

ANT.: Adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de Walmart Chile S.A.
Rol FNE F268-2021 (acumulado con FNE F269-2021).

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 18 de junio de 2021

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad a lo preceptuado en el Título IV del Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973, y sus modificaciones posteriores (“**DL 211**”), presento a usted el siguiente informe (“**Informe**”), relativo a la operación de concentración del antecedente (“**Operación**”), recomendando su aprobación en forma pura y simple, en virtud de las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 25 de marzo de 2021, mediante los documentos correlativos ingreso N°7960-2021 y N°7961-2021 (“**Notificaciones**”), Walmart Chile S.A. (“**Walmart**”) e Inmobiliaria Santander S.A. (“**Inmobiliaria Santander**”) y, con Walmart, (“**Partes**”) notificaron voluntariamente¹ a esta Fiscalía Nacional Económica (“**Fiscalía**”) una operación de concentración consistente en el eventual arrendamiento de dos inmuebles propiedad de Inmobiliaria Santander por parte de Walmart, en las comunas de Colina y Calera de Tango, en la Región Metropolitana, los que hasta poco tiempo atrás² –según se explica *infra*– eran operados por Supermercados Montserrat S.A.C. (“**Montserrat**”).
2. Con fecha 9 de abril de 2021, la Fiscalía declaró incompletas las Notificaciones y, además, ordenó la acumulación de éstas bajo una única investigación³. Luego, las Partes complementaron las Notificaciones, mediante presentación de fecha 23 de abril de 2021, correlativo ingreso N°8448-2021.
3. Con fecha 6 de mayo de 2021 se dictó una resolución por la cual se instruyó el inicio de una investigación a efectos de analizar la Operación. Los roles FNE F268-2021 y F269-2021, que se habían asignado a las Notificaciones, se acumularon en el expediente administrativo que se lleva bajo el primero de estos (“**Investigación**”).
4. Walmart es un *holding* multinacional, de capitales mayoritariamente estadounidenses, que opera en Chile desde el año 2009 tras la adquisición de Distribución y Servicio D&S S.A. Su principal línea de negocios consiste en los supermercados que opera en

¹ La Operación no superaba los umbrales de venta establecidos por el artículo 48 del DL 211, en relación con la Resolución Exenta N°157 de 25 de marzo de 2019.

² Ambos locales cerraron sus puertas a mediados de marzo de 2021 (véase: Notificaciones, p.2).

³ La acumulación se hizo conforme a lo prescrito en el artículo 33 de la Ley N° 19.880, que permite la acumulación de un procedimiento administrativo a otros más antiguos con los que guarde identidad sustancial o íntima conexión, y de acuerdo a lo señalado en la Guía de Competencia de esta Fiscalía, párrafo 31, que indica que si se producen dos o más transacciones entre los mismos agentes económicos durante un periodo de dos años, resulta razonable concluir que éstas tienden hacia una única operación de concentración y deben ser analizadas conjuntamente, tal como ocurre en este caso.

nuestro país, participando del *retail* en la venta de comestibles, productos para el hogar, vestimenta, juguetes y electrónica, entre otros. Walmart cuenta en Chile con actividades a través de distintos formatos de tiendas físicas y a través del comercio electrónico, siendo un actor líder en los mercados donde participa⁴.

5. Inmobiliaria Santander, por su parte, es una compañía dedicada al giro inmobiliario, perteneciente al grupo empresarial de la familia Bada, de capitales chilenos, dentro del cual se incluye además a Montserrat y a Industrias Campo Lindo S.A. ("**Campo Lindo**"). Esta última empresa está dedicada a la distribución de productos comestibles no perecibles y perecibles para la industria supermercadista⁵.
6. La Operación consiste en un arrendamiento de largo plazo de dos locales comerciales. El primero de ellos ubicado en el sector de Chicureo, comuna de Colina, y el segundo en la comuna de Calera de Tango, ambos en la Región Metropolitana. Los contratos celebrados cumplen los presupuestos que esta Fiscalía ha interpretado como necesarios para dar lugar a una operación de concentración, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 47 letra d) del DL 211.
7. Finalmente, en el día 15 de la Investigación, las Partes dedujeron la defensa de empresa en crisis⁶, presentando antecedentes a fin de acreditar la delicada situación económica en que se encontraría Montserrat, indicando que desde hace al menos cinco años ha venido disminuyendo sus ventas de manera sostenida y crónica, comprometiendo la liquidez de todo su grupo empresarial. Asimismo, indican que los supermercados de Montserrat enfrentaron saqueos el año 2019, en el contexto del Estado de Emergencia⁷, y han sufrido las consecuencias del Estado de Catástrofe causado por la crisis sanitaria derivada de la pandemia de Covid-19⁸, todo lo cual habría llevado al cierre de la mayoría de sus locales, incluidos aquellos objeto de la Operación, a principios de 2021⁹⁻¹⁰.

II. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

8. Un supermercado puede definirse como un establecimiento comercial de gran superficie, destinado a la distribución minorista, principalmente de productos de alimentación, artículos del hogar y productos no alimenticios de consumo frecuente. Respecto a aquéllos pueden distinguirse tres tipos de actores: a) los proveedores, quienes manufacturan y/o distribuyen bienes de consumo masivo; b) los supermercados, que comercializan bienes al detalle en establecimientos de

⁴ Informe de Aprobación de la adquisición de control sobre Delivery Technologies SpA por parte de Walmart Chile. Rol FNE F161-2018, pp. 1-2.

⁵ Notificación de fecha 25 de marzo de 2021, correlativo ingreso N°7960-2021, p. 9.

⁶ Con fecha 25 de mayo de 2021, mediante correlativo ingreso N°9044-2021 las Partes presentaron argumentos relativos a la excepción de empresa en crisis contemplada en el apartado I.2.7.3. de la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de esta Fiscalía.

⁷ A raíz de desórdenes públicos según consta en el Decreto Supremo N° 474 del Ministerio de Interior y Seguridad Pública de fecha 19 de octubre del año 2019.

⁸ Declarado por Decreto Supremo N° 104 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública de fecha 18 de marzo del año 2020.

⁹ Presentación de las Partes de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9044-2021.

¹⁰ Véase la presentación de las Partes de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9044-2021; la declaración de don Darwin Yáñez Escobar, Jefe Zonal de Cencosud S.A. de fecha 1 de junio de 2021; la declaración de don Felipe Farfán Abarca, Gerente General de Comercial Castro S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, y la declaración de don Carlos Moisés Hidalgo González, Director Ejecutivo de Supermercados Montserrat S.A.C. de fecha 13 de mayo de 2021.

autoservicio; y c) los consumidores, quienes compran y se abastecen con dichos bienes¹¹.

9. Las ventas de supermercados a nivel nacional se concentran, mayoritariamente, en cuatro grupos empresariales, todos los cuales tienen presencia en la Región Metropolitana. Estos son: a) Walmart, que opera las marcas Líder, Líder Express, Acuenta y Central Mayorista, con 230 locales aproximadamente; b) Cencosud S.A. ("**Cencosud**"), que opera las marcas Jumbo y Santa Isabel, con aproximadamente 247 locales; c) SMU S.A. ("**SMU**"), que trabaja con las marcas *Unimarc*, *Alvi* y *Mayorista 10*, contando con un aproximado de 297 locales; y d) Hipermercados Tottus S.A. ("**Tottus**"), que opera su marca Tottus con aproximadamente 70 locales en el país¹².
10. Es posible efectuar distintas segmentaciones entre las empresas que operan supermercados en Chile. Dentro de las más relevantes podemos mencionar la que distingue entre supermercados mayoristas y minoristas, teniendo los primeros un enfoque *business to business*, sin perjuicio de poder atender también a consumidores finales, y los segundos un enfoque *business to customer*, dedicados a la atención del consumidor final. Entre los clientes más relevantes del segmento mayorista se encuentran los almacenes de barrio y el canal Horeca. Actores relevantes en este segmento son Central Mayorista, de Walmart, o Alvi y Mayorista 10 de SMU. Entre aquellos supermercados dedicados al comercio minorista, encontramos a las principales marcas en locales como Líder, Jumbo, Santa Isabel, Unimarc o Tottus¹³.
11. Una segunda distinción relevante es aquella que segmenta entre supermercados de abastecimiento y de reposición. Los supermercados enfocados en compras de abastecimiento suelen tener salas de venta más grandes que aquellos dedicados a la reposición, y suelen instalarse en lugares más abiertos de la ciudad, con amplio tránsito vehicular. En cambio, los supermercados con foco en compras de reposición suelen tener salas de venta de menor tamaño a los anteriores, y se ubican en general en sectores céntricos o de tránsito peatonal. Ejemplos de supermercados dedicados comúnmente a abastecimiento son Líder, Jumbo, Acuenta o Mayorista 10, y ejemplos de supermercados dedicados con mayor énfasis a la reposición son Líder Express, Santa Isabel y, en cierta medida, Unimarc, aunque aquello puede presentar excepciones particulares¹⁴.
12. Finalmente, es posible distinguir entre supermercados de cadena y supermercados locales. En Chile existen cuatro cadenas de supermercados, mencionadas *supra*, con una presencia nacional o, al menos, multi-regional: Walmart, Cencosud, SMU y Tottus. En otras zonas del país, con diferente cobertura geográfica, existen supermercados locales, como es el caso de Comercial Castro en la zona de Calera de Tango, o de Eltit en el sur del país.
13. Walmart, además de participar en el mercado de supermercados en sus distintos formatos, realiza también actividades de distribución, esto es, el abastecimiento de los distintos productos que se venden en los supermercados, a través de Walmart Alimentos y Servicios Limitada ("**WAYS**"). No obstante, cabe señalar que WAYS sólo abastece a supermercados de Walmart y que la distribución de productos para ser vendidos en supermercados es una actividad poco concentrada, existiendo distintas

¹¹ Aporte de antecedentes de la Fiscalía Nacional Económica de fecha 31 de agosto de 2020, ante el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Rol NC-465-2020, caratulado "Consulta de Cencosud S.A. sobre contrato de arrendamiento y resolución N°43/2012" ("**Informe FNE Cencosud**"), p. 15.

¹² Informe FNE Cencosud, p. 16.

¹³ Informe FNE Cencosud, p. 17.

¹⁴ Informe FNE Cencosud, p. 26.

empresas que comercializan los productos que fabrican a través de los supermercados e incluso otros mayoristas que intermediarían respecto de ellos (como Campo Lindo¹⁵), siendo eso sí lo primero la regla general.

II.1 Mercado relevante de producto

14. El Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“**TDLC**”) ha señalado recientemente que *“los supermercados fueron descritos como tiendas de superficies destinadas al aprovisionamiento periódico, normalmente semanal, quincenal o mensual, en modalidad de autoservicio [...] de productos alimenticios y de artículos no alimenticios de consumo corriente en el hogar, para consumidores finales”*, correspondiendo aquél al mercado relevante de producto puesto que *“el aprovisionamiento a supermercados constituye un canal de distribución que, desde la perspectiva del proveedor, no es plenamente sustituible por otras alternativas de distribución como el canal tradicional”*. Si bien el TDLC menciona las clasificaciones expuestas *supra*, no efectúa segmentaciones al mercado relevante de producto, afirmando que *“las participaciones de mercado deben incluir todas las ventas en locales supermercadistas con góndola, aun cuando se trate de establecimientos calificados tradicionalmente como mayoristas”*¹⁶.
15. En el segmento aguas arriba, el TDLC ha señalado que existe un mercado de aprovisionamiento a supermercados, formado por proveedores mayoristas de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente. Lo anterior por cuanto *“el aprovisionamiento a supermercados constituye un canal de distribución que, desde la perspectiva del proveedor, no es plenamente sustituible por otras alternativas de distribución como el canal tradicional”*.
16. Las definiciones de mercado relevante de producto formuladas por el TDLC son consistentes con aquellas que ha sostenido la Fiscalía en el pasado y, por tanto, serán abordadas en el presente Informe, toda vez que a la luz de los antecedentes de la Investigación no existen razones para apartarse de ellas.

II.2 Mercado relevante geográfico

17. En la industria de supermercados, se ha señalado sostenidamente que, desde el punto de vista de los consumidores, el mercado geográfico es fundamentalmente local, debido a los costos de desplazamiento que imponen límites al área donde los distintos actores supermercadistas se consideran como sustitutos cercanos¹⁷. En este entendido, el área comprendida en cada mercado geográfico varía según las características de la zona (urbana o rural, ciudades grandes o medianas), siendo usualmente definida por isócronas delimitadas según tiempo de viaje en automóvil entre cinco y 15 minutos¹⁸.

¹⁵ Esta empresa, perteneciente al grupo empresarial de Montserrat, distribuye a distintos supermercados una gran variedad de productos, tanto importados (como arroz o legumbres) como fabricados (como panadería). Campo Lindo seguirá compitiendo en el mercado aguas arriba independientemente de la situación de Montserrat. Respecto de la Operación, siendo Walmart la entidad adquirente, la posición de Campo Lindo respecto al mercado aguas abajo conlleva una desintegración de la anterior relación vertical existente entre éste y Montserrat. Véanse: la declaración de don Carlos Hidalgo González, Director Ejecutivo de Supermercados Montserrat SAC de fecha 13 de mayo de 2021, y la declaración de don Pablo Bada Gracia, Director de Campo Lindo S.A., de la misma fecha.

¹⁶ TDLC, Resolución N°65/2021, pp.23-24. En similar sentido, Resolución N°43/2012 del mismo Tribunal, e Informe FNE Cencosud.

¹⁷ Sentencia de la Corte Suprema de fecha 8 de abril de 2020, en causa rol N°9361-2019, p. 70. En el mismo sentido: Declaración de don Vasco Costa, Presidente de la Asociación Gremial de Industrias Proveedoras A.G. y de don Jorge Caorsi, Gerente General de esta misma asociación, de fecha 11 de junio de 2021.

¹⁸ TDLC, Resolución N°43/2012, p. 39.n

18. Para efectos del análisis competitivo de la Operación, y adoptando una posición conservadora, es decir, una que maximiza los efectos y posibles riesgos de la Operación, esta División empleó la isócrona de mayor extensión reconocida por la jurisprudencia, de 15 minutos, lo que arrojó que las actividades de las Partes se traslapan en el mercado relevante geográfico. En efecto, si esta División hubiese considerado un rango inferior de desplazamiento, esto es, un mercado relevante geográfico más acotado, no se produciría superposición alguna entre las actividades de las Partes, tratándose de una operación de concentración sin traslape.
19. Sin perjuicio de la definición local de mercado relevante antes expuesta, el TDLC considera igualmente relevante la posición de las cadenas supermercadistas como actores multi-mercado a nivel nacional, por las ventajas de costos que dicha situación les otorga¹⁹. No obstante, en el presente caso no se produce una variación a nivel nacional que haga pertinente efectuar un análisis multi-mercado aguas abajo, con la excepción de lo que se expone *infra* respecto de los posibles riesgos coordinados que pudiera causar la Operación.
20. Finalmente, en lo que se refiere al mercado aguas arriba de aprovisionamiento de productos de supermercados, éste ha sido definido como nacional por la jurisprudencia del TDLC, definición con la que la FNE concuerda a la luz de los antecedentes de la Investigación²⁰.

III. ANÁLISIS COMPETITIVO

21. De perfeccionarse la Operación se produciría un traslape que generaría una mayor concentración en los mercados relevantes afectados, lo que podría dar lugar a riesgos horizontales por un eventual aumento de precios y/o disminución en la calidad del servicio²¹. Asimismo, la integración vertical entre la provisión de productos –aguas arriba– y la venta en supermercados –aguas abajo– hace necesario analizar también la posible ocurrencia de riesgos de bloqueo de insumos y/o de clientes. Finalmente, se examinará la eventualidad de que, con ocasión de la Operación, se generen o profundicen riesgos coordinados.

III.1 Riesgos horizontales

22. Primeramente, se analizó la ubicación de los supermercados de las Partes, tanto en la zona de Chicureo como en la de Calera de Tango, empleándose una isócrona de 15 minutos de desplazamiento en automóvil, pues tal como se dijo *supra*, es aquella la que resulta ser la alternativa más conservadora para definir el mercado relevante geográfico, porque maximiza los riesgos de la Operación.

¹⁹ TDLC, Resolución N°65/2021, p. 24 y p. 25 y Resolución N°43/2012, p. 39. En particular, se ha señalado que “es fundamental analizar 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”.

²⁰ TDLC, Resolución N°65/2021, p. 24. En particular, se ha señalado que “un proveedor o distribuidor mayorista promedio, esto es, un proveedor con uno o varios productos, de marcas con algún grado de reconocimiento por el público, con capacidad de aprovisionamiento limitada pero suficiente en relación a su curva natural de crecimiento, busca que sus productos se distribuyan en gran parte del territorio nacional”.

²¹ Ejemplos de criterios relevantes para la determinación de calidad en supermercados son las condiciones de la sala de ventas y el surtido de productos, como fue sostenido en el Informe FNE Cencosud, pp. 32 y siguientes.

Chicureo

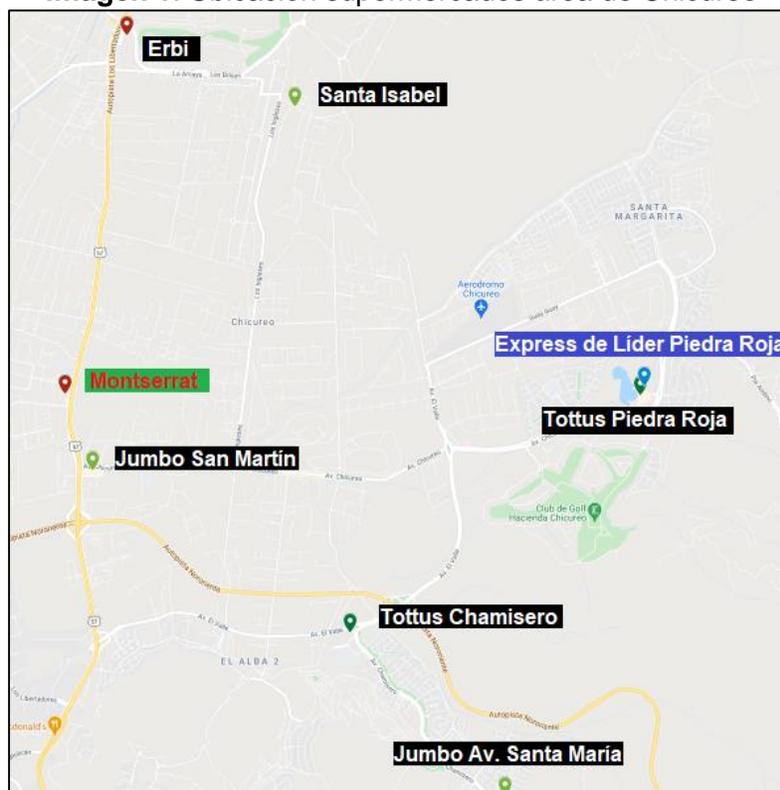
23. En la tabla e imagen siguiente puede verse la ubicación de los distintos supermercados que formarían parte del mercado relevante geográfico y que, por tanto, competirían en el sector de Chicureo, comuna de Colina, así como el tiempo de traslado en automóvil entre cada uno de estos. En la zona en comento se observa la presencia de ocho supermercados: tres de Cencosud, dos Jumbo y un Santa Isabel; dos de Tottus; un Líder, un Erbi y un Montserrat.

Tabla 1: Tiempo de desplazamiento desde Montserrat Chicureo

Supermercado	Tiempo de traslado promedio
Jumbo San Martín	4 minutos
Erbi	7 minutos
Tottus Chamisero	7,5 minutos
Santa Isabel	11,5 minutos
Jumbo Av. Santa María	13 minutos
Tottus Piedra Roja	14 minutos ²²
Express de Líder Piedra Roja	15 minutos ²³

Fuente: Google Maps

Imagen 1: Ubicación supermercados área de Chicureo



Fuente: Google Maps

24. De la información anterior es posible concluir que el supermercado Líder de Piedra Roja, que opera bajo el formato *Líder Express*, sería el competidor dentro del mercado relevante geográfico que estaría más lejos del supermercado Montserrat objeto de la Operación. Aquél se encuentra en el borde de la isócrona y forma parte del mercado relevante geográfico únicamente en el caso que se emplee la autopista con peaje,

²² Utilizando autopista Nororiental.

²³ Utilizando autopista Nororiental.

porque, en caso contrario, no se cumple con el tiempo de desplazamiento propio de la isócrona utilizada, que es, como se señaló *supra*, de 15 minutos. Si se excluyera la posibilidad de usar la autopista dicho supermercado no formaría parte del mercado relevante geográfico y, por tanto, no existiría superposición, lo que significaría que la Operación no generaría una mayor concentración en dicha zona geográfica.

25. Aun cuando pueden considerarse dentro de un mismo mercado relevante geográfico, se debe hacer presente que existe una considerable distancia entre el supermercado Montserrat y el Express de Líder Piedra Roja, de más de nueve kilómetros, que incluso incluye el uso de una autopista con peaje para cumplir las isócronas de tiempo de desplazamiento, lo que en los hechos disuade el desplazamiento de los clientes de un supermercado a otro, considerando además que en la industria de supermercados la proximidad geográfica es un elemento central en el análisis de cercanía competitiva²⁴.
26. A mayor abundamiento, la falta de cercanía competitiva entre los supermercados localizados en la Avenida General San Martín, donde se ubica Montserrat, y aquellos localizados en el Espacio Urbano La Laguna, donde se ubica Líder, no sólo es afirmada por las Partes en la Notificación, sino también por los competidores localizados en la misma zona. Esta División consultó a los distintos supermercados a fin de analizar a quienes cada uno de estos reconoce como su competidor más cercano, comprobando que la falta de cercanía geográfica se traduce en una menor cercanía competitiva entre los supermercados más alejados²⁵.
27. Sin perjuicio de todo lo anterior, con la finalidad de realizar un análisis estricto de la Operación, se revisó la estructura del mercado asumiendo que todos los supermercados singularizados *supra*, incluyendo el Líder de Piedra Roja, pertenecen a un mismo mercado relevante geográfico, incluyendo a todos aquellos que caben dentro de la isócrona de 15 minutos de desplazamiento en automóvil, incluso si se llega a ello usando la mencionada autopista con peaje.
28. La tabla siguiente muestra la evolución de participaciones de los distintos competidores presentes en la zona de Chicureo, en los últimos tres años, reflejando la evolución del mercado durante dicho periodo de tiempo:

Tabla 2: Participaciones de mercado en ventas Chicureo (2018-2020)²⁶

Supermercado	2018		2019		2020	
	Antes	Después	Antes	Después	Antes	Después
Montserrat	[10%-20%]	[40%-50%]	[0%-10%]	[30%-40%]	[0%-10%]	[20%-30%]

²⁴ Declaración de don José Hevia, abogado de la Asociación Gremial de Industrias Proveedoras A.G. de fecha 11 de junio de 2021. En particular señaló: “lo relevante es cómo basan las isócronas que hoy día tienen de 10 o 15 minutos. Hoy la gente compra por el tiempo que le demora desplazarse. En aquellos lugares que quedan relativamente cerca recurren a esos oferentes. Si desaparece un oferente y no hay nadie que lo sustituya es una pérdida para los proveedores porque no hay nadie que lo sustituya y también es una pérdida para los consumidores porque no hay nadie que la sustituya”. En el mismo sentido, declaración de don Darwin Yáñez Escobar, Jefe Zonal de Cencosud S.A. de fecha 1 de junio de 2021, quien señaló: “[Montserrat] es una cadena que viene con inconvenientes hace tiempo y la operación de ellos ha sido complicada y para nosotros no es competencia directa, uno está a siete kilómetros del local nuestro y el otro está como a cinco kilómetros, entonces no son competidores que tuvieran injerencia en nuestro día a día” [...] “más adelante aparecerán otros consumidores, por un asunto de cercanía, estamos a 500 metros”.

²⁵ La competencia es mucho más intensa entre el Líder Express Piedra Roja y el vecino Tottus Piedra Roja (ubicado a unos 100 metros de aquél), que entre éste y Montserrat, el cual enfrentaría una mayor presión competitiva del supermercado Jumbo ubicado a menos de un kilómetro de aquél y del Santa Isabel a 11 minutos en vehículo. Véanse a este respecto la presentación de SMU S.A. de fecha 24 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9018-2021; la presentación de Cencosud S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9032-2021; y la presentación de Walmart Chile S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9031-2021.

²⁶ [NOTA CONFIDENCIAL 1].

Walmart	[30%-40%]		[30%-40%]		[20%-30%]	
Cencosud		[20%-30%]		[30%-40%]		[40%-50%]
Tottus		[30%-40%]		[20%-30%]		[20%-30%]
Erbi		[0%-10%]		[0%-10%]		[0%-10%]
HHI	2.713	3.504	2.917	3.300	3.294	3.375
Δ HHI	791		382		81	

Fuente: Elaboración propia con datos de terceros

29. En el año 2020, el cambio en el índice de concentración, medido según la fórmula de *Herfindahl–Hirschmann* (“**HHI**”), no supera los umbrales establecidos en la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración dictado por esta Fiscalía el año 2012 (“**Guía**”). No obstante, en los años anteriores sí se superaba dicho índice. Esta variación se puede explicar considerando la brusca caída en las ventas de Montserrat, que coincide con la delicada situación económica de dicho supermercado a la que se hizo referencia *supra* y que, durante el año 2021 y previo a la Operación, ha terminado en el cierre del supermercado de Montserrat en Chicureo.
30. Sin embargo, y con el fin de analizar estrictamente la Operación, esta División consideró necesario revisar un contrafactual alternativo, que reflejara adecuadamente la posición y presencia que Walmart podría alcanzar en el mercado luego de la Operación con independencia de los efectos derivados de la situación económica de Montserrat.
31. Para ello se recalcularon las participaciones de mercado del año 2020 manteniendo las ventas de Montserrat constantes a lo largo del tiempo, lo que se consiguió suponiendo que éstas equivalían a las que tuvo el año 2018, ajustadas según la variación experimentada por el índice de precios al consumidor²⁷.

Tabla 3: Participaciones de mercado en ventas 2020 (contrafactual alternativo, Chicureo)²⁸

Supermercado	2020	
	Antes	Después
Montserrat	[0%-10%]	[30%-40%]
Walmart	[20%-30%]	
Cencosud	[30%-40%]	
Erbi	[0%-10%]	
Tottus	[20%-30%]	
HHI	2.952	3.343
Δ HHI	391	

Fuente: Elaboración propia con datos de terceros

32. De lo anterior se tuvo entonces que, en este contrafactual alternativo, sí se superaría el umbral de HHI establecido en la Guía. No obstante, aun en este supuesto conservador resulta posible descartar riesgos a la competencia, puesto que los supermercados de las Partes resultan ser poco cercanos competitivamente, tanto geográficamente como respecto a su formato y público objetivo, existiendo también otros competidores en la zona capaces de ejercer presión competitiva a las Partes, independientemente del contrafactual²⁹.

²⁷ Se utiliza el índice de precios al consumidor anual a diciembre para los años 2019 y 2020, disponibles en línea, en: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/utm/utm2019.htm y https://www.sii.cl/valores_y_fechas/utm/utm2020.htm (última consulta: 8 de junio de 2021).

²⁸ [NOTA CONFIDENCIAL 2].

²⁹ En 2020, Walmart fue el tercer actor del mercado, por detrás de Cencosud y Tottus.

33. Consecuentemente, de lo anterior se tiene que, aun en esta situación contrafactual teórica y más conservadora, la Operación no podría resultar apta para reducir sustancialmente la competencia.

Calera de Tango

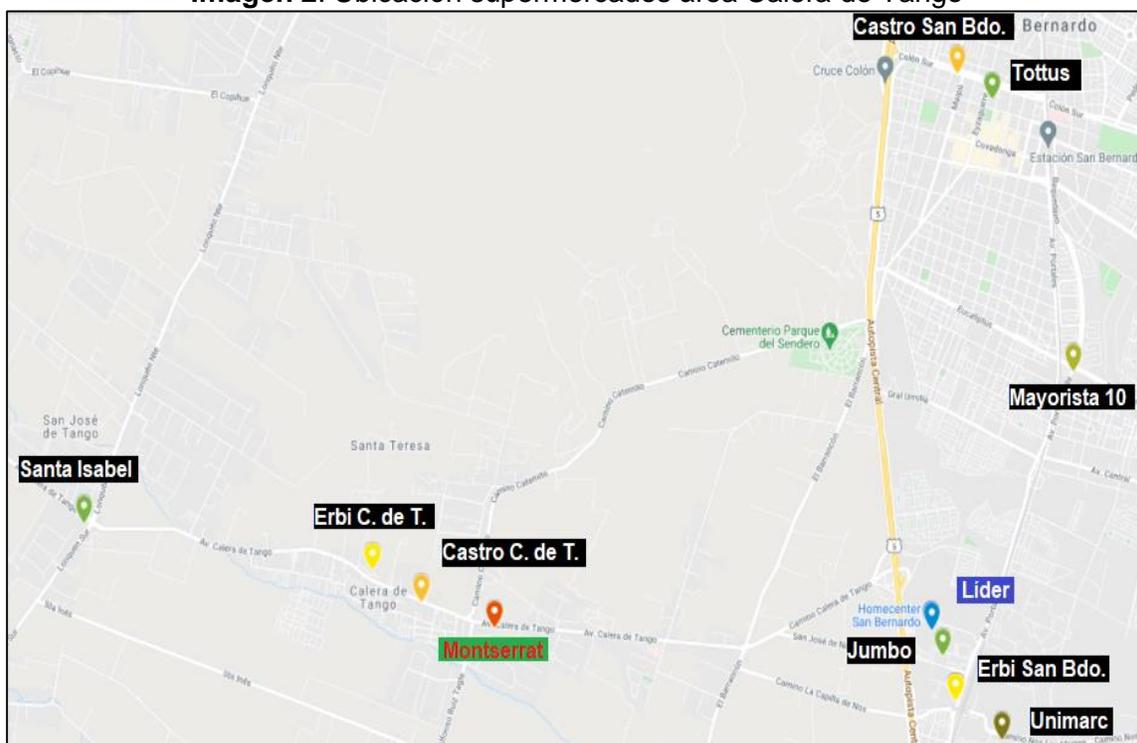
34. En lo que se refiere al local comercial que Montserrat opera en Calera de Tango, en la imagen y tabla siguiente se muestra la ubicación de los distintos supermercados que se encuentran en una isócrona de 15 minutos en automóvil desde el mencionado inmueble. En esa zona es posible encontrar 11 supermercados: dos Erbi, dos de Comercial Castro, dos de Cencosud (un Jumbo y un Santa Isabel), dos de SMU (un Unimarc y un Mayorista 10), dos Tottus, un Montserrat y un Líder.

Tabla 4: Tiempo de desplazamiento desde Montserrat Calera de Tango

Supermercado	Tiempo de traslado promedio
Comercial Castro Calera de Tango	1 minutos
Erbi Calera de Tango	3 minutos
Erbi San Bernardo	8 minutos
Unimarc	9,5 minutos
Líder	10,5 minutos
Jumbo	12 minutos
Santa Isabel	12,5 minutos
Mayorista 10	13,5 minutos
Comercial Castro San Bernardo	14 minutos
Tottus	15 minutos ³⁰

Fuente: Elaboración propia con datos de terceros

Imagen 2: Ubicación supermercados área Calera de Tango



Fuente: Google Maps.

³⁰ Utilizando Autopista Central.

35. Existe un Supermercado Tottus que se encuentra en el borde de la isócrona de los 15 minutos y que, para tales efectos, sólo formaría parte del mercado relevante geográfico en la medida que se emplee una autopista sujeta a peaje para llegar a él. Excluyéndolo, lo que tiene por objeto adoptar una posición conservadora que aumenta los riesgos de la Operación, las participaciones de las Partes muestran la misma situación que en Chicureo, esto es, que en el año 2020 no se superan los umbrales de concentración establecidos en la Guía:

Tabla 5: Participaciones de mercado en ventas Calera de Tango (2018-2020)³¹

Supermercado	2018		2019		2020	
	Antes	Después	Antes	Después	Antes	Después
Montserrat	[0%-10%]	[40%-50%]	[0%-10%]	[30%-40%]	[0%-10%]	[20%-30%]
Walmart	[30%-40%]		[30%-40%]		[20%-30%]	
Cencosud	[40%-50%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[40%-50%]
SMU	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Comercial Castro	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Erbi	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI	3.580	3.880	3.449	3.642	3.536	3.579
Δ HHI	300		193		42	

Fuente: Elaboración propia con datos de terceros

36. El que no se superen los umbrales de concentración durante el año 2020 podía deberse a la entrada de un supermercado Unimarc durante el año 2019 al mercado geográfico analizado, pero también a la caída en las ventas de Montserrat por la delicada situación económica expuesta *supra*. A ello debía sumarse un nuevo supermercado Erbi de Calera de Tango que, aun cuando ha sido ilustrado en la imagen 2 anterior, abrió sus puertas recién en el año 2021³².
37. Por eso, y adoptando una posición conservadora, consideramos apropiado efectuar el mismo ejercicio realizado en el mercado geográfico de Chicureo, analizando la situación contrafactual en la que el supermercado Montserrat no hubiera sufrido las consecuencias de la delicada situación económica de su propietario. A fin de ilustrar lo anterior, se presentan en la Tabla 6 las participaciones de mercado para el año 2020 considerando las ventas de Monserrat del año 2018, debidamente ajustadas por la variación del índice de precios al consumidor, pues esta División consideró que aquello reflejaría de mejor manera la participación de mercado que alcanzaría Walmart de perfeccionarse la Operación.

Tabla 6: Participaciones de mercado en ventas 2020, (Contrafactual alternativo, Calera de Tango)³³

Supermercado	2020	
	Antes	Después
Walmart	[20% - 30%]	[30% - 40%]
Montserrat	[0% - 10%]	
Cencosud	[40% - 50%]	
SMU	[0% - 10%]	
Comercial Castro	[10% - 20%]	

³¹ [NOTA CONFIDENCIAL 3].

³² Véase respuesta de Comercial F.H. Engel S.A. de fecha 11 de junio de 2021.

³³ [NOTA CONFIDENCIAL 4].

Erbi	[0% - 10%]	
HHI	3.386	3.555
Δ HHI	169	

Fuente: Elaboración propia con datos de terceros

38. Si bien en este caso también se superaría el umbral establecido en la Guía para los HHI, los argumentos mencionados anteriormente respecto de Chicureo son replicables para Calera de Tango. El supermercado Líder es un supermercado de abastecimiento, que cuenta con una sala grande (6.347 m²) y se encuentra localizado dentro del Mall Plaza Sur, en la comuna de San Bernardo, mientras que el supermercado Monserrat es mucho más pequeño (2.530 m²), con un enfoque más cercano a la reposición, que se localiza en el Camino a Calera de Tango. Así, puede afirmarse que los supermercados de las Partes son poco cercanos competitivamente entre sí y que enfrentan presión competitiva de otros actores mucho más cercanos competitivamente a estos³⁴.
39. Consecuentemente, resulta posible descartar que la Operación dé lugar a riesgos horizontales aptos para reducir sustancialmente la competencia, tanto en la adquisición del supermercado ubicado en Chicureo, como en aquél localizado en Calera de Tango.

III.2 Riesgos Verticales

40. La Operación podría dar lugar a riesgos verticales, puesto que Walmart, a través de WAYS, participa en la distribución de productos hacia supermercados, por lo que es necesario evaluar si el perfeccionamiento de la Operación incentivaría y habilitaría a las Partes a eventualmente incurrir en una conducta de bloqueo de insumos o de bloqueo de clientes. Para evaluar ambas hipótesis de riesgos verticales, las decisiones anteriores de esta Fiscalía ofrecen un marco conceptual útil para dichos efectos, consistente en la evaluación de tres elementos que deben verificarse copulativamente: (i) habilidad de la entidad resultante de la Operación para llevar a cabo la conducta; (ii) incentivos para la estrategia de bloqueo resulte rentable; y (iii) que lo anterior dé lugar a efectos sobre la competencia, en detrimento de los consumidores³⁵.
41. Los antecedentes de la Investigación permiten descartar el cumplimiento de los señalados requisitos en lo que se refiere al bloqueo de insumos, en vista que en la actualidad WAYS vende exclusivamente a los supermercados de Walmart y no a terceros, por lo que la adquisición de dos locales de supermercado no conlleva un

³⁴ El Líder está ubicado a menos de dos minutos en vehículo del Jumbo, sin perjuicio de que también se cuenta con la presencia del Unimarc. Adicionalmente, el líder se ver enfrentado a la presión competitiva de los supermercados del centro de San Bernardo, los cuales no alcanzan a estar dentro de la isócrona de Monserrat. Por su parte, Monserrat enfrenta una mayor presión competitiva de Comercial Castro ubicado a 3 minutos en vehículo. Véase a este respecto la presentación de Walmart Chile S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9031-2021; la presentación de Cencosud S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9032-2021; y la presentación de SMU S.A. de fecha 24 de mayo de 2021, correlativo ingreso N°9018-2021.

³⁵ Véase en primer lugar el Informe de Aprobación con medidas de mitigación de la adquisición de control en GrandVision N.V. (Rotter & Krauss) por parte de EssilorLuxottica S.A., rol FNE F220-2019, p.95. Además, la Fiscalía ha analizado riesgos de esta naturaleza en la operación de concentración entre Banco Santander – Chile y Sociedad de Recaudación y Pagos de Servicios Limitada, rol FNE F101-2017; la adquisición de CDF por parte de Turner International Latin America, Inc., rol FNE F116-2018; la adquisición de las acciones de Grupo Empresas Navieras, SAAM Puertos y Ransa Comercial en el Terminal Puerto Arica por Inversiones Neltume e Inversiones y Construcciones Belfi, rol FNE F135-2018; y la adquisición de control por parte de Producción e Inversiones Aleste Limitada y Sociedad de Inversiones AH Limitada en Fidelitas Entertainment SpA; entre otros.

cambio relevante en los incentivos de Walmart para excluir a potenciales terceros que pudieran adquirir productos a través de sus sistemas de distribución³⁶.

42. De igual manera es posible descartar un bloqueo de clientes derivado de la Operación, puesto que la adquisición de los dos locales analizados no resulta relevante a nivel nacional³⁷. Si bien Walmart es un actor importante en la industria, su participación a nivel multi-mercado no se ve sustancialmente alterada por la adquisición de dos locales de supermercado con ocasión de la Operación³⁸, sin que se observe un cambio significativo en su habilidad y/o incentivos para excluir a proveedores mediante un bloqueo de clientes como consecuencia del perfeccionamiento de ésta³⁹.
43. Consecuentemente, es posible descartar la ocurrencia de riesgos verticales, derivados de la Operación, capaces de reducir sustancialmente la competencia.

III.3 Riesgos Coordinados

44. Recientemente el TDLC ha señalado que “[l]os riesgos de coordinación consisten en que, con la mayor concentración resultante de la operación en un mercado oligopólico, cambien los incentivos que tienen las firmas presentes en el mercado para coordinar sus acciones y alcanzar así un mayor poder de mercado. Este riesgo no sólo se refiere a incrementos en la posibilidad de colusión entre las empresas que se mantendrán en el mercado, sino también el de coordinación por interdependencia de sus decisiones comerciales, esto es, sin mediar comunicación entre ellas”⁴⁰.
45. Sin perjuicio de los precedentes existentes en esta industria⁴¹, es posible descartar que la Operación aumente los riesgos coordinados atendido, primeramente, que no altera de manera relevante la estructura del mercado a nivel nacional. Las cadenas de supermercado compiten a nivel nacional y tienen presencia en múltiples espacios geográficos, barrios, comunas y ciudades a lo largo del país. La adquisición de dos locales, en dos zonas donde el adquirente ya estaba presente, no afecta la situación de la industria a nivel nacional y la posibilidad o imposibilidad de que ocurran situaciones que hagan más probable o estable una coordinación⁴².

³⁶ Los supermercados de cadena tienen sus propios sistemas de abastecimiento y, además, los actores del mercado señalan la existencia de una gran dispersión en el mercado. Véanse a este respecto: la declaración de don Darwin Yáñez Escobar, Jefe Zonal de Cencosud S.A. de fecha 1 de junio de 2021; la declaración de don Felipe Farfán Abarca, Gerente General de Comercial Castro S.A. de fecha 25 de mayo de 2021, y la declaración de don Carlos Moisés Hidalgo González, Director Ejecutivo de Supermercados Montserrat S.A.C. de fecha 13 de mayo de 2021.

³⁷ Recordando que el TDLC ha definido el mercado relevante geográfico aguas arriba como nacional.

³⁸ De acuerdo a la asociación gremial de supermercados, a nivel nacional existen más de mil trescientas salas de venta de supermercados, de los cuales Walmart poseería aproximadamente 230. Supermercados de Chile A.G., en base a información del Instituto Nacional de Estadísticas. <https://www.supermercadosdechile.cl/estadisticas/> (última consulta: 12 de junio de 2021).

³⁹ Incluso si los supermercados de Walmart no estuvieran integrados verticalmente con WAYS, podría haber un riesgo de empeoramiento de las condiciones de compra de cara a los proveedores. Ello se derivaría del hecho de existir una concentración mayor a nivel multi-mercado entre las distintas cadenas del rubro, lo que podría llevar a una mejor posición de negociación de la entidad resultante de la Operación respecto de sus proveedores, que podrían ver empeoradas sus condiciones de compra. No obstante, tal riesgo puede descartarse considerando el escaso impacto de la Operación a nivel multi-mercado.

⁴⁰ TDLC, Resolución N°65/2021, p. 38.

⁴¹ Informe FNE Cencosud, p. 38 – p. 40.

⁴² TDLC, Sentencia N°167/2019, p. 51. En su condena a la colusión ocurrida entre supermercados para la carne blanca de pollo, el TDLC señaló que “Que en cuanto al ámbito geográfico, es indudable que es nacional y no local, pues la acusación no dice relación directa con la competencia a través de canastas de productos (como fue lo relevante, por ejemplo, en el caso de la Sentencia N°147/2015), sino con el acuerdo que se habría adoptado a nivel central por cada una de las requeridas para aplicar un precio mínimo de venta en uno de ellos de manera específica. Esta definición –nacional– es, además, consistente con lo señalado en la Sentencia N°119/2012 (considerando 29), caso que presentaba características similares en su dimensión geográfica”.

46. Consecuentemente, es posible afirmar que la Operación no produce riesgos coordinados capaces de reducir sustancialmente la competencia, al no ser inherente a ésta una mayor probabilidad o sostenibilidad de una coordinación en la industria de supermercados. Sin perjuicio de lo anterior, esta División considera que la eventual adquisición sucesiva de locales individuales podría implicar un cambio relevante en la estructura del mercado, pudiendo causar riesgos coordinados capaces de reducir sustancialmente la competencia, lo que deberá ser evaluado en su mérito en su oportunidad, en caso de ocurrir.

III.4 Otras consideraciones

47. De acuerdo a lo señalado *supra*, las Partes acompañaron a la Investigación antecedentes destinados a argumentar la procedencia de la defensa de empresa en crisis respecto de Montserrat. Sin embargo, considerando que dicha defensa corresponde a un elemento de contrapeso a eventuales riesgos para la competencia que la materialización de una operación de concentración pueda conllevar, y que la Operación no sería apta para reducir sustancialmente la competencia a la luz de los antecedentes de la Investigación antes expuestos, esta División considera innecesario pronunciarse sobre la concurrencia o no de los requisitos para configurar dicha defensa.
48. Adicionalmente, y para efectos de lo señalado en el párrafo 31 de la Guía de Competencia⁴³, cabe destacar que, de acuerdo con los antecedentes de la Investigación, Walmart sólo ha manifestado intención real y seria de adquirir influencia decisiva sobre los locales objeto de la Operación. Respecto a la intención de Walmart de tomar en arriendo otros supermercados ofrecidos por Inmobiliaria Santander, la información recabada, al menos a esta fecha, da cuenta que ella no se encuentra firme y que, por el contrario, existe información que da cuenta de la negativa de Walmart a arrendar algunos de ellos⁴⁴.
49. Finalmente, se deja constancia que a la luz del avenimiento alcanzado con fecha 15 de diciembre de 2006 entre la Fiscalía y Distribución y Servicio D&S S.A. (anterior controlador de los supermercados de Walmart), aprobado por el TDLC⁴⁵, Walmart debe informar a esta Fiscalía cualquier operación de concentración que pretenda realizar con una antelación no menor a treinta días corridos previos al

⁴³ “Transacciones sucesivas: Serán tales, si se producen dos o más transacciones entre unos mismos agentes económicos durante un período de dos años, siendo razonable concluir que estas tienden hacia una única operación de concentración. Así, por ejemplo, dos o más actos independientes, que individualmente considerados no otorguen el control de ningún agente económico a otro, o bien no otorguen el control de la totalidad o de parte relevante de los activos de un agente económico a otro, podrían conferirlos si son considerados conjuntamente y deberán, en tal caso, ser sometidos a evaluación como una única operación de concentración”. Esta disposición de la Guía de Competencia tiene como propósito asegurar que las mismas partes no dividan su operación en múltiples transacciones, dentro de un periodo de tiempo dado, con el ánimo de evadir el control de operaciones de concentración. En el mismo sentido, artículo 5(2) subpárrafo 2 del Reglamento de Control de Operaciones de Concentración de la Comisión Europea. En este sentido la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia de la Comisión Europea señala: “Si se producen dos o más transacciones (cada una de las cuales da lugar a una adquisición de control) en un periodo de dos años entre las mismas personas o empresas, se considerarán como una única concentración, independientemente de que dichas transacciones tengan que ver con partes de la misma empresa o afecten al mismo sector. Esto no se aplica cuando a las mismas personas o empresas se unen otras personas o empresas sólo para algunas de las transacciones en cuestión. Es suficiente con que las transacciones, aunque no se lleven a cabo entre las mismas compañías, se realicen entre compañías pertenecientes a los mismos grupos respectivos. La disposición también se aplica a dos o más transacciones entre las mismas personas o empresas si se realizan simultáneamente. Siempre que lleven a adquisiciones de control por la misma empresa, estas transacciones simultáneas entre las mismas partes forman una única concentración aun cuando no estén condicionadas entre sí [...]” (COMISIÓN EUROPEA, Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, párrafo 50).

⁴⁴ Ver Anexo Confidencial Sección 4 letra h) de las Notificaciones.

⁴⁵ En causa rol C-101-2006, que dio lugar a la Resolución N°65/2008 del TDLC.

perfeccionamiento de ésta. Ello se tiene por cumplido respecto de la Operación, habiéndose utilizado el mecanismo de notificación voluntaria establecido en el artículo 48 inciso 8° del DL 211.

IV. CONCLUSIÓN

50. En atención a los antecedentes y análisis realizado a lo largo de este Informe, se recomienda aprobar la presente operación de concentración de manera pura y simple, al no resultar apta para reducir sustancialmente la competencia, salvo el mejor parecer del señor Fiscal. Ello sin perjuicio de la facultad de esta Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia de los mercados.

LLS/RHR

**FRANCISCA LEVIN VISIC
JEFA DIVISIÓN DE FUSIONES**