



EN LO PRINCIPAL: APORTA ANTECEDENTES.

EN EL PRIMER OTROSÍ: ACOMPAÑA ANEXO CONFIDENCIAL.

EN EL SEGUNDO OTROSÍ: ACOMPAÑA DOCUMENTOS.

EN EL TERCER OTROSÍ: ACOMPAÑA DOCUMENTOS, SOLICITANDO CONFIDENCIALIDAD.

H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

JAIME BARAHONA URZÚA, FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S), en autos caratulados **“Consulta de Cencosud S.A. y otro sobre arrendamiento de supermercados de Comercial Condell”**, Rol NC N° 382-10, a ese H. Tribunal respetuosamente digo:

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39, letra e), del Decreto Ley N° 211, y lo ordenado por ese H. Tribunal mediante resolución de fecha siete de septiembre del presente, vengo en evacuar informe en estos autos, en los términos siguientes:

I. ANTECEDENTES

1. Conforme a lo establecido en la Sentencia N°65/2008¹ del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, “H. Tribunal”) y lo acordado en el Avenimiento suscrito con fecha 24 de julio de 2008, entre esta Fiscalía y Cencosud S.A. (en adelante, “**Cencosud**” o “**la Consultante**”), dicha empresa se encuentra obligada a consultar cualquier operación de concentración en la industria supermercadista, en que intervenga directa o indirectamente, en forma previa a su materialización².

¹ Recaída en los autos Rol C N° 101-06, caratulados “Requerimiento de la FNE contra D&S S.A. y Cencosud S.A.”

² La Sentencia N°65/2008 del H. Tribunal, sobre requerimiento de la FNE en contra de D&S S.A. y Cencosud S.A. dispone en su Resuelvo N° 2: “*ACOGER el requerimiento de fojas 208, interpuesto por la Fiscalía Nacional Económica, sólo en cuanto se ordena a Cencosud S.A. consultar a este Tribunal en los términos del artículo 31° de Decreto Ley N° 211, en forma previa a su materialización, cualquier operación de concentración en la industria supermercadista en que intervenga, directa o indirectamente, en los términos del artículo 100 de la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores*”.

2. Dando cumplimiento a dicha disposición, Cencosud consultó a ese H. Tribunal con fecha 1 de septiembre del presente, el arriendo de los locales de Comercializadora y Distribuidora de Productos Alimenticios y Otros Limitada (en adelante, “Comercial Condell” o “Condell”), ubicada en Rancagua, Doñihue, Graneros y Mostazal, que serían destinados por Cencosud para la operación de supermercados con la marca “Santa Isabel”³.
3. En lo que sigue, esta Fiscalía informará al H. Tribunal los resultados del análisis de la operación referida, acorde con la metodología establecida en la Guía Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales FNE⁴.
4. Específicamente, los locales de Comercial Condell que la consultante pretende operar bajo la modalidad de arriendo y subarriendo, son los siguientes:
 - Av. el Sol N° 01834. Rancagua.
 - Bombero Rudica N° 200. Rancagua.
 - Avenida la Compañía N° 011. Graneros.
 - Av. Estación N° 349. Doñihue.
 - Independencia N° 540. Mostazal.
5. Corresponde señalar que con el objeto de evaluar los efectos asociados a las operaciones consultadas, esta Fiscalía verificó la información proporcionada

³ Los contratos de arriendo individualizados constituyen una operación de concentración según los criterios de la Guía Interna para el Análisis de Concentraciones Horizontales FNE: “Se entiende por operación de concentración o concentración, las fusiones, las adquisiciones de acciones, las adquisiciones de activos, las asociaciones y, en general, los actos y convenciones que tienen por objeto o efecto que dos o más empresas económicamente independientes entre sí pasen a conformar una sola empresa o a formar parte de un mismo grupo empresarial”. Por su parte, la ICN en su guía para la definición de operaciones de concentración “Defining Merger Transactions for Purposes of Merger Review” señala: “Como regla general, las leyes y reglamentos para el control de concentraciones están dirigidas a transacciones de negocios en las que dos o más agentes económicos independientes **son combinados de alguna manera que implique un cambio duradero en la estructura o propiedad de uno o más agentes económicos involucrados**” (énfasis agregado). Asimismo, se señala que “**Las transacciones en las cuales el comprador adquiere todos o substancialmente todos los activos del negocio del vendedor son casi en todos los casos consideradas una transacción que califica para ser revisada bajo las normas de control de concentraciones. Muchas jurisdicciones también cubren la compra de activos aunque estos no constituyan todos o substancialmente todos los activos del vendedor. Acá, no existe duda de que ha habido un cambio de control respecto de dichos activos. Mas bien, la pregunta pertinente es si los activos adquiridos tienen suficiente peso económico para ameritar que la compra sea revisada bajo la normativa de control de concentraciones**” (énfasis agregado). Traducción libre. Texto disponible en <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc327.pdf>

⁴ Disponible en www.fne.gob.cl

por Cencosud sobre participaciones de mercado, ventas y planes de expansión de los otros actores de los mercados geográficos afectados, con sus principales competidores⁵.

II. LA INDUSTRIA

6. Los agentes económicos que interactúan en la industria de la producción, distribución y venta a público de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente, fueron identificados en la Sentencia N° 9/2004⁶ de ese H. Tribunal, de la siguiente manera:

- i) Proveedores y distribuidores mayoristas;
- ii) Distribuidores minoristas, como establecimientos de autoservicios, entre los que se encuentran los supermercados e hipermercados; y
- iii) Consumidores finales.

7. En relación a los supermercados, la Sentencia N°65/2008 identificó tres tipos distintos de formatos:

- i) **Supermercados pequeños:** con superficies de venta inferior o igual a 400 m²;
- ii) **Supermercados medianos:** con superficies de venta superior a 400 m² e inferior a 2.500 m²;
- iii) **Supermercados grandes o Hipermercados:** con una superficie de venta minorista superior a 2.500m² (grandes superficies).

8. Así, los formatos de mayor tamaño resultan ser los más apropiados para consumidores que realizan compras de abastecimiento, ya que tienen una mayor variedad de marcas y productos que los supermercados pequeños o los almacenes. Los formatos de menor tamaño igualmente se orientan a las compras de abastecimiento, sin embargo reciben un mayor componente de consumidores que realizan compras de reposición o inesperadas.

9. En el siguiente Cuadro se resumen los metros cuadrados de las salas de venta de las dos cadenas involucradas en la operación que se analiza.

⁵ Como consta de los documentos acompañados bajo confidencialidad en el tercer otrosí de esta presentación.

⁶ Pronunciada en los autos Rol C N° 03-04, caratulados "Consulta de AGIP A.G., sobre conducta de Supermercados Líder en perjuicio de proveedores y consumidores en general".

Cuadro N°1

Salas de ventas de las cadenas Cencosud y Condell en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, y población de las comunas donde se encuentran (Censo 2002)

| Cadena | Superficie (M²) | Población (Censo 2002) |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Jumbo-Rancagua | 9.000 | 214.344 hab. |
| Santa Isabel- Rancagua | 1.600 | |
| Santa Isabel- Rancagua | 1.389 | |
| Santa Isabel- Rancagua | 2.600 | |
| C. Condell (Mercado)- Rancagua | 1.058 | |
| C. Condell (El Teniente)- Rancagua | 1.211 | |
| C. Condell- Graneros | 538 | 28.428 hab. |
| C. Condell- Doñihue | 724 | 16.916 hab. |
| C. Condell- Mostazal | 460 | 21.866 hab. |

Fuente: Cencosud (Consulta del 1.09.10, en autos)

10. Siguiendo la clasificación referida anteriormente, los supermercados de las cadenas involucradas en la operación objeto de esta consulta son mayoritariamente medianos, con excepción del Jumbo de Rancagua, susceptible de calificarse como grande.

11. Por otra parte, resulta público y notorio que la industria supermercadista en Chile exhibe altos índices de concentración. Asimismo, es de conocimiento general que, desde fines del año 2007, las participaciones de mercado se han modificado, principalmente por la rápida expansión de las cadenas SMU y Southern Cross (Supermercados del Sur). Como resultado de este proceso, actualmente la industria cuenta con cinco actores relevantes a nivel nacional capaces de explicar más del 90% de las ventas del sector. Ellos son: D&S, Cencosud, SMU, Supermercados del Sur y Falabella/Tottus.

12. Los indicadores de concentración en las zonas afectadas por la operación se observan en la Figura 1, en anexo confidencial.

Figura N° 1
Participaciones de Mercado distintas localidades⁷
(% de las ventas totales año 2009)

-CONFIDENCIAL-

Fuente: Información aportada por empresas

III. MERCADO RELEVANTE

13. La Fiscalía entiende por mercado relevante el de un producto o grupo de productos respecto de los cuales no se encuentran sustitutos suficientemente próximos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado⁸.
14. Para efectos del presente informe, corresponde analizar dos mercados relevantes potencialmente afectados por la operación: el mercado relevante de cara a proveedores y el mercado relevante de cara al consumidor final.

III.1. Mercado relevante de cara a proveedores

Mercado Relevante del Producto

15. De cara a proveedores, esta Fiscalía estima que los mercados relevantes afectados por la operación consultada corresponden a los de aprovisionamiento mayorista para venta minorista de los supermercados de Rancagua, Doñihue, Graneros y Mostazal, de cada una de las líneas de productos en las cuales Cencosud y Condell participan.

Mercado Relevante Geográfico

16. Por otro lado, desde el punto de vista del mercado relevante geográfico, esta Fiscalía considera, en concordancia con las Sentencias N°9/2004 y N°65/2008, que este mercado tiende a ser nacional, "sin perjuicio de considerar que el mercado relevante geográfico puede ser regional o local en

⁷ Para el caso de los supermercados mayoristas se consideró el 50% de sus ventas totales, lo cual de acuerdo a otras investigaciones realizadas por esta Fiscalía, constituye una buena aproximación de las ventas realizadas a consumidores finales.

⁸ Guía Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales FNE.

relación con determinados productos que, por sus características, se comercialicen sólo en dichos ámbitos”⁹.

17. No obstante lo señalado, Cencosud informó a ese H. Tribunal¹⁰ tener 79 proveedores en común con Condell, y que la totalidad de ellos trabaja a escala nacional. Lo anterior significa que el mercado relevante geográfico afectado por la operación exhibe carácter nacional.

III.2. Mercado relevante de cara a consumidores

Mercado Relevante del Producto

18. De cara a consumidores, la jurisprudencia de ese H. Tribunal ha considerado que el mercado relevante del producto es el de aprovisionamiento periódico, normalmente semanal, quincenal o mensual, en modalidad de autoservicio, por parte de tiendas de superficie especialmente diseñadas al efecto, denominadas supermercados, de productos alimenticios y de artículos no alimenticios de consumo corriente en el hogar, para consumidores finales¹¹.

Mercado Relevante Geográfico

19. Como ha expresado ese H. Tribunal en su Sentencia N° 65/2008, de cara a consumidores, el mercado geográfico relevante es eminentemente local¹². Lo anterior se explica por cuanto el ámbito geográfico relevante de un supermercado se ve limitado por la existencia de costos de búsqueda y de desplazamiento, que restringen la distancia que razonablemente el consumidor está dispuesto a trasladarse para realizar sus compras¹³.
20. Atendido que Cencosud no cuenta con supermercados en Doñihue, Graneros y Mostazal, de manera tal que de cara a dichas localidades la operación consultada sólo implica el reemplazo del incumbente por un actor

⁹ Sentencias N°9/2004, sobre “Consulta de AGIP A.G., sobre conducta de Supermercados Líder en perjuicio de proveedores y consumidores en general” y N°65/2008, sobre “Requerimiento de la FNE contra D&S S.A. y Cencosud S.A.”, en sus Considerandos Quincuagésimo Tercero y Quincuagésimo Cuarto, respectivamente.

¹⁰ Información reservada de Cencosud tenida a la vista por esta Fiscalía en la sede del H. Tribunal, con fecha 30 de septiembre del presente.

¹¹ Sentencia N° 65/2008 en su Considerando Septuagésimo.

¹² Sentencia N° 65/2008 en su Considerando Septuagésimo Tercero.

¹³ Sentencia N° 65/2008 en su Considerando Septuagésimo Cuarto.

posiblemente más eficiente, el único mercado relevante geográfico que podría verse afectado por los arrendamientos consultados es el de la ciudad de Rancagua.

21. Lo anterior, por cuanto los supermercados ubicados en las localidades aledañas a Rancagua no tendrían una intensidad competitiva suficiente sobre los supermercados de Rancagua como para servir de disciplinadores de éstos.

IV. CONCENTRACIÓN Y UMBRALES

22. Esta Fiscalía considera que una operación de concentración horizontal no reviste peligros para la competencia, si el índice de concentración Herfindhal Hirschman no varía por sobre ciertos umbrales, dependiendo del nivel de concentración final resultante¹⁴, esto es:
 - a. Si el HHI post fusión es menor a 1.000
 - b. Si $1000 < \text{HHI} < 1.800$ y $\Delta \text{HHI} < 100$
 - c. Si $\text{HHI} > 1.800$ y $\Delta \text{HHI} < 50$

IV.1. Indicadores del mercado relevante de cara a proveedores

23. El presente informe utiliza las cifras de ventas a consumidores finales por parte de las cadenas de supermercados como aproximación de la participación de Cencosud y la adquirida en el mercado de aprovisionamiento mayorista de supermercados, en el entendido de que las participaciones de los supermercados en la compra a proveedores es proporcional a las participaciones en la venta a consumidores finales.
24. De acuerdo a la participación de mercado proyectada a partir de las ventas del 2009, D&S es el líder del mercado con un 33,7% de las ventas de la industria, seguido por Cencosud con una participación de 30%. El tercer actor es SMU, con una participación de mercado de 19,8%. Por su parte, Comercial Condell representa alrededor de un 0,2% de mercado, de manera tal que tras la operación consultada el HHI sólo variará en 12 puntos, cifra

¹⁴ Guía Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales FNE.

inferior al umbral establecido como potencialmente riesgoso por esta Fiscalía.

IV.2. Indicadores del mercado relevante de cara a consumidores

25. El Cuadro N° 2 en Anexo confidencial da cuenta de la participación de mercado en la ciudad de Rancagua, a partir de la participación de mercado el año 2009:

Cuadro N° 2
Participaciones de mercado Ciudad de Rancagua
(% ventas netas año 2009)

-CONFIDENCIAL-

Fuente: Elaborado en base a información proporcionada por cadenas de supermercados.

26. En este caso la concentración de la industria aumenta en 308 puntos, medidos en términos del índice HHI., cifra que sobrepasa los umbrales establecidos en la Guía.
27. Sin embargo, esta Fiscalía estima pertinente para este caso realizar un análisis prospectivo del mercado¹⁵ ya que -según señaló la Consultante y constató esta Fiscalía - en el corto plazo se producirán cambios significativos en la estructura del mercado¹⁶. Esto, pues a partir de septiembre de 2010, los tres inmuebles en que operaba Santa Isabel pasarían a ser operados por SMU, producto del término de los contratos de arrendamiento de Cencosud sobre los mismos. Según se ha establecido, dichos locales representaban parte importante del total de ventas de Cencosud en Rancagua, de manera tal que, incluso de concretarse el arriendo de los locales Condell objeto de esta consulta, Cencosud perderá una importante participación de mercado en la ciudad.

¹⁵ De acuerdo a las mejores prácticas recomendadas para el análisis de operaciones de concentración, resulta importante analizar los cambios futuros en la estructura de los mercados potencialmente afectados. Así, por ejemplo, la ICN señala en su "MERGER GUIDELINES WORKBOOK" de abril de 2006 que "Una fusión que aumenta materialmente la concentración del mercado no dará lugar a efectos anticompetitivos sostenidos si nuevas firmas habrían de entrar al mercado (o firmas existentes se expanden) y disuaden a las partes de la fusión (y a otros) de explotar su posición en el mercado. La entrada al Mercado por nuevas firmas puede prevenir o contrarrestar cualquier intento de la fusionada o sus competidores de lucrar de la potencial reducción de la competencia en el mercado a raíz de la fusión." Traducción libre. Texto disponible en <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc321.pdf>

¹⁶ Información entregada por la Consultante, y por diversos actores de mercado, acompañada bajo confidencialidad en el primer otrosí de esta presentación.

Cuadro N° 3
Ventas de supermercados Santa Isabel en proporción a las ventas totales de Cencosud

-CONFIDENCIAL-

Fuente: Cencosud (CONFIDENCIAL)

28. La pérdida por parte de Cencosud de tres supermercados en manos de SMU, el crecimiento experimentado por esta última a través de dichos arriendos (aún cuando dichos locales todavía no entran en operación) y los contratos que motivan esta consulta no son los únicos cambios estructurales que enfrentará la industria supermercadista en Rancagua¹⁷.
29. Por este motivo el análisis de cualquier operación de concentración que afecte el mercado relevante, debe realizarse de manera dinámica, considerando tanto los cambios de propiedad referidos, así como los planes de crecimiento orgánico actualmente en marcha¹⁸.
30. Por otra parte, los planes concretos de expansión de los supermercados competidores de Cencosud, en la zona afectada, se resumen en los siguientes Cuadros:

Cuadros N° 4, 5 y 6
Planes concretos de expansión en Rancagua

-CONFIDENCIAL-

Fuente: Información aportada por empresas (CONFIDENCIAL)

¹⁷ A las nuevas obras proyectadas debe agregarse que ciertos establecimientos presentes en la ciudad de Rancagua, tradicionalmente considerados mayoristas, han exhibido una tendencia creciente hacia la atención directa de consumidores finales.

¹⁸ Para estos efectos, la estimación de las ventas para el año 2011 se realizó calculando el rendimiento promedio por metro cuadrado, para el año 2009, de cada una de las cadenas que operan en la ciudad de Rancagua, multiplicando dicho valor por los metros cuadrados proyectados para cada cadena durante el año 2011. En el caso de las cadenas que no poseían supermercados en Rancagua durante el año 2009, se calculó el rendimiento promedio por metro cuadrado en otras localidades de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins (así, para el caso de Tottus se calcularon las ventas por metro cuadrado durante el año 2009 para San Fernando, y en el caso de Supermercados del Sur se utilizó el rendimiento promedio por metro cuadrado en la ciudad de Rengo, el año 2009).

31. Analizados estos planes de entrada o expansión, y calculado nuevamente el HHI y su variación en la ciudad de Rancagua (estimando las ventas esperadas el 2011, a partir de los m² destinados a salas de venta), se constató que estos planes de expansión revierten el efecto de concentración provocado por la operación.

Cuadro N° 7
Participaciones de mercado Ciudad de Rancagua
(% venta años 2009 y proyectada 2011)

-CONFIDENCIAL-

Fuente: Elaborado en base a información proporcionada por cadenas de supermercados.

V. CONDICIONES DE ENTRADA

32. Esta Fiscalía ha entendido que los potenciales efectos restrictivos de la competencia que pudieren derivarse de un aumento de la concentración se agravan en mercados en que no existe factibilidad de entrada oportuna y suficiente¹⁹.
33. Asimismo, considera que no existe factibilidad de entrada, en los términos expuestos, cuando, por ejemplo, el entrante lo hace con una escala menor al mínimo viable o con una estrategia de diferenciación dirigida a un nicho de mercado, pues en estos casos el entrante no disciplina a las empresas establecidas²⁰.
34. En efecto, esta Fiscalía considera los siguientes elementos al momento de analizar las condiciones de entrada a un determinado mercado, los que serán analizados más adelante: barreras a la entrada, tiempo y suficiencia de la entrada y comportamiento estratégico.
35. En relación con las **barreras a la entrada**, las principales barreras existentes en este mercado son los **costos hundidos** necesarios para entrar con una escala suficiente de operación²¹ y las **ventajas de costos** de las empresas

¹⁹ Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales FNE.

²⁰ Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales FNE.

²¹ Como son la inversión en estudios para el emplazamiento de locales y los gastos en publicidad, para la creación de marca y reputación de cara a los consumidores.

establecidas derivadas de la escala de operación, como lo señala ese H. Tribunal, en su Sentencia N° 65/2008²².

36. En relación con el **tiempo y suficiencia de la entrada**, la evolución de la industria de los supermercados evidencia las dificultades para una entrada suficiente al mercado. En ese contexto, la manera más utilizada para ingresar al mercado es la compra de alguna de las cadenas de supermercados en operación. De hecho, los ingresos al mercado con permanencia registrados en el último tiempo corresponden a Falabella (que realizó dicha entrada mediante la adquisición de Supermercados San Francisco), SMU (cuya estrategia de crecimiento se ha fundado exclusivamente en la adquisición de competidores) y Supermercados del Sur, que adoptó una estrategia similar (consolidación de cadenas regionales).
37. La necesidad de un vehículo para alcanzar una entrada suficiente a la industria supermercadista se vincula con la obtención de **economías de escala** que permitan operar eficientemente a nivel nacional. En la industria de los supermercados, tales economías se dan principalmente en lo relativo a frigorización, bodegaje y distribución de las mercaderías.
38. Adicionalmente, un mayor nivel de escala redundaría en un incremento de los volúmenes de compra, situación que posibilita la obtención de mejores condiciones de precio por parte de los proveedores.
39. Por último, en relación con el **comportamiento estratégico** de las empresas establecidas para impedir o elevar el costo a la entrada de nuevos competidores, ese H. tribunal ha señalado en su Sentencia N° 9/2004 lo siguiente:

“... La agresiva y publicitada estrategia de crecimiento de los principales supermercados constituiría una barrera estratégica para potenciales entrantes a este mercado. Así, se podría desincentivar la entrada incluso en localidades en que no se han instalado las principales cadenas, pero

²² Considerando Octogésimo Cuarto: “Que, a juicio de este Tribunal, los principales elementos que podrían afectar las condiciones de entrada a la industria supermercadista son: (i) las ventajas de costo de empresas con posición de dominio que impidan a los rivales o nuevos entrantes alcanzar una escala de operación suficiente para desafiar a los incumbentes en un plazo razonable; y (ii) las barreras estratégicas de entrada que, según la requirente, levantarían las empresas dominantes mediante el desarrollo de políticas de crecimiento basadas en la compra de competidores y el acaparamiento de terrenos potencialmente aptos para instalar supermercados.”

en los que éstas han efectuado compras de terrenos. También puede contribuir a erigir barreras a la entrada el hecho que las principales cadenas de supermercados han diversificado los formatos de sus establecimientos, tendiendo a cubrir distintos nichos del negocio...'²³

40. Otro comportamiento estratégico que erige barreras artificiales a la entrada de esta industria es la suscripción de cláusulas de no competir en el marco de la celebración de operaciones de concentración. Sin embargo, en este caso concreto, no se han pactado cláusulas de este tipo entre Cencosud y Comercial Condell.

VI. RIESGOS PARA LA COMPETENCIA Y CONTRAPESOS

41. De conformidad con el análisis efectuado en el capítulo sobre concentración y umbrales, no existen razones para suponer que la operación consultada genere riesgos anticompetitivos en alguno de los mercados definidos como relevantes.

VII. RECOMENDACIÓN

42. Esta Fiscalía es de la opinión que la operación analizada no implica un aumento de los riesgos de abusos unilaterales ni de coordinación en los mercados relevantes.
43. Lo anterior, toda vez que de los antecedentes recabados por esta Fiscalía y puestos a disposición de ese H. Tribunal, consta:
- a) La existencia de planes concretos de expansión dentro del mercado relevante de parte de las principales empresas del rubro, con aptitud suficiente para revertir los eventuales riesgos que puedan emanar de esta operación;
 - b) Que los índices de concentración HHI calculados prospectivamente para los mercados relevantes, tanto de cara a proveedores como a consumidores, no superan los umbrales establecidos en la Guía Interna

²³ Considerando Decimo Quinto, Sentencia N° 9/2004.

para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de esta
Fiscalía, Y;

- c) Que la operación no incluye cláusulas de no competir.

POR TANTO,

A ESE H. TRIBUNAL SOLICITO: Tener por evacuado informe de la Fiscalía Nacional Económica y, en su mérito, por aportados antecedentes a la consulta de autos.

PRIMER OTROSÍ: Sírvase ese H. Tribunal, de conformidad a lo dispuesto en el Auto Acordado N° 11, tener por acompañado un Anexo confidencial que contiene la serie de antecedentes comerciales y estratégicos referidos por esta Fiscalía en el cuerpo del presente informe.

Dicha confidencialidad, además de la aludida naturaleza de los respectivos antecedentes, se funda en la solicitud de las empresas que los aportaron a esta Fiscalía.

SEGUNDO OTROSÍ: Sírvase ese H. Tribunal tener por acompañados los siguientes documentos:

1. Copia simple del ORD N° 1375, de 24 de septiembre de 2010, mediante el cual se citó y solicitó antecedentes al Sr. Enrique Ostalé Cambiaso, Gerente General de Distribución y Servicios S.A;
2. Copia simple del ORD N° 1376, de 24 de septiembre de 2010, mediante el cual se citó y solicitó antecedentes al Sr. Augusto Coello Lizana, Gerente General de Supermercados del Sur;
3. Copia simple del ORD N° 1377, de 24 de septiembre de 2010, mediante el cual se citó y solicitó antecedentes al Sr. Marcelo Fernandino P., Gerente General de Supermercados Tottus; Y
4. Copia simple del ORD N° 1378, de 24 de septiembre de 2010, mediante el cual se citó y solicitó antecedentes al Sr. Juan Pablo Vega Walker, Gerente General de SMU Supermercados.

TERCER OTROSÍ: Sírvasese ese H. Tribunal, tener por acompañados los siguientes documentos, bajo confidencialidad:

1. Presentación del Sr. Ricardo Riesco E. en representación de la Cencosud, de fecha 24 de septiembre de 2010.
2. Presentación del Sr. Juan Pablo Vega Walker, Gerente General de SMU, de fecha 28 de septiembre de 2010.
3. Presentación del Sr. Nicolás Lewin Muñoz, en representación de Hipermercados Tottus S.A., de 28 de septiembre de 2010.
4. Presentación del Sr. Patricio Gahona L. en representación de Hipermercados Tottus S.A., de 28 de septiembre de 2010.
5. Presentación del Sr. Francisco Momares Gheúl, Gerente de Control de Gestión de Supermercados del Sur Ltda., de 30 de septiembre de 2010.
6. Presentación del Sr. Rodrigo Cruz Matta, en representación de Distribución y Servicio D&S S.A., de 30 de septiembre de 2010.

La confidencialidad solicitada se funda en el carácter comercial y estratégico que tienen los respectivos documentos y en la solicitud expresa en tal sentido por parte de las empresas que los aportaron a esta Fiscalía.



JAIME BARAHONA URZÚA
FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)