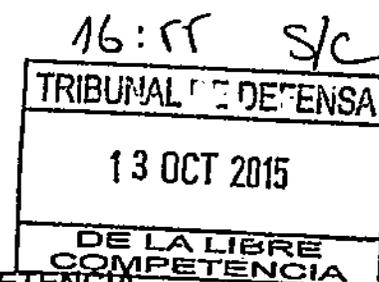


EN LO PRINCIPAL: Interpone asunto de carácter no contencioso que indica;

EN EL PRIMER OTROSÍ: Acompaña documentos;

EN EL SEGUNDO OTROSÍ: Se tenga presente;

EN EL TERCER OTROSÍ: Patrocinio y poder.



H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

FELIPE IRARRÁZABAL PHILIPPI, FISCAL NACIONAL ECONÓMICO, domiciliado en calle Huérfanos 670, piso 8, Santiago, al H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 1, 2, 3, 18 número 2), 31 y 39 del DFL N°1/2005 del Ministerio de Economía Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211 de 1973 (en adelante "DL 211"), interpongo el presente asunto de carácter no contencioso, a fin de que el H. Tribunal se pronuncie acerca de si la adquisición (en adelante e indistintamente el "Acuerdo" o la "Operación") por parte de Inversiones Hoteleras Holding Spa, de propiedad del Fondo de Inversión LarrainVial III (en adelante, el "Fondo de Inversiones Hoteleras" o "Fondo Adquirente") de los hoteles Sheraton Santiago Hotel and Convention Center (en adelante, "Sheraton") y San Cristóbal Tower, de su línea Luxury Collection (en adelante, "San Cristóbal Tower"), infringe o no las disposiciones del DL 211 y, en su caso, ordene que se adopten las medidas que V.S. estime pertinentes.

I. ANTECEDENTES DE LA OPERACIÓN

1. El día 4 de septiembre de 2013, la Fiscalía Nacional Económica ("Fiscalía" o "FNE") archivó la investigación F15-2013, referida a la compra de los hoteles InterContinental, Ritz Carlton y Crowne Plaza por parte del Fondo Privado Hotelero¹.

¹ El Fondo Privado Hotelero creado por LarrainVial con objeto de adquirir diversos hoteles, corresponde al Inversiones Hoteleras Holding SpA, parte de la presente Operación.

2. En dicha oportunidad, se descartó que dichas compras produjeran riesgos unilaterales y coordinados de entidad suficiente para justificar el ejercicio de acciones ante ese H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. En particular se señaló que:

"Si se consideran como un todo los dos segmentos del mercado de hoteles de lujo de cadenas internacionales, la participación de la entidad fusionada en el mercado no deja a las partes en una clara posición dominante. En efecto, aunque pasaría a ser el principal actor de la industria, la alta participación de otras cadenas administradoras de varios hoteles en el segmento, como Starwood, importa que, la entidad fusionada no adquiera tal calificación producto de la Operación"².

3. Asimismo, el Informe de Archivo fue explícito en cuanto a que la conclusión anterior se vería alterada en el caso de que la entidad fusionada adquiriera la propiedad o administración de otros hoteles de lujo. En particular se señaló:

"Estas razones pierden peso si el Fondo Privado Hotelero llega a agrupar otros actores del segmento de lujo de la industria, como en su momento se anunció a través de la prensa. En efecto, de adquirir la entidad fusionada un cuarto o quinto hotel en los términos en que se ha planteado, es esperable que cuente con un poder de mercado que le dé incentivos y espacio para subir precios y/o disminuir la calidad de los servicios ofrecidos en los términos indicados más arriba"³.

4. Por su parte, la Resolución de Archivo, junto con descartar que la operación en particular generara riesgos unilaterales y profundizara los riesgos de coordinación ya existentes, señaló:

"Que el mercado de hoteles de lujo ubicados en la ciudad de Santiago y pertenecientes a cadenas internacionales muestra un considerable grado de concentración, sin perjuicio de lo cual la operación analizada, tal como se ha

² FNE. Informe de Archivo Rol F15-2013, párrafo 47, versión pública. Disponible en: http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/inpu_015_2013.pdf [Última visita: 9 de octubre de 2015].

³ Idem. Párrafo 50.

conocido a la fecha, no importa riesgos de entidad necesaria para justificar la adopción de medidas de mitigación;

Que, en principio, la conclusión anterior se vería alterada en el caso de que la entidad fusionada adquiriera la propiedad o administración de otros hoteles de lujo. En ese evento, es previsible que se presenten riesgos unilaterales y/o coordinados de mayor magnitud⁴.

5. Pues bien, dicho evento se verificó recientemente. Conforme a una nota de prensa del diario El Mercurio de 8 de octubre de 2015⁵, el Fondo de Inversiones Hoteleras estaría en un avanzado proceso de adquirir los hoteles Sheraton y San Cristóbal Tower –ambos de propiedad de Host Hotels & Resorts y administrados por la cadena internacional Starwood–. Esta FNE, desconocía, hasta aquel momento de la existencia de esta operación de concentración, sin perjuicio de la existencia de un procedimiento voluntario de notificación de fusiones que contempla la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración (en adelante, la “Guía”). En atención a estos antecedentes, esta Fiscalía procedió a dar inmediato inicio de oficio a la investigación F53-2015.
6. La premura en el actuar de la FNE en esta Operación, se justifica, además, en lo señalado en esta misma nota de prensa respecto de la inminencia con la que se produciría el cierre de la operación. Lo anterior, se sumaría a la intención permanente de buscar nuevas oportunidades en el sector hotelero por parte del Fondo Adquirente. Esta situación habría sido corroborada mediante reunión formal con representantes del Fondo de Inversiones Hoteleras.

⁴ FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA. Resolución de Archivo de Investigación de Rol F15-2013, párrafos 1 y 2. Disponible en: <http://www.fne.gob.cl/defensa-de-la-libre-competencia/investigaciones-de-la-fne/> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

⁵ EL MERCURIO. Economía y Negocios. Fondo de inversión hotelero administrado por Larraín Vial negocia compra de Sheraton. En efecto, se señala que “[f]uentes cercanas al proceso aseguraron que actualmente estarían en los últimos pasos de la negociación. Incluso algunos señalaron que ya hay un acuerdo de palabra entre ambas partes y que la enajenación de zanjaría en el corto plazo” Disponible en: <http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=08-10-2015 0:00:00&NewsID=352060&dtB=08-10-2015 0:00:00&BodyID=2&PaginaId=3> [Última visita: 8 de octubre de 2015].

7. Dado el análisis realizado previamente y las condiciones de la presente Operación, esta Fiscalía considera que el camino más adecuado para analizar los eventuales riesgos derivados del Acuerdo es el procedimiento establecido en el Artículo 18 N° 2 del DL 211, motivo por el cual sometemos al conocimiento y resolución del H. Tribunal los antecedentes que a continuación exponemos.

II. PARTES DE LA OPERACIÓN

8. De acuerdo a la información de que dispone esta Fiscalía, el Fondo de Inversiones Hoteleras es administrado por WhiteSands S.A.⁶, y tendría como objetivo principal la adquisición de acciones de una o más sociedades que participen directa o indirectamente en el negocio hotelero de categoría 4 y 5 estrellas en Chile⁷.
9. Conforme a la Memoria Anual 2013 del Fondo de Inversiones Hoteleros, el mismo se constituyó por escritura pública de fecha 30 de julio de 2013, como una sociedad por acciones y fue inscrita en el Registro de Comercio con fecha 5 de agosto de 2013. Con fecha 30 de agosto de 2013, ésta procedió a incorporar a las sociedades relacionadas: Inversiones Montes Luz SpA, Inversiones Queen SpA e Inversiones Luxe SpA, sobre las cuales incorporó la totalidad de sus activos y pasivos a esa fecha. En virtud de estas transacciones Fondo Inversiones Hoteleras, tomó el control de las sociedades Hotelera Luz SpA (InterContinental), SC Andina Inc. Agencia en Chile (Crowne Plaza) e Inversiones Hoteleras S.A. (Ritz Carlton)⁸.
10. De acuerdo con dicha Memoria, el Fondo de Inversiones Hoteleras se constituye como una sociedad de inversiones, participando a través de

⁶ De acuerdo a la Memoria Anual 2013 del Fondo de Inversiones Hoteleros, a dicha fecha sus propietarios eran la sociedad Gamma Capital SpA, Inversiones Guyaven Chile Ltda. e Inversiones DMBB Ltda.

⁷ Información disponible en el Reglamento Interno del Fondo de Inversiones Hoteleras Holding SpA: https://www.larrainvial.com/Content/descargas/fondos/FI/ri_inversiones_hoteleras.pdf [Última visita: 9 de octubre de 2015].

⁸ Información disponible en la Memoria Anual del Fondo de Inversiones Hoteleros de 2013. Disponible en: https://www.larrainvial.com/Content/descargas/fondos/FI/memoria_inversiones_hoteleras.pdf [Última visita: 9 de octubre de 2015].

diferentes sociedades holding en la propiedad de tres hoteles que desarrollan sus actividades en la ciudad de Santiago de Chile, administrando directamente sólo uno de ellos, el Hotel Intercontinental. Los hoteles referidos son:

- **Hotelera Luz SpA (Hotel Intercontinental):** Esta sociedad presta servicios de hotelería por medio del pago de una franquicia. Su objeto es la explotación de todo tipo de negocios vinculados a la actividad hotelera, restaurantes y estacionamientos. En el año 1998 la sociedad adquiere el uso de la Marca Intercontinental con la aprobación de IHG y se convierte en el Hotel Intercontinental Santiago.
 - **Inversiones Hoteleras S.A. (Hotel Ritz):** Esta sociedad presta servicios de hotelería mediante la operación de la licencia Ritz Carlton. La Sociedad firmó un contrato de administración con Ritz Carlton (filial de Marriott International Inc.), en el que la cadena hotelera asume el compromiso de administrar eficientemente los servicios que presta el hotel a cambio de un pago de honorarios.
 - **SC (Andina) Inc. Agencia en Chile (Hotel Crowne Plaza):** La Sociedad presta servicios de hotelería mediante la operación de la licencia Crowne Plaza. La Sociedad firmó un contrato de administración con la cadena Crowne Internacional, en el que la cadena hotelera asume el compromiso de administrar eficientemente los servicios que presta el hotel a cambio de un pago de honorarios.
11. Por su parte, los hoteles que el Fondo de Inversiones Hoteleras pretende adquirir con el Acuerdo son de propiedad de Host Hotels & Resorts, uno de los principales fondos de inversión internacional en materia hotelera. Este último participaría en Chile únicamente en la propiedad de los dos hoteles que pretende enajenar por medio de la Operación analizada⁹.
12. Host Hotels & Resorts adquirió durante el 2005 gran parte de la propiedad de los hoteles administrados por Starwood Hotels & Resorts WorldWide, Inc, (en

⁹ Sin perjuicio de que su empresa relacionada, Marriott International Inc. opera en Chile los Hoteles Marriott, Ritz Carlton, Renaissance y Courtyard by Marriott, todos emplazados en inmuebles que hasta donde tenemos conocimiento pertenecen a terceros.

adelante, "Starwood"), lo que en el ámbito nacional significó que se hiciera de la propiedad de Sheraton y de San Cristóbal Tower. Sin perjuicio de lo anterior, la administración de ambos hoteles continúa recayendo hasta el día de hoy en Starwood.

13. Finalmente, Starwood es una de las cadenas hoteleras líderes mundiales, con más de 1.200 propiedades en alrededor de 100 países¹⁰. En Santiago, además de Sheraton y San Cristobal Tower, Starwood administra Four Points by Sheraton (Providencia) y W Santiago.

III. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA

14. La industria hotelera pretende satisfacer la necesidad de alojamiento de los consumidores, enfocada principalmente en clientes de paso por la ciudad específica en que el determinado hotel se encuentra. La oferta hotelera se diversifica tanto cómo lo hace la demanda, ajustándose a las crecientes necesidades de sus consumidores.
15. Así, de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas ("INE") sobre estadía en alojamientos turísticos, durante el mes de agosto de 2015, la mayoría de los viajeros a Santiago Urbano fueron extranjeros con un promedio de estadía en la ciudad de 2,1 noches. Por otro lado, los clientes nacionales en hoteles de Santiago concentraron un 24% de la demanda, con una estadía promedio de 1,9 noches. La siguiente tabla resume lo anterior:

Tabla 1. Turismo en Santiago Urbano.

	N° de personas		N° de noches		Pernoctación promedio	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Agosto 2015	24%	76%	22%	78%	1,9	2,1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Indicadores turísticos publicados por INE.

16. Esta industria se caracteriza por una alta estacionalidad que se diferencia de acuerdo a los motivos de viaje. La demanda de pasajeros de negocios se

¹⁰ Véase STARWOOD. Company Overview. Disponible en: <http://www.starwoodhotels.com/corporate/about/index.html> [Última visita: 08 de octubre de 2015].

concentra de lunes a viernes y disminuye significativamente durante los fines de semana y durante el verano. En contraste, los viajeros de turismo aprovechan los fines de semana, la temporada de esquí y el verano local.

17. Resulta relevante aclarar en este punto que, en la industria hotelera de lujo están involucrados dos tipos de agentes: el propietario y el administrador. El propietario es el dueño del inmueble y de los bienes que constituyen el equipamiento del hotel. El administrador u operador, en cambio, tiene el control de la operación del hotel.
18. Sin embargo, el propietario tiene algún grado de participación en aspectos propios de la administración, particularmente en lo que se refiere a la contratación de altos ejecutivos, la determinación del presupuesto anual y decisiones acerca de eventuales remodelaciones. Asimismo, los contratos de administración establecen las instancias, normas y periodicidad con la que se reúnen administrador y propietario para discutir los indicadores de desempeño del hotel y otras variables que afectan a éste, tales como costos de marketing, remodelación y mantención, entre otras. Otras veces, los contratos revisten al propietario con un derecho preferente para vetar al gerente del hotel y aprobar el proyecto de operación anual. Finalmente, los contratos de administración establecen las formas en que se resuelven eventuales diferencias de opinión entre propietario y administrador, especialmente en lo que se refiere a incrementos de gastos.
19. Sin perjuicio de lo señalado, la verdadera injerencia del propietario del hotel en la administración del mismo dependerá de cada caso particular, debiendo considerarse tanto el contrato específico suscrito por las partes, como las características particulares del dueño del inmueble (en particular si se trata de un inversionista inmobiliario o de un partícipe activo del negocio hotelero).
20. Por lo anterior, aunque la Operación que se somete al conocimiento de este H. Tribunal importa la concentración en la propiedad (y no en la administración) de un grupo de hoteles, la eventual injerencia de los propietarios en aspectos relevantes de la administración de sus hoteles hace

que puedan igualmente existir riesgos para la competencia producto de la misma.

IV. MERCADO RELEVANTE

A. MERCADO DEL PRODUCTO

21. La Fiscalía, conforme a lo señalado en la Guía entiende por mercado relevante *"el de un producto o grupo de productos, 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 mercado"*¹¹.
22. A su vez, la FNE entiende que conforman un mismo mercado relevante el producto o grupo de productos que sus consumidores consideren sustitutos suficientemente próximos¹². Asimismo, entiende delimitado el mercado relevante por la menor área geográfica dentro de la cual sea probable ejercer poder de mercado respecto del producto o grupo de productos relevantes¹³.
23. En el contexto de la investigación F15-2013, la mayor parte de los ejecutivos de hoteles a los que se tomó declaración señalaron que era muy difícil realizar una separación estricta de la industria hotelera, ya que así como el desempeño de los hoteles 5 estrellas se ve de alguna forma constreñido por el actuar competitivo de los hoteles de 4 estrellas, el de estos últimos se ve a la vez afectado por el comportamiento de los hoteles de 3 estrellas, y así sucesivamente. Análogamente, esa ha sido la posición de algunas de las partes vinculadas a operaciones de concentración en la industria hotelera investigadas en fase inicial por la Comisión Europea¹⁴⁻¹⁵.

¹¹ FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA, "Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración", octubre de 2012, p.10. Disponible en: <<http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf>> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

¹² Idem.

¹³ Para más información, véase la Guía citada.

¹⁴ COMISIÓN EUROPEA. Case No. COMP/M.2997-ACCOR/EBERTZ/DORINT de 23 de diciembre de 2012, párrafo 7. Disponible en: <http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2997_en.pdf> [Última visita: 12 de octubre de 2015].

¹⁵ No existe hasta la fecha, pronunciamiento del H. Tribunal en relación a los alcances del mercado relevante de la industria hotelera.

24. Lo señalado, sin embargo, no constituye una particularidad propia de la industria hotelera, sino que representa más bien la regla general en el desempeño competitivo de la mayoría de los mercados. Por el contrario, la finalidad propia del mercado relevante es realizar distinciones dentro de dicho continuo competitivo, distinguiendo entre sustitutos razonablemente próximos de aquellos que no lo son.
25. A mayor abundamiento, si bien el establecimiento de cualquier línea divisoria que tenga por objeto distinguir sustitutos razonablemente próximos puede parecer arbitraria, aquello no es más que un defecto propio de la herramienta del mercado relevante, que justifica que la misma sólo sea adecuada en una etapa inicial, cuando se quieren descartar riesgos a la competencia, pero que pierde efectividad cuando se trata de establecer riesgos¹⁶.
26. Sin perjuicio de lo señalado, la FNE es del parecer de que existen buenas razones para que el H. Tribunal considere que los hoteles de lujo constituyen un mercado relevante diferenciado del resto de sus competidores. Lo anterior, atendidas ciertas diferencias por el lado de la oferta (nivel de lujo y de precios relativos) y de la demanda (naturaleza de los usuarios y disponibilidad de pago de los mismos)¹⁷.
27. Desde el punto de vista de la oferta, los hoteles de lujo se podrían clasificar en cuatro categorías: (i) hoteles boutique, (ii) hoteles de lujo pertenecientes a cadenas internacionales (*luxury* y *upscale*) (iii) hoteles de menos lujo

¹⁶ Por el contrario, tal como dispone la Guía de Fusiones Horizontales del US Department of Justice y de la Federal Trade Commission, los riesgos a la competencia provenientes de fusiones entre empresas que ofrecen servicios diferenciados dependerán preponderantemente del grado de competencia directa que el vendedor ejerza sobre el comprador. Ver Horizontal Merger Guidelines. p. 20. Disponible en: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/merger-review/100819hmq.pdf> [Última visita: 12 de octubre de 2015]. Adicionalmente, véase la "Guía para el análisis de operaciones de concentración" de octubre de 2012, pp. 19-20.

¹⁷ En este sentido, COMISIÓN EUROPEA. Cas n°. COMP/M.3373-ACCOR/COLONY/DESSEIGNE-BARRIERE de 4 de junio de 2014, párrafo 21, según el cual: "En decisiones pasadas relativas al sector hotelero, la Comisión ha analizado las distinciones posibles tanto sobre la base del precio o de la categoría de lujo (*confort*), como de la pertenencia o no a una cadena. Así, la definición exacta siempre ha permanecido abierta" (la traducción es nuestra). Disponible en: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3373_fr.pdf [Última visita: 12 de octubre de 2015]

(*midscale*) pertenecientes a cadenas internacionales; y (iv) hoteles de lujo nacionales. Esta distinción, no pretende en ningún caso ser un análisis definitivo de las condiciones de lujo asociado a la oferta hotelera y no obedece más que a un acercamiento preliminar.

28. Los hoteles boutique, de acuerdo a la normativa vigente en nuestro país, son hoteles de lujo con número de habitaciones igual o menor a 70. Estos hoteles se distinguen principalmente por su servicio personalizado con lo que se entiende que *"la organización cuenta con una relación de atención mínima de un trabajador por cada dos camas, ocupadas o no"*¹⁸.
29. De acuerdo a actores de este mercado, los hoteles boutique se encuentran emplazados cercanos a hitos culturales y turísticos, pues sus clientes son principalmente turistas extranjeros interesados en conocer la ciudad, que buscan un servicio de lujo y personalizado. Dentro de este tipo de hoteles se pueden encontrar, entre otros, Le Revé, The Aubrey, Lastarria Boutique, Matildas y Rugendas.
30. Los hoteles de lujo pertenecientes a cadenas internacionales constituyen una segunda categoría. Dichos hoteles siguen los estándares internacionales de la cadena. Adicionalmente, se benefician de la estrategia de marketing y fidelización realizada a nivel internacional, además del sistema central de reserva implementado por cada marca.
31. En cuanto a la demanda por los servicios proveídos por hoteles de lujo de cadenas internacionales, debe destacarse que una proporción importante (más de la mitad) de los clientes de hoteles de este segmento proviene de las grandes empresas multinacionales que realizan licitaciones periódicas para cubrir necesidades de alojamiento de sus ejecutivos alrededor del mundo.

¹⁸ SERNATUR Alojamiento turístico - Hoteles boutique- Requisitos para su calificación, disponible en: <<http://www.calidadturistica.cl/archivos/alojamiento/NCh03285-2013.pdf>> [Última visita: 8 de octubre de 2015].

32. Como consecuencia de lo anterior, la demanda por los servicios de estos hoteles proviene principalmente de clientes extranjeros, en su mayoría viajeros de negocios. La participación de clientes nacionales varía de acuerdo al segmento de cada hotel, siendo más importante en el segmento menos lujoso. Otra fuente de demanda importante en dicho segmento está constituida por la tripulación y los pasajeros de aerolíneas afectados por el retraso o la suspensión de sus vuelos, así como congresos del área de la salud.
33. Cabe destacar que los hoteles de lujo pertenecientes a cadenas internacionales también se benefician de los convenios de fidelización de clientes que ofrece la cadena a nivel global. Las tarjetas de fidelización funcionan de manera similar a las tarjetas emitidas por aerolíneas: el cliente agrega puntos por cada noche de estadía en hoteles de la cadena, los que puede utilizar en servicios adicionales, descuentos en precios, etc. De acuerdo a los actores de mercado, los usuarios que cuentan con tarjetas de fidelización representan una proporción significativa y creciente de la demanda de hoteles pertenecientes a cadenas internacionales (entre un 40% y 70%, según los datos de que disponemos).
34. Dentro de la categoría de hoteles de lujo se podrían distinguir dos grupos diferenciados. Por un lado, los hoteles Ritz Carlton, Hyatt, San Cristóbal Tower y W Santiago representan el segmento superior de los hoteles de lujo (*luxury*). Por otro, Marriott, Crowne Plaza, Sheraton, NH Collection Vitacura, Renaissance, e InterContinental¹⁹, representan el segmento normal de esta categoría de hoteles (*upscale*)²⁰.
35. Otra categoría de hoteles son aquellos definidos como de menos lujo (*midscale*), que corresponden a marcas asociadas a las cadenas

¹⁹ El Hotel Intercontinental cuenta con tres torres. La primera torre y la mayoría de la segunda, de acuerdo a la lista de precios entregados por el hotel a esta Fiscalía, parece pertenecer al segmento inferior de hoteles de lujo y solo la tercera torre parece pertenecer a un segmento más alto, por lo que se encontraría predominantemente orientado al segmento más bajo, lo que sería consistente con las declaraciones de varios agentes del mercado durante la investigación F15-2013.

²⁰ La segmentación señalada se manifestaría tanto en los servicios como en las tarifas de tales hoteles, que, de acuerdo a las declaraciones de diversos actores, están orientados a distintos nichos de mercado.

tradicionales orientadas a un segmento distinto de público, de menores ingresos y más vinculado al turismo. Dentro de estos hoteles encontramos, entre otros, el Double Tree by Hilton, Courtyard by Marriott, Hyatt Place, Four Points by Sheraton y el Best Western Premier Marina.

36. Finalmente, una cuarta categoría corresponde a los hoteles nacionales. Estos carecen de los beneficios que atraen a los viajeros extranjeros de negocios, sin perjuicio de lo cual hacen convenios con empresas locales para el alojamiento de sus clientes. Por otro lado, estos hoteles se concentran en turismo nacional e internacional que se facilita a través de motores de búsqueda de servicios turísticos. De acuerdo a los actores del mercado los hoteles de lujo de marca nacional ubicados en Santiago son los hoteles Kennedy, Regal Pacific y Plaza San Francisco. También pertenecen a este segmento, pero con una oferta superior de calidad, dos hoteles que cuentan con más habitaciones de las necesarias para poder considerarse boutique: The Singular y Noi²¹.

Tabla 2. Distintas categorías de hoteles de lujo.

Segmento Superior (<i>luxury</i>)	Segmento Normal (<i>upscale</i>)	Segmento Menor Lujo (<i>midscale</i>)	Nacionales Lujosos
<ul style="list-style-type: none"> • Ritz Carlton • Hyatt • San Cristobal Tower • W Santiago 	<ul style="list-style-type: none"> • Marriot • Sheraton • Renaissance • InterContinental • NH Vitacura • Crowne Plaza 	<ul style="list-style-type: none"> • Double Tree by Hilton • Courtyard by Marriott • Hyatt Place • Four Points by Sheraton • Best Western PremierMarina 	<ul style="list-style-type: none"> • San Francisco • Kennedy • Regal Pacific • Noi • The Singular

Fuente: Elaboración propia a partir de información pública.

37. La información cualitativa de que dispone la FNE –particularmente las características de la demanda de cada una de las categorías antes reseñadas–, arroja ciertos indicios en el sentido que los hoteles nacionales, los hoteles internacionales de menos lujo (*midscale*) y los hoteles boutique

²¹ Que si bien en estricto rigor no es un hotel nacional, en cuanto grupo controlador, tampoco pertenece a una cadena de carácter internacional y tiene sólo presencia nacional.

no pertenecerían al mismo mercado que los hoteles de lujo de las cadenas internacionales (*luxury* y *upscale*), de manera tal que el mercado relevante se definiría sobre la base de estos últimos.

38. Dicha información sería consistente además con la información sobre monitoreo de las condiciones competitivas de la competencia que constan a esta Fiscalía. De acuerdo a aquella, las principales empresas hoteleras encargan a STR Global, líder mundial en procesamiento de bases de datos de hoteles, un informe denominado *Star Report*, que les entrega posicionamientos agregados en relación a sus principales competidores, en términos de precio, ocupación y *revenue* por habitación. De acuerdo a la información de que dispone esta Fiscalía, los hoteles de cadenas internacionales utilizan únicamente como *benchmark* para esta medición a hoteles de cadenas internacionales (sin considerar dentro de los mismos a los de menos lujo), asunto que parece refrendar lo señalado en el párrafo anterior.

Tabla 3. Administración y Propiedad de los hoteles que integrarían el mercado relevante.

Hotel	Nivel de lujo	Propietario	Administrador
Sheraton	Normal	Host & Hotels Resorts	Starwood
San Cristóbal Tower	Superior		
W Santiago	Superior		
InterContinental	Normal	Fondo de Inversiones Hoteleras	Fondo de Inversiones Hoteleras
Crowne Plaza	Normal		Crowne International
Ritz Carlton	Superior		Marriott
Marriott	Normal	Hoteles de Chile S.A.	
Renaissance	Normal	Altamira Grupo Inmobiliario	Hotech
Grand Hyatt	Superior	Grupo Saieh	Hyatt
NH Vitacura	Normal	Royal Santiago Hotel	NH

Fuente: Elaboración propia a partir de información pública.

39. Sin perjuicio de la definición de mercado relevante esbozada, se hace presente desde ya que, tanto la determinación de si los hoteles de lujo de cadenas internacionales del segmento superior (*luxury*) forman parte de un mismo mercado que aquellos hoteles de lujo del segmento normal (*upscale*); así como el grado real de disciplina competitiva ejercida sobre este último grupo de hoteles por parte de los hoteles nacionales de lujo y los internacionales de menos lujo (*midscale*), debe efectuarse por medio de información cuantitativa de la que esta FNE carece.
40. Consistentemente con lo señalado en el párrafo 25, más relevante todavía que delimitar con precisión el mercado relevante identificado *a priori*, lo es el poder acceder a información que permita modelar el grado de competencia directa existente entre los hoteles de propiedad del Fondo adquirente (InterContinental, Ritz y Crowne Plaza) y aquellos que resultan adquiridos como consecuencia de esta Operación (Sheraton y San Cristóbal Tower).

B. MERCADO GEOGRÁFICO

41. La localidad y la distancia de los sitios de interés son factores importantes en la selección de alojamiento. De acuerdo a un conjunto de declaraciones prestadas ante la FNE en el marco de la investigación F15-2013, resulta posible concluir que los hoteles ubicados en el centro de Santiago ejercen escasa influencia competitiva en los hoteles ubicados en la zona oriente de la ciudad. Dicho antecedente llevó, preliminarmente, a concluir la existencia de dos mercados geográficos relevantes en la ciudad de Santiago (centro y oriente) para efectos de dicha investigación.
42. Sin perjuicio de lo anterior, los hoteles objeto de la Operación sometida al conocimiento de este H. Tribunal se emplazan en una zona intermedia entre los sectores centro y oriente, de manera que su área de influencia alcanza ambas partes de la capital. Por lo mismo, el mercado relevante debe comprender los hoteles de lujo de cadena internacional emplazados tanto en el centro como en el oriente, sin perjuicio del escaso grado de competencia existente entre unos y otros.

43. Aquello, nuevamente, vuelve al mercado relevante en una herramienta poco eficaz para determinar los posibles efectos asociados a la Operación, reiterándose la necesidad de poner más atención a la competencia directa que enfrentan San Cristóbal Tower (que no reconoce dentro de su competencia relevante a ningún hotel del centro) y Sheraton (que sí reconoce competir con Crowne Plaza) al momento de decidir sobre los riesgos aparejados a su adquisición por parte del Fondo de Inversiones Hoteleras.

V. CONCENTRACIÓN Y UMBRALES

42. Atendido que la Operación no produce efecto alguno sobre la administración de Sheraton y San Cristóbal Tower, la que sigue radicada en Starwood, es que cualquier indicación de concentración medida por administración no reflejaría los posibles riesgos asociados a esta Operación.
43. Por lo mismo, lo que se exhibe a continuación es una tabla que refleja los cambios en la propiedad de los hoteles pertenecientes al mercado definido preliminarmente como relevante. Cabe advertir que, así como un indicador de concentración fundado en los cambios en la administración no refleja los verdaderos riesgos asociados a la Operación, un indicador construido únicamente sobre la base de los cambios de propiedad tiende a amplificar los riesgos asociados a la misma, pues asume un control total sobre la administración que se sabe no es tal.

Tabla 4. Participaciones en el mercado definido como relevante medidas en propiedad, sobre la base del número de habitaciones.

Hotel	Participaciones de mercado
W Santiago	7,8%
Sheraton	55,3%
San Cristóbal Tower	
InterContinental ²²	
Crowne Plaza	
Ritz Carlton	
Marriott	11,1%
Renaissance	7,2%
Grand Hyatt	12,3%
NH Vitacura	6,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de información pública.

44. De este modo, la participación de mercado posterior a la operación de concentración es muy superior a aquella considerada inocua en la jurisprudencia comparada. En este sentido, la Comisión Europea, conociendo operaciones de concentración en el mercado hotelero, ha decidido no oponerse a aquéllas en que la participación de mercado de las partes, posterior a la operación, es inferior a un 15% y, en ciertos casos, inferior a 25%²³.

VI. BARRERAS A LA ENTRADA

45. Una de las barreras a la entrada identificada por los actores del mercado es la escasez de suelo en el sector oriente de Santiago que limita la

²² El caso del hotel InterContinental, representa un tercer modelo de negocios, que no corresponde ni a que el administrador internacional sea dueño ni a la dualidad entre dueño-administrador internacional que presentan los hoteles objeto de esta Consulta. Al tratarse de una franquicia, el dueño y administrador del hotel es el Fondo de Inversiones Hoteleras, quienes sólo hacen uso de la marca a través de un contrato de franquicia.

²³ COMISIÓN EUROPEA. Case No. COMP/M.2997-ACCOR/EBERTZ/DORINT de 23 de diciembre de 2012, párrafo 11. Disponible en: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2997_en.pdf [Última visita: 12 de octubre de 2015] y Case No COMP/M.3858-LEHMAN BROTHERS/SCG/STARWOOD/LE MERIDIEN de 20 de julio de 2005, párrafos 21, 22 y 24 Disponible en: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3858_20050720_20310_en.pdf [Última visita: 12 de octubre de 2015]

construcción de nuevos hoteles. Aquello tiene por consecuencia mayores precios para la instalación de nuevos hoteles en la misma zona.

46. Adicionalmente, los altos costos asociados a la construcción de hoteles de lujo, en comparación, por ejemplo, con los hoteles de menos lujo (*midscale*), explica por qué el 55% de la oferta de hoteles que ingresará a Santiago entre los años 2015 y 2019 están orientados precisamente a este último segmento²⁴.
47. En ese sentido, entradas recientes como la de Courtyard by Marriott, en Parque Arauco, operado por Marriott (que también pretende inaugurar un AC by Marriot en el Costanera Center), y Double Tree by Hilton, ubicado en Vitacura, pertenecerían a un segmento de menor lujo que aquél que detentan los hoteles que se adquieren a través de la presente Operación²⁵. Hasta donde tiene conocimiento esta FNE, el único proyecto existente vinculado al mercado de los hoteles de lujo superior (*luxury*) sería el de Four Seasons, a emplazarse en el Club de Golf, sobre cuyo estado de avance no existen noticias públicas desde hace al menos un año²⁶.
48. Las potenciales entradas de nuevos competidores en el segmento lujo se enfrentan a una dificultad adicional a la del terreno y el costo, que dice relación con el reconocimiento de marca. Tal como se explicitó previamente en la sección dedicada a mercado relevante, una porción importante de los clientes de las Partes contrata con ellos por motivos de negocios a través de sus oficinas, muchas veces vía licitaciones. Lo anterior implica, en la práctica,

²⁴ Según datos de Tinsa Chile, publicados en DIARIO FINANCIERO. Explosivo aumento de hoteles 4 estrellas llevará a tarifas a ser las más bajas de la región. Disponible en: <https://www.df.cl/noticias/empresas/infraestructura-inmobiliaria/explosivo-aumento-de-hoteles-4-estrellas-llevara-a-tarifas-a-ser-las-mas-bajas-de-la-region/2015-10-06/210717.html> [Última visita: 9 de octubre de 2015].

²⁵ EL CAPITAL. La apuesta hotelera de Falabella. Disponible en: <http://www.capital.cl/negocios/2013/10/07/071002-la-apuesta-hotelera-de-falabella> [Última consulta: 13 de octubre de 2015] y LA TERCERA. Cencosud y Marriot cierran acuerdo para operar hotel en Costanera Center. Disponible en: <http://www.latercera.com/noticia/negocios/2014/12/655-609099-9-cencosud-y-marriot-cierran-acuerdo-para-operar-hotel-en-costanera-center.shtml> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

²⁶ DIARIO FINANCIERO. Fondo inglés se retira de proyecto hotelero del Club de Golf, pero sigue mirando Chile. Disponible en: <https://www.df.cl/noticias/empresas/infraestructura-inmobiliaria/fondo-ingles-se-retira-de-proyecto-hotelero-del-club-de-golf-pero-sigue-mirando-chile/2014-06-19/202003.html> [Última visita: 9 de octubre de 2015].

que los hoteles pertenecientes a una cadena internacional y cuya marca esté relacionada a cierto estándar de calidad, contarán con una ventaja competitiva respecto de aquellos que no poseen tales características.

49. Para lograr negociar con grandes cadenas internacionales, de modo que ellas se conviertan en las operadoras del hotel y por ende, éste represente una marca de reconocimiento mundial, se requiere a lo menos contar con una liquidez y confiabilidad elevada y experiencia en el mercado nacional. Hoy en día, por tanto, un hotel que no cumple estas características y que por ende carece de una red internacional, contaría con una desventaja a la hora de competir.

VII. RIESGOS DERIVADOS DE LA OPERACIÓN

50. Tal como se destaca en la Guía, la primera forma en que una operación de concentración puede generar efectos adversos para la competencia es por medio de la eliminación de rivalidad entre las partes que se integran, lo que permitiría a la entidad concentrada ejercer poder de mercado en forma unilateral²⁷.
51. Como se ha señalado precedentemente, no obstante la estrategia de un hotel en cuanto a sus distintas variables competitivas es determinada por su administrador, resulta necesario indagar en mayor profundidad respecto de las atribuciones con que cuenta el propietario del hotel para incidir en las mismas. Para estos efectos deberán, en primer lugar, tenerse a la vista los términos contractuales que rigen la relación entre los propietarios de los inmuebles y sus administradores, desconocidos hasta el momento por esta FNE.
52. Adicionalmente deberá tenerse en consideración las características concretas del Fondo Adquirente, que a diferencia de otros casos en que el dueño del hotel cuenta con escaso conocimiento del mercado y bajo poder

²⁷ FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA, "Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración", octubre de 2012, p.10. Disponible en <<http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf>> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

de negociación, se trata de una entidad dueña de cinco hoteles de lujo y que exhibe un amplio conocimiento del mercado nacional.

53. A mayor abundamiento, existe información que demostraría que el Fondo Adquirente no sólo exhibe características idóneas para influir en la administración, sino que además permite inferir su intención de hacerlo. Al respecto, téngase en consideración una presentación efectuada por Gamma Capital y LarrainVial a potenciales inversionistas, en el contexto de la operación que les permitió adquirir InterContinental, Crowne Plaza y Ritz Carlton, la que se acompaña bajo confidencialidad en un otrosí de esta presentación. Dicha presentación explicita que el Fondo Adquirente tendrá una participación mucho más activa en el negocio diario de los hoteles de su propiedad, que lo que se supone exhibiría un propietario tradicional de inmuebles hoteleros, mucho más interesado en la rentabilización del activo inmobiliario en el largo plazo, que en la marcha del negocio hotelero propiamente tal.
54. Esta misma presentación, en que se enfatiza que las tarifas de los hoteles de lujo en Santiago están entre las más bajas de Sudamérica, es la que habría servido de fuente a la noticia de prensa, aparecida en el Diario Financiero el día 15 de junio de 2013, titulada "Larraín Vial prepara fondo para comprar los hoteles InterContinental, Ritz y Crowne Plaza"²⁸, informándose que la entidad financiera planea "*subir en US\$25 la tarifa diaria de alojamiento, y no incluir desayuno*", lo que evidencia los posibles riesgos unilaterales aparejados a la Operación.
55. Adicionalmente, los siguientes antecedentes de que dispone esta Fiscalía dan cuenta de que el Fondo Adquirente podría efectivamente tener la aptitud para afectar el nivel de precios del mercado relevante, en la medida que logre influir en la administración de sus hoteles:

²⁸ DIARIO FINANCIERO. Larraín Vial prepara fondo para comprar los hoteles InterContinental, Ritz y Crowne Plaza. Disponible en: <https://www.df.cl/noticias/mercados/larrainvial-prepara-fondo-para-comprar-los-hoteles-intercontinental-ritz-y-crowne-plaza/2013-06-13/190154.html> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

- Los hoteles de propiedad del Fondo Adquirente actualmente representan el 35% de la oferta de habitaciones del mercado definido como relevante en esta presentación, esto es, el de los hoteles de lujo de cadenas internacionales, cifra que crecerá a un 55% con posterioridad a la Operación.
- Adicionalmente consta a esta FNE, que Crowne Plaza e InterContinental son dos de los cuatro competidores que Sheraton define como relevantes; mientras que Ritz Carlton es uno de los cuatro competidores a los que San Cristóbal Tower otorga el mismo carácter. Dicho dato da luces, siguiendo lo señalado en la Guía de Operaciones de Concentración de la FNE, de que “una parte importante de los clientes de la empresa adquirente hubiesen dirigido su demanda hacia los productos ofrecidos por la empresa adquirida en el evento de que la primera incrementara sus precios”²⁹, corroborando la posible existencia de riesgos unilaterales.

56. En otro ámbito, una operación puede también causar riesgos para la competencia si facilita o puede hacer más efectivo el comportamiento coordinado de la entidad concentrada con sus competidores³⁰.

57. Al respecto, hay que tener presente que de concretarse la Operación el Fondo Adquirente pasará a vincularse por la vía de un contrato de administración con Starwood, empresa que a su vez administra el Hotel W, competidor directo de San Cristóbal Tower en el segmento de mayor lujo. Dicha relación con un competidor internacional se viene a sumar a la actualmente existente entre el Fondo Adquirente y Marriott, con motivo de la administración por parte de este último de Ritz Carlton. Evidentemente los lazos referidos contribuyen a aumentar las instancias de coordinación en un mercado que, como se señaló previamente, presenta una de las tarifas hoteleras de lujo más bajas de Sudamérica.

²⁹ FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA, “Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración”, octubre de 2012, p.19. Disponible en <<http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf>> [Última visita: 13 de octubre de 2015].

³⁰ Idem, p. 20.

58. Lo anterior, sin perjuicio de dos antecedentes adicionales. En primer lugar, la dificultad que implica la coordinación entre los actores de un mercado caracterizado por el *revenue management* (sin perjuicio de la posibilidad de coordinarse en variables distintas al precio, como por ejemplo, los servicios prestados – desayuno, estacionamiento, red *wifi*, entre otros-). En segundo lugar, el hecho de que si bien la Operación pasa a vincular el Fondo Adquirente con Starwood, al mismo tiempo elimina el vínculo existente en Chile entre esta última y Host Hotels & Resorts, relacionada de Marriott Internacional, Inc.

VII. EFICIENCIAS DERIVADAS DE LA OPERACIÓN

56. De acuerdo con la información disponible las eventuales eficiencias vinculadas a la Operación estarían vinculadas a reducciones de costos comerciales y operacionales, particularmente por la vía de renegociación de contratos, e internalización de actividades hoy día externalizadas. Sin embargo, es pertinente señalar que dichas eficiencias resultan de escasa entidad, según puede apreciarse en la presentación acompañada al otrosí, que si bien se refiere a una operación distinta (la adquisición de InterContinental, Crowne Plaza y Ritz por parte del Fondo Adquirente), bien puede servir de parámetro respecto de las eficiencias susceptibles de ser alcanzadas mediante la Operación sometida al procedimiento de Consulta.

POR TANTO, en mérito de lo expuesto y de lo dispuesto en los artículos 1º, 2º, 3º, 18 N° 2), 31º y 39º del Decreto Ley N° 211,

SOLICITO AL H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA:

Tener por interpuesto el presente asunto de carácter no contencioso, someterlo al procedimiento establecido en el artículo 31 del Decreto Ley N° 211, disponer de las medidas necesarias para recabar los antecedentes que permitan un análisis óptimo de la Operación y, en definitiva, pronunciarse acerca de la conformidad de ésta con las disposiciones del DL 211 y, en su caso, ordenar que se adopten las

medidas o condiciones que V.S. estime pertinentes, en relación a los riesgos expuestos o los que sean identificados durante el curso del proceso, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 18 N° 2) del citado Decreto Ley.

PRIMER OTROSÍ: Sírvase el H. Tribunal tener por acompañada la Presentación *Roadshow* de Fondo de Inversiones Hoteleras a sus inversionistas de junio de 2013, elaborado por Gamma Capital y Larraín Vial, contenida en el CD2: "*Roadshow FIH VC*".

Atendido a que dicho documento contiene datos, fórmulas y estrategias comerciales, de carácter sensible para quienes la aportaron, cuya revelación pudiera afectar el desenvolvimiento competitivo de sus titulares y eventualmente del mercado; solicito al H. Tribunal decretar que sea mantenido bajo estricta confidencialidad, disponiendo su custodia por la Sra. Secretaria Abogada.

Por último, solicito al H. Tribunal tener por acompañado disco compacto que contiene la versión pública del documento singularizado; CD3: "*Roadshow FIH VP*".

SEGUNDO OTROSÍ: En cumplimiento de lo dispuesto en el Auto Acordado N°7/2006 de ese H. Tribunal, solicito a S.S. tener presente que esta Fiscalía remitirá a la Srta. Secretaria, con esta fecha, copia electrónica de esta presentación, contenida en el CD1: "Consulta".

TERCER OTROSÍ: Solicito a este H. Tribunal tener presente que mi personería para representar a la Fiscalía Nacional Económica consta en el Decreto Supremo N° 149, de 26 de mayo de 2014, de mi nombramiento en el cargo de Fiscal, copia autorizada del cual se encuentra bajo custodia en la Secretaría de ese H. Tribunal.

Asimismo, solicito a este H. Tribunal tener presente que, en mi calidad de abogado habilitado para el ejercicio de la profesión, con el domicilio ya indicado, asumo la defensa de la Fiscalía Nacional Económica en estos autos, y confiero poder al Subfiscal Nacional, don Mario Ybar Abad, y a los abogados de la Fiscalía Vanessa Facuse Andreucci y Sofía O'Ryan Sanders, todos habilitados para el

ejercicio de la profesión, de mí mismo domicilio, con quienes podré actuar indistintamente, de forma conjunta o separada, y que firman el presente escrito en señal de aceptación.