

“**T**engo un interés indirecto”, respondió Matías Claro a los ministros del TDLC en octubre de 2022.

Agregó: “En el minuto en que la compañía fue vendida a Turner quedó una cláusula”. En líneas generales —explicó el hoy gerente general de Grupo Prisma, *family office* de Jorge Claro y su familia—, de cursarse alguna sanción económica al ex CDF, tal multa, hasta un tope, debía soportarla la ANFP que en ese entonces tenía el 80% del canal, y GTV —ligada a la familia Claro y otros socios como Contémpora—, dueña del otro 20%. “Gestión de Televisión tiene un acuerdo con la ANFP, que en caso de que la ANFP tenga que pagar una multa, el 20% lo tiene que pagar Gestión de Televisión, y yo tengo una participación en esa sociedad de entre un 8%-9%”, subrayó Claro. Y el pasado 15 de mayo tal declaración cobró sentido.

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia sancionó al CDF con la multa más alta que se haya interpuesto a una empresa en Chile: US\$ 27,6 millones (32.000 UTA). En 2020, la Fiscalía Nacional Económica acusó a la estación de televisión de abuso de posición dominante, básicamente por generar ventas atadas entre su señal básica y *premium*, y establecer un pago mínimo de abonados a los cableoperadores. Previamente, VTR también los había denunciado por la misma situación.

Fuentes al tanto precisan que hoy los abogados de Prisma están analizando el fallo. Eso sí, aclaran conocedores, de concretarse la sanción, que aún podría ser reclamada ante la Corte Suprema, sería considerando solo el tiempo que el canal estuvo bajo el control de la ANFP y GTV y que el Tribunal pudo acreditar “con claridad” las prácticas de abuso: entre 2017 y 2018.

Hace cinco años, el CDF se vendió en una elevada suma a Turner. Tras una puja con Fox, se hizo del canal por US\$ 1.280 millones. Luego sería comprado por WarnerMedia y posteriormente por Discovery (hoy Warner Bros. Discovery), y se rebautizaría al CDF como TNT Sports.

En un quinquenio, el canal ha pasado de ser súper exitoso a exitoso y bajando. “Hoy jamás se vendería a ese precio”, precisa una alta fuente de la industria. Y ahora la millonaria multa los obligaría a redefinir el negocio, que ha pasado por momentos complejos, distante de los éxitos de hace unos años.

El asenso y el descenso

El CDF fue fundado por Jorge Claro en 2003, tras lo cual se armó la sociedad con la ANFP donde se quedaban con 80% y el resto GTV. Inicialmente, fue financiado 100% por el empresario. Hipotecó su casa y dispuso de todo su patrimonio. Hasta a lo menos 2006 nunca vieron números azules.

El modelo de negocios consistía en que la ANFP le entregaba los derechos del campeonato al CDF, donde el 20% lo tenía GTV, que eran los gestores del canal. El CDF producía los partidos, los enlaces satelitales, las cámaras, etc. El 80% de los ingresos se los llevaba la ANFP, que se distribuían completamente entre los clubes de fútbol.

Inicialmente, las tratativas más duras con los cableoperadores las lideraba VTR, el principal actor del mercado con cerca del 90%. Quienes vivieron esos años aseguran que era una negociación, donde el poder lo tenía el operador, ya que el CDF era un proyecto incipiente. De hecho, los ingresos se dividían: 65% al CDF. Y 35% a los operadores, sin mayor riesgo para ellos.

En 2006, agregaron al básico el CDF Premium, y se establecieron los mínimos garantizados, básicamente cobrarles una base a las empresas de cable por un mínimo de abonados *premium*. En 2010 sumarían, además, el Premium HD.

En 2018 —año de su máximo esplendor— llegaron a tener 800 mil abonados, incluso fuentes hablan de un millón, cuando Fox Sports Premium rozaba recién los 250.000. En ese momento, CDF operaba con Time Ibope para monitorear el *rating*. En aquellos años, el canal nacional lideraba en un 80% de las veces el *rating* frente a canales internacionales como ESPN y FOX.

TNT Sports acaba de ser sancionado con US\$ 27,5 millones:

LA MULTA QUE VUELVE A UNIR al grupo Claro con el CDF, la (ex) joya del fútbol chileno

Cuando el canal se vendió en 2018, se estableció una cláusula: cualquier sanción que impacte el período de los antiguos dueños debería ser cubierta por ellos. El millonario fallo del TDLC está siendo analizado hoy por el entorno de Jorge Claro, la ANFP y TNT. Mientras el actual TNT Sports vive años complejos: récord en *rating*, pero con menos suscriptores, y la negra competencia de la piratería. • **MARÍA JOSÉ TAPIA**



“Nos ganaban los fin de semana cuando ellos ponían los partidos en vivo de Europa”, relataba Claro en su declaración.

Ese año, el canal se vendió a Turner. El modelo siguió siendo igual, pero se determinó un monto fijo a pagar a la ANFP, independiente de los ingresos.

“Turner siguió adelante con el negocio de básicamente distribuir la señal a través de cable operadores; y empieza la nueva etapa del CDF, en donde se empezaban a establecer algunos cambios en el producto y en la forma en que se conceptualiza, y todo esto en un contexto bien complejo por el estallido social, la pandemia, suspensión del campeonato, etc.”, subrayó el expresidente ejecutivo de Turner Chile y actual dueño de CNN, Jorge Carey, en su declaración en la causa.

Es que justamente en 2019 vino la crisis social y en 2020, la sanitaria. En ese momento, si bien no hubo campeonato, el canal siguió entregando el monto comprometido a la ANFP, entendiendo que hoy el 85% de los ingresos del fútbol son aportados por TNT Sports. El descalabro fue tal que Turner debió hacer un aumento de capital para sostenerlo. En 2020, los ingresos del canal fueron menores al monto que le entregaron a la ANFP.

Prácticamente todos los ingresos del CDF vienen del pago de los cableoperadores.

En la causa, los abogados del CDF relataron que entre 2010 y el 2021 no hubo ningún ajuste en el precio mayorista que pagan los cableoperadores por sus distintas señales. El precio mayorista de CDF Básico se mantuvo en el orden de \$500; el CDF Premium en los \$6.500 y el CDF HD en los \$10.000. “Tales precios se han mantenido, en términos reales, hasta hoy, pese al alza enorme de los costos”, destacaron.

Y de cara al consumidor, las empresas de cable mantuvieron el valor del CDF Premium, y bajaron el HD.

Todo eso siguió haciendo mella en sus balances. Quienes conocen el canal, aseguran que los abonados han bajado cerca de

un 20%, pese a que el *rating* lleva dos años en niveles históricos, pero con una competencia creciente. No solo del fútbol internacional con soportes como Star+, sino también por la piratería; hoy hay sitios de *streaming* y youtubers que transmiten los partidos gratis.

La gerente de Marketing de Warner Bros Discovery, Francisca Mora, relató ante el TDLC que desde que entró al canal, han adquirido derechos que no han traspasado al precio. “Tuvimos un año la Copa Sudamericana y todas las clasificatorias de Qatar”. Y agrega: “Desde que estoy, nunca ha subido el valor del canal desde nuestro lado, pero sí hemos mejorado el contenido”.

Mora reconoce en su testimonio que la operación del canal es cara. “Invertimos mucho, tenemos un mix de medios que es gigante, para los partidos al fin de semana tiene un costo operativo súper alto”.

El campeonato dura hasta mediados de diciembre, y después retoma a fines de enero. En ese período, la cartera se cae entre un 25% y 30%. Y en junio y julio, baja del orden de un 10%.

Y un dato más: el exgerente de Regulación de VTR Matías Danús relataba en la causa que para mantener la cartera de clientes del CDF (TNT Sport) Premium, el cableoperador debe hacer tres veces más actividad comercial que para un canal normal, porque hay tres veces más desconexiones en períodos extensos de tiempo.

Para intentar contrarrestarlo —además de ofrecer 50% de descuento por parte de las empresas de cable—, el canal ha invertido en programación que exceda el partido en vivo. Tienen cerca de seis horas diarias de programas como “Pelota Parada”, “Todos somos técnicos”, “La nueva voz del gol”. Además sumaron otros deportes en el Básico, como el ATP de Santiago.

El sueño de Estadio TNT

El competidor más fuerte que tuvo Turner por el CDF fue Fox. En ese momento, el vicepresidente Ejecutivo de Fox Latinoa-

mérica era Edgar Spielmann. En su declaración ante el TDLC reconoció que era poco factible mantener los ingresos. Para ello, preveían lanzar una plataforma OTT —que llegaría directo al consumidor—. “Gradualmente eliminábamos los mínimos garantizados, y lo reemplazábamos por un producto complementario”, subrayó.

En el sector sabían que vendría un período de renegociación de los contratos con los cableoperadores, pero que también las plataformas como Netflix irían tomando relevancia en desmedro del cable.

GTV ya había creado, de hecho, el llamado Estadio CDF, que no había agarrado el vuelo suficiente. Llegó a tener en esa época del orden de 20.000 abonados, cuando el canal *premium* bordeaba el millón.

Turner llegó con la misma idea de potenciarlo, situación que no ha sido posible, aseguran conocedores. Mientras la penetración de cable ha caído 11% en dos años —golpeando directamente la base de suscriptores—, Estadio TNT no flota, porque —subrayan en la industria— no han podido ofrecerlo a un bajo precio, ya que los cableoperadores, claro, quieren que compita con lo que ellos ofrecen. “TNT podría tener la OTT a \$3.000 y les serviría, pero si lo hacen, saltan las empresas de cable, porque ellos tienen el *premium* bastante más caro”, dicen en el sector.

En este escenario, el negocio se ha complejizado, mientras las inversiones y los costos han ido al alza.

En 2020, de hecho, se creó una mesa comercial entre VTR y el ahora TNT Sport para impulsar las ventas. La idea era analizar actividades promocionales y comerciales, y empezaron a dividir a los clientes, otorgando diferentes descuentos en base a si eran antiguos que querían dar de baja el canal o nuevos. “Logramos aumentar un par de puntos de penetración (...), pero esos puntos dependen de los descuentos, (por lo que) todavía no tenemos claro cuál va a ser el efecto a largo plazo”, dijo Danús. Hoy

VTR tiene cerca de un 23% de penetración del canal *premium*. “Un tercio tienen el producto con alguna promoción”. “Es un producto de mucha volatilidad”, añade, porque, claro, es costoso.

A este escenario se suman las tratativas del

canal con la ANFP. Según señalan cercanos, la asociación debe cumplir con mínimos de calidad de la cancha, buena programación de partidos, etc., que cuesta que asuman, perjudicando el espectáculo. Esa relación también se ha vuelto compleja para TNT.

Contactados en la ANFP, no hubo respuesta.

La multa de la FNE ennegrece este panorama. Warner Bros Discovery tomó este tema cuando la historia ya era larga. El canal ha cambiado tres veces de mano desde 2018 a la fecha. La investigación había comenzado en 2017, las cláusulas por una posible sanción fueron incorporadas en ese año en el contrato de la ANFP con Turner... en instancias en que el grupo GTV le vendió primero su 20% a la Asociación, donde ahí se estableció la primera cláusula en base a una posible multa, y luego la ANFP lo habría plasmado en el contrato con Turner.

Dado toda esta historia, TNT Sports está analizando recién el fallo y todas estas cláusulas. Le han solicitado información a Prisma para reconstruir justamente todo el devenir del CDF. Y analizar las posibles salidas. “Obviamente lo están supervisando, están encima de lo que está pasando”, subrayan cercanos al grupo Claro. “Sería, eso sí, un monto muy menor”, agregan, dado que sería lo proporcional al 20% de un año: 2017 a diciembre de 2018. Ni siquiera existe algo provisionado para ello. El delta de ese lapso debería tomarlo la ANFP. Y el tramo 2019-2020, año en que se presentó el requerimiento, tendría que ser cubierto por el nuevo dueño.

Más allá de ello, en el entorno del canal subrayan que de concretarse la sanción y el cambio en las condiciones, el fútbol chileno será el perjudicado. A Warner Bros Discovery le quedan diez años de contrato. Después... “nadie comprará el canal a los precios de antaño”, dice una parte del proceso. “Ya no será la joyita del fútbol chileno que fue, y ahí correrá riesgo el financiamiento de los clubes”, subraya.