

EN LO PRINCIPAL: Emite informe; **EN EL PRIMER OTROSÍ:** Acompaña documentos; **EN EL SEGUNDO OTROSÍ:** Acompaña documento y solicita confidencialidad; **EN EL TERCER OTROSÍ:** Personería, patrocinio y poder;

H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

Ricardo Riesco Eyzaguirre, Fiscal Nacional Económico, en representación de la **FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA** (“FNE” o “Fiscalía”), ambos domiciliados para estos efectos en calle Huérfanos N° 670, piso 8, Santiago, en autos caratulados “**Demanda de Redtec S.A. en contra de Walmart Chile S.A.**”, **Rol C-363-2018**, a este H. Tribunal, respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 39, letra e) del DFL N° 1 de 2005 que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del DL N° 211, de 1973 (“DL 211”), y en cumplimiento de lo ordenado por el H. Tribunal en resolución de fecha 5 de diciembre de 2019, notificada a la Fiscalía mediante Oficio Ord. N° 210 con fecha 20 de diciembre de 2019, se informa lo siguiente respecto de las materias indicadas en dicha resolución.

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 8 de noviembre de 2018, Redtec S.A. (“Redtec”) interpuso una demanda (“Demanda”) en contra de Walmart Chile S.A. (“Walmart”) ante el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“H. TDLC”), señalando que habría incurrido en ciertas conductas que constituirían una infracción al artículo 3° letras b) y c) del Decreto Ley N° 211 (“DL 211”), este último literal en relación con el artículo 4° letras h) e i) de la Ley N° 20.169 de Competencia Desleal¹.
2. El H. TDLC, mediante resolución de fecha 12 de noviembre de 2018, dio curso a la demanda asignándole el Rol N° 363-18 Contencioso, en autos caratulados “Demanda de Redtec S.A. en contra de Walmart Chile S.A.”.
3. En específico, la Demanda indica que las conductas de Walmart configurarían un abuso de posición dominante que se manifestaría a través de diversas actuaciones².

¹ Demanda, págs. 1-2.

² Ibid., págs. 2-3. La Demanda identifica las siguientes actuaciones: “i) el cobro a REDTEC del transporte y devolución de pallets en circunstancias que dichas labores son cobradas a los proveedores de WALMART, situación que se traduce –entonces– en un cobro sin causa, a la par de conformar una extracción patrimonial ilícita (doble cobro); ii) El cobro a REDTEC de una tarifa sin sustento en valores reales, ni en una estructura de costos de una empresa modelo, por los servicios adicionales a los singularizados en el párrafo precedente, que le pudiesen haber significado a WALMART un “costo emergente”; iii) La retención indebida de pallets de

Con fecha 28 de diciembre de 2018, Walmart contestó la Demanda solicitando su completo rechazo, con costas³.

4. Con fecha 25 de noviembre de 2019, Redtec solicitó al H. TDLC oficiar a esta Fiscalía para que informe sobre ciertas materias⁴ con el fin de acreditar la participación de Walmart en el mercado de los supermercados.
5. Frente a lo anterior, mediante resolución con fecha 5 de diciembre de 2019, el H. TDLC ordenó oficiar a la FNE para que informe, según lo dispuesto en la letra e) del artículo 39 del DL 211, en los términos indicados en la presentación de Redtec, limitando la extensión temporal respecto de la segunda solicitud, sólo para el periodo desde el año 2007 hasta la fecha de interposición de la Demanda.
6. Con fecha 11 de diciembre de 2019, Walmart dedujo recurso de reposición en contra de dicha resolución, el cual fue rechazado por el H. TDLC mediante resolución de fecha 18 de diciembre de 2019.
7. Finalmente, con fecha 20 de diciembre de 2019, el H. TDLC notificó a esta Fiscalía la resolución de 5 de diciembre de 2019 mediante Oficio Ord. N° 210, solicitando informar lo siguiente (“Solicitud”):
 - i) *“quiénes son los partícipes actuales o potenciales en el mercado de los supermercados; y”*
 - ii) *“cuál ha sido la participación de Walmart en el mercado de los supermercados, en términos de ventas, expresada en porcentajes o bajo la fórmula que estime pertinente, desde el año 2007 hasta la fecha de interposición de la demanda de autos (30 de octubre de 2018)”*.
8. En respuesta a la Solicitud, la FNE inició una investigación bajo el Rol FNE N° 2596-19, con fecha 2 de enero de 2020, para los efectos de informar adecuadamente al H. TDLC sobre la Solicitud indicada precedentemente ejerciendo las atribuciones

REDTEC en las dependencias de WALMART como práctica recurrente y –además– como medida de presión para que mi mandante se viera obligado/reducido a pagar las facturas unilateral e injustamente emitidas por WALMART; y, iv) La modificación unilateral e intempestiva de las condiciones de devolución de los pallets a REDTEC”.

³ Contestación, pág. 1. La demandada en su escrito señaló: “(i) que Walmart Chile no ha incurrido en un abuso de posición dominante consistente en un ilícito de precios excesivos; (ii) que la Compañía no ha incurrido en ilícitos de competencia desleal; y, (iii) que tampoco ha violado los Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento (“TCGA)”

⁴ Documento de fs. 293 del expediente Rol N° C-363-18, del H. TDLC. En concreto, Redtec solicitó que esta Fiscalía: “1.1) Informe quiénes son los partícipes actuales o potenciales en el mercado de los supermercados; y, 1.2) Informe cuál ha sido la participación de Walmart en el mercado de los supermercados, en términos de ventas, expresada en porcentaje o bajo la fórmula que dicho organismo estime pertinente, desde el año 2007 (incluido) hasta la fecha de recepción del oficio o sobre los periodos que tenga tal información”.

enunciadas en el artículo 39 del DL 211 vinculadas al ámbito de aquellas propias de la etapa de investigación.

II. FUENTES Y METODOLOGÍA

9. A continuación, se detallan las fuentes de información utilizadas, tanto públicas como privadas, así como algunas consideraciones y observaciones sobre los datos, para una correcta interpretación de éstos. De igual forma, se describe la metodología aplicada en respuesta a la Solicitud.

A. Fuentes de información

10. En primer lugar, esta Fiscalía cuenta con las bases de datos públicas de supermercados del Instituto Nacional de Estadísticas (“INE”)⁵, que recopilan de forma agregada desde el año 2007 a la fecha: i) las ventas totales netas en pesos chilenos⁶ en supermercados, ii) el número total de establecimientos de supermercados⁷, y iii) sus respectivos metros cuadrados destinados a ventas⁸, para locales que operen dentro del país, con tres o más cajas registradoras, y que clasifiquen bajo el código 4711 del Clasificador Chileno de Actividades Económicas, CIIU4.CL 2012⁹, esto es, la “[v]enta al por menor en comercios de alimentos, bebidas o tabaco (supermercados e hipermercados)”¹⁰⁻¹¹.

⁵ La información de ventas de supermercados (esto es, bases de datos, informes metodológicos, y otras publicaciones), se encuentra disponible en el siguiente enlace: <https://www.ine.cl/estadisticas/economia/comercio-servicios-y-turismo/ventas-de-supermercados> (Última visita: 19-05-2020)

⁶ Ver numeral 5.2, pág. 5, del Manual Metodológico del Índice de Ventas a Supermercados, de marzo de 2017, disponible en el siguiente enlace:

https://www.ine.cl/docs/default-source/ventas-de-supermercados/metodologias/base-promedio-a%C3%B1o-2014-100/manual-metodol%C3%B3gico.pdf?sfvrsn=44420ed5_4 (Última visita: 19-05-2020). Las ventas, se encuentran desagregadas a nivel mensual y regional, además de estar en valor nominal y sin el Impuesto al Valor Agregado. Sobre este último punto, cabe señalar que a estos valores no se les descuentan los impuestos indirectos que afectarían particularmente al expendio de licores, tabaco y combustible.

⁷ Ibid., pág. 21. Considera “establecimiento de supermercado” a las tiendas de venta al detalle que comercializan varios tipos de productos, a través del sistema de autoservicio, vendiendo principalmente productos alimenticios, tales como pan, lácteos, verduras, carnes, etc., además de otros tipos de mercancías, como prendas de vestir, muebles, aparatos de uso doméstico, artículos de ferretería, y cosméticos, entre otros.

⁸ Ibid., pág. 2. Este metraje contemplaría solo el espacio en donde se realiza la actividad económica del establecimiento, excluyendo el área de estacionamientos. Conforme a las bases de supermercados del INE, estos metros cuadrados solamente estarían disponibles a partir del año 2009 en adelante.

⁹ Ibid., numeral 5.1, pág. 5.

¹⁰ Ver código 4711 dentro de la Homologación Completa de Actividades Económicas con el CIIU4.CL 2012, pág. 19, del Servicio de Impuestos Internos, disponible en el siguiente enlace: http://www.sii.cl/catastro/homologacion_codigos_actividad.pdf (Última visita: 19-05-2020)

¹¹ Cabe hacer presente que la metodología para la recopilación de la información se ha actualizado ya en dos oportunidades (años 2009 y 2014). Por ejemplo, a partir del año 2014, el INE comenzó a utilizar la clasificación CIIU4.CL 2012 en vez del Clasificador Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIIU Rev.3, para la selección de la muestra a analizar. Manual Metodológico del Índice de Ventas a Supermercados, de marzo de 2017, Op Cit., numeral 3.6, pág. 4.

11. Asimismo, la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”) mantiene publicadas las memorias anuales de Walmart, que incluyen los respectivos estados de resultados, para el periodo comprendido entre los años 2007 y 2014¹².
12. Por otro lado, en cuanto a la información no disponible en fuentes públicas, este Servicio dispone de las memorias anuales de Walmart para los años 2015 a octubre del año 2018, acompañadas por dicha empresa durante la investigación, en respuesta a Oficios Ord. N° 0467 y N° 0910.
13. En suma, la Tabla N° 1 resume las fuentes de información dentro del periodo comprendido entre los años 2007 y 2018, utilizadas con el objeto de obtener la partición de Walmart en el mercado de supermercados.

Tabla N° 1: Fuentes de información utilizadas para los cálculos de participación.

Tipo de información	2007 - 2014	2015 – oct 2018
Información del mercado de supermercados	INE, bases de datos de supermercados.	
Información de Walmart	CMF, Memorias Anuales Walmart.	Memorias Anuales Walmart.

Fuente: Elaboración propia.

*Contemplando solo los meses de enero a octubre de 2018, conforme a la Solicitud.

14. Por último, se cuenta con información pública del Servicio de Impuestos Internos (“SII”), en relación con la distribución del número de empresas –de acuerdo a sus tramos de ingresos– que clasifican bajo el código de actividad económica previamente indicado y de los antecedentes contenidos de investigaciones anteriores de esta Fiscalía, tales como los Roles FNE N° 1952-11¹³ y N° 1969-11¹⁴.

B. Metodología del informe

15. En lo que concierne a la metodología utilizada, es necesario determinar en primer lugar la definición de mercado relevante –tanto del producto como geográfico– sobre la cual se trabajará. Por ello, esta Fiscalía utilizará como definición de mercado

¹² Tales memorias anuales se encuentran publicadas en el sitio web de la CMF, en el siguiente enlace: <http://www.cmfchile.cl/institucional/mercados/entidad.php?mercado=V&rut=76042014&grupo=&tipo=entidad=RVEMI&row=AAAwY2ACTAAABzeAAP&vig=NV&control=svs&pestanian=49> (Última visita: 19-05-2020)

¹³ Investigación reservada Rol FNE N° 1952-11, que dio lugar al requerimiento de la FNE en contra de Cencosud S.A. y otros, de fecha 6 de enero de 2016, Rol TDLC C N° 304-16.

¹⁴ Investigación reservada Rol FNE N° 1969-11, que aporta antecedentes a la Consulta de SMU S.A. sobre fusión entre SMU S.A. y Supermercados del Sur S.A., con fecha 20 de diciembre de 2011, Rol TDLC NC N° 397-11.

relevante –sólo para el propósito de este informe, sin que implique un pronunciamiento respecto de cualquiera otra investigación presente o futura de la FNE y sin que implique tampoco un pronunciamiento acerca del que le corresponda determinar al H. TDLC respecto de los hechos y conductas objeto de este litigio– la establecida en la Sentencia N° 147/2015, de fecha 9 de diciembre de 2015, y en la Resolución N° 43/2012, de fecha 12 de diciembre de 2012.

16. En tal sentido, anteriormente el H. TDLC ha definido como mercado relevante del producto la *“distribución por parte de supermercados a consumidores finales de productos alimenticios y no alimenticios de consumo periódico en el hogar”*¹⁵. Desde el punto de vista geográfico, la evaluación del mercado será nacional, atendido lo resuelto por el TDLC en la Resolución N° 43/2012, por cuanto *“es fundamental analizar también la estructura del mercado a nivel nacional, ya que la escala de operación multi-regional de las principales cadenas de supermercados les permite obtener significativas ventajas de costos (...) en comparación con competidores de menor tamaño”*¹⁶.
17. Luego, para obtener la participación de Walmart a nivel nacional en ese mercado relevante, se consideraron tres dimensiones diferentes: (i) los ingresos por actividades ordinarias; (ii) número de establecimientos, y; (iii) metros cuadrados; todas ellas respecto de la “División Retail” de dicha empresa¹⁷. Cabe precisar que la División Retail incluye todas las operaciones de supermercados de Walmart en Chile, así como distintos formatos minoristas que han ido cambiando a lo largo de los años,

¹⁵ Considerando 67° de la Sentencia 147/2015 del H. TDLC, de 9 de diciembre de 2015. En la Sentencia N° 65/2008 del H. TDLC, de fecha 8 de mayo de 2008, se estableció de manera similar: *“Que, en consecuencia, a juicio de este Tribunal el mercado relevante de producto en el que participa Cencosud aguas abajo mediante locales Jumbo y Santa Isabel es el de distribución por parte de supermercados a consumidores finales de productos alimenticios y no alimenticios de consumo periódico en el hogar”*. Asimismo, la Resolución N° 43/2012 del TDLC, de fecha 12 de diciembre de 2012, según la cual: *“En concordancia con lo dictaminado por este Tribunal en sus sentencias N° 09/2004 y N° 31/2005, se definirá el mercado relevante del producto de los supermercados como 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 finales”*.

¹⁶ En el punto 9.2 de la Resolución N° 43/2012 del H. TDLC, se señaló que: *“Sin perjuicio de lo anterior, y como ya estableció este Tribunal en su Resolución N° 24/2008, es fundamental analizar también la estructura del mercado a nivel nacional, ya que la escala de operación multi-regional de las principales cadenas de supermercados les permite obtener significativas ventajas de costos, tales como, por ejemplo, la capacidad de obtener mejores condiciones de aprovisionamiento en comparación con competidores de menor tamaño. Así, a pesar de que la competencia por los consumidores sea de carácter local, el análisis de la entrada de nuevos actores por el lado de la oferta se realizará considerando las posibilidades de competir en escalas que obligan a una evaluación del mercado a nivel nacional”*.

¹⁷ Los ingresos por actividades ordinarias de Walmart se dividen en 4 segmentos operativos: División Retail, División Servicios Financieros, División Inmobiliaria y el segmento Corporativo. Ver pág. 75 de la Memoria Anual 2014 de Walmart.

como por ejemplo¹⁸: Líder –a través de las marcas “Líder” y “Express de Líder”–, Ekono, Superbodega aCuenta, y Central Mayorista¹⁹.

18. De esta forma, las participaciones expuestas en la sección IV de este Informe son respecto del mercado nacional y en tres dimensiones: ingresos, número de establecimientos y metros cuadrados de éstos.

III. PARTÍCIPIES ACTUALES O POTENCIALES EN EL MERCADO DE SUPERMERCADOS

19. En respuesta al primer punto de la Solicitud, esta Fiscalía utilizó la información del SII para obtener una aproximación del universo de empresas consideradas por el INE para sus estudios de supermercados²⁰⁻²¹. La Tabla N° 2 *infra* muestra la evolución de estos actores entre los años 2016 y 2018, divididos por su clasificación de tamaño de empresa según sus respectivas ventas.
20. De la Tabla N° 2, se observa que la evolución del número total de actores no ha variado de manera considerable a lo largo del tiempo, existiendo una leve tendencia al alza dentro del número de grandes empresas. Es necesario hacer presente que dicho número no representa a la cantidad de grupos empresariales que se encuentran dentro de la categoría de grandes empresas. Lo anterior, debido a que varias empresas con distintos RUTs podrían estar asociadas a un mismo grupo empresarial, como es el caso de Super 10 S.A., Rendic Hermanos S.A., y Alvi Supermercados Mayoristas. A mayor abundamiento, la Tabla N° 6 de la sección i. del Anexo Público de este Informe incluye la información desagregada en 13 tramos de ventas.

¹⁸ De manera adicional, la División Retail también incorpora otras unidades de negocio, tales como el *e-commerce* (a través de la página web “www.lider.cl”), la división industrial de Alimentos y Servicios, y la división Logística. Ver pág. 28 de la Memoria Anual 2014 de Walmart.

¹⁹ Sobre el formato Central Mayorista, es necesario destacar que, según lo indicado por Walmart vía correo electrónico del 9 de marzo de 2020 (en complemento al Oficio Ord. N° 0467, de fecha 28 de febrero de 2020), tal formato estaría registrado con la clasificación 4711 CIIU4.CL 2012. Asimismo, todos los establecimientos de Walmart tendrían tres o más cajas registradoras. De manera que las ventas, establecimientos, y metros cuadrados de Central Mayorista, sí debieran de estar incluidas dentro de las bases de datos de supermercados del INE. Por lo que, para efectos de esta solicitud, Central Mayorista será considerada dentro de los cálculos.

²⁰ Cabe señalar que la información del SII no incluye a las personas naturales, por lo que es necesario tomar en consideración que los negocios de supermercados que sean operados a través de esta figura no fueron considerados dentro de esta respuesta.

²¹ La información de los actores, empresas o grupos empresariales que conforman la muestra que INE utiliza para sus estudios de supermercados se encuentra resguardada bajo el “Secreto Estadístico”, según disponen los artículos 29 y 30 de la Ley N°17.374 que Fija el nuevo texto refundido, coordinado y actualizado del DFL. N° 313 de 1960, que aprobara la Ley Orgánica de la Dirección Estadística y Censos y crea el Instituto Nacional de Estadísticas.

Tabla Nº 2: Número de empresas con actividad económica de supermercados, por clasificación según ventas, entre los años 2016 y 2018*.

Tramo de ventas (UF)	Clasificación de empresa	Nº de empresas		
		2016	2017	2018
0,01 a 2.400	Micro	24	18	24
2.400,01 a 25.000	Pequeña	34	30	31
25.000,01 a 100.000	Mediana	18	23	20
Sobre 100.000,01	Grande	30	32	35
-	Total:	106	103	110

Fuente: En base a la nómina de actividades económicas de contribuyentes personas jurídicas del año tributario 2019, de SII.

*Considera solamente las personas jurídicas y empresas bajo actividad 4711 CIIU4.CL 2012, además de otros filtros en base a supermercados.

21. Por otra parte, se identificó a los actores que clasifican como grandes empresas, y que además tuvieron ingresos sobre 1.000.000 UF²² dentro del periodo analizado, que corresponden a los siguientes²³⁻²⁴: i) Walmart²⁵; ii) Cencosud S.A. (Jumbo y Santa Isabel), iii) Hipermercados Tottus S.A.; iv) Supermercados Montserrat S.A.C.; v) SMU²⁶; vi) La Oferta Comercial Ltda., y; vii) Supermercados Central Ltda.

22. En ese sentido, si se consideran las grandes empresas, que presentaron ventas entre 200.000,01 y 1.000.000 UF²⁷ dentro de los años 2016 a 2018, se obtienen los siguientes: i) Eltit, con Supermercado Eltit Ltda. y Supermercado Pucón Oriente Ltda.; ii) La Fama, a través de Supermercado Mayorista La Fama Santa Cruz Ltda.; iii) SuperMax SpA; iv) Sociedad Comercial Eco Market Ltda., y; v) Supermercado La Nueva Feria Ltda.

23. Finalmente, conforme a la información recabada y disponible, tanto de las fuentes públicas como privadas indicadas anteriormente, no existen antecedentes que den cuenta de la entrada de actores adicionales al segmento de supermercados. En efecto, sólo se ha tomado conocimiento de la adquisición de la cadena “Supermercados Erbi” por parte de la firma colombiana “Justo & Bueno”²⁸.

²² Estos corresponden a los actores económicos dentro del tramo 13 según rango de ventas, dentro de la Tabla Nº 6 de la sección i. del Anexo Público de este Informe.

²³ Si bien, dentro de estos actores se mencionan empresas relacionadas que podrían encontrarse enfocadas al mercado mayorista, es necesario aclarar que dichas empresas si permiten la venta a personas naturales, con y sin factura, estando dirigidos tanto a consumidores finales como pequeños negocios de venta. Además, estas empresas también clasifican bajo el código de actividad económica 4711 CIIU4.CL 2012.

²⁴ Asimismo, las investigaciones de los Roles FNE Nº 1952-11 y 1969-11 identifican a los siguientes actores: Walmart, Cencosud, SMU, Tottus, y Montserrat (ver pág. 17 del aporte de antecedentes de esta Fiscalía al Rol TDLC NC Nº 397-11, de fecha 20 de diciembre de 2011; y pág.10 del requerimiento FNE en contra de Cencosud S.A. y otros, de fecha 6 de enero de 2016).

²⁵ Por medio de: Walmart Chile S.A., Administradora de Supermercados Hiper Ltda., y Administradora de Supermercados Express Ltda.

²⁶ A través de: Rendic Hermanos S.A. (Unimarc), Super 10 S.A. (Mayorista 10), y Alvi Supermercados Mayoristas S.A. (Club Alvi Mayorista).

²⁷ Estos corresponden a los actores económicos dentro de los tramos 11 y 12 según rango de ventas, dentro de la Tabla Nº 6 de la sección i. del Anexo Público de este Informe.

²⁸ Información publicada por el Diario Financiero: <<https://www.df.cl/noticias/empresas/retail/colombiana-justo-bueno-anuncia-la-adquisicion-del-100-de-la-cadena-de/2020-05-04/153925.html>> (Última visita:

IV. PARTICIPACIÓN DE WALMART EN EL MERCADO DE SUPERMERCADOS

24. En respuesta al segundo punto de la Solicitud, esta Fiscalía procedió a calcular las participaciones de Walmart a nivel nacional dentro del mercado de supermercados, desde el año 2007 hasta la fecha de interposición de la Demanda –de acuerdo a la Solicitud–, bajo las siguientes tres métricas²⁹:
- i) Ingresos por actividades ordinarias de la División Retail de Walmart sobre el total de ventas nominales de supermercados.
 - ii) Locales comerciales de la División Retail de Walmart sobre el total de establecimientos de supermercados.
 - iii) Metros cuadrados pertenecientes a los locales comerciales de la División Retail de Walmart sobre el metraje del total de establecimientos de supermercados.
25. El detalle de las fuentes de datos públicos de Walmart, utilizados en el cálculo de las tablas que se presentan a continuación, se encuentran en la sección ii. del Anexo Público de este informe.
26. En primer lugar, la Tabla N° 3 muestra la participación de Walmart respecto de las ventas totales de supermercados. En ella se observa una tendencia al alza tanto en la participación de Walmart como en sus ingresos netos.

Tabla N° 3: Participación de Walmart en base a ingresos, entre los años 2007 y 2018³⁰.

Año	Ingresos Walmart (CLP millones)	Ventas totales de supermercados (CLP millones)	Participación de Walmart
2007	1.749.084,0	4.589.201,5	38,1%
2008	1.708.856,0	5.237.690,4	32,6%
2009	1.885.074,0	5.680.794,2	33,2%
2010	2.121.703,9	6.163.217,5	34,4%
2011	2.438.607,8	6.714.737,1	36,3%
2012	2.742.269,4	7.564.012,9	36,3%
2013	3.006.736,9	8.177.111,6	36,8%
2014	3.303.522,0	8.651.498,5	38,2%
2015	3.642.730,9	9.377.230,0	38,8%
2016	3.901.072,4	9.946.902,3	39,2%
2017	4.221.225,7	10.391.566,3	40,6%
2018*	[3.500.000-4.000.000]	8.858.562,3	[40%-45%]

Fuente: En base a datos del INE, CMF y Walmart.

*El año 2018 solo considera los meses de enero a octubre, según lo indicado en la Solicitud.

05-05-2020). Sobre esto, cabe indicar que Sociedad Comercializadora de Productos al Detalle S.A. (Supermercados Erbi) no presenta actividades económicas bajo el código 4711, si no que bajo la clasificación 472101 “venta al por menor de alimentos en comercios especializados (almacenes pequeños y minimarket)”. De modo que dicha empresa no está considerada dentro de la Tabla N° 2, ni debiera estar dentro de las estadísticas del INE.

²⁹ La información proporcionada por el INE se encuentra desagregada a nivel regional y mensual. No así la información de las memorias anuales de Walmart, la cual se encuentra solo a nivel nacional y anual.

³⁰ Ver **Anexo Confidencial [1]**.

27. En segundo lugar, la Tabla N° 4 muestra la participación de Walmart, de acuerdo al número de establecimientos, respecto del total de supermercados a lo largo del país³¹. Se aprecia que en los últimos años no existe una tendencia al alza –al menos de manera clara– en la participación y número de establecimientos de Walmart, teniendo una participación promedio en el rango de 25%-30% dentro de los 5 últimos años.

Tabla N° 4: Participación de Walmart en base a establecimientos, entre los años 2007 y 2018.

Año	Establecimientos de Walmart	Total de establecimientos de supermercados	Participación de Walmart
2007	145	799	18,1%
2008	197	912	21,6%
2009	250	1.047	23,9%
2010	277	1.102	25,1%
2011	314	1.233	25,5%
2012	327	1.319	24,8%
2013	353	1.375	25,7%
2014	380	1.407	27,0%
2015	394	1.394	28,3%
2016	363	1.363	26,6%
2017	377	1.374	27,4%
2018*	366	1.389	26,3%

Fuente: En base a datos del INE, CMF y Walmart.

*El año 2018 solo contempla los meses de enero a octubre, en base a lo indicado en la Solicitud.

28. Finalmente, la Tabla N° 5 *infra* muestra la participación de Walmart respecto a los metros cuadrados de superficie de venta de los establecimientos de supermercados, a lo largo del territorio nacional³². La información de metros cuadrados totales del mercado de supermercados solamente se encuentra disponible desde el año 2009 a la fecha.
29. En este caso, al igual que en la Tabla N° 3, existe una tendencia al alza no solo en la participación respecto al total de metraje a nivel nacional, sino que también en base a los metros cuadrados con que cuenta Walmart en sus locales.

³¹ Este número corresponde al número de establecimientos disponibles en diciembre de cada año, con excepción del año 2018, cuyos establecimientos son a octubre de ese mismo año, conforme a la Solicitud.

³² Al igual que el número de establecimientos de supermercados, estos metros cuadrados corresponden al metraje disponible a diciembre de cada año, con excepción del año 2018, cuyo metraje es a octubre de ese mismo año, conforme a la Solicitud.

Tabla N° 5: Participación de Walmart en base a m², entre los años 2009 y 2018³³.

Año	M ² establecimientos Walmart	Total m ² establecimientos de supermercados	Participación Walmart
2007	495.200	-	-
2008	547.861	-	-
2009	606.825	1.876.290	32,3%
2010	649.407	1.964.049	33,1%
2011	694.028	2.128.451	32,6%
2012	748.900	2.243.520	33,4%
2013	816.370	2.367.197	34,5%
2014	889.513	2.475.242	35,9%
2015	934.378,0	2.485.424,0	37,6%
2016	926.154,0	2.479.724,0	37,3%
2017	971.556,0	2.546.615,0	38,2%
2018*	[950.000 - 1.050.000]	2.599.428	[35%-40%]

Fuente: En base a datos del INE, CMF y Walmart.

*El año 2018 solo contempla los meses de enero a octubre, en base a lo indicado en la Solicitud.

30. De igual forma, si se toma conjuntamente la información contenida en las Tablas N° 4 y N° 5, es posible señalar que el tamaño promedio de las tiendas de Walmart ha aumentado a lo largo de los últimos años.

POR TANTO,

AL H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA SOLICITO: Tener por evacuado el informe de la Fiscalía Nacional Económica y, en su mérito, por aportados antecedentes al procedimiento de autos.

PRIMER OTROSÍ: Solicito al H. Tribunal tener por acompañados los documentos que se individualizan a continuación, con citación:

1. Resolución FNE de fecha 2 de enero de 2020, mediante la cual da inicio a la investigación.
2. Oficio Ord. N° 0467 de la FNE, de fecha 28 de febrero de 2020, mediante el cual solicita antecedentes a Walmart Chile S.A.
3. Oficio Ord. N° 0910 de la FNE, de fecha 6 de mayo de 2020., mediante el cual solicita antecedentes adicionales Walmart Chile S.A.
4. Presentación de Walmart Chile S.A., de fecha 13 de mayo de 2020, mediante la cual da respuesta al Ord. N° 0910.
5. Anexo Público, elaborado por la FNE.

³³ Ver Anexo Confidencial [2].

SEGUNDO OTROSÍ: Solicito al H. Tribunal tener por acompañado, bajo confidencialidad, los siguientes documentos:

1. Presentación de Walmart Chile S.A., de fecha 09 de marzo de 2020, que contiene respuesta al Ord. N° 0467.
2. Anexo Confidencial, preparado por la FNE

Atendido que la presentación de Walmart y el Anexo Confidencial individualizados contienen datos de carácter sensible, cuya revelación podría afectar significativamente el desenvolvimiento competitivo de su titular, solicitamos al H. Tribunal que declare su confidencialidad, conforme con lo dispuesto en el inciso décimo del artículo 22 del DL N° 211, en relación con el Auto Acordado N° 16/2017 de este H. Tribunal, disponiendo su custodia por la Sra. Secretaria Abogada.

En efecto, ambos documentos contienen datos recientes sobre la superficie de salas de ventas de Walmart, así como también información de sus ingresos desagregada por formato, por lo que su relevación podría afectar significativamente el desenvolvimiento competitivo de su titular, que en este caso corresponde a Walmart Chile S.A.

La presente solicitud de confidencialidad se funda específicamente en la disposición cuarta del Auto Acordado N° 16 de este H. Tribunal, letras b) y d), en relación con el inciso décimo del artículo 22 del DL N° 211.

TERCER OTROSÍ: Al H. Tribunal solicito tener presente que mi personería para representar a la Fiscalía Nacional Económica consta en el Decreto Supremo N° 158 de 11 de diciembre de 2018 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, mediante el cual se me nombra en el cargo de Fiscal Nacional Económico.

Asimismo, solicito se tenga presente que, en mi calidad de abogado habilitado para el ejercicio de la profesión, asumiré personalmente el patrocinio en estos autos, con el domicilio singularizado en la comparecencia. Sin perjuicio de lo anterior, por este acto confiero poder al abogado habilitado para el ejercicio de la profesión, don Alejandro Domic Seguich, de mí mismo domicilio, quien podrá actuar de forma separada e indistintamente con el suscrito.