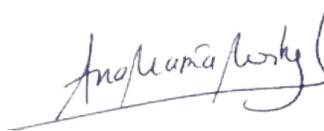


Informe
Incumplimiento de la Condición Quinta
de la Resolución 1/2004 del TDLC por parte de VTR



25 de agosto de 2021

Índice

Objeto y contenido	1
I. Antecedentes de hecho: La Condición Quinta de la Resolución 1/2004.....	2
II. Precios de mercado de las señales de AMCLA.....	3
2.1. Condiciones contractuales vigentes entre AMCLA y VTR hasta 2018.....	3
2.2. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA hasta 2018, y ofertas formuladas para la renovación de los contratos	5
2.3. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA y precios pagados a AMCLA por otros proveedores de TV Paga.....	8
2.4. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA y precios pagados por VTR a otros proveedores de contenidos.....	9
III. Análisis de las justificaciones provistas por VTR	10
3.1. Supuesto declive en el consumo de contenido lineal de TV Paga	10
3.2. Desempeño de las señales de AMCLA	11
3.3. Contenido no lineal ofertado por AMCLA	14
IV. Efectos de la sustitución de señales en los consumidores.....	15
4.1. Grilla de canales de VTR antes y después del término de contrato con AMCLA	15
4.2. Comparación entre el rating de las señales de AMCLA y el rating de las señales por las que éstas fueron sustituidas.....	17
Conclusiones	20

Objeto y contenido

Este informe tiene por objeto determinar si VTR cumplió o no la Condición Quinta de la Resolución 1/2004 del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, TDLC) en la formulación de sus ofertas para la renovación de los contratos de distribución de las señales de televisión AMC, El Gourmet, Film&Arts, Europa Europa, Más Chic y Sundance TV, suscritos en octubre de 2013 entre VTR y AMC Networks Latin America LLC (AMCLA), o empresas representadas por esta última (en adelante, AMCLA).

Para ello, la sección primera identificará la regla especial de conducta vigente y aplicable a VTR contenida en la Resolución 1/2004 del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, TDLC), conforme con la cual dicho proveedor de TV Paga no puede *“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”* (en adelante, la Condición Quinta). Dicha regla, según veremos, obliga a VTR a justificar objetivamente los precios que oferta por distribuir las señales de proveedores como AMCLA.

La sección segunda, sintetizará las ofertas formuladas por ambas partes -VTR y AMCLA- en el periodo previo a la fecha de expiración de los contratos, el 31 de diciembre de 2018. En esta sección, por una parte, se compararán los precios y otras condiciones que VTR ofreció a AMCLA durante las negociaciones, con aquellos vigentes hasta diciembre de 2018, así como con los precios que VTR paga a otros proveedores de contenido y con los que AMCLA percibe de otros proveedores de TV Paga.

La sección tercera, analizará si las ofertas de VTR se encuentran objetivamente justificadas en alguna de las razones provistas por dicho proveedor de TV Paga, tanto durante la negociación con AMCLA como en su contestación a la demanda deducida por esta última ante el TDLC. En particular, y sobre la base de la información disponible analizaremos si el supuesto declive en el consumo de la TV Paga tradicional o lineal, el desempeño de las señales de AMCLA en términos de rating o la supuesta negativa de AMCLA a ofrecer mayor contenido VOD a VTR, justificarían las tarifas y condiciones ofertadas por dicha empresa.

Aunque el eventual perjuicio a los consumidores derivado del incumplimiento de la Condición Quinta es irrelevante para los efectos de establecer si existió o no una infracción a la libre competencia por parte de VTR, la sección cuarta analizará el desempeño de las señales por las que VTR sustituyó las de AMCLA, a fin de determinar si, producto de ese reemplazo, los consumidores fueron beneficiados o perjudicados.

I. Antecedentes de hecho: La Condición Quinta de la Resolución 1/2004

La Resolución 1/2004 aprobó la fusión entre Metrópolis Intercom S.A. y VTR S.A. en virtud del procedimiento establecido en el artículo 31º del D.L. Nº 211, sujeta a ocho condiciones conductuales¹ (en adelante, Resolución 1/2004).

Las partes no dedujeron recursos y, tras declararse inadmisibile un recurso de terceros, esa Resolución quedó ejecutoriada el 24 de marzo de 2005 (fecha en que se notificó a las partes la resolución que la ordenó cumplir).

La Condición Quinta fue propuesta por la Fiscalía Nacional Económica, aceptada por las partes e incorporada a la Resolución 1/2004, en los siguientes términos:

“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”

AMC Networks Latin America LLC (AMCLA) distribuyó en la plataforma de VTR las señales de TV paga denominadas AMC², El Gourmet, Film&Arts, Europa Europa, Más Chic³ y Sundance TV entre el 24 de octubre de 2013 y el 31 de diciembre de 2018⁴.

En el periodo previo al vencimiento de los acuerdos de distribución, VTR y AMCLA intercambiaron propuestas comerciales para su renovación, y que serán descritas en la sección 2.2. Esas negociaciones no prosperaron y las señales de AMCLA fueron eliminadas de la parrilla de VTR al vencimiento de los primitivos acuerdos de distribución.

Dado que AMCLA demandó a VTR por infringir la Condición Quinta, y siguiendo al efecto la jurisprudencia sobre la materia, es preciso determinar si la Condición Quinta está vigente, delimitar el alcance del juicio no contencioso por incumplimiento de condiciones y, por último, determinar el sentido o alcance de dicha regla especial de conducta.

En relación con la vigencia de la Condición Quinta, se debe tener en consideración que la **única vía jurídicamente procedente para dejar sin efecto o modificar una obligación o condición** impuesta para la conformidad de un hecho, acto o convención con las normas de libre competencia, es mediante un **nuevo procedimiento** seguido conforme a los artículos 18º Nº 2 y 31º del D.L. Nº 211, orientado a obtener el alzamiento o modificación sobre la base de nuevos antecedentes. Adicionalmente, y aunque dicho procedimiento no contencioso ya fue iniciado por VTR, se debe tener en cuenta que el pronunciamiento resultante no ha sido dictado y jamás podrá tener efecto

¹ Dentro de la categoría de “remedios conductuales” consideramos incluidas las obligaciones de conducta que limitan fuertemente los derechos de propiedad, tales como obligaciones de acceso y licenciamiento forzoso, que algunos autores españoles y la Fiscalía Nacional Económica en su Guía de Remedios 2017 denominan “cuasi-estructurales”.

² A partir del 27 de octubre de 2014, la señal MGM fue reemplazada por AMC tras la adquisición de Chellomedia a Liberty Global por parte de AMC Networks International.

³ A partir del 1 de julio de 2015, la señal “Casa Club” pasó a denominarse “Más Chic”.

⁴ El contrato consideraba adicionalmente a la señal Cosmopolitan, que cesó sus transmisiones en Latinoamérica en febrero de 2015.

retroactivo. Por consiguiente, resulta indiscutible que la Condición Quinta, a la fecha de los hechos denunciados, estaba vigente y es, por lo tanto, una regla de conducta exigible y aplicable a VTR en relación con los hechos denunciados por AMCLA.

En cuanto al objeto del juicio por incumplimiento de medidas o condiciones, se debe tener en cuenta que éste sólo tiene por objeto determinar si el sujeto obligado incumplió culpablemente las medidas. En cuanto a la carga de la prueba, y conforme quedó asentado por la Excma. Corte Suprema, lo primero, el incumplimiento, debe ser acreditado por el demandante. Lo segundo (la culpa) se presume a partir del patrón de conducta previamente definido.

En efecto, el incumplimiento de condiciones impuestas por el TDLC constituye una infracción autónoma, que no exige la materialización del riesgo que tales medidas buscaron prevenir, lo que ya quedó resuelto en la decisión que las impuso (en este caso, la Resolución 1/2004).

En consecuencia, la jurisprudencia ya ha establecido que es improcedente discutir en un juicio contencioso por incumplimiento de una medida o condición, si han variado o no las circunstancias y, especialmente, que es improcedente que su obligado se exima de responsabilidad aduciendo que carece de poder de compra, que el mercado de TV pagada es más competitivo que en el año 2004, que la condición incumplida ya no es necesaria, o que su incumplimiento no impide, restringe o entorpece la libre competencia.

Por último, en relación con el sentido de la Condición Quinta, una adecuada interpretación de la misma supone entender que, al prohibir a VTR ofertar por las señales precios que no tengan relación con las condiciones de competencia en el mercado, la obliga a relacionar esos precios ofertados con las condiciones de competencia, es decir, a justificar económicamente las ofertas comerciales que formula.

En consecuencia, sólo se procederá a determinar si VTR incumplió o no la Condición Quinta y, para tal finalidad, se analizará si las ofertas formuladas por VTR para la renovación de los contratos de distribución de señales de AMCLA, están o no objetivamente justificadas, atendidas las condiciones de competencia en el mercado y, en particular, se contrastarán con la realidad las razones provistas por VTR tanto durante la negociación como en su contestación a la demanda.

II. Precios de mercado de las señales de AMCLA

2.1. Condiciones contractuales vigentes entre AMCLA y VTR hasta 2018

En particular, AMCLA tenía tres acuerdos vigentes con VTR: un contrato para los canales El Gourmet, Film&Arts y Europa Europa; un contrato para las señales AMC y Más Chic, y un contrato para Sundance Channel. Las características comunes de estos 3 contratos se describen a continuación:

- Vigencia entre el 24 de octubre de 2013 y el 31 de diciembre de 2018.
- Consideraba la distribución de las señales en definición estándar (SD) y en alta definición (HD).

- Consideraba hasta 20 horas por mes por señal, de contenido *on demand* para ser incorporado en la plataforma de VTR.
- Consideraba 2 minutos por hora por señal, para que VTR pudiera emitir publicidad.

Adicionalmente, VTR actuaba como “AdSales Agent” en Chile para las señales de AMCLA. De los ingresos totales por publicidad, un [REDACTED] consistía en remuneración a VTR por el costo de administración correspondiente, y el [REDACTED] restante se repartía en partes iguales entre AMCLA y VTR.

Las siguientes son las tarifas definidas en los distintos acuerdos:

- *El Gourmet, Film&Arts, Europa Europa*: precio mensual de [REDACTED] hasta la entrada de Sundance Channel en SD a la parrilla programática de VTR (lo que ocurrió en mayo de 2015); precio mensual de [REDACTED] desde ese mes en adelante (esto equivale, en 2018, en promedio, a un pago equivalente a [REDACTED] por abonado).
- *AMC, Más Chic*: precio mensual de [REDACTED] por abonado, considerando el número de abonados del canal con mayor distribución.
- *Sundance*: precio mensual de [REDACTED] por abonado, considerando el número de abonados del canal con mayor distribución.

Luego, en 2018, en promedio, VTR pagaba por las 6 señales, una tarifa equivalente a [REDACTED] por abonado.

Es relevante destacar que los tres acuerdos fijaban tarifas en pesos, sin contemplar reajuste por IPC en sus más de cinco años de vigencia. Es decir, en términos reales, el precio que VTR pagaba por los canales de AMCLA disminuyó en un 15,8% entre octubre de 2013 y diciembre de 2018^{5, 6}.

Adicionalmente, los costos de AMCLA -como los de la mayoría de los proveedores de contenidos- están en dólares norteamericanos. Dado que, en el periodo comprendido entre octubre de 2013 y diciembre de 2018, el peso se devaluó un 26,6% respecto del dólar⁷, la pérdida de valor del acuerdo para AMCLA fue aún más pronunciada que lo que indica la evolución del IPC en este periodo⁸.

Es relevante tener presente que los acuerdos de distribución de señales del año 2013 se suscribieron en el contexto de la venta por parte de Liberty (accionista mayoritario de VTR) a AMC de su división de contenidos -Chellomedia-, lo que luego pasó a ser AMC Networks Latin America (AMCLA).

⁵ Considerando la evolución del IPC empalmado, publicado en el sitio web del Banco Central de Chile (<https://si3.bcentral.cl/siete>).

⁶ De haberse reajustado las tarifas en diciembre de cada año, tomando como referencia el IPC de diciembre de 2013, AMCLA habría percibido cerca de [REDACTED] más entre los años 2015 y 2018, que corresponde a un 10,5% de los pagos efectivos de VTR a AMCLA en el periodo.

⁷ Considerando la evolución del tipo de cambio observado, publicado en el sitio web del Banco Central de Chile (<https://si3.bcentral.cl/siete>).

⁸ De haberse reajustado las tarifas en diciembre de cada año, tomando como referencia el tipo de cambio observado en diciembre de 2013, AMCLA habría percibido cerca de [REDACTED] más entre los años 2015 y 2018, que corresponde a un 23,9% de los pagos efectivos de VTR a AMCLA en el periodo.

2.2. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA hasta 2018, y ofertas formuladas para la renovación de los contratos

A partir de julio de 2018, VTR y AMCLA intercambiaron las siguientes ofertas orientadas a renovar la distribución de las señales.

VTR – Propuesta 20/07/2018

La primera propuesta de VTR se resume en la siguiente tabla:

Tabla 1

Propuesta 1 VTR

Canales	Pago anual (\$) - fijo
AMC - Europa Europa - Sundance	
Film&Arts	
El Gourmet - Más Chic	
TOTAL	

Fuente: Propuesta VTR.

El contrato propuesto tenía una extensión de 4 años, y no se consideraban reajustes.

Una aproximación al pago mensual equivalente por abonado, considerando los abonados promedio de 2018⁹, es de [REDACTED]; es decir, VTR ofrecía una tarifa un 47% menor en términos nominales que la tarifa vigente hasta diciembre de 2018. En términos reales, al ajustar la tarifa por suscriptor pactada en 2013 por la inflación del periodo, la propuesta de VTR suponía pagar -a partir de enero de 2019- un 55% menos que lo pactado en 2013.

AMCLA – Contrapropuesta 05/09/2018

AMCLA propuso a VTR un pago fijo anual por los 6 canales de [REDACTED]. El contrato propuesto tenía una extensión de 3 años, y consideraba un reajuste anual de [REDACTED].

El pago mensual equivalente por abonado, considerando los abonados promedio de VTR en 2018 del canal con mayor número de abonados (El Gourmet), es de [REDACTED]; es decir, una tarifa un 9% mayor en términos nominales que la tarifa vigente hasta diciembre de 2018. En términos reales, al ajustar la tarifa por suscriptor pactada en 2013 por la inflación del periodo, la propuesta de AMCLA consideraba un descuento del 8% respecto de la tarifa pactada en 2013.

⁹ En particular, para la tarifa de las señales AMC, Europa Europa y Sundance Channel, se consideraron los abonados promedio 2018 de la señal con mayor número de abonados (El Gourmet). Para la tarifa de Film&Arts, se consideraron los abonados promedio 2018 de esa señal. Para la tarifa de las señales El Gourmet y Más Chic, se consideraron los abonados promedio 2018 de la señal con mayor número de abonados (El Gourmet).

AMCLA – Contrapropuesta 12/09/2018

El 12 de septiembre de 2018, AMCLA presentó una nueva contrapropuesta a VTR, que consideraba un pago mensual por abonado (en base al canal con mayor número de abonados) de [REDACTED]. El contrato propuesto tenía una extensión de 3 años, y consideraba un reajuste anual por IPC.

Esta nueva tarifa era un 1% más baja que la que VTR pagó en promedio por abonado en 2018. En términos reales, la oferta de AMCLA consideraba un descuento del 17% respecto de la tarifa pactada en 2013.

VTR – Propuesta 08/10/2018

La segunda propuesta de VTR consistía en un pago fijo anual de [REDACTED] por sólo 3 señales, El Gourmet, Film&Arts y Europa Europa. El contrato propuesto tenía una extensión de 2 años, y contemplaba un reajuste por IPC en el segundo año.

El pago mensual equivalente por abonado, considerando los abonados promedio de VTR en 2018 del canal con mayor número de abonados contemplado en esta propuesta (El Gourmet), era de [REDACTED].

Es decir, la oferta de VTR consideraba un aumento nominal y aparente de precio de 20% por estos 3 canales. Sin embargo, si se compara con la tarifa total que AMCLA percibió hasta diciembre de 2018, esta oferta implicaba una reducción del 69% en el pago a AMCLA.

No obstante, esta última oferta de VTR era inaceptable para AMCLA por diversas razones:

- VTR proponía distribuir únicamente las 3 señales más baratas, sin considerar que los precios pactados por esas señales consideraron en el contrato una reducción a partir de la fecha en que VTR pasara a distribuir la señal Sundance SD en su parrilla básica, lo que ocurrió en mayo de 2015. Esta reducción en la tarifa tuvo como objetivo que el pago total de VTR por las 6 señales no aumentara producto de la incorporación de un mayor número de suscriptores a la señal Sundance en ese mes. Es decir, los precios que VTR pagaba según lo acordado por esas tres señales a partir de esa fecha no guardaban relación con las condiciones de competencia en el mercado, en el sentido de que no podían separarse de los precios que VTR pagaba por las otras señales de AMCLA y, especialmente, de la señal Sundance SD.
- Por lo tanto, y comparando la tarifa que por esas 3 señales ofertó VTR con el precio originalmente pactado por ellas, la oferta de VTR representaba una reducción de precio del 22% en términos nominales, y del 34% en términos reales.
- Si se compara la tarifa que por esas 3 señales ofertó VTR con la tarifa reducida que VTR pagó por ellas desde mayo de 2015 (cuando VTR comenzó a distribuir Sundance en su parrilla básica), esta oferta suponía un incremento de 1% por sobre el reajuste del precio pagado conforme a la inflación ocurrida durante la vigencia del contrato (periodo octubre 2013 a diciembre 2018).
- Adicionalmente, esta oferta no considera que los costos de AMCLA están en dólares, y en el periodo octubre 2013-diciembre 2018 el peso se devaluó un 26,6% respecto

del dólar tal como se señaló en la sección 2.1; es decir, el contrato se había devaluado para AMCLA cerca de un 13% por sobre la inflación.

En resumen, todas las ofertas de VTR realizadas a AMCLA entre julio y octubre de 2018 suponían tarifas significativamente menores, en un rango entre un 47% y un 69% más bajas que las que dicho proveedor de TV Paga pagaba a AMCLA hasta entonces.

Cabe destacar que en ninguna de las ofertas y contraofertas escritas hubo discrepancia respecto de derechos digitales. Tanto las propuestas de VTR como las de AMCLA incluían streaming multiplataforma de señales lineales, EPG (24 hrs), Cloud/Network DVR y 30 horas mensuales de contenido VOD promedio por señal. En cualquier caso, si VTR pretendía una mayor cantidad de contenido no lineal, habría debido ofertar un mayor precio.

La tabla y gráfico siguientes muestran una comparación de las ofertas y contraofertas recién descritas.

Tabla 2

Comparación propuestas VTR y contrapropuestas AMCLA - resumen

Propuesta	Pago anual (MM\$)	Señales Incluidas	Vigencia del contrato	Cambio nominal respecto a contrato anterior (%)
Propuesta 1 VTR	█	AMC-MC-G-EE-FA-S	4 años	-47%
Contrapropuesta 1 AMCLA	█	AMC-MC-G-EE-FA-S	3 años	9%
Propuesta 2 VTR	█	G-EE-FA	2 años	-69%
Contrapropuesta 2 AMCLA	█	AMC-MC-G-EE-FA-S	3 años	-1%

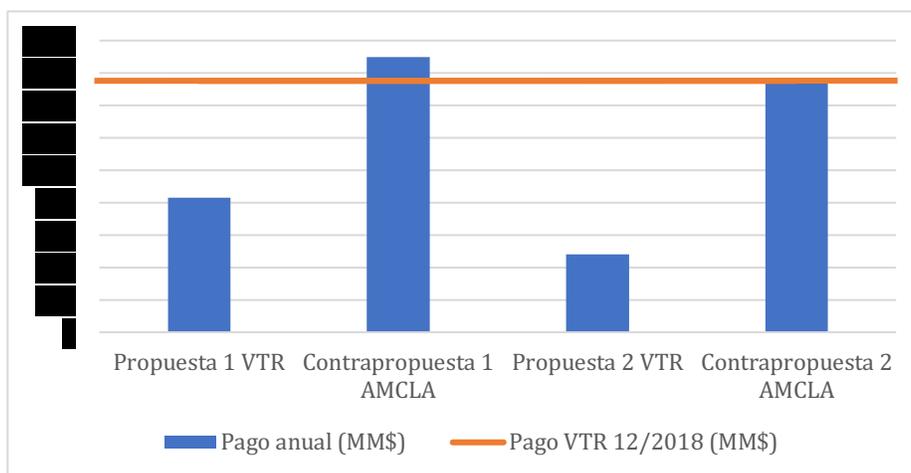
Fuente: Propuestas VTR y contrapropuestas AMCLA, información provista por AMCLA.

Nota: AMC = Canal AMC; MC = Más Chic; G = El Gourmet; EE = Europa Europa; FA = Film&Arts.

(*) Considera los abonados promedio 2018 del canal con mayor número de abonados (El Gourmet).

Gráfico 1

Comparación propuestas VTR y contrapropuestas AMCLA con pagos de VTR a AMC en 2018



Fuente: Propuestas VTR y contrapropuestas AMCLA, información provista por AMCLA.

2.3. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA y precios pagados a AMCLA por otros proveedores de TV Paga

La mejor forma de ilustrar el hecho que las tarifas pagadas por VTR eran considerablemente bajas en relación con las tarifas pagadas por el resto del mercado es la comparación de tarifas por la misma parrilla de canales distribuidos por otros proveedores de TV Paga en Chile. A continuación, se presenta una comparación entre las tarifas que VTR pagó entre 2014 y 2018, y las tarifas pagadas por otros proveedores de TV Paga del país. La siguiente tabla muestra el pago por abonado en el mes de diciembre de cada año, en pesos, de VTR y de otros proveedores de TV Paga nacionales que transmitían los mismos 6 canales que VTR.

Tabla 3

Comparación pagos de VTR vs. otros proveedores de TV Paga (\$ por suscriptor mensual)

Año	VTR	Pacífico Cable	CMET	TV Cables de Chile	Telefónica Empresas	Videonet Comunicaciones	Soc. de Inversiones EMAS
2015	█	█			█	█	
2016	█		█	█	█	█	█
2017	█						█
2018	█						
2019		█	█	█			

Fuente: Elaboración propia, en base a información provista por AMCLA.

Como se puede observar en la tabla, todos los proveedores de TV Paga que tenían los mismos canales que VTR pagaban un precio por abonado muy superior que esta última compañía. Por ejemplo, en 2015 Telefónica Empresas pagaba █ veces el valor que VTR pagaba, y Pacífico Cable pagaba █ veces el valor que VTR pagaba.

No todos los proveedores de TV Paga que mantienen contrato con AMCLA distribuyen los seis canales que VTR distribuyó hasta 2018. Por ejemplo, Entel distribuye los canales El Gourmet, Film&Arts y AMC. Tu Ves, distribuye AMC, Más Chic y El Gourmet desde 2016. GTD distribuye 5 de los 6 canales: AMC, Más Chic, El Gourmet, Europa Europa y Film&Arts.

Como se puede observar en la siguiente tabla, los proveedores de TV Paga mencionados pagaban precios muy superiores a los que VTR pagó hasta 2018, por la distribución de menos señales que las que VTR distribuía.

Tabla 4

Pagos a AMCLA y canales distribuidos por otros proveedores de TV Paga (\$ por suscriptor mensual)

Año	Entel		GTD		Tu Ves	
	Pago	Canales	Pago	Canales	Pago	Canales
2016		AMC-G-FA		AMC-MC-G-EE-FA		AMC-MC-G
2017		AMC-G-FA		AMC-MC-G-EE-FA		AMC-MC-G
2018		AMC-G-FA		AMC-MC-G-EE-FA		AMC-MC-G
2019		AMC-G-FA		AMC-MC-G-EE-FA		AMC-MC-G

Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

Nota: AMC = Canal AMC; MC = Más Chic; G = El Gourmet; EE = Europa Europa; FA = Film&Arts.

Adicionalmente, el solo hecho que existan proveedores de TV Paga que no distribuyan las seis señales de AMCLA descarta el uso de una práctica de “venta atada” por parte de AMCLA como VTR ha argumentado. Tal como se observa en la tabla 4, AMCLA ha vendido distintos canales a distintos proveedores de TV Paga, y los canales transmitidos por algunos de ellos han cambiado a lo largo del tiempo. Este es el caso de DirecTV, que hasta 2018 no transmitía la señal Europa Europa, pero la sumó a su parrilla en 2019.

2.4. Comparación entre precios pagados por VTR a AMCLA y precios pagados por VTR a otros proveedores de contenidos

Aunque los proveedores de contenido no comercializan puntos de rating, una tercera forma de mostrar que los precios de las señales de AMCLA corresponden a precios de mercado, consiste en analizar qué proporción de los costos totales de programación de VTR representan los pagos de VTR a AMCLA, y compararlo con la proporción del rating total de TV Paga que tienen las señales de AMCLA. Dicha información se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 5

Costos de programación y *copyright* de VTR vs. pagos de VTR a AMCLA (\$), 2016 a 2018; rating señales AMCLA como proporción rating total Pay TV

Año	2016	2017	2018
(1) <i>Programming and Copyright Costs (VTR)</i>	\$108.800.000.000	\$111.900.000.000	\$118.000.000.000
(2) Pagos de VTR a AMCLA			
Proporción (2)/(1)			
Rating AMCLA como % rating total (Pay TV)			

Fuente: Elaboración propia, en base a información de *Annual Report – VTR Finance B.V.*, años 2016 a 2018 e información de AMCLA.

Como se observa, el costo que VTR ha enfrentado en los últimos años por los canales de AMCLA osciló entre [redacted] del costo total de programación de dicho proveedor de TV Paga entre los años 2016 y 2018. Por su parte, el rating de AMCLA ha variado entre [redacted] del rating total de los canales de TV pagada en el mismo periodo. Es decir, si utilizamos el rating como medición del rendimiento de los canales de AMCLA, al menos en los últimos 3 años del contrato, la proporción del rating total aportado por

AMCLA fue siempre mayor que la proporción de los costos de AMCLA respecto de los costos totales de programación de VTR.

III. Análisis de las justificaciones provistas por VTR

3.1. Supuesto declive en el consumo de contenido lineal de TV Paga

Como referencia, la siguiente tabla muestra el número total de suscriptores por proveedor de TV Paga, entre 2014 y 2019, según información de Subtel. Se observa que VTR es la empresa más relevante en el país, y su número de suscriptores ha aumentado año a año en el periodo ilustrado.

Tabla 6

Número de suscriptores TV de pago a diciembre de cada año

Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019
VTR	1.008.746	1.021.962	1.043.540	1.063.899	1.075.889	1.096.450
DirecTV	461.808	526.588	576.065	652.306	676.475	683.777
Telefónica Empresas	593.121	635.542	648.658	683.970	651.339	523.262
Claro	461.791	435.250	411.814	397.572	406.897	370.505
Entel	83.381	95.902	126.684	142.705	148.315	158.870
Mundo Pacífico (Pacífico Cable)	78.657	81.394	87.818	107.859	131.000	144.871
Telefónica del Sur	83.416	93.109	99.561	105.554	107.626	112.439
GTD	23.752	27.313	30.531	32.623	31.912	31.229
Tu Ves	5.602	10.277	12.340	13.271	14.174	12.681
CMET	7.369	10.345	11.270	10.572	8.494	9.435
Chile TV Cable S.A.	2.338	2.341	2.066	2.929	3.000	2.656
Otros	0	0	0	81.694	74.422	77.136
Total	2.809.981	2.940.023	3.050.347	3.294.954	3.329.543	3.223.311

Fuente: Subtel (información disponible en <https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/television/>).

Así como el número de suscriptores de VTR ha aumentado, el ARPU (Average Revenue Per User) de VTR también aumentó en términos reales entre los años 2015 y 2018, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7

Suscriptores TV de pago, ingresos por TV de pago y ARPU VTR

Año	2015	2016	2017	2018
Suscriptores (RGUs)	1.026.000	1.047.300	1.067.400	1.079.400
Ingresos anuales por suscriptores - video (billones de \$ de diciembre de 2018)	223,9	230,5	240,7	245,9
ARPU (mensual) Video VTR (\$ de diciembre de 2018)	18.184	18.338	18.794	18.984

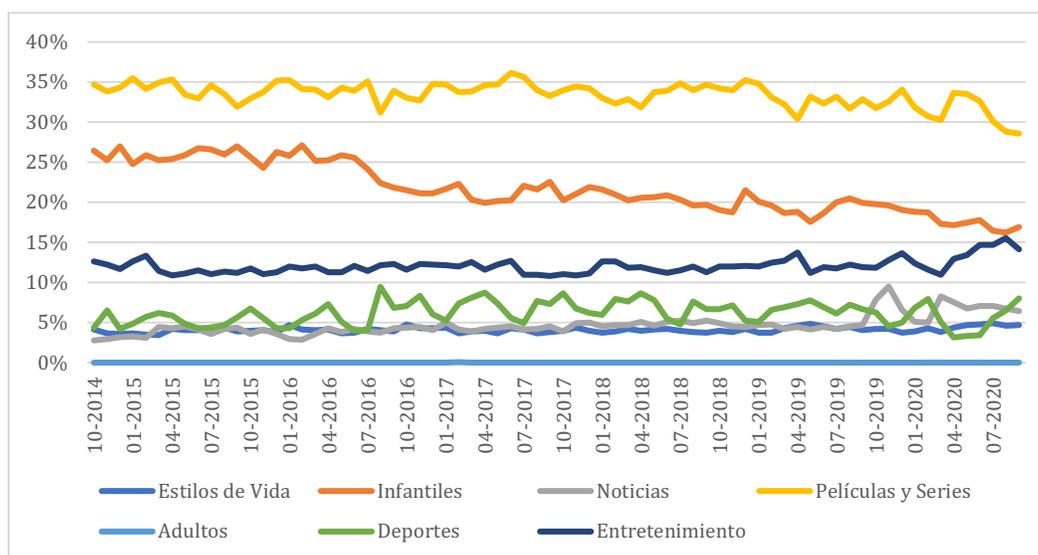
Fuente: Elaboración propia, en base a información de *Annual Report - VTR Finance B.V.*, años 2016 a 2018.

3.2. Desempeño de las señales de AMCLA

El siguiente gráfico muestra la importancia relativa de las distintas categorías de canales sobre el rating total de la televisión de pago¹⁰. Se observa que la principal categoría de la TV de pago corresponde a “películas y series”, mientras que la categoría “estilos de vida” es de las de menor relevancia¹¹. También se observa que la categoría “infantiles” ha perdido relevancia en los últimos años, mientras que en el último año la importancia relativa de las categorías “entretenimiento” y “noticias” ha ido en aumento.

Gráfico 2

Evolución proporción de cada categoría sobre rating total (Pay TV)



Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

Nota: los porcentajes presentados no suman 100%, ya que no se cuenta con el rating de la totalidad de canales de TV de pago, pero sí se cuenta con el rating total de Pay TV, que se utilizó como denominador.

Se debe tener presente que, aunque en principio cada una de las señales de AMCLA podría ser clasificada en una categoría, dentro de las señales de AMCLA existen dos señales con características muy especiales: Film&Arts y Europa Europa, orientadas a un segmento muy particular de los suscriptores de TV Paga, y que no pueden ser correctamente comparadas con el resto de las señales de su categoría, ni con las señales por las que VTR las reemplazó. Adicionalmente, como se verá en la sección siguiente, VTR reemplazó 6 señales por 5, lo que hace imposible comparar los ratings señal por señal. Por ello, en el presente informe no se efectuará un análisis señal por señal, sino que se analizará la evolución del rating de las señales de AMCLA en su conjunto.

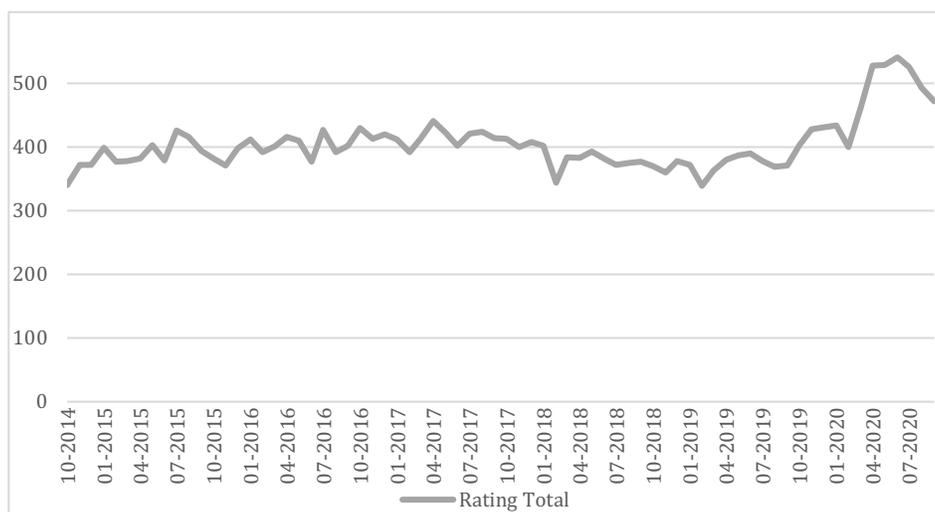
El siguiente gráfico muestra la evolución del rating total de TV paga en el periodo octubre 2014-septiembre de 2020. Se puede observar una tendencia decreciente desde

¹⁰ El rating se define como el número de individuos del target que estaban expuestos a un canal o programa en un momento en particular. Los distintos canales de TV Paga se clasificaron en las categorías presentadas en el gráfico, y se calculó la proporción del rating de cada categoría respecto del rating total de cada mes. Los datos provienen de Kantar IBOPE Media.

¹¹ Sin contar la categoría “adultos” que tiene un rating muy cercano a 0.

2017, la que se revierte a comienzos de 2019¹². Se puede observar también que, desde marzo de 2020, el rating de la TV paga aumentó considerablemente, llegando a su máximo nivel en junio de ese año, posiblemente producto de las cuarentenas vigentes en gran parte del país.

Gráfico 3
Evolución rating TV de pago total



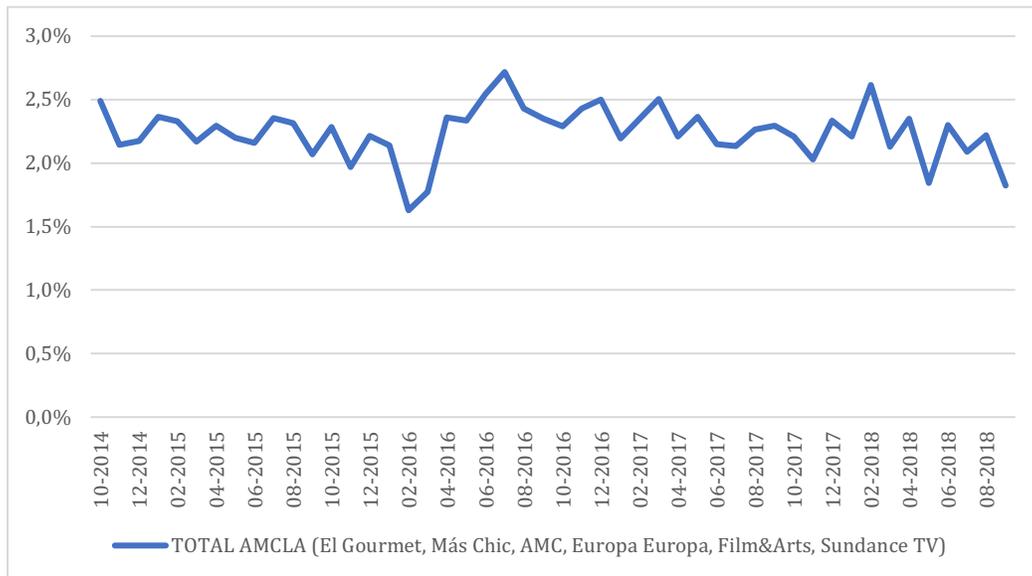
Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

Dada la evolución del rating total de la TV paga, se ilustrará el desempeño de las señales de AMCLA como proporción del rating total.

Entre los años 2015 y 2018, el rating mensual de las señales de AMCLA, como proporción del rating del total de señales de TV Paga, fluctuó entre 1,6% y 2,7%. Sin embargo, el promedio anual del rating fluctuó solo entre un 2,2% y un 2,3% del rating total, para los años 2015 a 2018.

¹² Si bien el rating de la TV de pago cayó un 2,8% entre diciembre 2016 y diciembre 2017, y en un 7,2% entre diciembre de 2017 y diciembre de 2018, no se observa un declive en el número de suscriptores de VTR (ver tabla 6).

Gráfico 4
Rating canales AMCLA (como % del rating total)



Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

El gráfico anterior muestra cómo el rating de las señales de AMCLA, relativo al rating total de TV Paga, se mantuvo en un rango entre un 2 y un 2,5% en la mayoría de los meses analizados. Luego, no se observa una caída relevante en el rating de AMCLA en el periodo previo a diciembre de 2018.

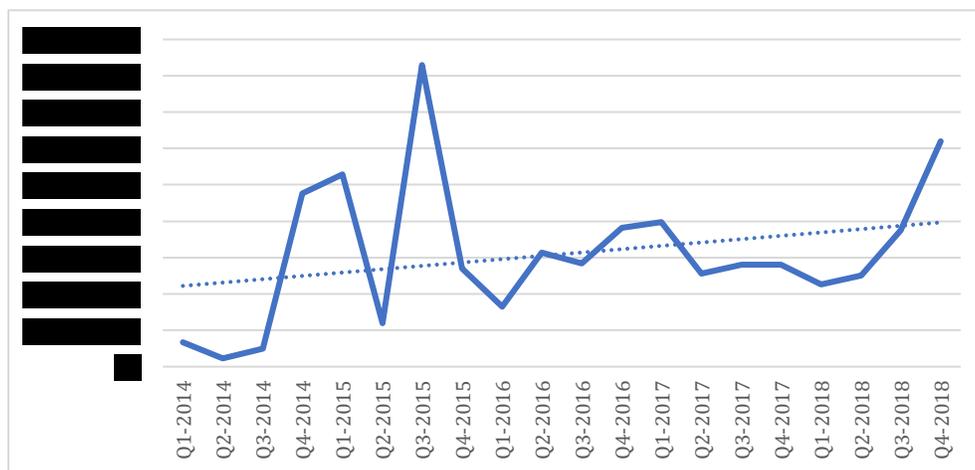
Adicionalmente, la baja proporción del rating total de VTR que representan las señales de AMCLA, sumado a que ninguna de las señales de AMCLA presenta características que la hagan indispensable para VTR, permiten descartar que dicho proveedor tenga poder de mercado o de negociación respecto de VTR.

Atendido que el rating o el desempeño de las señales es más determinante de lo que pagan los anunciantes y no tanto de lo que pagan los abonados, otra forma de analizar el desempeño de las señales de AMCLA, consiste en observar los ingresos publicitarios de esas señales a lo largo del tiempo.

El gráfico siguiente muestra los ingresos publicitarios de AMCLA por trimestre, entre los años 2014 y 2018.

Gráfico 5

Ingresos trimestrales AMCLA por publicidad, 2014 a 2018 (en pesos de diciembre de 2018)



Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

Se observa que los ingresos que percibió AMCLA, y que corresponden a una proporción de los ingresos por publicidad que se distribuían AMCLA y VTR en partes iguales¹³, no disminuyeron de forma relevante, e incluso mostraban una tendencia al alza en el periodo inmediatamente anterior al término de contrato. Luego, desde este lado o perspectiva del mercado, tampoco se observa que las señales de AMCLA se hubieran degradado.

Cabe mencionar que, cuando el contrato entre VTR y AMCLA no se renovó, AMCLA dejó de percibir ingresos publicitarios en el mercado chileno, ya que una vez que las señales dejaron de transmitirse en la parrilla de VTR, los espacios publicitarios dejaron de ser atractivos para los avisadores. Esto es un indicio del poder de mercado de VTR respecto de AMCLA.

3.3. Contenido no lineal ofertado por AMCLA

Tal como ya se señaló, en ninguna de las ofertas y contraofertas escritas se presenta discrepancia respecto de derechos digitales. Tanto las propuestas de VTR como las de AMCLA incluían streaming multiplataforma de señales lineales, EPG (24 hrs), Cloud/Network DVR y 30 horas mensuales de contenido VOD promedio por señal.

Los contratos vigentes consideraban 20 horas de contenido VOD promedio por señal, de modo que las ofertas y contraofertas suponían un incremento del 50% en el contenido no lineal provisto por AMCLA, es decir, 30 horas mensuales por señal, que era equivalente a lo que estaba entregando en la práctica.

¹³ En los últimos 3 años del contrato, VTR y AMCLA se repartían los ingresos netos por publicidad en partes iguales. Estos ingresos netos correspondían al ingreso total por venta de espacio de publicidad, menos los costos de venta de dicha publicidad, con los que se quedaba VTR.

En todo caso, la entrega de una mayor cantidad de contenido no lineal supone un mayor costo de programación para AMCLA. Ello, pues los derechos digitales deben ser adquiridos por el proveedor de señales, de los estudios y dueños de dichos contenidos. Luego, lógicamente, el aumentar la cantidad de contenido no lineal comprometido, habría incrementado el precio pagado hasta entonces por VTR.

En su *Financial Report* de 2019, VTR reconoce el mayor costo de programación asociado a proveer una mayor oferta de contenido no lineal, al señalar en su memoria 2019 que los costos de programación y propiedad intelectual se han incrementado, entre otras razones, por la incorporación de mayor contenido VOD y *catch-up television*¹⁴.

Por lo tanto, no es efectivo que AMCLA no haya estado dispuesto a ofrecer mayor contenido no lineal. Lo cierto es que VTR no estaba dispuesto a pagar por ello, al formular ofertas que exigían más derechos, por un menor precio.

IV. Efectos de la sustitución de señales en los consumidores

4.1. Grilla de canales de VTR antes y después del término de contrato con AMCLA

No existe coincidencia entre las partes respecto de qué señales sustituyeron a las señales de AMCLA en la parrilla programática de VTR.

Por ello, previo a analizar la evolución del rating de las señales de AMCLA y de sus señales de reemplazo en la parrilla de VTR, es necesario revisar la grilla de canales de VTR antes y después del término de contrato, de forma de identificar las señales nuevas por las que VTR sustituyó las señales de AMCLA a partir de enero de 2019.

La siguiente tabla muestra las señales de AMCLA, así como las señales por las que éstas fueron reemplazadas, de acuerdo con el lugar o número que ocupaban las primeras en la grilla programática de VTR correspondiente a Santiago, para noviembre de 2018, febrero de 2019 y julio de 2021. También se incluyen las señales que menciona VTR en su contestación como señales de reemplazo.

¹⁴ "An increase in programming and copyright costs of CLP 2 billion or 1.6%, primarily due to (i) higher costs associated with video-on-demand (VoD) services and catch-up television, (ii) an increase in copyright costs and (iii) an increase in certain premium and basic content costs (...)". VTR Finance B.V. Annual Report, December 31 2019, página 52.

Tabla 8

Comparación grilla de canales VTR, 2018 vs. 2019 vs. 2021

Definición	Número de señal (Santiago)	11-2018	02-2019	07-2021	Notas
Estándar (SD)	24 (*)	Sundance TV	Nick Jr.	Vía X	
	44 (*)	Film&Arts	AZ Cinema	Nat Geo Wild	AZ Cinema en señal 67
	58 (*)	AMC	A3 Series	A3 Series	
	65 (*)	El Gourmet	Cocina Viva	Cocina Viva	
	69 (*)	BBC World News	BBC World News	BBC World News	
	112 (**)	Más Chic	Mega Plus	Nick Jr.	Mega Plus en señal 26
	208 (**)	Discovery Science	Discovery Science	Discovery Science	
	401(**)	Europa Europa	A3 Cine	A3 Cine	
Alta Definición (HD)	720 (**)	Nick Jr.	Nick Jr.	Nick Jr.	
	736 (**)	[VACÍO]	Mega Plus HD	Mega Plus HD	
	741 (**)	Film&Arts	Discovery Science	Discovery Science	
	750 (**)	Más Chic	[VACÍO]	[VACÍO]	
	752 (**)	El Gourmet	Cocina Viva	Cocina Viva	
	782 (**)	AMC HD	A3 Series HD	Cinemax	A3 Series HD en señal 788
	784 (**)	Sundance TV	BBC World News HD	BBC World News HD	
	792 (**)	Europa Europa	A3 Cine	[VACÍO]	A3 Cine en señal 789

Fuentes:

- Grilla noviembre 2018: <https://foros.fotech.cl/index.php?/topic/348258-vtr-noviembre-2018-m%C3%A1s-localidades-se-suman-a-los-reordenamientos-la-serenacoquimbo-arica-y-rancagua-%C2%BFcuales-ser%C3%A1n-las-siguientes-ciudades-en-enero-salen-y-llegan-nuevos-canales-no-es-lo-que-quer%C3%ADamos-pero-algo-es-algo/> (última visita: 1 de julio de 2021).
- Grilla febrero 2019: <https://foros.fotech.cl/index.php?/topic/352754-vtr-febrero-2019-el-hogar-de-canales-de-excelente-calidad-como-cocina-viva-nuevo-contenido-disponible-en-vod-y-vtr-play-para-verlos-donde-y-cuando-quieras/> (última visita: 1 de julio de 2021).
- Grilla julio 2021: <https://www.vtr.com/guia-canales> (última visita: 1 de julio de 2021).

Notas:

(*) Señales corresponden a Santiago.

(**) Señales de “Grilla D-Box Nacional”; aplicable a todas las ciudades con servicio digital.

Como se desprende de la tabla anterior, las 6 señales AMCLA en definición estándar (SD) fueron reemplazadas por 5 señales nuevas que corresponden a Mega Plus, AZ Cinema, A3 Cine, A3 Series y Cocina Viva. Las señales BBC World News y Discovery Science que menciona VTR en su contestación ya estaban disponibles en la parrilla de definición estándar (SD) de VTR en 2018. Por su parte, la señal Nick Jr. ya estaba disponible en la parrilla de alta definición de VTR en 2018. Luego, ninguna de esas 3 señales es contenido nuevo de este proveedor de TV Paga.

Por su parte, las 6 señales AMCLA en alta definición (HD) fueron reemplazadas por 4 señales nuevas que corresponden a Mega Plus, Cocina Viva, A3 Series y A3 Cine. Las señales BBC World News y Discovery Science ya estaban disponibles en la parrilla de definición estándar (SD) de VTR en 2018, y únicamente pasaron a estar disponibles también en la parrilla de alta definición de VTR a partir de 2019, pero no son señales o contenidos nuevos.

Luego, en lo que sigue, se compararán indicadores de rating de las 6 señales de AMCLA que dejaron de transmitirse por VTR en diciembre de 2018 (a saber: Canal AMC, Film&Arts, Sundance Channel, El Gourmet, Más Chic y Europa Europa), con indicadores de rating de las señales nuevas que VTR comenzó a transmitir en enero de 2019, y que no eran transmitidas antes de esa fecha (a saber: Mega Plus, A3 Cine, A3 Series, AZ Cinema y Cocina Viva).

4.2. Comparación entre el rating de las señales de AMCLA y el rating de las señales por las que éstas fueron sustituidas

Aunque el eventual perjuicio a los consumidores derivado del incumplimiento de la Condición Quinta es irrelevante para los efectos de establecer si existió o no una infracción a la libre competencia por parte de VTR, en esta sección se analiza si los consumidores fueron beneficiados o perjudicados luego del reemplazo de las señales de AMCLA por parte de VTR.

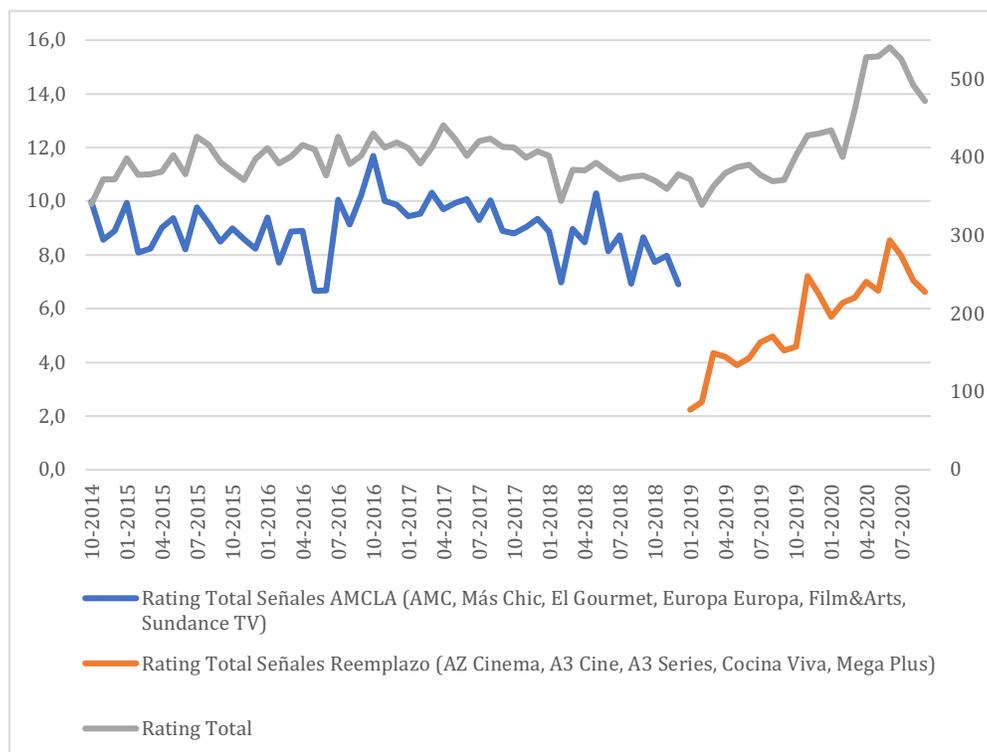
Al respecto, en primer lugar, y tal como se describió en la sección anterior, VTR reemplazó 6 señales por 5 señales. Esto, por sí mismo, corresponde a una degradación de la parrilla de canales ofrecida a los consumidores.

En segundo lugar, se analiza el desempeño de las señales por las que VTR sustituyó las de AMCLA en términos de rating, entendiendo que este indicador mide preferencias de los consumidores por una señal versus otra. Dicho de otra forma, es posible entender que el rating entrega indicios de si los consumidores preferían las señales de AMCLA, o si por el contrario prefieren las señales de reemplazo.

Al graficar la suma del rating de las 6 señales de AMCLA, la suma del rating de las señales de reemplazo, y el rating total de TV paga, se puede observar cómo ambos grupos de señales variaron de forma relativamente consistente con las variaciones del rating total de TV paga. Se observa también que las señales de reemplazo han alcanzado un rating más bajo que las señales de AMCLA, incluso considerando el incremento experimentado por el rating total provocado por las cuarentenas. Por ejemplo, el rating promedio de las señales de AMCLA en 2018 fue de 8,221; las señales de reemplazo tuvieron un rating promedio en 2019 de 4,489, y un promedio de 6,909 entre enero y septiembre de 2020.

Gráfico 6

Evolución rating señales AMCLA, señales de reemplazo y rating total TV de pago



Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

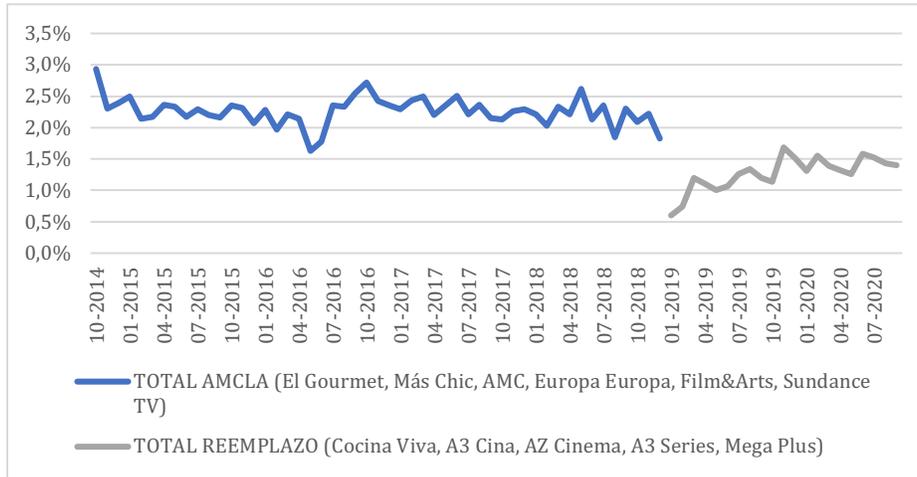
Nota: El rating de las señales de AMCLA y de las señales de reemplazo se muestran en el eje izquierdo del gráfico; el rating total de TV de pago se muestra en el eje derecho del gráfico.

De forma de aislar los cambios del rating total, el siguiente gráfico ilustra la evolución del rating de los canales de AMCLA y de los canales de reemplazo, como porcentaje del rating total de los canales de TV de pago en cada mes. Como se observa, el rating de las señales de AMCLA se mantuvo en un rango cercano al 2-2,5% del rating total hasta diciembre de 2018¹⁵.

¹⁵ No se grafica el rating de las señales de AMCLA después de diciembre de 2018.

Gráfico 7

Rating señales AMCLA y señales de reemplazo, como % del rating total TV de pago



Fuente: Elaboración propia, en base a información de AMCLA.

Del gráfico 7 también se puede observar que las señales de reemplazo no han conseguido capturar el porcentaje del rating total que las señales de AMCLA lograban con anterioridad al término del contrato con VTR. Luego, es posible afirmar que los consumidores finales se habrían visto perjudicados por el cambio de señales, ya que las señales de reemplazo exhiben un *share* menor de audiencia que las señales de AMCLA.

Conclusiones

- VTR ofertó precios que no guardaban relación con las condiciones de competencia en el mercado, y que no estaban objetivamente justificados por ninguna de las explicaciones dadas por ella.
- VTR es el proveedor de TV Paga que pagaba menos por las 6 señales de AMCLA, de todos los proveedores en Chile que transmitían las 6 señales. Es más, buena parte de los proveedores que transmitían menos señales que VTR, pagaban un precio total por suscriptor más alto por las señales que transmitían.
- No hay una baja sustancial en el desempeño de las señales de AMCLA durante la vigencia del contrato, que justifique los precios ofertados por VTR. Además, las señales de reemplazo degradaron la parrilla de VTR para los consumidores, ya que son sólo 5 (no 6) y, en conjunto, presentan un desempeño inferior -o menor aceptación- que las señales de AMCLA.
- Durante las negociaciones escritas no hubo discrepancia entre las partes VTR en relación con la cantidad de contenido no lineal que AMCLA debiera proveer. En todo caso, una mayor cantidad de contenido no lineal tiene un mayor costo y, por lo tanto, un mayor precio.
- No se observa un declive en el número de suscriptores de VTR durante la vigencia del contrato con AMCLA, ni tampoco un declive en el consumo de la TV de pago que justifique los precios ofertados por VTR.