



VISTOS:

1. La presentación de fecha 20 de marzo de 2026, ingreso correlativo N°69.928–2026 (**"Notificación"**), mediante la cual Innovación y Tecnología Empresarial Item Limitada (**"Comprador"** o **"MacOnline"**), y Yáneken Retail SpA (**"Vendedor"** o **"Aufbau"** y, conjuntamente con el Comprador, **"Partes"**), notificaron a esta Fiscalía Nacional Económica (**"Fiscalía"**) una operación de concentración, consistente en la eventual adquisición de activos del Vendedor, correspondientes al negocio de distribución y comercialización minorista de productos de consumo personal, operados bajo la marca Aufbau (**"Operación"**).
2. Las resoluciones de fechas 6 de abril y 6 de mayo de 2026, en que esta Fiscalía declaró la falta de completitud de la Notificación; y las presentaciones de fecha 20 de abril de 2026, ingreso correlativo N°71.654–2026, y 8 de mayo de 2026, ingreso correlativo N°72.066–2026, en que las Partes complementaron la Notificación, acompañando nuevos antecedentes.
3. La resolución de fecha 20 de mayo de 2026 que instruyó el inicio de una investigación con el propósito de analizar los posibles efectos de la Operación en la competencia, bajo el Rol FNE F465-2026 (**"Investigación"**).
4. El informe de la División de Fusiones de esta Fiscalía, emitido con esta misma fecha (**"Informe"**).
5. La Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de esta Fiscalía de mayo de 2022 (**"Guía de Análisis Horizontal"**).
6. Lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 39, 50 y 54, y en el Título IV, todos del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973 (**"DL 211"**).
7. Lo establecido en el Reglamento sobre la Notificación de una Operación de Concentración, aprobado mediante el Artículo Segundo del Decreto Supremo N°41, de 2021, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y en especial en sus artículos 1°, 2°, 4° y 6°.

CONSIDERANDO:

1. Que el Comprador es una sociedad perteneciente al Grupo Sonda, que desarrolla actividades de comercialización minorista de equipos tecnológicos mediante la marca MacOnline, especializándose en la venta de productos marca Apple a través de sus tiendas físicas y *online*. Asimismo, presta servicios técnicos especializados asociados a dichos productos. MacOnline es una filial de la sociedad Quintec Distribución S.A. (**"Quintec"**), dedicada a la distribución mayorista de productos tecnológicos, incluyendo productos marca Apple, entre otras. Dentro de su grupo empresarial se encuentra Vertical Retail S.A., dedicada a la comercialización minorista de productos Apple refaccionados mediante las tiendas BackOnline y su canal de ventas *online*.
2. Que el Vendedor es una sociedad cuyas actividades se centran en la comercialización minorista y mayorista de artículos de consumo. Desarrolla sus actividades a través de

diversas marcas comerciales, entre ellas Belsport, Bold, Drops, Hoka, Oakley, Antihuman, Locker y Aufbau. A través de esta última se dedica a la comercialización minorista de productos electrónicos y a la prestación de servicios técnicos, especializándose en la venta de productos marca Apple.

3. Que la Operación consiste en la eventual adquisición de la totalidad de los activos que conforman el negocio de Aufbau por parte de MacOnline. Esta recae sobre activos tangibles e intangibles relevantes y con el potencial para producir un impacto en el mercado, lo que permite afirmar que resulta en una operación de concentración de aquellas previstas en el artículo 47 letra d) del DL 211.
4. Que la Operación da lugar a traslapes tanto horizontales como verticales. En el ámbito horizontal, MacOnline y Aufbau coinciden en la comercialización minorista de productos electrónicos de consumo personal, especialmente marca Apple, además de participar en la prestación de servicio técnico asociado a dichos productos. En el ámbito vertical, Quintec, desarrolla actividades de distribución mayorista de productos electrónicos, incluyendo marca Apple, mientras que MacOnline y Aufbau operan aguas abajo en la comercialización minorista de estos. Además, BackOnline participa en la venta de productos reacondicionados a consumidores finales.
5. Que el análisis competitivo consideró una definición conservadora del mercado relevante, siguiendo los lineamientos de la Guía de Análisis Horizontal¹, segmentando la comercialización minorista de productos Apple según categorías de producto (teléfonos, computadores, *tablets*, *wearables*, audífonos y otros accesorios, todas las categorías en conjunto “**Productos**”) y distinguiendo entre productos Apple y aquellos de otras marcas, y analizando tanto los canales de venta físico como *online*. Esta aproximación se sustenta en la práctica previa de esta Fiscalía y experiencia comparada, que reconocen la posibilidad de segmentar tanto por tipo de producto como por canal de distribución. No obstante, cierta evidencia recopilada sugiere que dicha definición, al ser aquella más conservadora, podría resultar más estrecha que la realidad competitiva del mercado.
6. Que, en cuanto a la dimensión geográfica, se consideró un alcance nacional para las ventas digitales y una extensión local para las ventas físicas, definida sobre la base de áreas de influencia y tiempos de desplazamiento.
7. Que la Investigación permitió constatar que la distribución mayorista de Productos Apple constituye un mercado diferenciado de la comercialización minorista. Considerando la práctica nacional y comparada, el análisis adoptó una aproximación conservadora consistente en evaluar un mercado de distribución mayorista de Productos Apple, segmentado por categorías de producto con un alcance geográfico nacional, atendida la centralización de las negociaciones comerciales y las características de este canal de distribución.
8. Que, respecto de la comercialización de productos reacondicionados, Aufbau no participa en la venta de estos a consumidores finales, sino que provee a terceras empresas unidades no nuevas de marca Apple destinadas a ser reacondicionadas para su venta minorista. Se estimó que dicha relación puede asimilarse a una estructura vertical de distribución mayorista y minorista, similar a la observada en la comercialización de Productos Apple nuevos, por lo que para efectos del análisis de la Operación y sin establecer una definición precisa, se consideró la actividad de

¹ Guía de Análisis Horizontal, párrafo 27.

distribución mayorista de Productos Apple destinados al reacondicionamiento y posterior venta minorista, bajo un alcance geográfico nacional.

9. Que en relación con los servicios técnicos especializados para Productos Apple, se observó que su prestación como autorizados por Apple requiere una certificación específica otorgada por dicha marca, la que habilita a determinados proveedores para realizar reparaciones y soporte conforme a los estándares definidos por la marca, diferenciando además entre aquellos realizados durante el período de garantía del fabricante y aquellos realizados una vez expirado dicho plazo, los cuales tendrían un alcance nacional y local, respectivamente.
10. Que en el análisis de la comercialización minorista de las distintas categorías que componen los Productos, diferenciando entre canal digital y físico y delimitado a marca Apple a nivel local, se observó que en las regiones donde ambas Partes cuentan con presencia simultánea, existe una baja cercanía competitiva entre sus locales y una amplia oferta de alternativas para los consumidores. En las regiones con traslape, los locales de las Partes se encuentran generalmente ubicados en centros comerciales distintos y, aquellos que caben dentro de áreas de influencia definidas por isócronas de veinte minutos de desplazamiento, enfrentan numerosos competidores que también comercializan Productos Apple. Asimismo, se constató que existen varios actores más cercanos a cada local que la sucursal de la otra Parte, por lo que las Partes no constituyen entre sí los actores geográficamente más próximos.
11. Que la Investigación ponderó que los consumidores suelen comparar precios y condiciones entre distintos oferentes antes de comprar productos tecnológicos de alto valor, lo que limita la capacidad de la entidad resultante para afectar precios o condiciones comerciales². A ello se suma la presión competitiva ejercida por el canal *online* y la eventual competencia proveniente de marcas alternativas de alta gama. En consecuencia, incluso bajo una definición conservadora del mercado, es posible descartar que la Operación sea apta para reducir sustancialmente la competencia en la comercialización minorista en el canal físico.
12. Que, respecto del canal *online*, un análisis estructural realizado bajo una metodología conservadora mostró niveles de concentración y variaciones derivadas de la Operación que no superan los umbrales de concentración establecidos en la Guía de Análisis Horizontal para ninguna de las categorías analizadas, salvo en el segmento de accesorios tecnológicos, donde existen numerosos competidores alternativos y en que las participaciones de las Partes se encontraban sobreestimadas.
13. Que respecto de los servicios técnicos especializados para Productos Apple, la Investigación permitió descartar que la Operación sea apta para reducir sustancialmente la competencia. En el caso de los servicios prestados bajo garantía, las variables de precio y calidad son determinadas principalmente por Apple, existiendo además a nivel nacional múltiples alternativas, por lo que las Partes carecen de capacidad para influir sobre ellas. Por su parte, en los servicios fuera de garantía, no obstante a nivel local existen alternativas de prestadores autorizadas por la marca, se observó que respecto a los servicios prestados por terceros aun sin contar con dicha autorización, estos podían constituir alternativas para los consumidores, al no existir restricciones de acceso a los repuestos de la marca.

² Si bien Apple Chile incide en variables de calidad, esta no impone ni fija el precio final de los Productos.

14. Que en cuanto a la relación vertical analizada respecto de la distribución mayorista de Productos Apple y de determinadas categorías de accesorios, y MacOnline y Aufbau, como comercializadores minoristas, el análisis evidenció que Quintec posee una participación reducida en la distribución mayorista de Productos Apple, donde la principal presencia corresponde a la filial de Apple en Chile, que concentra la mayor parte de las ventas y ejerce una fuerte presión competitiva. Asimismo, la existencia de otros distribuidores, incluido un nuevo entrante al mercado, limita aún más la habilidad de Quintec para restringir el acceso a insumos por parte de competidores minoristas.
15. Que, respecto a una posible estrategia de bloqueo de clientes, durante 2025, tanto MacOnline como Aufbau adquirieron todos sus Productos directamente de la filial de Apple en Chile, por lo que no constituyen clientes relevantes para los distribuidores mayoristas competidores de Quintec, concluyéndose que la implementación de dicha estrategia no tendría efectos en el mercado ni en el desenvolvimiento competitivo de estos últimos, en relación con la situación pre-Operación.
16. Que en cuanto a la comercialización de productos reacondicionados, se evaluaron los posibles riesgos verticales asociados a estrategias de bloqueo de insumos y de clientes entre Aufbau, MacOnline y BackOnline, constándose que, aunque Aufbau participa en la venta de equipos destinados al reacondicionamiento, existen diversos proveedores alternativos capaces de abastecer a los competidores de BackOnline, descartándose su habilidad para un bloqueo de insumos y, para un eventual bloqueo de clientes, se verificó que BackOnline no constituye un cliente relevante para proveedores competidores, descartándose la posibilidad de riesgos derivados de ello.
17. Que, consecuentemente, la Fiscalía concluyó que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia en los segmentos analizados.

RESUELVO:

- 1°.- **APRUEBESE**, en forma pura y simple, la operación de concentración consistente en la adquisición de activos de Yáneken Retail SpA (Aufbau) por parte de Innovación y Tecnología Empresarial Item Limitada (MacOnline).
- 2°.- **COMUNIQUESE** a las Partes por medio de correo electrónico, conforme a lo establecido en el artículo 61 del DL 211.
- 3°.- **PUBLIQUESE**.

Rol FNE F465–2026.

JORGE GRUNBERG PILOWSKY
FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
Fiscalía Nacional Económica
Incorpora Firma Electrónica Avanzada

GSS/SDA/LLS