la renovación del Acuerdo. Este documento fue luego enviado a VTR en el mes de septiembre de ese año. Tal propuesta representaba un esfuerzo comercial de AMCLA, que consistía en incrementar en un 10% la tarifa global estipulada en el Acuerdo (la cual, recordemos, era una tarifa en pesos chilenos del año 2013, que ni siquiera se había reajustado por IPC durante cinco años, periodo en que la inflación alcanzó un 20,3%) y comprometiéndose a continuar incrementando los “*assets*” para VOD manteniendo el resto de las condiciones comerciales y publicitarias.
35. La negativa de VTR fue inmediata. Sin entregar explicaciones, los ejecutivos de la demandada se limitaron a señalar que, sin perjuicio de comprender los argumentos de AMCLA, la necesidad de bajar los costos de VTR y de privilegiar las plataformas digitales les imposibilitaba aceptar la contrapropuesta.
36. En atención a la dependencia de AMCLA con VTR, considerando los ingresos percibidos por distribución de contenidos y avisaje dada su posición en el mercado, con fecha 12 de septiembre de 2018 AMCLA formuló una segunda oferta que mantenía los mismos términos del Acuerdo

¹⁹ Como se explicó *supra*, el Acuerdo estipulaba que la provisión de los canales AMC y MásChic sería retribuida a cambio de una tarifa determinada según el número de suscriptores de VTR. La incorporación de Sundance TV, con fecha 22 de enero de 2014, se acordó en los mismos términos.

durante tres años más, incorporando a futuro un mecanismo de reajuste de la tarifa únicamente conforme al Índice de Precios al Consumidor (“IPC”).

37. Sorprendentemente, la respuesta de VTR consistió en una nueva oferta con condiciones aún más irrisorias que las de su propuesta original, fuera de toda lógica de mercado. El **8 de octubre de 2018**, VTR propuso a AMCLA celebrar un contrato por dos años, **eliminando la mitad de los canales de AMCLA**, entre ellos el canal con mayor audiencia y el que da el nombre al grupo, manteniendo únicamente El Gourmet, Europa Europa y Film & Arts. Esa era una total desnaturalización de cualquier negociación plausible en la industria de contenidos televisivos, circunstancia que VTR no podía menos que conocer.
38. En efecto, una oferta de tales características no solo representaba una reducción del 70% de los ingresos que le generaba el Acuerdo a AMCLA, sino también la pérdida de transmisión de sus canales internacionales más emblemáticos y estratégicos, como Sundance TV y AMC, que son respecto de los cuales se mide el *rating* y se valora la publicidad.
39. En ese sentido, la tabla acompañada en el segundo otrosí con carácter confidencial²⁰ (Documento N° 7) demuestra el abismo de las ofertas de VTR con las tarifas del Acuerdo, así como con las tarifas cobradas por AMCLA al resto de los operadores de televisión pagada en Chile²¹, siendo inequívoco que la demandada es la operadora de televisión pagada a quien AMCLA ofrecía las mejores condiciones y quedando en evidencia la falta de correspondencia con las condiciones de competencia del mercado.
40. Valga agregar en este punto que el argumento de VTR para intentar justificar la eliminación de los canales AMC y Sundance TV por la supuesta baja preferencia de los televidentes y la calidad de sus contenidos no sólo fue desvirtuado por AMCLA, sino es también contradictorio con lo sostenido por VTR ante este mismo H. Tribunal, dejando en evidencia la falta de fundamento de la negativa de la demandada. En efecto, al contestar la demanda interpuesta por otro proveedor de contenidos ante este H. Tribunal (causa rol 311-2016), VTR sostuvo que Sundance TV es *“una señal de cine independiente, cuya programación incluye las mejores películas y documentales galardonados en el Festival de Sundance”* (página 14), y que la decisión de haber incluido a Sundance TV en la grilla programática de VTR se justificaba porque *“en estos casos la opción de nuestra representada (VTR) fue privilegiar una mejoría en el estándar audiovisual y en la satisfacción de la variedad de gustos e intereses de los clientes”*.

²⁰ Tabla elaborada en base a información comercial de AMCLA.

²¹ La tabla se explica de la siguiente manera: ambas propuestas de VTR eran en formato tarifario de *flat fee*, por lo que se calculó el precio efectivo en razón del promedio de abonados de todos los canales en diciembre de 2018 (el último mes reportado arrojó 1.051.045 suscriptores). “Operador 1” también tiene tarifas *flat fee* por lo que también se calculó el precio efectivo. “Operador 2” y “Operador 3” están sujetos a tarifas en dólares, por lo que se procedió al cálculo efectivo en pesos chilenos a la fecha del cobro (2018: \$641,92; 2019: \$682,97).

41. La carencia de lógica comercial y económica con que VTR condujo la negociación es, entonces, patente. Y la explicación de la conducta de VTR se hizo también evidente semanas después, cuando AMCLA se enteró por las redes sociales que VTR había tomado la decisión de expulsarlos de la grilla. El hecho de que esta decisión haya sido comunicada el 31 de octubre de 2018, da cuenta de que la misma ya había sido adoptada por VTR en paralelo con la supuesta o aparente negociación que mantenía con AMCLA.

Y EL 2019 VENDRÁN NUEVOS BENEFICIOS PARA SEGUIR DISFRUTANDO

·Nuevos canales y más contenido On Demand: Desde el 1 de enero del 2019, tendrás más canales y contenidos a la carta para ver gratis cuando quieras. Sumaremos más de 200 horas de cine, 500 horas de series y nuevos programas de noticias, infantil, cocina y entretenimiento. También reemplazaremos señales antiguas como Más Chic, Europa Europa, Film&Arts, AMC, Sundance TV y El Gourmet, por los canales AZ Cinema, A3 Cine HD, BBC World News HD, Nick JR, Discovery Science HD, A3 Series HD, Food VTR HD - canal original de cocina - y el estreno de un nuevo canal nacional HD d

·Más cultura y cine independiente: De forma adicional, te entregaremos gratis más de 300 horas de programación cultural y cine independiente del mundo, que podrás disfrutar en todo momento a través de tu plataforma de Video On Demand (VOD) disponible en tu aplicación móvil VTR Play.

·Más canales con Replay TV: Duplicaremos la cantidad de canales donde puedes usar Replay TV, pasando de 59 canales con esta función disponible, a 120 canales donde podrás reiniciar muchos de los programas que te perdiste.

42. Fue así como AMCLA se enteró que a partir del 1º de enero de 2019 los canales que representaba no serían transmitidos por las plataformas de VTR.
43. A pesar que la demandada había decidido abandonar las negociaciones y dar por terminada la relación comercial entre las partes, AMCLA, dada su posición, insistió y tomó contacto una vez más con la plana ejecutiva de VTR al más alto nivel para concertar una reunión.
44. Así, el **28 de noviembre de 2018**, importantes ejecutivos de AMCLA viajaron a Chile para sostener una reunión en las oficinas de la demandada, bajo el entendido de que la decisión era reversible, según lo había declarado la propia VTR. Sin embargo, VTR se limitó a confirmar su injustificada decisión sin dejar espacio a ninguna negociación: o AMCLA aceptaba la eliminación de la mitad de sus canales y una tarifa un 70% menor, o la relación simplemente se acababa en diciembre de 2018. Fue un “tómalo o déjalo” que confirmaba el poder de VTR en el mercado de la distribución de contenidos por operadores de televisión de pago a nivel nacional.
45. Como veremos, la negativa injustificada de contratar los canales por parte de VTR significó para nuestra representada una pérdida del 50% de sus ingresos en el mercado nacional, además de considerar los ingresos asociados a la publicidad que se transmitía a través de las señales de VTR. Pero no sólo AMCLA resultó afectada, sino también la calidad de los contenidos de la oferta programática que VTR ofrece al público en general, afectando de esta forma la libre competencia en el mercado de la televisión de pago.

15

E. LA DECISIÓN DE VTR DE REEMPLAZAR LOS CANALES DE AMCLA RESULTÓ EN UN MENOSCABO EN LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS, INCLUSIVE PRIVILEGIANDO CONTENIDOS PROPIOS

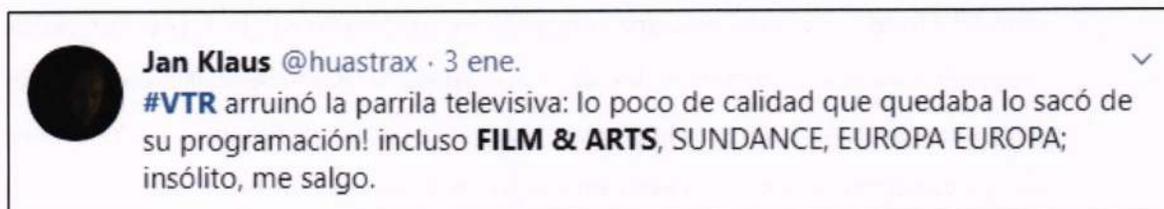
46. La negativa injustificada de VTR de prescindir de los canales que opera AMCLA perjudicó la calidad de los contenidos que ofrece a sus clientes, incluso en contravención de sus deberes reglamentarios que le exigen –en caso de reemplazar a un canal– incorporar uno de similar calidad y contenido²².
47. Si bien VTR anunció a sus clientes que reemplazaría los canales de AMCLA por una serie de nuevos contenidos, solo con algunos de ellos es posible comparar la calidad y contenido²³.
48. En efecto, dentro de los nuevos contenidos informados por VTR se encuentra **A3 Cine**, canal de cine que solo transmite producciones españolas, a diferencia de Film and Arts que, además de transmitir series y películas, aporta a la cultura y diversidad programática. El otro canal informado por VTR fue **Food VTR HD** (actualmente denominado “Cocina Viva”), canal propio de la demandada que transmite contenidos gastronómicos de bajo costo producidos por terceros, ya transmitidos por otros canales y –en ciertos casos– contenido obtenido desde YouTube.
49. Podrá advertir el H. Tribunal que la decisión de VTR carece de cualquier justificación. Al eliminar un canal como El Gourmet (el cual produce contenido gastronómico original, con programas versátiles y originales, locales e internacionales, de gran calidad), VTR privilegió la incorporación de un canal propio que transmite principalmente videos de cocina disponibles en YouTube, conducta que precisamente se preveía como un riesgo en la Resolución N° 1/2004, y que se quería evitar regulando su conducta mediante la Condición Quinta.
50. **El deterioro de la calidad de los contenidos de VTR fue prontamente advertido por los televidentes, e incluso por la crítica televisiva especializada.** Tan pronto VTR comunicó que eliminaría los canales de AMCLA y aquellos que entrarían en su reemplazo, los reclamos de los consumidores no se hicieron esperar. A continuación, algunos ejemplos:

²² El Decreto N° 18 de 2014 que aprueba el Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones dispone en su artículo 60 que: “**Los proveedores de servicios de televisión de pago no podrán cambiar, sustituir, o eliminar, los canales que componen el suministro del servicios sin previo aviso al suscriptores, con al menos 20 días hábiles, caso en el cual deberán reemplazarlos por canales de similar calidad y contenido o realizar las compensaciones según lo establecido en el artículo 58°, literal b)**” (énfasis agregado).

²³ Si bien dentro de los canales anunciados por VTR se encontraban BBC World News y Discovery Science, éstos no permiten realizar ningún análisis, pues no mantienen relación con el tipo de contenido de los canales de nuestra representada.



51. Posteriormente, cuando VTR inició la transmisión de sus nuevos contenidos los televidentes fueron aún más críticos. Publicaciones tales como “*VTR arruinó la parrilla televisiva*” o “*que vuelva El Gourmet*” no se hicieron esperar:



 **Luis Joaquin Poblete** @lu chopoblete · 2 ene. ▼
VTR elimina canales con olor a cultura: borró ARTV y ahora **Film&Arts**. En reemplazo de este último puso "Cinema", con películas con olor a polilla y de pésima calidad.

 **Marcela Paz Chaparro** @MarcePazChaP · 1 ene. ▼
 @VTRChile Sacaron **Film&arts** (un lujo) Europa Europa, Sundance y otros sin avisar!!!! Los canales eliminados daban excelentes programas y series, eran los últimos que iban quedando. Gracias **VTR** por su aporte, mientras duró..No somos pocos los que los contratamos por esos canales..

52. En el mismo sentido, sitios web dedicados a comentar los contenidos televisivos publicaban lo siguiente:

“La última renovación de la parrilla de canales en el cableoperador VTR ha estado marcada por la polémica. La salida de canales como Sundance TV, Europa Europa, Film & Arts y AMC ha causado la molestia de los seguidores de dichas señales [...] **En esta pasada también cayó el siempre piola pero notable canal de cocina ‘El Gourmet’, que fue reemplazado por el canal ‘Cocina Viva’, supuestamente de factura propia de VTR.**

Durante los primeros días de ‘Cocina Viva’ ha quedado en evidencia algo sumamente llamativo: aparecen repeticiones de ‘Plato Único’ y ‘En Casa Se Come Mejor’, pertenecientes al canal 13C, y el programa ‘Ana Avellana’ del canal ‘Alacocina TV’. Una buena parte de la programación **es una rotativa de videos de canales de Youtube** [sic] especializados en temas gastronómicos. En particular, se ven videos de los canales Recetas del Sur, Recetas para Tí y Silvana Cocina. No se aprecia por ahora ningún programa de factura propia de VTR o encargado a una productora profesional”²⁴.

53. Es así que la decisión de VTR causó un grave menoscabo para AMCLA y afectó la calidad de los contenidos televisivos, infringiendo de esta forma la Condición Quinta, al concretarse los riesgos que ésta buscaba prevenir.
54. Finalmente, cabe señalar que AMCLA –con el objeto de mantener su audiencia– intentó captar a los suscriptores que públicamente manifestaron su descontento con la decisión de VTR. Al efecto, esta parte desplegó una campaña publicitaria para informar acerca de los operadores de televisión que sí transmitían los contenidos que VTR había eliminado de su grilla y, por otra parte, gestionó con los competidores de VTR para que éstos ofrecieran planes especiales para aquellos que decidieran continuar recibiendo tales contenidos y cambiarse de operador, a costa de AMCLA.

²⁴ <https://www.fotech.cl/el-precedente-de-cocina-viva-externalizacion-extrema/2019/01/06/>

55. A pesar de los cuantiosos esfuerzos económicos y del equipo de trabajo desplegados por AMCLA, las características propias del mercado determinaron que muchos consumidores –que sí estaban dispuestos– no lograran sustituir su proveedor de televisión pagada.

III. EL MERCADO RELEVANTE

A. MERCADO RELEVANTE DEL PRODUCTO

56. En el caso de autos, el mercado relevante del producto corresponde al mercado de **la televisión pagada**, definida en la Resolución N° 1/2004 como “*el producto que distribuye señales nacionales e internacionales de televisión, adicionales a las que ofrece la televisión abierta, por cable, por medio de satélite u otra tecnología, recibiendo como contraprestación a este servicio un pago mensual que realizan sus consumidores*”²⁵.
57. En este mercado se encuentran los **operadores de televisión pagada** –VTR, DirectTV, Mundo Pacífico, Entel, Movistar–, quienes ofrecen sus contenidos a los consumidores o televidentes a cambio de un precio o tarifa mensual según el plan contratado. Del otro lado se encuentran los **proveedores de contenido**, quienes suministran el contenido televisivo y que pueden ser entidades relacionadas con los operadores de televisión pagada (como VTR Food HD, en el caso de la demandada) o terceros independientes (como lo es AMCLA).
58. Así, en el mercado de la televisión pagada –*aguas abajo*– los operadores interactúan con los consumidores o televidentes ofreciendo diversos canales de televisión. *Aguas arriba*, los operadores de televisión se relacionan con los proveedores de contenido a través de contratos o acuerdos comerciales en cuya virtud éstos suministran sus canales de televisión. A cambio de la provisión de contenidos, los proveedores reciben una tarifa fija (*flat fee*) o determinada según el número de los abonados o suscriptores del respectivo operador de televisión pagada²⁶.
59. La relación entre el mercado aguas arriba y aguas abajo que hemos descrito fue especialmente considerada en la Resolución N° 1/2004 al establecer la Condición Quinta incumplida por VTR. En efecto, en dicha oportunidad el H. Tribunal ya vislumbraba la posibilidad de que VTR utilizara su poder en el mercado aguas abajo, favoreciendo a los proveedores de contenido con los cuales tenía relaciones de propiedad, en desmedro de aquellos no relacionados (v. gr., negándoles injustificadamente la compra de contenidos u ofreciéndoles precios que no tengan relación con las condiciones de mercado).

²⁵ Resolución N° 1/2004, página 36.

²⁶ Como se señaló *supra*, un suscriptor corresponde a cada establecimiento o casa habitación a la cual se abastece de servicios televisivos (viviendas, bares, restaurantes). En general, los acuerdos entre un proveedor de contenido y el operador de televisión pagada establecen que este último debe informar regularmente, mediante declaraciones juradas, la cantidad de sus suscriptores. Asimismo, habitualmente se establecen mecanismos de “auditoría” respecto del número de suscriptores del operador, con el objeto de que la tarifa mensual se determine y pague de manera adecuada.

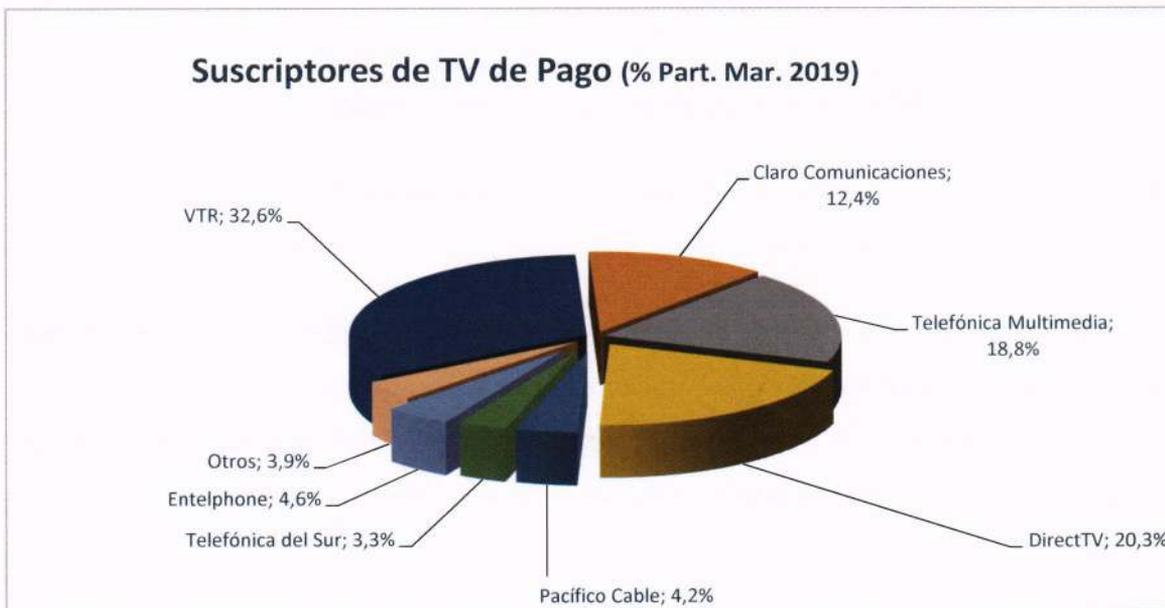
60. Por otro lado, los proveedores de contenidos también obtienen ingresos por la venta de espacios publicitarios dentro de su programación. El importe de estos pagos se determina según el número de suscriptores que tenga el operador de televisión pagada a través del cual se transmite la publicidad y el tipo de audiencia a la cual se dirige. Así las cosas, nos encontramos frente un **mercado de dos lados o caras.**

61. Lo expuesto determina que la posición de VTR en el mercado relevante deba considerar todas las dimensiones descritas, teniendo especialmente en cuenta su posición privilegiada en la medición del rating televisivo y dado el segmento socio económico al que pertenecen mayoritariamente sus clientes (y, por tanto, la importancia que tiene para las agencias publicitarias mantener relación con los proveedores de contenido que exhiben sus contenidos a través de VTR).

B. MERCADO RELEVANTE GEOGRÁFICO

62. En el caso que se somete al conocimiento del H. Tribunal, **el mercado relevante geográfico tiene un carácter local que debe analizarse por zonas o comunas del país.**

63. Según información publicada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (“Subtel”)²⁷, a marzo de 2019 VTR tenía la mayor cuota de participación en el mercado de la televisión pagada, con el 32% de los suscriptores a nivel nacional. Tal porcentaje equivale a 1.080.113 suscriptores y ha aumentado sostenidamente, según lo señala misma Subtel.



²⁷ Reporte “Sector Telecomunicaciones. Primer Semestre 2018”, Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, Subsecretaría de Telecomunicaciones, agosto de 2018. Disponible en <https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/television/>

64. Como se puede apreciar, el competidor más cercano de VTR en el mercado de la televisión pagada es DirectTV, con el 20,3% del mercado.
65. Sin embargo, un análisis adecuado del mercado relevante exige considerar que VTR –a diferencia de sus competidores más importantes– solo opera con tecnología alámbrica y que existen zonas del país en las cuales, por razones de factibilidad o disponibilidad técnica, no es posible operar con dicha tecnología. En concreto, **VTR opera únicamente en un 28% de las comunas del país**, mientras que en el porcentaje restante su participación es menor o, incluso, cero.
66. Así las cosas, si se consideran sólo aquellas comunas en las que demandada opera, **la participación de VTR aumenta a más del 43%**, prácticamente el doble de la participación de su competidor más cercano.
67. Lo expuesto, ha sido recientemente confirmado por la Excma. Corte Suprema, que, en un caso vinculado al de autos, resolvió que *“dentro de los cableoperadores informados por la Subtel, existen empresas que sólo tienen presencia a nivel regional”*; que *“al considerar sólo comunas donde VTR opera, ésta tiene una participación, sobre la base del número de suscriptores, de un 43,4”*; y que *“al determinar la participación con un mercado geográfico nacional, se subestima la posición en el mercado de VTR, al incluir las zonas en que la empresa no opera para establecer el promedio”*²⁸.
68. Del mismo modo, nuestro más alto tribunal –confirmando que el mercado de la televisión pagada es regional o local– señaló que *“las participaciones de mercado y los índices de concentración varían entre comunas ejerciendo VTR una posición de dominio en muchas de aquellas, cuestión que se ve exacerbada en las comunas con mayor número de suscriptores”*²⁹.

C. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO RELEVANTE

69. Definido el mercado relevante en los términos recién expuestos, a continuación describiremos sus características más importantes.
70. En *primer lugar*, el mercado relevante de la televisión pagada se caracteriza por los **altos costos de inversión** (requerimientos de capital) que requieren efectuar quienes pretendan participar en él y que constituyen una barrera a la entrada al mismo. Una vez realizadas tales inversiones, la inversión se constituye en un costo hundido que representa una barrera a la salida del mismo mercado.

²⁸ Excma. Corte Suprema, Rol 8313-2019.

²⁹ Ibid.

18

71. Lo anterior fue advertido ya en la época de dictación de la Resolución N° 1/2004, la que señaló que la *“industria de la TV por cable presenta, por otra parte, grandes costos hundidos o inversiones irre recuperables, lo que afecta fuertemente la contestabilidad de este mercado al implicar mayores riesgos de salida”*³⁰.
72. En *segundo lugar*, el mercado de la televisión pagada se caracteriza por la dificultad efectiva que enfrentan los consumidores que viven en edificios y condominios en los cuales solo existe un único operador de televisión pagada –que generalmente es VTR– y donde la única alternativa posible es la televisión satelital directa al hogar (DTH), cuya instalación de antenas muchas veces está limitada por los reglamentos de copropiedad, todo lo cual redundando en la existencia de **altos costos de cambio**.
73. Dicha característica es especialmente relevante en el caso de autos. Como vimos, una vez que VTR decidió eliminar los canales de AMCLA de su grilla programática, numerosos televidentes manifestaron su disconformidad y su intención de cambiarse del operador de televisión pagada. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de AMCLA por atraer demanda, los costos de cambio determinaron que muchos de esos televidentes disconformes con VTR –y que deseaban continuar con los contenidos de nuestra representada– no lo lograran.
74. En *tercer lugar*, el mercado relevante se caracteriza por la existencia de **economías de ámbito** que inciden en las condiciones de competencia. En efecto, los operadores de televisión pagada como VTR ofrecen distintos servicios a los consumidores –específicamente, internet banda ancha y telefonía fija–, generalmente en un servicio conjunto o paquete por un precio menor al que se ofrecen cada uno de dichos servicios de forma separada, lo que también configura un costo de cambio para los suscriptores.
75. En *cuarto lugar*, nos encontramos frente a un **mercado altamente concentrado**, incluso si se considera que el mercado geográfico debe definirse a nivel nacional (lo cual, como vimos, fue zanjado por la Corte Suprema recientemente).

D. EL PODER DE MERCADO DE VTR

76. Según se expuso, a nivel nacional VTR tiene más del 32% del mercado, considerando el número de sus suscriptores. Sin embargo, dicha participación subestima el poder de la demandada, pues si se miden sólo aquellas comunas en que las que opera, su participación es superior al 43% del mercado.
77. Con todo, el análisis no debe restringirse únicamente a la participación en el mercado aguas abajo pues, como señalamos anteriormente, los ingresos que los proveedores de contenido reciben de

³⁰ Resolución N° 1/2004, página 45.

parte de las agencias publicitarias determinan la existencia de un mercado de dos lados o caras, lo que hace necesario considerar el rol de VTR en este mercado de la publicidad.

78. Al respecto, el *rating* se mide en aquellas comunas donde VTR tiene mayor presencia que el resto de los operadores de televisión pagada. En particular, VTR representa alrededor del 70% del segmento ABC1 y alrededor de un 60% del segmento C3 con *people meter*, conforme al cual se mide el *rating* televisivo en la actualidad. Dichos segmentos son precisamente el público objetivo al cual apuntan las agencias de publicidad, de tal manera que éstas tienen especial interés en contratar espacios en canales que se transmiten en VTR.

Tabla N° 2: Rating IBOPE 2016-2019 (Tabla elaborada en base a información propia)			
Canales	Vigencia Acuerdo	Sin VTR	Diferencia (%)
	2016-2018	2019	
AMC	0.054	0.010	-81,00
El Gourmet	0.030	0.005	-83,00
Film & Arts	0.028	0.001	-96,00
Europa Europa	0.006	0.000	-100,00
Más Chic	0.009	0.004	-56,00

79. Por lo tanto, la medición del *rating* televisivo le confiere a VTR un poder de mercado frente a los proveedores de contenido en el mercado aguas arriba, en adición al que ya posee en el mercado aguas abajo por el número de sus suscriptores.
80. De esta forma, existen condiciones y características del mercado de la televisión de pago, previstas en la Resolución N° 1/2004 que se mantienen a la fecha y que han dado pie para que VTR tenga el poder de negar injustificadamente la transmisión de los contenidos provistos por AMCLA a través de sus plataformas, afectando de esta forma la libre competencia.

IV. EL DERECHO

A. EL INCUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES IMPUESTAS POR EL TRIBUNAL CONSTITUYE UN ILÍCITO ANTICOMPETITIVO

81. Según hemos expuesto, en el ejercicio de la potestad consultiva conferida en el artículo 18 N° 2 del DL 211 el H. Tribunal dictó la Resolución N° 1/2004, sujetando la aprobación de la fusión

entre Metrópolis y VTR al cumplimiento de una serie de condiciones, una de las cuales –la Condición Quinta– fue infringida por la demandada.

- 82. A través del ejercicio de la mencionada potestad consultiva el H. Tribunal determinó si el acto materia de la consulta se ajustaba a las disposiciones de la libre competencia, o si era necesario adoptar ciertas medidas de resguardo (que fue lo que ocurrió en definitiva).
- 83. Así, las condiciones que impuso el H. Tribunal corresponden a obligaciones específicas de hacer o no hacer (como es el caso de la Condición Quinta), cuya contravención importa una infracción a las normas que resguardan la libre competencia, en particular el artículo 3° inciso primero del DL 211, que dispone al efecto: *“el que ejecute o celebre, individual o colectivamente cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos, será sancionado con las medidas señaladas en el artículo 26 de la presente ley, sin perjuicio de las medidas preventivas, correctivas o prohibitivas que respecto de dichos hechos, actos o convenciones puedan disponerse en cada caso.”*
- 84. En este sentido, el H. Tribunal ha fallado que las resoluciones dictadas en el ejercicio de su potestad consultiva *“son vinculantes para quienes pusieren en movimiento dicha atribución mediante la formulación de una consulta, por lo que **la consecuencia jurídica derivada del incumplimiento de las medidas, condiciones o términos fijados en tales resoluciones para la ejecución o celebración del hecho, acto o contrato respectivo, es la responsabilidad por infracción de las normas de protección de la libre competencia de los consultantes** [...]”*³¹.
- 85. Por lo tanto, el incumplimiento de las condiciones impuestas por una resolución judicial dictada por el H. Tribunal constituye una infracción al artículo 3° inciso primero del DL 211.

**B. VTR INCUMPLIÓ LA CONDICIÓN QUINTA DE LA RESOLUCIÓN N° 1/2004,
INFRINGIENDO DE ESTA FORMA EL ARTÍCULO 3° DEL DL 211**

- 86. Al aprobar la fusión de Metrópolis y VTR el H. Tribunal advirtió una serie de riesgos que podían afectar la competencia en el mercado de la televisión pagada, razón por la cual adoptó una serie de medidas o condiciones a las cuales sujetó la mencionada aprobación.
- 87. Dentro de los mencionados riesgos se encontraba la posibilidad de que VTR incurriera en discriminaciones o exclusiones de proveedores de contenidos, ya sea negándoles la compra y/u ofreciéndole precios que no mantuvieran relación con las condiciones en el mercado de la televisión pagada. Dicho riesgo fue precisamente aquel que motivó la imposición de la Condición Quinta, la cual señala expresamente lo siguiente:

“QUINTA. Se prohíbe a la empresa fusionada usar su poder de mercado sobre terceros programadores que vendan señales o producciones de TV pagada, para negar injustificadamente la compra,

³¹ Sentencia N° 86/2009, Considerando Cuarto.

u ofrecer por ellas un precio que no tenga relación con las condiciones de competencia del mercado”.

88. Pues bien, los riesgos efectivamente se materializaron cuando VTR –al momento de negociar la renovación de su relación comercial con AMCLA– le negó injustificadamente la compra de los canales materia de esta demanda, ofreciéndole precios y formulando requerimientos que no guardaban ninguna relación con las condiciones del mercado.

B.1. VTR negó injustificadamente la compra de la transmisión de los canales de AMCLA

89. VTR se negó injustificadamente a contratar los canales AMC, Sundance TV, Film & Arts, Europa Europa, El Gourmet y Más Chic, todos de AMCLA, para ser transmitidos dentro de su grilla programática a los suscriptores de VTR a contar del 1° de enero de 2019, poniendo término a la transmisión de contenidos que venían formando parte de su grilla por más de 15 años.
90. Esta negativa total a contratar se vio precedida por un comportamiento comercial de VTR que no se corresponde con las condiciones de competencia y funcionamiento del mercado de la televisión pagada en Chile, ya sea por la vía de excluir de la negociación los principales canales de AMCLA (tanto a nivel de suscriptores como de contenidos), de ofrecer precios que implicaban una disminución de entre el 50 al 70% de los ingresos totales, primero por los mismos canales, para luego proponer cambiar la modalidad de cobro de la tarifa y/o excluir canales.
91. Tales propuestas fueron sustentadas en supuestos problemas que VTR alegó, pero que jamás justificó. Así las cosas, sus ofertas carecían de toda plausibilidad. Todos sus argumentos fueron debida y oportunamente desvirtuados por AMCLA. No obstante, la demandada persistió en su posición, amparándose en su poder en el mercado de la televisión de pago nacional.
92. En *primer lugar*, la propuesta comercial que VTR envió a AMCLA en julio de 2018 pretendía justificar sus irrisorios términos exponiendo que sus márgenes habrían disminuido en razón de un supuesto estancamiento de su promedio de ingresos por usuario³², mientras que, al mismo tiempo, los ingresos que AMCLA obtenía por el cobro de tarifas por suscriptores de VTR aumentaban.
93. Esta justificación descansa en un presupuesto falso. Contra lo que sostiene VTR, los ingresos de AMCLA por la modalidad tarifa por número de suscriptores disminuyeron en alrededor de un 7% en los últimos tres años de vigencia del Acuerdo. Sin embargo, al mismo tiempo el promedio de los ingresos por usuario de VTR aumentó en más de un 8%, de acuerdo a sus propios registros públicos.

³² En la industria, se utiliza el concepto “ARPU”, acrónimo de la expresión anglosajona “Average Revenue Per User”.

94. En *segundo lugar*, VTR adujo que el *rating* de los principales canales de AMCLA mostraría “*una tendencia a la baja*”, lo cual explicaba las condiciones de contratación que la demandada ofrecía. Tal alegación es igualmente falsa, pues el *rating* de tales canales dentro de la grilla programática aumentó.
95. En *tercer lugar*, VTR alegó que AMCLA ofrecería una “*librería muy limitada con bajo desempeño en visualizaciones*”, pretendiendo instalar la idea de que los contenidos *on demand* que proveía AMCLA serían deficientes.
96. Una vez más, tal explicación carece de plausibilidad. Durante la vigencia del Acuerdo, AMCLA proveyó a VTR de un 50% más de horas de contenido *on demand* –por cada canal– respecto de las horas pactadas en el Acuerdo. Incluso más, AMCLA incluso confirió a VTR la exclusividad de ciertos contenidos.
97. En *cuarto lugar*, VTR pretendió justificar los irrisorios precios ofrecidos a AMCLA afirmando que “*el total de las señales son consideradas mayormente con poca o sin importancia por nuestros clientes*”. Tal afirmación nunca pudo ser demostrada por VTR, al tiempo que el malestar de los suscriptores con la salida de los canales de AMCLA no se hizo esperar. Para ello, nos remitimos a lo expuesto anteriormente respecto de la reacción de los televidentes de VTR tras ser notificados de la eliminación de los clientes de nuestra representada.
98. Como se aprecia, ninguna de las excusas entregadas por VTR resulta plausible o ajustada a la realidad. En ningún caso, las afirmaciones de la demandada se encontraban respaldadas en información comprobable y objetiva que permitiera concluir que la negativa de VTR de contratar con AMCLA fuera justificada.
99. Por ello, VTR incurrió en una negativa injustificada que configura la infracción de la Condición Quinta.

B.2. VTR ofreció precios que no tenían relación con las condiciones de mercado

100. Los precios que VTR ofreció pagar a AMCLA por la distribución de los canales a través de sus plataformas no tienen ninguna relación con lo estipulado en el Acuerdo que los vinculaba, ni menos con las condiciones que se transan en el mercado de la televisión pagada.
101. En *primer lugar*, a cambio de los mismos seis canales que estaba transmitiendo, VTR ofreció una **tarifa que implicaba un ingreso del orden del 50% menor a los que recibía AMCLA por sus contenidos**. Ello, además de exigir que AMCLA ampliara la oferta de derechos digitales nuevos como “Reverse EPG”, “nDVR/Cloud DVR” y “Multiscreen”, con los mayores costos que implica su contratación con los proveedores de contenidos. Y aquí no hay que olvidar que el Acuerdo fue negociado en el marco de una operación mayor, en virtud de la cual el controlador

de VTR, el Grupo Liberty, vendió a AMC Inc. la empresa propietaria de los canales que opera AMCLA, pues esa era una condición comercial irrenunciable para esta última. Como es obvio, no tenía ningún sentido para AMCLA adquirir esos canales si el principal cableoperador del país no continuaría transmitiéndolos. Visto en perspectiva, entonces, lo que hizo VTR en el año 2018 fue, simplemente, deshacerse de AMCLA, luego de haberle vendido Chellomedia.

102. En *segundo lugar*, VTR formuló una segunda oferta, la cual prescindía de la mitad de los canales que hasta entonces estaban comprendidos en el Acuerdo (y los más emblemáticos), sin dar ningún tipo explicación que resultara atendible. Como vimos, las excusas de VTR carecían de todo fundamento objetivo y no se condecían con las relaciones habituales entre operadores y proveedores.
103. En *tercer lugar*, percibía un alto porcentaje de la comisión por venta de publicidad dada su calidad de agente de AMCLA y, además, tenía el derecho de comercializar –a su entera discreción– publicidad en los contenidos de nuestra representada.
104. Por lo tanto, los precios a los cuales ofrecía contratar VTR constituyen una contravención de la Condición Quinta que deberá ser sancionada por no tener relación con las condiciones de competencia del mercado de la televisión de pago.

C. LA CONDICIÓN QUINTA ES DE CARÁCTER PERMANENTE Y SE ENCUENTRA PLENAMENTE VIGENTE

105. La Resolución N° 1/2004 establece condiciones sujetas a plazo y condiciones de carácter permanente, perteneciendo la Condición Quinta a esta última categoría. Por lo demás, este mismo H. Tribunal ha fallado que los efectos y las condiciones impuestas de conformidad con los artículos 18 N° 2 y 31 del DL 211 “*son de duración indefinida, salvo que la propia resolución en cuestión establezca un plazo para la vigencia de tales condiciones*”³³.
106. A mayor abundamiento, la jurisprudencia reciente de la Excma. Corte Suprema confirmó que la Condición Quinta es de carácter permanente y se encuentra vigente, en términos tales que cualquier modificación a este respecto debe realizarse siguiendo el procedimiento no contencioso establecido en el artículo 32 del DL 211.
107. En efecto, tras conocer del recurso de reclamación interpuesto por un proveedor de contenidos que demandó a VTR por incumplir la Condición Quinta de la Resolución N° 1/2004, nuestro máximo tribunal resolvió recientemente:

³³ Sentencia 118/2011, Considerando Vigésimo.

“[L]a Condición Quinta se encuentra vigente, toda vez que no ha sido modificada por el TDLC, pues VTR no ha iniciado, hasta la fecha, el procedimiento respectivo para su modificación. [...]

[A]nte una Resolución que impone medidas conductuales a la incumbente -plenamente vigente- lo exigible es que aquella inicie el procedimiento no contencioso respectivo que permita dilucidar su situación actual en el mercado y analice la pertinencia y conveniencia de mantener las medidas de mitigación originalmente ordenadas”³⁴.

- 108. Al no haberse iniciado ningún procedimiento de consulta tendiente a modificar o dejar sin efecto la Condición Quinta, ésta debe entenderse vigente y cualquier alegación que se esgrima al respecto deberá ser rechazada.

D. LA CORRECTA APLICACIÓN DE LA CONDICIÓN QUINTA NO EXIGE LA CONCURRENCIA DE PODER DE MERCADO DE PARTE DEL INFRACTOR

- 109. La infracción de la Condición Quinta se configura con prescindencia del poder de mercado que pueda tener el infractor, en este caso VTR. En efecto, el propósito de la referida Condición fue evitar que la empresa fusionada negara injustificadamente la compra a los proveedores de contenido y/o les ofreciera precios que no se relacionaran con las condiciones de mercado.
- 110. De este modo, la correcta interpretación de la Condición Quinta debe considerar que el análisis del poder de mercado de la demandada no puede ser materia de análisis en un procedimiento contencioso. El análisis del poder de mercado de VTR ya fue materia del procedimiento no contencioso que culminó en la dictación de la Resolución N° 1/2004, por lo que ante una demanda que reproche el incumplimiento de sus condiciones solo debe analizarse si se verifican o no las conductas que la condición respectiva prohíbe.
- 111. Por otro lado, si para determinar el incumplimiento de la Condición Quinta se exigiera que el demandado tuviera poder de mercado, se incurriría en el absurdo de que tal Condición no pasaría de ser una mera reiteración del artículo 3 letra b) del DL 211. En efecto, tal norma considera como actos, hechos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia la explotación abusiva de una posición dominante a través de la fijación de precios de compra o venta, imponiendo la venta, asignando zonas o cuotas de mercado o imponiendo abusos semejantes.
- 112. Si el artículo 3 letra b) del DL 211 prohíbe la explotación abusiva de una posición dominante a través de las mismas conductas que describe la Condición Quinta, resulta inverosímil que ésta última también exija la concurrencia de poder de mercado.
- 113. Por lo anterior, la Excma. Corte Suprema resolvió que cualquier alegación de VTR respecto a una eventual pérdida del poder de mercado tenido en cuenta por la Resolución N° 1/2004 exige

³⁴ Excma. Corte Suprema, rol 8113-2018, sentencia de fecha 15 de mayo de 2019.

que la demandada “inicie el procedimiento no contencioso respectivo que permita dilucidar su situación actual en el mercado y analice la pertinencia y conveniencia de mantener las medidas de mitigación originalmente ordenadas”³⁵.

114. Como concluirá el H. Tribunal, no caben dos interpretaciones al respecto: el incumplimiento de la Condición Quinta debe analizarse con independencia del poder de mercado de la demandada.

E. EN CUALQUIER CASO, VTR SÍ TIENE PODER DE MERCADO Y ABUSÓ DEL MISMO

115. Asentado que el poder de mercado no es un elemento integrante de la conducta prohibida que se exija para entender configurada su infracción, es menester señalar que, en cualquier caso, VTR sí tiene una posición dominante.
116. Como se expuso *supra*, la correcta determinación del mercado relevante del producto y geográfico permite concluir que, en las comunas donde VTR opera, su participación supera el 40% del mercado de la televisión pagada.
117. Si a lo anterior se suma que VTR tiene un poder específico en el mercado de la publicidad – debido a su sobrerrepresentación en la medición del *rating*–, el poder de mercado de la demandada frente a los proveedores de contenido es incontrovertible.
118. Por lo tanto, aun en el hipotético caso de que se exigiera poder de mercado para los efectos de configurar el incumplimiento de la Condición Quinta –lo que no es así–, dicho poder sí concurre respecto de VTR.
119. Precisamente de dicho poder de mercado fue del que abusó VTR frente a AMCLA al negar injustificadamente la compra de los canales y ofrecer precios que no guardaban relación con las condiciones del mercado de la televisión pagada. Todo ello, afectando no sólo a AMCLA, sino también a los televidentes que sufrieron el menoscabo en la calidad de los contenidos transmitidos por VTR.

F. EL INCUMPLIMIENTO DE LA CONDICIÓN QUINTA SE PRESUME CULPABLE

120. El incumplimiento de la Condición Quinta por parte de VTR fue culpable. De cualquier modo, este H. Tribunal ha señalado que “*la culpabilidad del agente económico al que se le imputa el incumplimiento de una medida impuesta por este Tribunal ha de juzgarse de acuerdo con un criterio de culpa infraccional. Ello significa que la mera inobservancia de una medida conductual o estructural permite presumir la culpa, aunque es admisible prueba en contrario*” (énfasis agregado)³⁶.

³⁵ Excma. Corte Suprema, rol 8313-2019, sentencia de fecha 15 de mayo de 2019.

³⁶ Sentencia N° 147/2015, Considerando Octavo.

V. LAS MEDIDAS SOLICITADAS

- 121. El artículo 3° y 26 del DL 211 facultan al H. Tribunal para sancionar con multas a los agentes económicos infractores de las normas de libre competencia, así como adoptar las medidas preventivas, correctivas o prohibitivas con el objeto de restablecer la libre competencia en los mercados afectados.
- 122. Es del caso que, junto con solicitar que se declare que VTR ha infringido el artículo 3° del DL 211, al incumplir la Condición Quinta, se solicita al H. Tribunal determinar la imposición de multas en razón de los criterios y circunstancias que ordena considerar perentoriamente el inciso final de la letra c) del artículo 26 del DL 211.
- 123. Asimismo, resulta imprescindible en el caso de autos que el H. Tribunal decrete las medidas tendientes a resguardar que se cumpla la Condición Quinta, por la vía de generar los mecanismos que permitan garantizar la reincorporación de los canales operados por AMCLA que se transmitían hasta el 31 de diciembre de 2018 por las plataformas de VTR, así como las condiciones de contratación de tales contenidos, fijando un plazo perentorio al efecto.
- 124. En este sentido, es preciso consignar que la Excma. Corte Suprema en su sentencia de fecha 15 de mayo de 2019, en causa rol N° 8313-2018, ordenó a VTR iniciar un periodo de negociaciones con el proveedor de contenidos demandante, en términos serios y debidamente justificados, por un periodo máximo de tres meses, con el objeto de determinar las condiciones de su reincorporación. Tal medida se decretó en un caso análogo, en que se condenó a VTR por haber incumplido la Condición Quinta de la Resolución N° 1/2004.
- 125. En razón de lo expuesto, resulta procedente y necesario que el H. Tribunal decrete las medidas tendientes a restablecer los contenidos de AMCLA a las plataformas de distribución de VTR, con el objeto de corregir los efectos anticompetitivos descritos en la presente demanda.

POR TANTO,

con el mérito de lo expuesto y lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 3°, 5°, 18, 19 y siguientes del DL 211, así como de las demás normas aplicables en la especie,

SÍRVASE EL H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA tener por interpuesta la presente demanda en contra de VTR Comunicaciones SpA, representada legalmente por don Guillermo Ponce Miguel, ambos ya individualizados, admitirla a tramitación y, en definitiva, acogerla en todas sus partes, declarando lo siguiente:

1. Que VTR Comunicaciones SpA ha incumplido la Condición Quinta de la Resolución N° 1/2004, infringiendo de esta forma el inciso primero del artículo 3° del Decreto Ley N° 211;
2. Que se ordene a VTR Comunicaciones SpA iniciar un período de negociaciones con AMC Networks Latin America LLC para determinar las condiciones comerciales y económicas, en términos serios y de buena fe, para la continuidad de la transmisión de los contenidos de todos los canales materia de esta demanda, bajo condiciones de competencia del mercado, por el plazo máximo de tres meses o aquel que el H. Tribunal estime pertinente;
3. Que VTR Comunicaciones SpA sea condenada al pago de una multa que el H. Tribunal estime pertinente, de conformidad al mérito del proceso y considerando lo dispuesto en el inciso final de la letra c) del artículo 26 del Decreto Ley N° 211; y,
4. Que VTR Comunicaciones SpA sea condenada al pago de las costas.

PRIMER OTROSÍ: En cumplimiento de lo dispuesto en el Auto Acordado N° 7/2016 de este H. Tribunal, **SOLICITAMOS AL H. TRIBUNAL** tener por acompañado un *pendrive* que contiene la versión electrónica de la presente demanda.

SEGUNDO OTROSÍ: **SÍRVASE EL H. TRIBUNAL** tener por acompañados los documentos que individualizamos a continuación, en carácter reservado, confidencial o público y bajo el apercibimiento legal que en cada caso se indica:

Documentos acompañados en carácter de reservados:

1. Documento titulado “Propuesta Comercial Renovación VTR-AMC”, enviada por VTR a AMCLA, de fecha 20 de julio de 2018, bajo el apercibimiento del artículo 346 N° 3 del Código de Procedimiento Civil.
2. Documento titulado “AMC Networks International”, presentado por los ejecutivos de AMCLA a VTR en Miami, con fecha 29 de agosto de 2018, bajo el apercibimiento del artículo 346 N° 3 del Código de Procedimiento Civil.
3. Documento titulado “Agreement relating to the carriage of MGM, Casa Club, elgourmet.com, Film&Arts, Europa Europa and Cosmpolitan TV (the ‘Channels’) on VTR’s platforms between VTR Global Com S.A., (‘VTR’) and AMC Networks Inc. (‘AMCN’) or at its election one of its subsidiaries (each such relevant subsidiary a ‘Network’) (the ‘Parties’)”, de fecha 24 de octubre de 2013, y su correspondiente traducción certificada, bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil.

- 4. Documento titulado “Agreement VTR: Sundance Channel SD, Sundance Channel HD”, de fecha 22 de enero de 2014, y su correspondiente traducción certificada, bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil. ✓
- 5. Documento titulado “Annex A – MGM & Casa Club Agreement”, de fecha 22 de enero de 2014 y su correspondiente traducción certificada, bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil. ✓
- 6. Documento titulado “Annex B – ElGourmet.com, Film&Arts, Europa Europa, Cosmpolitan TV Agreement”, de fecha 22 de enero de 2014, y su correspondiente traducción bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil. ✓

Documentos acompañados en carácter confidencial:

- 7. Tabla comparativa de las tarifas cobradas por AMCLA a los distribuidores de contenidos locales y las ofertas de VTR, con citación. ✓

Documentos acompañados en carácter de públicos:

- 8. Copia de la carta enviada con fecha 19 de agosto de 2019 por Rodolfo García Cosin, de AMC Networks Argentina SCA, a Ricardo Deben, de AMC Networks Latin America LLC en la que autoriza a esta última a representar y ejecutar los términos de los contratos que la primera haya suscrito con VTR y su correspondiente traducción libre. Acompañamos estos documentos bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil. ✓
- 9. Copia de la carta enviada con fecha 28 de julio de 2019 por Sean Sullivan, de Sundance Channel Latin America LLC, a Ricardo Deben, de AMC Networks Latin America LLC en la que autoriza a esta última a representar y ejecutar los términos de los contratos que la primera haya suscrito con VTR y su correspondiente traducción libre. Acompañamos estos documentos bajo el apercibimiento del artículo 347 del Código de Procedimiento Civil. ✓
- 10. Copia autorizada del mandato judicial de fecha 22 de julio de 2019, otorgado por la Notario Público del Estado de Florida, Estados Unidos, doña Esperanza López, debidamente apostillado en Tallahallasee, Estados Unidos el 1º de agosto de 2019 por la Secretaría de Estado del Estado de Florida. Acompañamos este documento bajo el apercibimiento del artículo 345 bis del Código de Procedimiento Civil. ✓

De acuerdo a lo establecido en el Auto Acordado N° 16/2017 del H. Tribunal solicitamos al H. Tribunal declare el carácter reservado y confidencial en cada caso se indica, de los documentos de los cuales nuestra representada es titular en razón de que contienen información altamente sensible para la estrategia comercial de AMCLA, cuya revelación puede afectar significativamente

su desenvolvimiento competitivo con otros distribuidores de contenido y particularmente con los operadores de televisión pagada en Chile con quienes actualmente mantiene acuerdos para la provisión de contenidos.

Por lo anterior, solicitamos la reserva de los Documentos N° 1 a 6, en cuanto tales documentos contienen los precios, estrategias de posicionamiento, términos y condiciones de los acuerdos y negociaciones sostenidas entre las partes.

Asimismo, solicitamos la confidencialidad del Documento N° 7, toda vez que el mismo contiene las tarifas vigentes que nuestra representada mantiene con todos los operadores de televisión pagada con los cuales mantiene relaciones comerciales en Chile.

TERCER OTROSÍ: SÍRVASE EL H. TRIBUNAL en cumplimiento de lo dispuestos en el resuelvo sexto del Auto Acordado N° 16/2017 sobre reserva o confidencialidad tener por acompañada con citación, versión pública de los siguientes documentos.

1. Documento titulado “Propuesta Comercial Renovación VTR-AMC”, enviada por VTR a AMCLA, de fecha 20 de julio de 2018.
2. Documento titulado “AMC Networks International”, presentado por los ejecutivos de AMCLA a VTR en Miami, con fecha 29 de agosto de 2018, y enviado por correo electrónico con fecha 5 de septiembre del mismo año.
3. Acuerdo titulado “Agreement relating to the carriage of MGM, Casa Club, elgourmet.com, Film & Arts, Europa Europa and Cosmpolitan TV (the ‘Channels’) on VTR’s platforms between VTR Global Com S.A., (‘VTR’) and AMC Networks Inc. (‘AMCN’) or at its election one of its subsidiaries (each such relevant subsidiary a ‘Network’) (the ‘Parties’)”, de fecha 24 de octubre de 2013, y su correspondiente traducción certificada.
4. Documento titulado “Agreement VTR: Sundance Channel SD, Sundance Channel HD”, de fecha 22 de enero de 2014, y su correspondiente traducción certificada.
5. Documento titulado “Annex A – MGM & Casa Club Agreement”, de fecha 22 de enero de 2014 y su correspondiente traducción certificada.
6. Documento titulado “Annex B – ElGourmet.com, Film&Arts, Europa Europa, Cosmpolitan TV Agreement”, de fecha 22 de enero de 2014, y su correspondiente traducción.
7. Tabla comparativa de las tarifas cobradas por AMCLA a los distribuidores de contenidos locales y las ofertas de VTR.

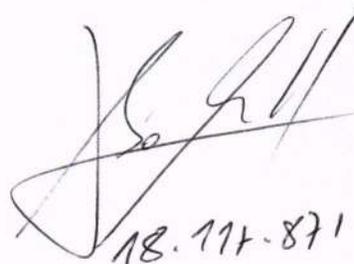
CUARTO OTROSÍ: SÍRVASE EL H. TRIBUNAL tener presente que designamos como ministros de fe a los receptores judiciales señores Jaime Álvarez Andrade y Carlos Alberto Vidal Tobar, para la práctica de las diligencias que sean necesarias durante la sustanciación del presente juicio.

QUINTO OTROSÍ: SÍRVASE EL H. TRIBUNAL tener presente que, en virtud del mandato acompañado bajo el Documento N° 10 del segundo otrosí, y en virtud de nuestra calidad de abogados habilitados para el ejercicio de la profesión, asumimos personalmente el patrocinio de esta causa, la que conduciremos personalmente, actuando en forma conjunta o separada e indistinta. Sin perjuicio de ello, conferimos poder a los abogados habilitados para el ejercicio de la profesión señores Ignacio Andrés Cantillana Moreira y Joao Pedro Bofill Rodrigues, habilitados al efecto y de nuestro mismo domicilio, quienes podrán actuar también conjunta, separada e indistintamente con los suscritos.

Jaime F. Andrade
Jaime A.
13.458.672-9

Jorge Bofill R.
Joao Bofill R.
6804763-3


18.116.600-2
Ignacio Cantillana M.


18.117.871-K
Joao Bofill R.

Faint, illegible text at the top of the page, possibly a header or title.

Several lines of very faint, illegible text in the upper middle section.

Handwritten notes or scribbles in the middle-left area.

Handwritten notes or scribbles in the middle-right area.

Handwritten notes or scribbles in the lower-right area, including a signature.