

Santiago, 26 de noviembre de 2021

VISTOS:

1. La presentación de fecha 5 de noviembre de 2020, correspondiente al ingreso correlativo N°03859-20 ("**Notificación**")¹, mediante la cual se notificó a la Fiscalía Nacional Económica ("**Fiscalía**" o "**FNE**") la eventual adquisición por parte de Cadena Comercial Andina SpA ("**CCA**") y Comercial Big John Limitada ("**Oxxo Chile**" y, junto con CCA, "**Compradoras**") del 100% de las acciones representativas del capital social de OK Market S.A. ("**OKM**"), propiedad de Inversiones SMU SpA y Supermercados Chile S.A. (conjuntamente "**SMU**" o "**Vendedoras**" y, junto con las Compradoras, "**Partes**") ("**Operación**").
2. Las presentaciones de fecha 5 de noviembre de 2020, ingreso correlativo N°03856-20 y N°03858-20, mediante las cuales las Partes solicitaron eximirse de acompañar ciertos antecedentes a la Notificación; la resolución que accedió parcialmente a la solicitud de exención referida; y la resolución que declaró la Notificación incompleta, ambas dictadas por esta Fiscalía con fecha 18 de noviembre de 2020.
3. Las presentaciones de fecha 2 de diciembre de 2020, ingreso correlativo N°04069-20 y N°04070-20, mediante las cuales las Partes subsanaron los errores y omisiones de la Notificación y solicitaron eximirse de presentar cierta información por no encontrarse razonablemente disponible, de conformidad al artículo 3 N°1 del Decreto Supremo N°33 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que Aprueba Reglamento de fecha 1° de marzo de 2017, sobre Notificación de una Operación de Concentración, publicado en el Diario Oficial con fecha 1° de junio de 2017.
4. La resolución que accedió a la solicitud de exención referida en el visto anterior y la resolución de inicio que instruyó la investigación bajo el Rol FNE F250-2020 ("**Investigación**"), ambas dictadas por esta Fiscalía con fecha 17 de diciembre de 2020.
5. La reunión sostenida entre la Fiscalía y los apoderados de las Partes con fecha 25 de enero de 2021, en la que se les informó, en base a los antecedentes de la Investigación recabados hasta dicha fecha, de los riesgos que la Operación podría producir para la libre competencia ("**Presentación de Riesgos**"), de conformidad con el artículo 53 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**").
6. La resolución de fecha 1° de febrero de 2021, por medio de la cual esta Fiscalía extendió la Investigación hasta por un plazo máximo de 90 días adicionales², por estimar que la Operación podría reducir sustancialmente la competencia, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 54 letra c) del DL 211, dando inicio a la segunda fase de Investigación ("**Fase II**").
7. La presentación de las Partes realizada con fecha 30 de abril de 2021, correlativo de ingreso N°5874-2021, mediante la cual acompañaron un documento denominado "*Advocacy Paper*", el cual contiene elementos adicionales de análisis y contraargumentos a la Presentación de Riesgos.

¹ Junto con los documentos acompañados, las Partes presentaron un informe preparado por la consultora económica FK Economics ("**Primer Informe FK**"), que analizaba los efectos de la Operación junto con sus potenciales riesgos y eficiencias.

² FNE, resolución que extiende la investigación F250-2020, disponible en: < https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/02/fasell_F250_2020.pdf > [última visita: 09.11.2021].

8. Los resultados (i) de un estudio de los patrones de sustitución de los clientes de las Partes efectuado por esta Fiscalía, que incluyó una encuesta en línea a consumidores finales de tiendas de conveniencia de las Partes ("**Encuesta**"), así como un cuestionario en línea a almaceneros ("**Cuestionario**"); y (ii) de las visitas a terreno efectuadas por funcionarios de la FNE a ciertas zonas geográficas en las cuales las Partes traslapan sus actividades ("**Visitas**").
9. La reunión sostenida vía remota con las Partes con fecha 20 de mayo de 2021³, en la que se les comunicaron los riesgos que la Operación podría generar para la libre competencia, conforme a lo establecido en el artículo 53 inciso primero del DL 211, y el envío posterior, con fecha 1° de junio de 2021, de un informe que detalla el análisis sustantivo de riesgos ("**Informe de Riesgos**").
10. La presentación de fecha 2 de junio de 2021, correlativo de ingreso N°9173-2021, mediante la cual las Partes acompañaron un primer ofrecimiento de medidas de mitigación, junto con un informe preparado por la consultora económica FK Economics ("**Segundo Informe FK**")⁴.
11. Las sucesivas presentaciones de medidas de mitigación efectuadas por las Partes en las siguientes fechas: (i) 14 de julio de 2021, correlativo de ingreso N°11019-21; (ii) 4 de agosto de 2021, correlativo de ingreso N°11367-21; (iii) 25 de agosto de 2021, correlativo de ingreso N°11723-21; (iv) 15 de septiembre de 2021, correlativo de ingreso N°12045-21; (v) 7 de octubre de 2021, correlativo de ingreso N°13294-21; y (vi) 3 de noviembre de 2021, correlativo de ingreso N°14697-21.
12. La presentación de fecha 8 de noviembre de 2021, correlativo de ingreso N°14782-2021, relativo al ofrecimiento definitivo de medidas de mitigación por las Partes, en conformidad con el artículo 53 del DL 211 ("**Medidas de Mitigación**"), las que se adjuntan en su versión definitiva como Anexo N°1 del Informe.
13. El informe de la División de Fusiones de esta Fiscalía de esta misma fecha ("**Informe**").
14. Lo señalado en la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración de 2012 de esta Fiscalía ("**Guía**") y lo dispuesto en la Guía de Remedios de 2017 de esta Fiscalía ("**Guía de Remedios**").
15. Lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 39, 50, 53, 54 y 57 y demás disposiciones aplicables del DL 211; y

CONSIDERANDO:

1. Que la Notificación da cuenta de una operación de concentración de aquellas contempladas en el artículo 47, letra b) del DL 211, al adquirir las Compradoras derechos que le permitirían influir decisivamente en la administración de OKM.
2. Que la Operación implica la adquisición por parte de Oxxo de los 126 locales de tiendas de conveniencia de OKM en Chile. Dichos locales se encuentran ubicados principalmente en la Región Metropolitana, con una presencia menor en la Región de Valparaíso y en la Región del Biobío. De perfeccionarse la Operación, dichos locales se sumarán a los 109 locales Oxxo que las Compradoras actualmente poseen en Chile.

³ Adicionalmente, de forma previa con fecha 19 de mayo de 2021, en reunión solicitada mediante plataforma digital de Solicitud Audiencia Ley N°20.730, los apoderados de las Partes le expusieron al Fiscal Nacional Económico sus opiniones en relación a la Operación, así como también sus preocupaciones en cuanto a los plazos de la Investigación.

⁴ Con fecha 18 de junio de 2021, esta Fiscalía entregó a las Partes sus comentarios al Segundo Informe FK.

3. Que CCA y Oxxo Chile son sociedades constituidas en Chile. La actividad principal de Oxxo Chile es la comercialización de toda clase de bienes, especialmente comestibles y bebestibles, a través de tiendas de conveniencia bajo la marca Oxxo. Ambas sociedades son controladas por el grupo Fomento Económico Mexicano Sociedad Anónima Bursátil de Capital Variable (“**FEMSA**”), entidad con presencia internacional en distintos mercados e industrias, y que en Chile participa en el mercado farmacéutico a través del Grupo Socofar.
4. Que, por su parte, Inversiones SMU SpA y Supermercados Chile S.A. son sociedades constituidas en Chile y controladas por SMU S.A., sociedad anónima abierta que participa del negocio de supermercados y tiendas de conveniencia, todas pertenecientes al grupo empresarial de la familia Saieh. Inversiones SMU SpA y Supermercados Chile S.A. son las controladoras de OKM, la entidad *target* de la Operación, una sociedad anónima cuyo objeto es la explotación de la línea de negocios de supermercados y tiendas de conveniencia.
5. Que, en nuestro país, Oxxo Chile y OKM superponen sus actividades en la venta al por menor en tiendas de conveniencia –esto es, locales de menor tamaño que un supermercado, dedicados a la venta minorista con una amplia variedad de productos, principalmente alimenticios, y que buscan satisfacer necesidades de impulso o de reposición de emergencia, que esencialmente se caracterizan por brindar una experiencia de compra rápida. Adicionalmente, algunas tiendas de conveniencia venden sus productos de forma *online* a través de plataformas de intermediación.
6. Que, respecto del mercado relevante de producto, existen distintos segmentos y formatos a través de los cuales se desarrolla la venta al por menor de productos. Las Partes participan en el segmento de tiendas de conveniencia, el que a su juicio incluiría a otros actores tales como: (i) tiendas ubicadas en estaciones de servicio de combustible (“**EDS**”); (ii) tiendas en las que coincidiría parcialmente el *mix* de productos de las Partes –como ciertas panaderías, locales de comida al paso o tiendas *gourmet*⁵–; y (iii) tiendas pertinentes del canal tradicional, como almacenes y/o *minimarkets* de barrio.
7. Que en el marco de la Investigación se analizaron con detalle las características particulares de las tiendas en estos segmentos, principalmente en cuanto a su ubicación, tipo de acceso, tamaño, *mix* de productos ofertados y forma de determinar los precios de cada segmento.
8. Que los distintos actores que participan en la industria presentan diferencias y similitudes que definen el mayor o menor grado de presión competitiva que se ejercen recíprocamente entre sí. En primer lugar, en comparación con las Partes, otras tiendas de conveniencia tienen un *mix* de productos, una superficie y una orientación de negocio similares⁶. Por su parte, las tiendas de EDS⁷ tendrían el grueso de categorías ofrecidas por las Partes, dependiendo principalmente del formato de tienda, así como una orientación de negocio similar, aunque, en ocasiones, detentan superficies relativamente distintas a las de una tienda promedio de las Partes. En tercer lugar, existen otras tiendas (“**Otras Tiendas**”), que si bien algunas pertenecen

⁵ Cabe señalar que las Partes, en su *Advocacy Paper* de fecha 30 de abril de 2021, indicaron a las siguientes empresas como ejemplos de tiendas de conveniencia: Spid, Marked, Piu Market, Hungry Market, La Cotidiana, Lo Saldes, Get It, Mi Market, Groovy, Minimarket Roma Providencia y Sucasa Express.

⁶ En el segmento de tiendas de conveniencia participan empresas como OKM, Oxxo, Breti Alimentos SpA, Norte-Sur Internacional S.A., Sociedad Barry SpA, K Cinco SpA, Sociedad Comercial Los Alpes Limitada y Get It, entre otras. De estas cadenas, OKM y Oxxo son las que cuentan con mayor cantidad de tiendas, con 126 y 109 locales, respectivamente, seguidas por Maxi K con 92 tiendas y XS Market, con 61 tiendas. Los otros actores indicados poseen un número considerablemente menor de locales.

⁷ En este segmento se incluyen las tiendas de EDS Punto Copec y Pronto Copec, Spacio1 (Petrobras), Upa! y Upita! (Shell).

al segmento de panaderías, pueden ejercer presión competitiva a las Partes en razón de la ubicación de sus locales. Por su parte, si bien el canal tradicional -almacenes⁸- coincide con las tiendas de conveniencia en cuanto a satisfacer necesidades de reposición y de consumo al paso, se han podido observar diferencias sustantivas entre ambos segmentos, principalmente respecto del *mix* de productos ofrecido y a la superficie del local, así como también al *ticket* promedio de compra.

9. Que, a la luz de lo anterior y para efectos de analizar el impacto competitivo de la Operación, se tiene que, en base a la heterogeneidad y a los distintos grados de presión competitiva que se puede observar ejercen los distintos actores que participan en el mercado, la aproximación más idónea consiste en realizar un análisis de cercanía competitiva entre las tiendas de las Partes y otros actores. Con todo, esta Fiscalía adoptó parcialmente la definición de mercado de producto relevante propuesta por las Partes, en cuanto a evaluar el mercado desde una perspectiva amplia, ámbito que incluye la venta al por menor de tiendas de conveniencia, tiendas de EDS y Otras Tiendas similares a las de las Partes. Asimismo, el análisis del mercado relevante se enfocó en la venta presencial que efectúan las Partes, excluyendo al canal *online*⁹.
10. Que, respecto del mercado relevante geográfico, las Partes indicaron en la Notificación, como definición plausible, isócronas –con centro en sus locales– de aproximadamente 4,5 minutos caminando o 300 a 350 metros. En ese sentido, los antecedentes recabados en la Investigación dan cuenta que la ubicación es un elemento clave para las tiendas de conveniencia, siendo el encontrar una ubicación adecuada uno de los principales atributos de su estrategia competitiva. Asimismo, se observa que tanto las Partes como otros actores de la industria estiman que los consumidores estarían dispuestos a caminar un máximo de 3 a 5 minutos entre los distintos actores del mercado en búsqueda de alternativas de consumo, lo cual sería consistente con los resultados de la Encuesta. Además, un análisis econométrico realizado por la FNE da cuenta que, para áreas de influencia de entre 100 y 300 metros de caminata, un mayor número de competidores afecta negativamente la venta de un local de las Partes.
11. Que, por tanto, esta Fiscalía concluyó que el mercado relevante geográfico corresponde a un área de influencia de 300 metros desde cada local de Oxxo y OK Market y, a la luz de ello, analizó la cercanía competitiva de los distintos actores para con las Partes, considerando como marco de referencia la venta al por menor de tiendas de conveniencia, tiendas de EDS y Otras Tiendas, ubicadas dentro de dicha área de influencia.
12. Que, en cuanto al análisis competitivo, la Investigación dio cuenta que, de perfeccionarse la Operación pura y simplemente, se generarían los siguientes riesgos para la competencia de carácter horizontal: (i) un empeoramiento de variables competitivas, principalmente alzadas unilaterales de precios, ya que la entidad fusionada tendría los incentivos y la habilidad de incrementar los precios en sus tiendas de conveniencia; (ii) una reducción de la competencia dinámica a través de la

⁸ En particular, la referencia se hace a la categoría de almacenes y/o *minimarkets* de barrio.

⁹ En efecto, dicho canal tiene características que lo diferencian del canal físico, en cuanto a que el despacho traería consigo un tiempo y un costo adicional, lo cual reduce considerablemente la sustituibilidad entre ambos canales. En particular, el *ticket* promedio en tiendas físicas es de \$3.500 – \$10.000 y en el canal *online*, que incluiría el costo de despacho, sería de entre \$10.000 – \$20.000, según resultados de la Encuesta y lo señalado en Informe de Aprobación de Adquisición de Cornershop por parte de Uber Technologies, Inc., Rol FNE F217-2019. Por otro lado, y como se señala en la Encuesta, el consumidor de tienda de conveniencia valora la rapidez de la compra, siendo ésta principalmente no planificada o al paso, prefiriendo principalmente la compra física cerca de su hogar o lugar de trabajo. Esta tendencia a preferir la compra física se repite en los resultados de la Encuesta. Al respecto, cabe destacar que los tiempos de traslado incrementarían la espera hasta 60 minutos, en el mayor número de casos, según lo señalado en Informe de Aprobación de Adquisición de Cornershop por parte de Uber Technologies, Inc. Rol FNE F217-2019.

eliminación de un competidor potencial; y (iii) el cierre de los locales operados por OKM en [1]¹⁰.

13. Que, en cuanto al riesgo de alza unilateral de precios, el análisis de cercanía competitiva muestra de forma consistente que las Partes serían los competidores más cercanos entre sí, tanto respecto del *mix* de productos ofrecidos, del tamaño, acceso y ubicación de las tiendas, así como de la estrategia de precios¹¹. Lo anterior es coherente con los resultados económicos expuestos en el Informe, en el que se calcularon tres índices –GUPPI¹², CMCR¹³ e IPR¹⁴– considerando todas las tiendas. En específico, de los índices calculados se desprende que las Partes no sólo son los competidores recíprocamente más cercanos y que no se observa otro actor con un nivel comparable de cercanía competitiva, sino que los índices de presión al alza de precios promedio sustentan que la Operación, de materializarse de manera pura y simple, generaría para la entidad fusionada incentivos a subir precios. Ello es consistente con el comportamiento de las Partes, ya que se ha podido observar que cada Parte es el competidor más cercano de la otra y restringe respecto de la otra la determinación de sus precios no sólo a nivel local, sino que también a nivel general.
14. Que, de esa forma, la Operación reduciría sustancialmente la competencia a un nivel general, sin perjuicio del análisis local, mercado a mercado, que se efectuó por esta Fiscalía en la Investigación dada las características locales de cada mercado geográfico, para de esa forma poder evaluar si en cada uno de ellos existen o no actores que pudieran disciplinar a las Partes una vez perfeccionada la Operación, así como la magnitud de la posible presión competitiva que podrían ejercer sobre la entidad fusionada.
15. Que, del análisis local realizado, para el que se utilizaron ciertos filtros estructurales para determinar los mercados con mayores riesgos¹⁵, y en el que se consideró también la información obtenida en las Visitas, se concluyó que existen 24 mercados geográficos en los que la Operación cuenta con la aptitud para reducir sustancialmente la competencia, los que fueron revisados en mayor detalle, según se da cuenta en el Anexo N°2 del Informe¹⁶⁻¹⁷.
16. Que, en cuanto al riesgo de eliminación de competidor potencial, los antecedentes recabados en la Investigación indican que el escenario contrafactual más probable de la Operación habría implicado la apertura de nuevas tiendas de las Partes¹⁸, por lo que fue necesario analizar también si la Operación conlleva la pérdida de un competidor potencial. Así, esta Fiscalía concluyó que se cumplían los requisitos establecidos en decisiones previas de esta misma Fiscalía y/o en la jurisprudencia

¹⁰ Para los efectos de la presente resolución, la numeración presentada entre corchetes (“[]”) se refiere a información de carácter confidencial de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 39 letra a) del DL 211. Dicha información se encuentra contenida en el respectivo anexo de notas confidenciales.

¹¹ Las Partes superponen sus actividades en al menos doce comunas, teniendo locales que son más cercanos geográficamente entre ellas que aquellas tiendas de los otros actores del segmento de tiendas de conveniencia; en que ambas se caracterizan por una fuerte presencia en locales del tipo ‘a pie de calle’; y en que, comparativamente, superponen su *mix* de productos de forma más completa que respecto a otros actores.

¹² Sigla referente a *Gross Upward Pricing Pressure Index*.

¹³ Sigla referente a *Compensating Marginal Cost Reduction*.

¹⁴ Sigla referente a *Illustrative Price Rise*.

¹⁵ Este enfoque de filtros ha sido utilizado por la agencia de competencia del Reino Unido, *Competition and Markets Authority* (“CMA”) en fusiones de *retailers*, CMA (2017), *Retail Mergers Commentary*, página 18.

¹⁶ Respecto de cada uno de ellos, se examinó la presencia efectiva y se ponderó la mayor o menor la presión competitiva que podrían ejercer los competidores de las Partes en cada mercado geográfico (tiendas de EDS, almacenes e incluso Otras Tiendas).

¹⁷ En ellos fue posible concluir que, en caso de perfeccionarse la Operación, en cada uno de dichos mercados geográficos: (i) las Partes pasarían a ser el único actor; o (ii) el mercado geográfico pasaría a tener menos de tres actores; o (iii) no se contaría en dicho mercado geográfico con otros actores relevantes capaces de ejercer presión competitiva suficiente a la entidad fusionada.

¹⁸ En específico, de acuerdo a sus planes de expansión, a lo menos [2] nuevas aperturas de OKM se realizarían en mercados donde Oxxo ya tiene presencia; y al menos [3] de Oxxo se realizaría en un mercado donde OKM ya tiene presencia.

comparada para tener por acreditado dicho riesgo como consecuencia de la Operación, esto es, que la Operación era apta para reducir sustancialmente la competencia en los mercados donde las Partes proyectan efectuar sus próximas aperturas de locales.

17. Adicionalmente, [4], lo cual correspondería a una ineficiencia de la Operación, ya que, con su perfeccionamiento, los consumidores de [5] podrían eventualmente perder la opción de comprar en [6] tiendas de conveniencia.
18. Pues bien, la Investigación realizada concluyó que la materialización de la Operación implicaría una reducción sustancial de la competencia mediante: (i) incentivos a alzar precios, tanto a nivel general como en una serie de mercados locales; (ii) la eliminación de competencia potencial; y (iii) el eventual cierre de ciertos locales en [7].
19. Que adicionalmente, esta Fiscalía evaluó las condiciones de entrada al segmento de tiendas de conveniencia. De acuerdo a los antecedentes recabados en la Investigación, la probabilidad de una entrada oportuna y suficiente en este segmento podría verse limitada por la inversión relacionada con el arriendo o compra de los locales a utilizar, la relación y negociación con los proveedores, la organización logística y la existencia de una marca consolidada. Adicionalmente, esta FNE constató la existencia de cláusulas de exclusividad en contratos de arrendamiento entre las Partes y los dueños de locales comerciales, las que constituirían barreras artificiales que limitan tanto la entrada de nuevos actores, así como la expansión de aquellos actores que ya cuentan con presencia en el segmento. Asimismo, la información recabada en la Investigación no revela la existencia, en el segmento de tiendas de conveniencia propiamente tal, de planes concretos de entrada y/o expansión o reacomodo de actores cercanos a las Partes en el corto plazo, de una magnitud tal que pudiera permitir la conformación o fortalecimiento de un actor de una entidad y características similar a la de las Partes. Así, bajo las condiciones actuales no se advierten entradas o reposicionamientos que cumplieren copulativamente con ser suficientes, probables y oportunos para contrapesar los mayores incentivos al alza de precios de las Partes en el escenario post-Operación.
20. Que entre los contrapesos ponderados a los riesgos identificados, esta Fiscalía analizó las eficiencias que la Operación podría generar y que fueron presentadas por las Partes. Sin embargo, las eficiencias esgrimidas por las Partes no pudieron ser acreditadas ni cuantificadas fehacientemente, no habiéndosele proporcionado a esta Fiscalía antecedentes suficientes para verificar su inherencia ni cómo serían traspasadas a los consumidores de manera tal que fuese posible ponderar la aptitud de dichas eficiencias para contrapesar los riesgos detectados. Por tanto, esta Fiscalía estima que no se acreditaron en la Investigación los requisitos que la Guía y la jurisprudencia prevén para la consideración de las eficiencias como un contrapeso a los riesgos de la Operación.
21. Que, de acuerdo a lo expuesto, en el Informe de Riesgos esta Fiscalía concluyó que la Operación, de perfeccionarse pura y simplemente, puede reducir sustancialmente la competencia en los términos del DL 211, contando la entidad concentrada con la habilidad e incentivos para subir los precios a los consumidores.
22. Que, considerando el análisis efectuado por esta Fiscalía y los riesgos identificados, las Partes ofrecieron Medidas de Mitigación, con el objeto de remediar aquellos riesgos que la Operación produce para la libre competencia en el segmento de tiendas de conveniencia.
23. Que las Medidas de Mitigación ofrecidas contemplan: (i) la desinversión de 16 locales -11 de Oxxo y 5 de OKM-, ubicados en aquellos mercados calificados como

‘riesgosos’ por esta Fiscalía¹⁹, en favor de un comprador que cumpla con los requisitos para ser considerado como adecuado, bajo la modalidad de un Escenario II de la Guía de Remedios, que contempla un paquete de desinversión consistente en la venta de una unidad de negocios que se constituirá al efecto, que incluye la enajenación de 16 locales de las Partes, junto con los recursos necesarios para operar dichos locales (“**Medida de Desinversión**”)²⁰; (ii) un compromiso de mantención de tiendas en [8], incluyendo las [9] tiendas de OKM, por un período de 36 meses desde el perfeccionamiento de Operación (“**Medida de Mantención de Tiendas**”); y (iii) la renuncia unilateral y gratuita de las cláusulas de exclusividad pactadas en contratos de arrendamiento de los locales de las Partes, así como en futuros contratos de arriendo de tiendas de conveniencia, por un plazo de 10 años (“**Medida de Renuncia de Cláusulas de Exclusividad**”).

24. Que, con el fin de determinar si los remedios ofrecidos por las Partes se hacían cargo de resolver todos y cada uno de los riesgos para la competencia derivados de la Operación y sus posibles efectos en el mercado, esta Fiscalía realizó un análisis conforme a los estándares establecidos en la Guía de Remedios. Para dichos efectos, a la luz del artículo 53 inciso final del DL 211, esta Fiscalía puso la propuesta de remedios presentada por las Partes en conocimiento de terceros interesados.
25. Que, según la Guía de Remedios, las medidas estructurales son adecuadas para mitigar los problemas de competencia asociados a las operaciones de concentración de carácter horizontal, toda vez que permiten lidiar directamente con la fuente de los riesgos competitivos identificados y reestablecer la presión competitiva perdida como consecuencia de la concentración, resultando también más fácil de fiscalizar su cumplimiento que otro tipo de medidas de mitigación. La Investigación muestra que la **Medida de Desinversión** ofrecida por las Partes cumple íntegramente con los señalados lineamientos.
26. Que, por otro lado, se observó que la **Medida de Renuncia de Cláusulas de Exclusividad** es capaz de mitigar el riesgo de creación de barreras artificiales a la entrada al contemplar adicionalmente un compromiso de no establecimiento de cláusulas de exclusividad, por un plazo de 10 años, en contratos de arriendo futuros que suscriban las Partes. Por su parte, y en lo que respecta a la **Medida de Mantención de Tiendas**, la evaluación permite concluir que esta medida sería factible y proporcional al riesgo identificado, considerando el contrafactual antes indicado, en el que OKM seguiría operando tiendas en [10]. Adicionalmente, el plazo de mantención de las tiendas de 36 meses sería adecuado y su cumplimiento es factible de monitorear.
27. Que, ponderando conjuntamente las Medidas de Mitigación, esta Fiscalía estima su implementación potenciaría la competencia en tiendas de conveniencia y, además, propiciaría la expansión de un competidor que podría establecerse como cercano a las Partes y disciplinarlas competitivamente. A la luz de ello, las Medidas de Mitigación son efectivas e idóneas para impedir que la Operación genere una reducción sustancial de la competencia; son factibles de implementar, ejecutar y monitorear; y son proporcionales a los riesgos de competencia detectados de materializarse la Operación.
28. Que, en razón de lo anterior, es posible para esta Fiscalía concluir que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia en los mercados involucrados, a condición de que se dé estricto cumplimiento a todos y cada uno de los compromisos ofrecidos por las Partes mediante las Medidas de Mitigación.

¹⁹ Véase Anexo N°3 del Informe.

²⁰ Como se indica en mayor detalle en la sección 7 del Informe, la desinversión ofrecida contempla, además de la enajenación de los 16 locales de las Partes, la cesión de contratos de arriendo, permisos, patentes y autorizaciones para operar los locales, activos tangibles e intangibles, entre otros.

29. Que, en particular respecto de la Medida de Desinversión, lo expuesto en el considerando 28 anterior implica que la desinversión se efectúe en favor de un comprador considerado por esta FNE como 'adecuado', según los criterios establecidos en la Guía de Remedios. Dicha aprobación ocurrirá en un acto administrativo posterior a la presente resolución, mediante el cual esta Fiscalía deberá manifestar su conformidad respecto de la identidad de comprador del paquete de desinversión propuesto, mediante una resolución dictada al efecto ("**Resolución de Conformidad**").

RESUELVO:

1. **APRUÉBESE** la Operación de adquisición de control en OK Market S.A. por parte de Cadena Comercial Andina SpA y Comercial Big John Limitada, sujeto a la condición de que se dé cumplimiento a las Medidas de Mitigación ofrecidas por las Partes, singularizadas en el visto décimo segundo y en el considerando vigésimo tercero y siguientes de esta resolución y adjuntas en su versión definitiva como Anexo N°1 del Informe; y sujeto también a la dictación de la Resolución de Conformidad por esta FNE, de acuerdo a lo establecido en los párrafos 56 y siguientes de la Guía de Remedios.
2. **COMUNÍQUESE** a las Partes notificantes por medio de correo electrónico, según dispone el artículo 61 del DL 211.
3. **PUBLÍQUESE.**

Rol FNE F250-2020.

RICARDO RIESCO EYZAGUIRRE
FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

FU/RH//FI