



**AUMENTO DE CAPITAL,
NO MÁS FRECUENCIAS
REGIONALES Y VENTA DE
SEDE EN SANTIAGO:**

LA BATALLA DE COOPERATIVA PARA SALIR DE LA CRISIS

La radio, que tiene más de 90 años de vida, enfrenta complicaciones. Ha debido enfrentar una baja en la publicidad, que es su única vía de financiamiento. El año pasado vendió su sede en el Barrio Yungay para pagar su deuda bancaria. También se deshizo de sus cerca de 30 frecuencias regionales, de Arica a Punta Arenas, para bajar costos. Y su grupo controlador -la Compañía Chilena de Comunicaciones- se prepara para un aumento de capital que espera ocurra en este primer semestre.

En septiembre del año pasado, radio Cooperativa concretó la venta de su sede en Santiago -un moderno edificio ubicado en la calle Maipú, en el Barrio Yungay- a la Universidad Bernardo O'Higgins. Después de la pandemia, ya le arrendaban dos pisos. Pero las negociaciones finalmente terminaron en la venta del inmueble completo hace seis meses. Según dijo entonces el gerente general de la radio, Luis Ajenjo, eso les permitiría liquidar la alta deuda bancaria que arrastraban. Y así se hizo. La venta les saneó dicha deuda que, se estima, se movía entre los \$ 3.500 millones y

\$ 4.000 millones. El acuerdo con la universidad incluía también que la radio se iba a quedar allí por un año más, hasta septiembre de 2026, y sin pagar arriendo.

A seis meses de que se cumpla este plazo, ejecutivos de la emisora han visto y analizado varios posibles inmuebles para instalar los estudios y las oficinas de Cooperativa. En estos días manejan una lista corta de posibilidades. La decisión, se comenta al interior de la radio, se tomará en unas tres semanas. El lugar, explican, debe cumplir con varios requisitos, como estar cerca de un metro y tener siempre línea de vista -trayectoria directa y sin obstáculos- con las antenas de la radio que están en el cerro San Cristóbal.

Pero la venta del edificio en el Barrio Yungay -en el cual la radio se había instalado en 2014, después de haber estado en Providencia y, antes de eso, en el centro- está lejos de solucionar por sí sola la crisis financiera de Cooperativa. Lo dijo claramente Ajenjo en el comunicado interno cuando anunció esa venta: "No constituye la solución de la difícil situación, (pero) es un paso indispensable para poder continuar avanzando en la viabilidad de nuestra compañía".

Conscientes de aquello, en la radio ya se habían dado pasos anteriores, como la venta en 2024 de su emblemática marca "Al aire libre" -asociada a sus contenidos deportivos, incluido un sitio web- a la francesa North Star Network; o la rebaja de remuneraciones; o la

disminución de la planta de trabajadores. Y hoy ya planifican también los pasos futuros, como un aumento de capital.

Adiós frecuencias regionales

A mediados de la década pasada, radio Cooperativa empezó a vender algunas de sus frecuencias regionales. Las más pequeñas. El proceso se aceleró a partir de 2023. Hoy, las cerca de 30 frecuencias que la radio tenía en regiones -tanto en AM como en FM, desde Arica a Punta Arenas- están todas vendidas: unas ya entregadas; otras en el proceso de traspaso, que incluye trámites en la Fiscalía Nacional Económica y en la Subsecretaría de Telecomunicaciones, que pueden tardar varios meses.

Desde la emisora explican que detrás de la venta de las frecuencias regionales hay varias razones. Una es la adaptación tecnológica, pues la experiencia les ha dejado claro en Cooperativa que hoy las personas escuchan radio principalmente a través de sus teléfonos. Y para un sistema como el de esta radio -que es una sola y misma señal nacional transmitida para todo el país-, actualmente es mucho más conveniente trabajar con un modelo más digital, con uso de streaming, con conexión desde el teléfono por Bluetooth o wifi, que mantener todo un sistema de antenas y frecuencias en regiones.

"Nosotros partimos un poco anticipados con eso, pero es lo que van a terminar haciendo

todas las radios. Partir antes fue también para optar a mejores precios de venta de las frecuencias", explica un profesional de la radio.

Otra razón, ligada a la anterior, es económica. Mantener todo el sistema de frecuencias regionales era caro: el uso de satélite, arriendos, pago de energía eléctrica, manejar los robos de equipos, etc.

Prescindir de todo eso significó -además del ingreso por venta- un ahorro importante de costos. Desde la radio no quieren dar cifras exactas en ese punto, pero sí reconocen que fueron "hartas lucas, porque son 30 arriendos menos, 30 cuentas de la luz menos, 30 bajadas satelitales menos...".

Los compradores de las frecuencias que pertenecieron a Cooperativa son variados, aunque entre ellos no hay ninguna otra gran cadena radial. Pero sí están, por ejemplo, emisoras religiosas como Radio María, que -entre diciembre y enero pasados- se quedó con las frecuencias en Antofagasta, San Antonio, Rancagua y Valdivia.

A la espera de nuevos socios

Partió en febrero 1935 en Valparaíso como Radio Cooperativa Vitalicia, ya que dependía de una sociedad de rentas vitalicias del mismo nombre que creó este medio para informar justamente de su área de negocios. Ese mismo mes, apenas dos días después, inició sus transmisiones en Santiago, en una ceremonia donde participó hasta el Presidente de la época, Arturo Alessandri. En 1939, sus dueños crearon la Compañía Chilena de Comunicaciones para hacerse cargo profesionalmente de la radio, que se volcó a las noticias y la actualidad.

Dado que desde fines de la década del '50 radio Cooperativa ya tenía una marcada orientación asociada a la Democracia Cristiana, en

CIFRAS RADIALES

*Según el estudio de audiencia de radios nacionales de IPSOS Chile, de mayo 2025, cada semana más de 12 millones de personas mayores de 15 años sintonizan la radio, alcanzando al 81% de los adultos. El tiempo promedio de escucha es de tres horas y 42 minutos diarios, y el 72% de quienes se movilizan en auto lo hacen acompañados por este medio.

*De acuerdo a un estudio de Activa Research sobre hábitos de sintonía de radios noticiosas en Chile, de enero de 2025, el 27,7% de los oyentes menciona a radio Bio Bio como la emisora donde habitualmente escucha noticias, seguida por Cooperativa con 16,3% y ADN con 16,1%.

*En cuanto a credibilidad, según el mismo estudio, radio Cooperativa encabeza con 38,2% de las menciones, seguida de cerca por radio Bio Bio con 36,2% y luego ADN con 26,3%. Respecto a objetividad percibida, Bio Bio lidera con 36,2% y Cooperativa es segunda con 35,9%.

*Un estudio de Cadem de octubre de 2025 afirma que radio Bio-Bio se consolida como la mejor evaluada para informarse, con un 38% de confianza. Cooperativa queda en segundo lugar con un 16%, seguida por ADN con un 12%. Agricultura y T13 Radio empatan con un 4%, e Infinita alcanza un 2%.

*Según un estudio de IPSOS Chile de marzo a junio de 2025, radio Cooperativa llega a un 11,8% de alcance diario en Santiago, con 617.886 auditores promedio de lunes a sábado. Esto la sitúa en el lugar 8 del ranking general de todas las radios del Gran Santiago. Pero hay un dato: pese a estar 8 en el ranking general -que incluye radios musicales con audiencias masivas-, es la radio informativa mejor ubicada en el listado.

los años '70 la Compañía Chilena de Comunicaciones fue adquirida por un grupo de personas ligadas a la DC, destacándose en esa labor Carlos Figueroa, quien luego sería canciller y ministro del Interior en el gobierno de Eduardo Frei Ruiz-Tagle. Tras el retorno de la democracia, crearían la Fundación para las Comunicaciones Sociales -en la que participan personas relacionadas al mismo mundo de ellos-, como dueña de las acciones de la compañía controladora de la radio.

La Compañía Chilena de Comunicaciones -uno de los conglomerados radiales más antiguos del país- tiene actualmente un directorio presidido por el empresario agrícola José Luis Moure. En su momento, el grupo tuvo más radios, pero las vendió: en 1998 lo hizo

con Radio Rock and Pop y Radio Corazón, que pasaron a Iberoamerican Radio Chile (hoy Prisa Media Chile); y en 2016 vendió Radio Universo a Medios Regionales de El Mercurio. Se quedó sólo con Cooperativa, y frente a la crisis que ésta atraviesa actualmente, la compañía controladora lleva varios meses preparando a la empresa para un aumento de capital, que permitiría además el ingreso de nuevos socios.

El tema lo mantienen en reserva. Llevan ya un tiempo en discretas conversaciones con posibles interesados, con algunos de los cuales ya hay firmadas cartas de confidencialidad. Pero quienes conocen del asunto en la radio prefieren no dar nombres ni montos, "porque aquí el pecado mortal es adelantarse".

Esperan que la operación financiera suceda durante el primer semestre de este año. "Todas las energías están puestas hoy en eso", aseguran.

Por ahora ni venta ni cierre

Desde la estación radial explican que su única vía de financiamiento es a través de publicidad. Y que en ese terreno, las cosas se han ido complicando. Sobre todo porque la torta de avisaje ha disminuido y porque, además, buena parte de ella se va hoy a plataformas digitales como Google y Meta.

Explica un profesional de Cooperativa: "En 2019 a nosotros nos iba muy bien. Era como el mejor año que habíamos tenido. Hasta que viene el estallido. Luego estábamos empezando a sacar la cabeza sobre el agua en enero de 2020, y llegó la pandemia en marzo, la cuarentena y todo lo que sabemos. Eso duró hasta 2021. Después vienen las consecuencias. La inflación, una condición recesiva que se prolongó durante todo el anterior Gobierno. Y después se precipitó mucho todo el tema digital de Meta y Google, que se comían la mitad de toda la torta publicitaria. El efecto ha sido mortal. Se ve en todos los medios, afecta a toda la industria".

Este 2026, dicen, comenzó bastante mejor. Cuentan que se estabilizó la inversión publicitaria, que ha dejado de caer. Y que no ha crecido para Google y Meta. Que enero fue para Cooperativa significativamente mejor que el mismo mes del año pasado. Que febrero no tanto, aunque tradicionalmente éste es un mes débil en

COOPERATIVA Y ALGO MÁS

Radio Cooperativa, además de estar en el dial 93.3 FM, se transmite también online, en un portal de noticias que existe desde el 2000. Pero la Compañía Chilena de Comunicaciones, el grupo radial que la controla, tiene además otras marcas asociadas que sólo existen de manera digital, "en la línea de los tiempos que corren", explican. Allí están por ejemplo: m360.cl, que existe desde 2016 y es un portal de modas, tendencias y belleza; o supergeek.cl, desde 2020, que se enfoca en tecnología. También tiene radios que funcionan sólo en modalidad online, como radiodulcepatria.cl, espacio pensado para la música chilena; o cooperativaciencia.cl; o lanuestra.cl, que es un mezcla de radio y streaming en una sola plataforma.

avisaje. Y que marzo partió muy arriba, pero que ahora varias campañas se están frenando. "Posiblemente las palabras que hoy uno más le escucha de los clientes es: 'Quiero ponerle pausa a la campaña'", comenta un ejecutivo de la radio.

De todas formas, no bajan la guardia. "Como todos los medios, estamos haciendo una reingeniería grande. Estamos hace seis años haciendo un giro. Poder dar otra vuelta en lo financiero, en el modo de producción, en la incorporación de inteligencia artificial. Es algo súper fuerte y no ha terminado", explican desde la radio. Y aunque reconocen que ningún escenario puede descartarse en estos tiempos, señalan que en este momento no se piensa ni en una venta ni en un cierre de Cooperativa. +