

ANT.: Adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de SMU S.A.
Rol FNE F311-2022

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 28 de junio de 2022.

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, por las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 18 de marzo de 2022, mediante documento correlativo ingreso N°23.452-2022 (“**Notificación**”), SMU S.A. (“**SMU**”) e Inmobiliaria Santander S.A. (“**Inmobiliaria Santander**”) y, con SMU, (“**Partes**”) notificaron a esta Fiscalía Nacional Económica (“**Fiscalía**”) una operación de concentración, consistente en el eventual arrendamiento de largo plazo de 21 inmuebles propiedad de Inmobiliaria Santander por parte de SMU, en la Región Metropolitana y Región de Valparaíso, los que recientemente eran operados por Supermercados Montserrat S.A.C. (“**Montserrat**”).
2. Con fecha 31 de marzo de 2022, la Fiscalía dictó una resolución mediante la cual se instruyó el inicio de una investigación a efectos de analizar la Operación, bajo el rol FNE F311-2022 (“**Investigación**”).
3. SMU es una sociedad anónima abierta constituida bajo las leyes chilenas, perteneciente al grupo empresarial de la familia Saieh, cuyo giro principal es el *retail* supermercadista, operando más de 500 tiendas en dieciséis regiones del país. SMU cuenta en Chile con actividades a través de diferentes formatos de tiendas físicas y a través del comercio electrónico, siendo uno de los líderes en los mercados donde participa. Inmobiliaria Santander, por su parte, es una compañía dedicada al giro inmobiliario, perteneciente al grupo empresarial de la familia Bada, dentro del cual se incluye además a Montserrat y a Industrias Campo Lindo S.A. Esta última empresa

dedicada a la distribución aguas arriba de productos comestibles no perecibles y perecibles en la industria supermercadista¹.

4. La Operación, como ya se adelantó, consiste en un arrendamiento a largo plazo de 21 locales comerciales ubicados en la Región Metropolitana y Región de Valparaíso. A efectos de materializar el arrendamiento de los 21 locales, las Partes celebraron un acuerdo denominado “*Contrato Marco para el Arrendamiento de Locales Comerciales*” (“**Contrato Marco**”), por el cual Inmobiliaria Santander prometió dar en arrendamiento a SMU –quien, por su parte, prometió arrendar– el conjunto de locales comerciales que hasta hace poco tiempo eran operados por Montserrat, así como los activos necesarios para la operación de los mismos.
5. Los señalados arrendamientos cumplen con 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.
6. En definitiva, los 21 locales comerciales de tipo supermercado que son objeto de la Operación son los siguientes (“**Locales Objeto**”)²: (i) local de calle General San Martín N°68, comuna de Colina, Región Metropolitana; (ii) local de calle José Miguel Carrera N°13.125, comuna de El Bosque, Región Metropolitana; (iii) local de calle Santelices N°641, comuna de Isla de Maipo, Región Metropolitana; (iv) local de calle Alfredo Silva Carvallo N°1.401, comuna de Maipú, Región Metropolitana; (v) local de calle General Baquedano N°890, comuna de Paine, Región Metropolitana; (vi) local de calle Balmaceda N°503, comuna de Peñaflores, Región Metropolitana; (vii) local de calle Grecia N°8.585, comuna de Peñalolén, Región Metropolitana; (viii) local de calle México N°1.915, comuna de Puente Alto, Región Metropolitana; (ix) local de calle Santa Josefina N°40, comuna de Puente Alto, Región Metropolitana; (x) local de calle José Francisco Vergara N°159, comuna de Quilicura, Región Metropolitana; (xi) local de calle Joaquín Walker Martínez N°1.650, comuna de Quinta Normal, Región Metropolitana; (xii) local de calle Miraflores N°8.045, comuna de Renca, Región Metropolitana; (xiii) local de calle José Manuel Balmaceda N°4.569, comuna de Renca, Región Metropolitana; (xiv) local de calle Domingo Santa María N°4.112, comuna de Renca, Región Metropolitana; (xv) local de calle Gladys Marín N°6.950, comuna de Estación Central, Región Metropolitana; (xvi) local de calle Independencia N°2.181, comuna de Independencia, Región Metropolitana; (xvii) local de calle Macul N°3.578, comuna de Macul, Región Metropolitana; (xviii) local de calle Ramón Subercaseaux N°320, comuna de Pirque, Región Metropolitana; (xix) local de calle Arturo Prat N°15, comuna de Limache, Región de Valparaíso; (xx) local de calle Edmundo Eluchans N°1.980, comuna de Concón, Región de Valparaíso; y (xxi) local de calle Hermanos Clark N°55, comuna de Los Andes, Región de Valparaíso.
7. Finalmente, en la Notificación las Partes dedujeron la defensa de empresa en crisis³, presentando antecedentes a fin de acreditar la delicada situación económica en que se encontraría Montserrat, indicando que desde hace al menos seis años ha venido disminuyendo sus ventas, comprometiendo la liquidez de todo su grupo empresarial.

¹ Notificación, p.9.

² Notificación, pp. 2-3.

³ Notificación, pp. 57 y siguientes.

Lo situación anterior, indican, se habría visto agravada por los saqueos producidos durante el año 2019 y las consecuencias de la crisis sanitaria derivada de la pandemia de Covid-19, todo lo cual ha llevado al cierre de la totalidad de los locales que eran operados por Supermercados Montserrat.

II. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

8. Las Partes participan en la venta minorista de alimentos y otros artículos del hogar no alimenticios de consumo masivo general mediante tiendas de supermercados, que en el mercado chileno abarca un gran espectro de formatos, tamaños de tiendas, propuestas de valor, rangos de precios y estándares de servicios.
9. Los supermercados han sido descritos, tanto por esta Fiscalía como el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“**TDLC**”), como tiendas de superficie 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 finales⁴. Respecto a aquellos 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 autoservicio; y c) los consumidores, quienes compran y se abastecen con dichos bienes⁵.
10. Las ventas de supermercados a nivel nacional se concentran, mayoritariamente, en cuatro grupos empresariales, todos los cuales tienen presencia en la Región Metropolitana y en la Región de Valparaíso. Estos son: a) Walmart Chile S.A. (“**Walmart**”), que opera las marcas Líder, Líder Express, Superbodega Acuenta y Central Mayorista; b) Cencosud S.A. (“**Cencosud**”), que opera las marcas Jumbo y Santa Isabel; c) SMU, que trabaja con las marcas Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super 10; y d) Hipermercados Tottus S.A. (“**Tottus**”), que opera su marca Tottus⁶.
11. Dentro del canal de venta en tiendas de supermercado, es posible efectuar segmentaciones que llevan a que exista una mayor cercanía competitiva entre unos actores respecto de otros⁷. Una primera segmentación 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. Los principales actores en este primer segmento son Central Mayorista, de Walmart, junto

⁴ TDLC, Resolución N°65/2021, pp.23-24. En similar sentido, Informe de Aprobación Rol FNE F268-2021 (Acumulado con FNE F269-2021), pp. 2-4.

⁵ Aporte de antecedentes de la Fiscalía Nacional Económica de fecha 12 de enero de 2022, ante el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Rol NC-501-2021, caratulado “Consulta de SMU S.A. y CorpGroup Holding Inversiones Ltda. sobre alzamiento, modificación y/o revocación de las condiciones tercera y sexta impuestas por la Resolución N° 43” (“**Informe FNE Consulta SMU**”), pp. 14-15; y 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 Consulta Cencosud**”), p. 15.

⁶ Informe FNE Consulta SMU, p. 22.

⁷ Informe FNE Consulta Cencosud, p. 24.

con Alvi y Mayorista 10 de SMU⁸. Por otro lado, en el segmento de supermercados dedicados al comercio minorista encontramos marcas como Líder, Express de Líder, Jumbo, Santa Isabel, Unimarc y Tottus.

12. Una segunda distinción relevante dice relación con el tamaño o superficie de las salas de venta. Por una parte, es posible encontrar supermercados o hipermercados con grandes salas de venta, por lo general de más de 4.000 metros cuadrados, donde se ofrece una amplia diversidad de productos a los consumidores finales, de tal forma que se ajuste a las diferentes misiones de compra que puedan tener, ofreciendo incluso bienes durables como electrodomésticos, artículos del hogar u otros⁹. Este segmento busca, en general, atender una compra de abastecimiento en un único lugar (“*one-stop shopping*”), compitiendo los oferentes en este segmento principalmente en surtido de productos, precio y calidad. Por otra parte, también existen aquellos denominados supermercados *express*, que se caracterizan por ser locales en que el surtido de productos medido en SKU es menor que en los supermercados o hipermercados¹⁰. Este segmento se encuentra orientado a compras más rápidas, con salas de ventas más pequeñas, siendo por lo general de un rango inferior a los 2.000 metros cuadrados¹¹.
13. Existe también una diferenciación relevante entre los supermercados de cadena, esto es, aquellos que tienen presencia en todas o casi todas las regiones del país, a través de marcas reconocidas, con una gran cantidad de locales comerciales, presentando además distintos formatos de supermercado, y aquellos supermercados locales que presentan una presencia menor¹². En Chile existen cuatro cadenas de supermercados con una presencia nacional o, al menos, multi-regional: Walmart, Cencosud, SMU y Tottus.

II.1. Mercado relevante de producto

14. El TDLC ha señalado 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. Si bien el TDLC menciona las clasificaciones que hemos expuesto anteriormente, no efectúa segmentaciones al mercado relevante de producto, afirmando que *“las participaciones de mercado deben incluir todas las ventas en locales*

⁸ Cabe hacer mención, que el formato Mayorista 10 se encuentra actualmente en un proceso de tránsito hacia un formato más bien orientado al consumidor final. A este respecto, véase declaración de don Gustavo Persson, Gerente corporativo de estrategia y desarrollo de SMU, de fecha 3 de junio de 2022.

⁹ Ver Informe de Aprobación de Adquisición de control en OK Market S.A. por parte de Cadena Comercial Andina SpA y Comercial Big John Limitada, Rol FNE F250-2020, de fecha 26 de noviembre de 2021, p. 21; e Informe FNE Cencosud, pp. 24-25. Lo anterior coincide con lo señalado por Walmart en su respuesta a Oficio Ord. N°542-22 y Cencosud en su respuesta a Oficio Ord. N°543-22.

¹⁰ Véase a este respecto respuesta de Walmart a Oficio Ord. N° 542-22, Cencosud a Oficio Ord. N° 543-22 y SMU a Oficio Ord. N° 538-22.

¹¹ Ver Informe de Aprobación de Adquisición de control en OK Market S.A. por parte de Cadena Comercial Andina SpA y Comercial Big John Limitada, Rol FNE F250-2020, de fecha 26 de noviembre de 2021, p. 22.

¹² Informe de aprobación 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), p. 3.

*supermercadistas con góndola, aun cuando se trate de establecimientos calificados tradicionalmente como mayoristas*¹³.

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 supermercadista, se ha señalado reiteradamente que, desde el punto de vista de los consumidores, el mercado geográfico en supermercados es eminentemente local, debido a los costos de desplazamiento que imponen límites al área donde se consideran los distintos supermercados como sustitutos cercanos¹⁴. 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 5 y 15 minutos¹⁵. En el caso en particular se considerará el cambio estructural que se genera en las isócronas de 5, 10 y 15 minutos para cada local, y se analizará en detalle aquella isócrona que representa la aproximación más conservadora.
18. Sin perjuicio de la definición local de mercado relevante antes expuesta, el TDLC considera igualmente relevante la posición de las cadenas, como actores multi-mercado a nivel nacional¹⁶. No obstante, como indica *infra* en la sección III.2, en el presente caso no se produce como consecuencia de la Operación una concentración a nivel nacional que haga relevante un análisis macro¹⁷, más allá de los mercados geográficos locales afectados directamente por la Operación.

¹³ TDLC, Resolución N°65/2021, pp.23-24. En similar sentido, Resolución N°43/2012 del mismo Tribunal, Informe FNE Consulta Cencosud e Informe de aprobación 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).

¹⁴ Informe de aprobación 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), p. 12.; TDLC, Resolución N°65/2021, pp. 25 y Resolución N°43/2012, pp. 39; Competition & Markets Authority (Reino Unido), Retail mergers commentary, p. 5. (disponible en: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/607524/retail-mergers-commentary.pdf) (última vista: 28 de junio de 2022).

¹⁵ TDLC, Resolución N°43/2012, p. 39.

¹⁶ TDLC, Resolución N°43/2012, p. 39, en particular se señaló 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”*.

¹⁷ Según lo señalado por la FNE en su Informe al TDLC Rol NC-501-21, la participación de mercado de Montserrat alcanzaba un 0.2% a nivel nacional en 2020 y no superó el 1,5% de 2014 en adelante. Por lo

19. Finalmente, en lo que se refiere al mercado aguas arriba, para el aprovisionamiento de supermercados, éste ha sido definido como nacional por la jurisprudencia, porque *“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”*¹⁸. En línea con lo señalado en el párrafo anterior, y considerando que la Operación no genera cambios significativos en la estructura del mercado a nivel nacional, en lo que sigue se presentará el análisis de competencia para cada mercado geográfico local.

III. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

III.1 Riesgos horizontales

20. Para analizar los efectos de la Operación en los múltiples mercados involucrados, se realizará un análisis estructural, tendiente a cuantificar la participación de mercado de la entidad resultante en cada uno de estos y la concentración existente antes y después de la mencionada Operación. Ello permitirá descartar riesgos *a priori* en aquellos mercados donde la concentración no sobrepase los umbrales que la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontal publicada por la Fiscalía el 31 de mayo de 2022 (“**Guía**”) determina para el Índice de *Herfindahl – Hirschmann* (“**HHI**”).
21. El análisis geográfico considerará como centro los locales objeto de la Operación¹⁹. Adicionalmente se analizarán también las isócronas de 5, 10 y 15 minutos de los locales de SMU con los que se genera el traslape. A partir de este ejercicio se podrá observar que, particularmente en las zonas densamente pobladas, se genera una cadena de sustitución entre los locales objeto y otros que, sin pertenecer a la misma isócrona, ejercen indirectamente presión competitiva a ésta por su presencia en la isócrona del local SMU con la que se genera el traslape. Esto se generaría considerando que, producto de la Operación, los locales objeto adoptarán las marcas de SMU, por lo que se eliminaría el mayor grado de diferenciación entre local objeto y el local de SMU que pertenece en la misma isócrona. Por lo mismo, al materializarse la Operación, SMU aplicaría los precios a ambos locales, sujeto a la presión competitiva que ejercen determinados locales de terceros pertenecientes en la isócrona del uno o del otro local. Esta conclusión va en línea con decisiones anteriores de la FNE²⁰ respecto a mercados de *retail* y es consistente con la jurisprudencia internacional²¹.

mismo, el cambio en el HHI que generaría la Operación no superaría los 100 puntos en ningún año del periodo mencionado y por tanto quedaría por debajo de los umbrales establecidos en la Guía.

¹⁸ TDLC, Resolución N°65/2021, p. 24.

¹⁹ Es importante señalar que las isócronas han sido calculadas en el programa *R* y utilizando la georreferenciación y mapas de la aplicación *mapbox*.

²⁰ Véase Adquisición de activos de Inmobiliaria y Administradora CGL Limitada por parte de Compañía de Petróleos de Chile COPEC S.A. Rol FNE F216-2019, par. 56, disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2020/06/inap2_F216_2019.pdf [última revisión 17.06.2022]

²¹ Véase lo señalado por la autoridad de competencia de España, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“**CNMC**”) en: Informe y propuesta de resolución de fecha 9 de abril de 2015, Expediente

22. En aquellos mercados donde se vean superados los umbrales de HHI, se realizará un análisis de cercanía competitiva, evaluando distintas consideraciones que tanto esta Fiscalía²² como el TDLC²³ han considerado como elementos representativos de ésta, tales como la distancia de los locales de las Partes, el formato de cada uno de ellos, su tamaño, características (abastecimiento o reposición) y público objetivo (mayorista o minorista).
23. Además, se considerará la situación de los locales de supermercados que, habiendo cerrado por circunstancias de hecho –actos de destrucción ocurridos durante el estado de emergencia decretado en octubre y noviembre de 2019– están próximos a reinaugurar, aplicándose respecto de ellos los estándares de probabilidad, oportunidad y suficiencia previstos en la Guía para el análisis de las condiciones de entrada.
24. A este respecto, la probabilidad de la entrada ha sido evaluada en base a estudios, informes y análisis internos aportados por los respectivos competidores que son dueños de los locales próximos a inaugurar. En general, los locales incluidos en el análisis cuentan con estudios que detallan la dirección y el formato del local, así como estimaciones del monto de inversión, análisis socio-económico de su zona de influencia y la presencia de otros locales de supermercados en la misma, lo que no sólo da cuenta de una alta probabilidad de entrada, sino además permite determinar con alto grado de certeza sus efectos.
25. En cuanto a la oportunidad, el análisis de esta División consideró únicamente aquellos locales que los actores pretenden inaugurar dentro del plazo de dos años previsto en la Guía²⁴. Por lo mismo, cabe hacer presente que algunos de ellos estarían operativos incluso antes de la reapertura de los Locales Objeto.
26. Finalmente, respecto a la suficiencia, esta División consideró que se trata de cadenas de supermercado con relaciones con proveedores y logística de abastecimiento ya establecidas y con un amplio reconocimiento de sus marcas. Por lo mismo, estos locales podrían ejercer presión competitiva a las Partes desde el inicio de sus operaciones. Asimismo, y considerando que la mayoría de los locales en cuestión fueron cerrados durante 2019 y estarían reinaugurándose, se tomó en consideración las ventas previas a su cierre para determinar la suficiencia de su entrada y la potencialidad para disciplinar a la entidad resultante de la Operación.
27. Por último, es importante señalar, respecto de las participaciones de mercado, que éstas se refieren a 2021, salvo Montserrat cuyas ventas en 2021 no reflejan adecuadamente el potencial competitivo de los locales. Por lo mismo, para esta empresa se utilizan las ventas de 2018 ajustadas por el índice de precios al

C/0634/15, DIA-Eroski (Activos) (disponible en: <https://www.cnmec.es/expedientes/c063415>) (última vista: 28 de junio de 2022) e Informe y propuesta de resolución de fecha 19 de septiembre de 2019, Expediente C/1057/19, Uvesco-Simply (Activos) (disponible en: <https://www.cnmec.es/expedientes/c105719>) (última vista: 28 de junio de 2022).

²² Véase Informe FNE Consulta de Cencosud, par. 65.

²³ Véase TDLC, Resolución N°65/2021, par. 40.

²⁴ Guía, párrafo 127.

consumidor, tal como ha hecho esta Fiscalía en el pasado respecto a esta misma empresa²⁵.

Análisis general

28. Según las definiciones de mercado relevante de producto y geográficos indicados *supra*, se deben analizar los efectos de la Operación en 21 mercados distintos. En dos de estos mercados, Pirque e Isla Maipo, la Operación no genera traslape entre las Partes. Asimismo, en otros seis mercados, Paine, Peñaflores, Macul, Concón, Independencia y Quinta Normal, los cambios en los niveles de concentración generados por la Operación no superan los umbrales establecidos en la Guía. En Colina, Peñalolén, Maipú, tres locales de Renca, Estación Central, El Bosque, Quilicura, Los Andes, dos locales de Puente Alto y Limache sí se superan los umbrales de la Guía, por lo que respecto de ellos se realizará un análisis particular mercado a mercado.
29. El detalle de los índices HHI determinados para cada mercado, en las distintas isócronas de 5, 10 y 15 minutos, puede observarse en la tabla siguiente:

Tabla N° 1: HHI de acuerdo a participaciones por ventas
(Montserrat 2018 – SMU 2021)

Local	Comuna	5 minutos		10 minutos		15 minutos		Supera umbrales HHI
		HHI Post	ΔHHI	HHI Post	ΔHHI	HHI Post	ΔHHI	
M4	Colina	2.823	207	2.684	197	2.724	121	Sí
M5	Independencia	10.000	0	2.932	87	2.888	73	No
M7	Quinta Normal	6.693	0	4.427	69	3.422	57	No
M10	Peñalolén	3.654	840	4.857	40	3.772	9	Sí
M11	Maipú	5.937	1.100	4.455	229	3.759	99	Sí
M12	Renca I	3.462	349	3.347	425	3.314	70	Sí
M13	Estación Central	6.428	1.338	3.843	38	3.692	20	Sí
M14	El Bosque	10.000	3.955	3.330	133	2.735	78	Sí
M17	Quilicura	4.089	283	5.787	31	4.957	47	Sí
M19	Paine	3.602	0	3.598	0	3.408	43	No
M20	Peñaflores	8.597	0	4.537	0	2.748	54	No
M21	Los Andes	5.172	112	3.546	40	3.488	40	Sí
M22	Isla de Maipo	5.704	0	5.704	0	3.635	0	No
M23	Puente Alto I	6.349	281	4.321	153	3.556	62	Sí
M24	Renca II	5.267	0	3.725	808	3.878	156	Sí
M26	Macul	4.610	0	4.532	25	3.963	11	No
M29	Concón	6.287	0	3.363	27	3.413	25	No
M30	Pirque	10.000	0	10.000	0	5.697	0	No
M31	Puente Alto II	7.338	0	4.266	0	3.695	144	Sí
M33	Limache	4.432	0	4.740	0	3.922	123	Sí
M34	Renca III	10.000	3.511	10.000	3.511	3.784	638	Sí

Fuente: Elaboración propia a partir de información aportada por los actores del mercado.

²⁵ Informe de aprobación 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), pp. 8 y 10.

30. De esta forma el análisis de la División se enfoca en los trece mercados geográficos en los que la Operación supera los umbrales establecidos en la Guía en alguna de las isócronas de 5, 10 o 15 minutos. Este análisis adoptará una postura conservadora, analizando los posibles riesgos para la competencia en la isócrona que presenta la mayor concentración entre las Partes. Salvo excepciones que estarán explicitadas en el análisis, esto ocurre mayoritariamente en la isócrona de 5 minutos.

Análisis particular

- (i) Peñalolén – Montserrat Av. Grecia N°8.585
31. Respecto al local de Montserrat ubicado en Peñalolén, según se muestra en la Tabla N°2, para la isócrona de 5 minutos la Operación generaría una participación conjunta de las Partes en ventas de [40%-50%], siendo los líderes del mercado y superando los umbrales establecidos en la Guía. Así también, se posicionarían en el primer lugar en términos de superficie, con un [50%-60%] de participación en metros cuadrados, seguidos por debajo por Walmart y Cencosud, respectivamente.

Tabla N°2: Participaciones de mercado año 2021 - Peñalolén²⁶

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[10%-20%]	[30%-40%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[30%-40%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Partes	[40%-50%]	[50%-60%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Cencosud	[10%-20%]	[10%-20%]	[60%-70%]	[30%-40%]	[30%-40%]	[20%-30%]
Walmart	[30%-40%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[40%-50%]	[40%-50%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Erbi	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI Pre Operación	2.813,9		4.817,2		3.762,6	
Δ HHI	839,8		39,9		9,5	
HHI Post Operación	3.653,7		4.857,1		3.772	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros.

32. Sin embargo, es posible afirmar que existe suficiente presión competitiva proveniente de terceros actores como para disciplinar el comportamiento de la entidad resultante. En la isócrona de 5 minutos existen otros dos actores además de las Partes, como son un Santa Isabel y un Express Líder. El primero de ellos se ubica a una distancia de 260 metros, siendo el más cercano geográficamente al local adquirido²⁷. **[Nota confidencial 2]**
33. A esto debemos agregar que en noviembre de 2022 debería integrarse un local de **[Nota confidencial 3]** al borde de la isócrona de 5 minutos, la que –según lo señalado *supra*–, cumple con los criterios establecidos en la Guía respecto a entrada²⁸.

²⁶ **[Nota confidencial 1]**

²⁷ Siendo incluso más cercano geográficamente que el local más próximo de SMU, ubicado a una distancia de 1.000 metros aproximadamente.

²⁸ **[Nota confidencial 4]**

Imagen N° 1. Ubicación supermercados área Peñalolén – Ñuñoa



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

(ii) Maipú – Montserrat Av. Alfredo Silva Carvallo N°1.401

34. Respecto al local Montserrat ubicado en Maipú, se observa en la Tabla N°3 que, en la isócrona de 5 minutos, la Operación resultaría en una participación conjunta de las Partes de [70%-80%] en ventas y [50%-60%] en términos de superficie, posicionándose como el primer actor en el mercado geográfico, seguido por debajo por Walmart. Por lo mismo, la concentración medida por el índice HHI y su variación proyectada superan los umbrales de la Guía.

Tabla N°3: Participaciones de mercado año 2021 - Maipú²⁹

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[60%-70%]	[30%-40%]	[30%-40%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[30%-40%]
Partes	[70%-80%]	[50%-60%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[20%-30%]	[30%-40%]
Cencosud	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[20%-30%]	[10%-20%]
Walmart	[20%-30%]	[40%-50%]	[50%-60%]	[50%-60%]	[50%-60%]	[40%-50%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Erbí	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI Pre Operación	4.836,5		4.227,3		3.659,8	
Δ HHI	1.100,1		228,4		98,9	
HHI Post Operación	5.936,6		4.455,8		3.758,7	

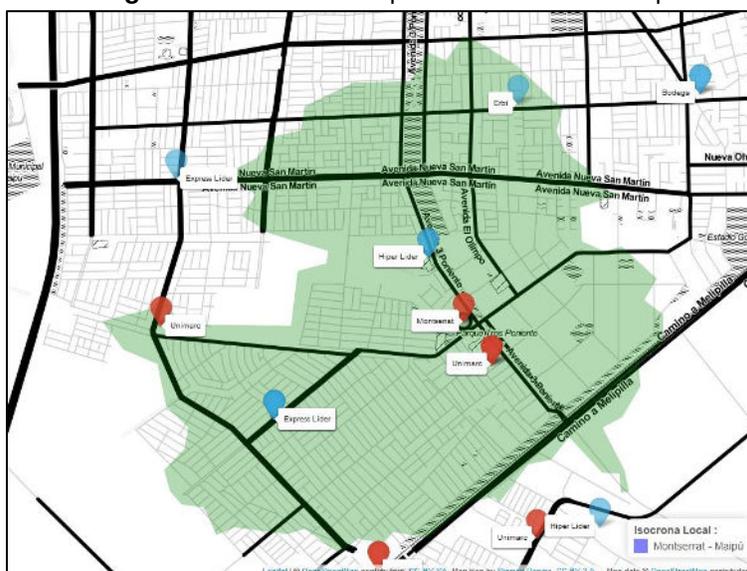
Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros.

35. En esta localidad existe un Unimarc que se ubica a 100 metros de distancia del Montserrat y otro a 2,7 kilómetros. Sin embargo, esta isócrona cuenta con la presencia de Walmart, con un supermercado Híper Líder, que está a una distancia de sólo 650 metros y cuenta con una superficie de **[Nota confidencial 6]**. Este actor es relevante, ya que antes de su cierre temporal en noviembre de 2019 alcanzaba una participación

²⁹ [Nota confidencial 5]

en ventas de [50%-60%]. En octubre de 2021 fue reabierto y, en sólo tres meses, concentró el [20%-30%] de las ventas en la isócrona considerando el año completo. Es razonable suponer, en consecuencia, que ahora que dicho supermercado opera nuevamente a plena capacidad, logrará capturar una parte muy relevante del mercado y podrá, por ende, limitar de manera significativa la capacidad de las Partes de ejercer un mayor poder de mercado producto de la Operación.

Imagen N°2. Ubicación supermercados área Maipú



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

36. Finalmente, los dos locales Unimarc señalados *supra* reciben presión competitiva de otros dos locales, como son un Híper Líder y un Express Líder, respectivamente, que pertenecen a sus isócronas de 5 minutos. Esto genera un continuo competitivo y un traslape de áreas de influencia que ejercería cierta presión competitiva de parte de estos locales al local de Montserrat, aun cuando estos locales no pertenecen a su isócrona.
- (iii) Estación Central – Montserrat Av. Gladys Marín N°6.950
37. Para el local objeto ubicado en Estación Central, en la isócrona de 5 minutos las Partes, de manera combinada, se sitúan como el primer actor en términos de ventas y superficie, superando los umbrales de concentración establecidos en Guía. No obstante lo anterior, y como se puede apreciar en la Tabla N°4, la situación varía sustancialmente al analizar las participaciones de mercado en las isócronas de 10 y 15 minutos.

Tabla N°4: Participaciones de mercado año 2021. Estación Central³⁰

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[60%-70%]	[50%-60%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Partes	[70%-80%]	[80%-90%]	[10%-20%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]

³⁰ [Nota confidencial 7]

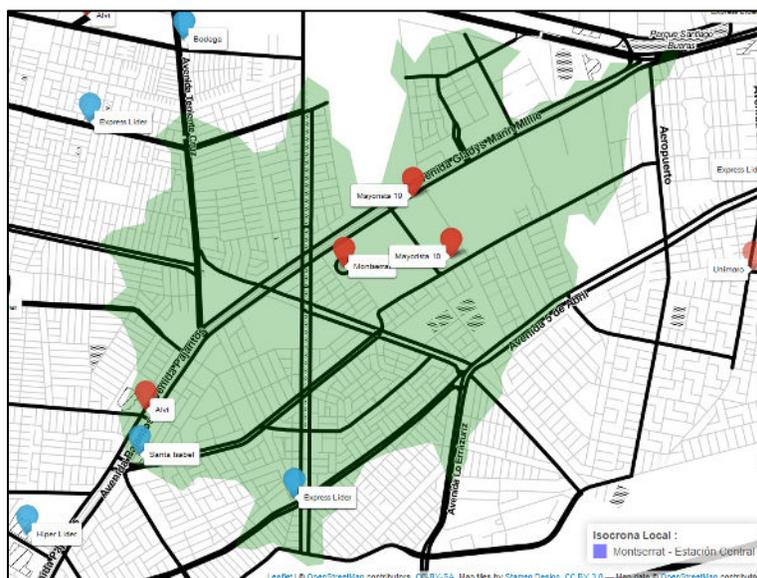
Cencosud	[10%-20%]	[10%-20%]	[40%-50%]	[30%-40%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Walmart	[0%-10%]	[0%-10%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Erbí	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI Pre Operación	5.089,9		3.805,4		3.672,7	
Δ HHI	1.338		37,7		19,7	
HHI Post Operación	6.428		3.843,1		3.692,4	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros.

38. Los locales más cercanos a Montserrat son dos supermercados Mayorista 10 que se ubican a 450 y 650 metros de distancia. A esto se agrega la presencia del supermercado mayorista Alvi, a dos kilómetros del local objeto. A este respecto, cabe señalar que tanto los supermercados Mayorista 10, como el supermercado mayorista Alvi, presentan una escasa cercanía competitiva con el local Montserrat. En cuanto a los primeros, se trata de supermercados con salas de ventas más pequeñas que el local Montserrat, con propuestas de valor que difieren de lo ofrecido por este último. Por su parte, en el caso del supermercado Alvi, como ha sido señalado anteriormente, es un supermercado de formato mayorista orientado a comerciantes y almaceneros.
39. A mayor abundamiento, los dos locales Mayorista 10 mencionados anteriormente son geográficamente cercanos, pero apuntan a un público objetivo distinto, ya que uno se orientaría a consumidores residenciales ofreciendo un formato *soft-discount*, mientras que el otro se enfocaría en el público mayorista, esto es, comerciantes y pequeños empresarios³¹.
40. Además, existe un continuo competitivo que se genera por el traslape de las isócronas de los distintos locales de las Partes. Por lo mismo, a los locales identificados en la isócrona del local Montserrat se pueden agregar dos locales Líder Express que ejercerían presión competitiva a los dos locales Mayorista 10 por entrar en sus isócronas de 5 minutos.

Imagen N°3. Ubicación supermercados área Estación Central

³¹ Esto se refleja también en una diferencia significativa en el ticket promedio que perciben ambos locales, superior [Nota confidencial 8], pese a la similitud en términos de superficie y número de cajas. Véase a este respecto, declaración de don Nelson Mauricio Medina Paredes, jefe de local SMU Unimarc ubicado en Avenida Gladys Marín 6664, Estación Central. En relación a la propuesta de valor y formato de los supermercados Mayorista 10, véase lo señalado por don Gustavo Persson, gerente corporativo de estrategia y desarrollo de SMU, en declaración de fecha 3 de junio de 2022.



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

41. En consecuencia, y sobre la base del análisis expuesto, en la que solo se superarían los umbrales de concentración en la isócrona de 5 minutos, la poca cercanía competitiva de las Partes en el mercado geográfico y la presencia de otros competidores a 5, 10 y 15 minutos del local objeto, es posible afirmar que, para el local Montserrat de Estación Central, la Operación no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia.

(iv) Renca I – Montserrat Avenida Domingo Santa María N°4.112

42. Respecto al primer local Montserrat ubicado en Avenida Domingo Santa María N°4.112, Renca, las participaciones de mercado en la Tabla N°5 dan cuenta de la presencia de dos actores relevantes, además de las Partes, en la isócrona de 10 minutos. En efecto, el principal actor es Walmart con [40%-50%] seguido por las Partes que alcanzan una participación conjunta un [20%-30%] de las ventas y Cencosud con [20%-30%]. La Operación supera los umbrales establecidos por la Guía.

Tabla N°5: Participaciones de mercado año 2021 – Renca ³²

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[20%-30%]	[10%-20%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[0%-10%]
Partes	[20%-30%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Cencosud	[20%-30%]	[10%-20%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[30%-40%]	[20%-30%]
Walmart	[40%-50%]	[50%-60%]	[30%-40%]	[50%-60%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Erbí	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI Pre Operación	3.112,9		2.922,5		3.243,5	
Δ HHI	348,7		424,8		70,1	
HHI Post Operación	3.461,7		3.347,3		3.313,7	

³² [Nota confidencial 9]

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros.

43. El traslape entre las Partes se genera por la presencia de un supermercado mayorista Alvi, que se sitúa a 1,2 kilómetros de distancia. No obstante, el local más cercano al local objeto es un supermercado Santa Isabel que se ubica a 400 metros de distancia, junto a un supermercado SuperBodega Acuenta a 1,2 kilómetros, que durante 2021 alcanzó un [40%-50%] de las ventas totales en el mercado geográfico.

Imagen N°4. Ubicación supermercados área Renca I



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

44. Por lo tanto, considerando que hay presencia de actores relevantes capaces de ejercer presión competitiva en el mercado geográfico, se puede descartar que la Operación en el local de Montserrat Renca I resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia.

(v) Renca II – Montserrat José Manuel Balmaceda N°4.569

45. En cuanto al local de Montserrat ubicado en calle José Manuel Balmaceda N°4.569, Renca, no se genera traslape entre las Partes en la isócrona de 5 minutos. Para este caso el análisis más conservador se define en la isócrona de 10 minutos. En esta, la participación combinada de las Partes alcanza un [40%-50%], situándose como el primer actor en ventas totales. El índice de concentración da cuenta que se superan los umbrales de concentración.

Tabla N°6: Participaciones de mercado año 2021 – Renca II³³

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[30%-40%]	[50%-60%]	[10%-20%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]
SMU	[0%-10%]	[0%-10%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]

³³ [Nota confidencial 10]

Partes	[30%-40%]	[50%-60%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[20%-30%]	[20%-30%]
Cencosud	[0%-10%]	[0%-10%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Walmart	[60%-70%]	[40%-50%]	[30%-40%]	[30%-40%]	[50%-60%]	[40%-50%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Erbi	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
HHI Pre Operación	5.266,9		2.917,1		3.721,6	
Δ HHI	0		807,7		156	
HHI Post Operación	5.266,9		3.724,8		3.877,6	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

46. En la isócrona a 10 minutos, se ubican cinco locales de las Partes, incluyendo el local objeto. Dos de ellos son Unimarc, otros dos Montserrat y un supermercado mayorista Alvi. Adicionalmente, se cuenta con la presencia de un Express Líder, un SuperBodega Acuenta y un Santa Isabel. Los locales más cercanos al local ubicado en el centro de la isócrona son los locales SuperBodega Acuenta y Santa Isabel, que están a una distancia de 1,5 kilómetros. A diferencia de ello, el local más cercano de SMU está ubicado a 2,3 kilómetros de distancia y, además, es un local mayorista Alvi, por lo que, además con no contar con la cercanía geográfica, es un formato que compite menos intensamente con aquel de Montserrat.
47. Asimismo, cabe señalar que la isócrona del local Montserrat Renca I está fuertemente interconectada con la isócrona del local Montserrat Renca II³⁴. De esta forma se genera un continuo competitivo que resulta en que los locales que ejercen presión competitiva al local Renca I indirectamente ejercen presión competitiva al local Renca II.

Imagen N°5. Ubicación supermercados área Renca II



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

48. Por consiguiente, debido a la presencia de otros actores en las isócronas de 10 minutos, y a la presión competitiva que ejercen indirectamente los competidores del local Montserrat Renca I sobre Renca II, se puede concluir que la Operación en el local Montserrat Renca II no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia en el mercado geográfico.

³⁴ Lo anterior, se puede apreciar en los mapas contenidos en las imágenes N°4 y N°5, donde ambos locales objeto de Montserrat se ubican, recíprocamente, en el borde de la isócrona de 5 minutos.

(vi) Renca III – Montserrat Avenida Miraflores N°8.045

49. En relación al local Montserrat Renca III, de Avenida Miraflores N°8.045, la Operación implicaría la eliminación del segundo de dos actores presentes en el mercado, para la isócrona de 5 y 10 minutos, conllevando una concentración que superaría los umbrales establecida en la Guía en la isócrona de 15 minutos.

Tabla N°7: Participaciones de mercado año 2021 – Renca III³⁵

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[20%-30%]	[40%-50%]	[20%-30%]	[40%-50%]	[10%-20%]	[20%-30%]
SMU	[70%-80%]	[50%-60%]	[70%-80%]	[50%-60%]	[20%-30%]	[10%-20%]
Partes	[90%-100%]	[90%-100%]	[90%-100%]	[90%-100%]	[30%-40%]	[30%-40%]
Cencosud	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]
Walmart	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[40%-50%]	[60%-70%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[20%-30%]
Erbi	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[20%-30%]	[10%-20%]
HHI Pre Operación	6.489,1		6.489,1		3.145,6	
Δ HHI	10.000		10.000		3.784	
HHI Post Operación	3.510,9		3.510,9		638,4	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

50. Sin embargo, según los antecedentes aportados por terceros, en noviembre de 2022 **[Nota confidencial 12]** reinaugurará un local **[Nota confidencial 13]**³⁶, que se ubica a menos de 500 metros del local objeto, y que concentraría el [60%-70%] de la participación en superficie para la isócrona de 5 minutos, según datos de 2018³⁷. Por ello, es posible anticipar que **[Nota confidencial 16]** será capaz de ejercer presión competitiva a las Partes al materializarse la Operación.

Imagen 6. Ubicación supermercados área Renca III

³⁵ **[Nota confidencial 11]**

³⁶ **[Nota confidencial 14]**

³⁷ **[Nota confidencial 15]**



Fuente: Elaboración propia usando Mapbox

51. De este modo, considerando especialmente la cierta entrada de un local de **[Nota confidencial 17]**, se puede concluir que para el local Montserrat Renca III la Operación no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia en el mercado geográfico correspondiente.

(vii) El Bosque – Montserrat José Miguel Carrera N°13.125

52. Para el local Montserrat en El Bosque, la variación en el índice de concentración refleja que se superan los umbrales establecidos en la Guía tanto en la isócrona de 5 como de 10 minutos. En efecto, las Partes son los únicos actores en la isócrona de 5 minutos.

Tabla N°8: Participaciones de mercado año 2021 – El Bosque³⁸

Supermercado	5 minutos		10 minutos		15 minutos	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[20%-30%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[10%-20%]
SMU	[70%-80%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Partes	[90%-100%]	[40%-50%]	[10%-20%]	[30%-40%]	[10%-20%]	[30%-40%]
Cencosud	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[30%-40%]	[0%-10%]
Walmart	[0%-10%]	[50%-60%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[30%-40%]	[20%-30%]
Erbí	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[40%-50%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[20%-30%]
HHI Pre Operación	6.044,9		3.196,6		2.762,7	
Δ HHI	3.955		133,5		35,8	
HHI Post Operación	10.000		3.330		2.798,6	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros.

53. Geográficamente el local más cercano al local objeto sería el supermercado Alvi de SMU. Este último local sería el único competidor que se encontraría actualmente en operación en la isócrona de 5 minutos, al menos hasta la entrada en operación del

³⁸ [Nota confidencial 18]

[Nota confidencial 19] que fue cerrado el año 2020, cuya reapertura se proyecta para marzo de 2023³⁹.

54. Además, el supermercado mayorista Alvi está orientado principalmente a almaceneros y otros comerciantes, a diferencia del local Montserrat El Bosque, que se orienta a la reposición para el consumidor final⁴⁰⁻⁴¹. Por lo tanto, se puede afirmar que las Partes son lejanas competitivamente y que enfrentan presión competitiva de otros actores mucho más cercanos competitivamente a éstos⁴².
55. Además, el supermercado Alvi está ubicado a siete minutos en vehículo de un local de SuperBodega Acuenta, sin perjuicio de que además encontraría competencia de diferentes distribuidoras localizadas en San Bernardo. La mayoría de los clientes del local Alvi de El Bosque son comerciantes, quienes normalmente se trasladan distancias más largas para acceder a mejores precios⁴³.
56. Por último, como se evidencia en la Imagen N°7, se debe tener presente en el análisis la reapertura del supermercado **[Nota confidencial 22]**, a escasos tres minutos en vehículo del local objeto de Montserrat⁴⁴. El señalado supermercado dejó de atender público durante el año 2020, pero se proyecta su reapertura para **[Nota confidencial 24]**⁴⁵.

Imagen N°7. Ubicación supermercados área El Bosque

³⁹ **[Nota confidencial 20]**

⁴⁰ Véase a este respecto, declaración de don Hernán Andrés Rozas Muñoz, administrador del local SMU Alvi Calle Gran Avenida 13059, El Bosque. En particular señaló que **[Nota confidencial 21]**.

⁴¹ A este respecto, resulta relevante destacar, las diferencias que presenta el formato Alvi con la propuesta que ofrecía Supermercados Montserrat, lo cual se refleja en un relativamente menor número de *SKUs* ofrecidos, un *ticket* promedio de compra mayor y una política de descuentos que aplica a compras de mayor volumen. Véase respuesta de Inmobiliaria Santander S.A. a Oficio Ord. N°537-22 y SMU S.A a Oficio Ord. N°538-22.

⁴² Véase a este respecto lo señalado por el TDLC en la Resolución N°65/2021, p. 34.

⁴³ Véase a este respecto lo señalado por don Hernán Andrés Rozas Muñoz, jefe de local Alvi de El Bosque, en toma de declaración de fecha 27 de mayo.

⁴⁴ El referido local **[Nota confidencial 23]** se trataría de un hipermercado, con una sala de ventas de 5.033 metros cuadrados.

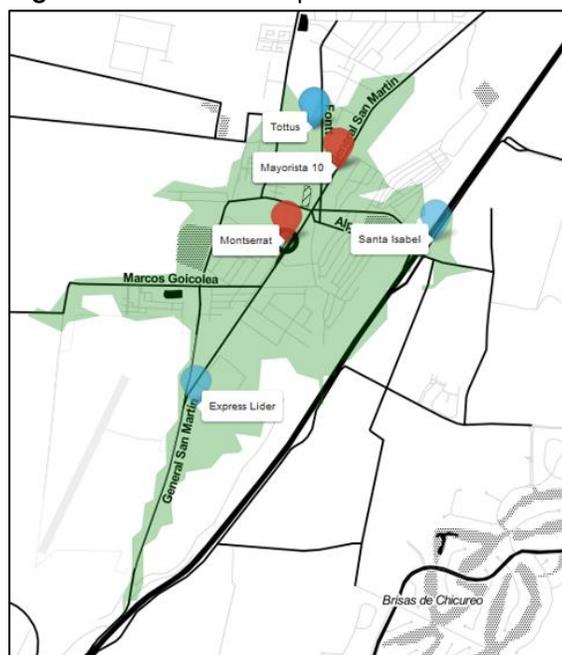
⁴⁵ **[Nota confidencial 25]**. A este respecto, vale señalar que la entrada de este supermercado puede ser considerada como probable, oportuna y suficiente, de acuerdo a lo señalado por la Guía. Es probable ya que el inmueble existe y se encuentra en proceso de rehabilitación para comenzar su operación el próximo año, lo cual, a su vez, da cuenta de que se trata de una entrada oportuna, al producirse antes del plazo de dos años establecido en la Guía. Por último, la entrada tiene un alcance y extensión suficiente para provocar una presión competitiva efectiva a las Partes, habida cuenta que el supermercado **[Nota confidencial 26]**, superando la superficie de ventas combinada que tendrían los dos locales de las Partes. Respecto a esto último, es importante destacar que los hipermercados se caracterizan por ofrecer una amplia diversidad de productos alimenticios, de cuidado del hogar y otros bienes permanentes. Lo anterior, permite que los clientes puedan satisfacer diferentes necesidades o misiones de compra en un mismo lugar, a diferencia de los supermercados más pequeños y con surtido más limitado. En esa línea, se ha argumentado por nuestras autoridades de competencia, así como en el extranjero, que este tipo de supermercados ejercerían una presión competitiva mayor que otros formatos de menor tamaño y surtido. Véase H. TDLC, Resolución N°43/2012, p.93; *Competition Commission* (Reino Unido), *The supply of groceries in the UK market investigation* (2008), pp. 8, 62 y 63 (disponible en: https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/ukgwa/20140402235418mp/http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/rep_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf) (última vista: 28 de junio de 2022).

HHI Pre Operación	2.616,1	2.492,6	2.602,2
Δ HHI	207	196,9	121,4
HHI Post Operación	2.823,1	2.689,8	2.723,6

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

60. En el área de Colina, Tottus, además de ser el actor más relevante en términos de venta y superficie, es el competidor geográficamente más cercano al local objeto, ubicado a solo 300 metros de distancia. En esta localidad, el traslape entre las actividades de las Partes se produce por la presencia de un supermercado Mayorista 10, ubicado a 750 metros del local objeto de Montserrat. Respecto a este supermercado de la adquirente, debe señalarse que se trata de un local pequeño, de solo 590 metros cuadrados y con un formato *soft-discount*, enfocado en ofrecer precios bajos.
61. A esto se agrega la presencia, tanto en la isócrona de 5 y 10 minutos, de actores como Express de Líder, Santa Isabel y Jumbo, los que, al materializarse la Operación, y dada la distancia del local objeto, ejercerán presión competitiva sobre las Partes.

Imagen N°8. Ubicación supermercados área Colina



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

62. De esta manera, pese a la cercanía geográfica entre los supermercados de las Partes, la diferencia en el enfoque de formato de éstas, y la existencia de actores relevantes que post Operación pueden ejercer presión competitiva, en el local Montserrat de Colina, la Operación no resultaría apta para reducir la competencia.

(ix) Quilicura – José Francisco Vergara 159

En cuanto al local de Montserrat en Quilicura, la Operación superaría los umbrales establecidos en la Guía solo en la isócrona de 5 minutos.

Tabla N°10 Participaciones de mercado año 2021 - Quilicura⁴⁷

Supermercado	5 MINUTOS		10 MINUTOS		15 MINUTOS	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[20%-30%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Partes	[30%-40%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Cencosud	[10%-20%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]
Walmart	[50%-60%]	[50%-60%]	[70%-80%]	[60%-70%]	[60%-70%]	[40%-50%]
Erbí	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]
HHI Pre Operación	3.805,3		5.756,3		4.910,6	
HHI Post Operación	4.088,6		5.787,1		4.957,1	
Δ HHI	283,4		30,8		46,6	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

63. En concreto, el traslape entre las Partes se genera por la presencia de un supermercado Alvi que, como se indicó *supra*, no compite intensamente con los formatos más centrados a público residencial. Adicionalmente, en la misma isócrona se observa la presencia de Walmart que, a través de un local Híper Líder, cuenta con más de la mitad del mercado. Asimismo, en la isócrona está presente un local Santa Isabel que alcanza el [10%-20%] del mercado.

Imagen N°9. Ubicación supermercados área Colina



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

64. En conclusión y considerando que incluso bajo el análisis más conservador, se observa la presencia de otros actores con importante presencia en el mercado, con un formato más similar al del local objeto, se descartarían riesgos para la competencia para el local de Montserrat en Quilicura.

⁴⁷ [Nota Confidencial 29]

(x) Los Andes - Hermanos Clark N°55

65. En la localidad de Los Andes, el traslape entre las Partes se genera por la presencia de un Mayorista 10 a unos 950 metros de distancia del local Montserrat. La Operación supera los umbrales establecidos en la Guía en esta localidad para la isócrona de 5 minutos.

Tabla N°11: Participaciones de mercado año 2021 – Los Andes⁴⁸

Supermercado	5 MINUTOS		10 MINUTOS		15 MINUTOS	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]
SMU	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Partes	[10%-20%]	[30%-40%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Cencosud	[60%-70%]	[50%-60%]	[40%-50%]	[0%-10%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Walmart	[10%-20%]	[0%-10%]	[40%-50%]	[60%-70%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[10%-20%]
HHI inicial	5.060		3.505,3		3.448,8	
HHI final	5.171,7		3.545,6		3.488,4	
Delta HHI	111,8		40,3		39,6	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

66. Sin embargo, esta División pudo descartar que la Operación podría generar riesgos para la competencia en la localidad de Los Andes, debido a la importante presencia de Cencosud en la misma isócrona a través de un Jumbo que alcanza una participación de [60%-70%] en 2021, además de la presencia de Walmart a través de un local Líder Express.
67. Ambos locales estarían ubicados a una distancia menor a aquella que separa el local Montserrat con el local Mayorista 10. De esta forma, existirían dos locales –Jumbo y Líder Express- de formatos más cercanos al local Montserrat que el local Mayorista 10 y que están ubicados más cercanamente que el local Mayorista 10 al local de Montserrat, y que, por tanto, ejercerían presión competitiva a las Partes de perfeccionarse la Operación.

Imagen N°10. Ubicación supermercados área Los Andes

⁴⁸ [Nota Confidencial 30]



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

(xi) Puente Alto I - Av. México N°1.915

68. En el primer local de Puente Alto ubicado en Av. México, el traslape entre las Partes se genera por la presencia de un Unimarc a 1,4 kilómetros de Montserrat. La Operación supera los umbrales en la isócrona de 10 y 10 minutos, generándose el escenario más conservador en la isócrona de 5 minutos.

Tabla N°12: Participaciones de mercado año 2021 – Puente Alto I⁴⁹

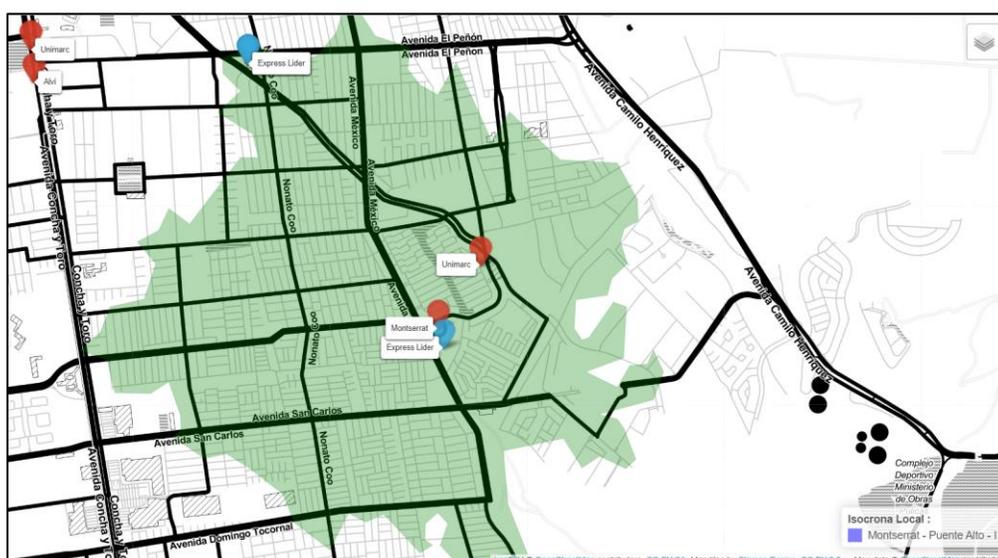
Supermercado	5 MINUTOS		10 MINUTOS		15 MINUTOS	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[30%-40%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[10%-20%]
SMU	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]
Partes	[20%-30%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[20%-30%]	[10%-20%]	[20%-30%]
Cencosud	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[30%-40%]	[20%-30%]
Walmart	[70%-80%]	[50%-60%]	[60%-70%]	[40%-50%]	[40%-50%]	[30%-40%]
Tottus	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[10%-20%]
HHI inicial	6.068,3		4.167,6		3.493,9	
HHI final	6.349,1		4.321		3.556,1	
Delta HHI	280,8		153,3		62,2	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

69. Sin embargo, se descarta que la Operación pueda reducir sustancialmente la competencia en la zona, debido a la fuerte presencia de Walmart en la misma. En efecto, Walmart cuenta con dos locales, el primero ubicado al frente del local Montserrat y que alcanza una participación de [30%-40%] En conjunto, los locales de Walmart alcanzarían una participación de [70%-80%] ubicándose como líder del mercado y capaces de ejercer presión competitiva a las Partes.

Imagen N°11. Ubicación supermercados área Puente Alto I

⁴⁹ [Nota confidencial 31]



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

(xii) Puente Alto II - Santa Josefina 40

70. En el segundo local de Puente Alto, el escenario más conservador, porque supera los umbrales de la Guía, se genera en la isócrona de 15 minutos. De hecho, en la isócrona de 5 y 10 minutos, las Partes no presentan traslape.

Tabla N°13: Participaciones de mercado año 2021 – Puente Alto II⁵⁰

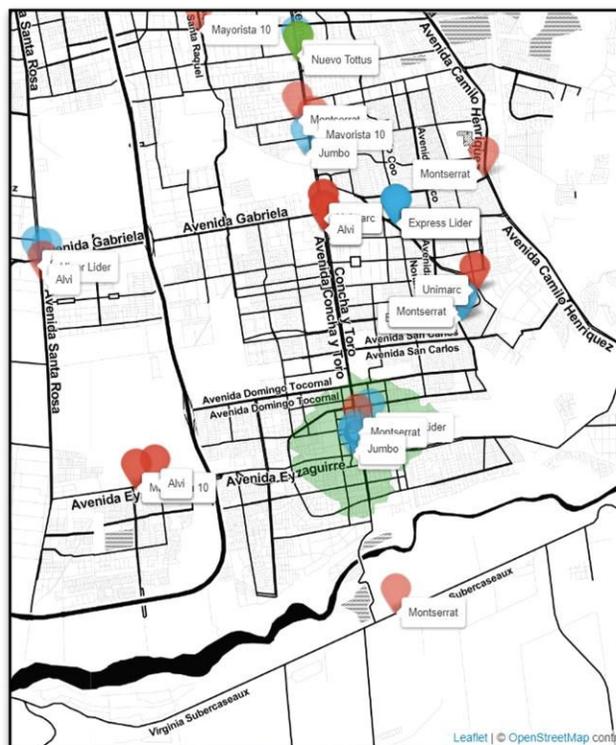
Supermercado	5 MINUTOS		10 MINUTOS		15 MINUTOS	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]
SMU	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]
Partes	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[20%-30%]
Cencosud	[80%-90%]	[40%-50%]	[20%-30%]	[20%-30%]	[20%-30%]	[20%-30%]
Walmart	[0%-10%]	[0%-10%]	[50%-60%]	[40%-50%]	[50%-60%]	[40%-50%]
Tottus	[0%-10%]	[30%-40%]	[0%-10%]	[20%-30%]	[0%-10%]	[10%-20%]
HHI inicial	7.338		4.266		3.550,9	
HHI final	7.338		4.266		3.694,8	
Delta HHI	0		0		143,9	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

71. La isócrona de 15 minutos incluiría dos locales Cencosud, ocho locales de Walmart, dos locales de Tottus y nueve locales de las Partes. La Operación generaría el tercer actor en el mercado, tras Walmart y Cencosud. Por lo mismo, se descarta que la Operación pudiera reducir sustancialmente la competencia en la zona de Puente Alto.

⁵⁰ [Nota confidencial 32]

Imagen N°12. Ubicación supermercados área Puente Alto II



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

(xiii) Limache – Arturo Prat 15

72. En el caso de Limache, la Operación no genera traslape entre las Partes en la isócrona de 5 y 10 minutos. En la isócrona de 15 minutos, la Operación supera los umbrales establecidos en la Guía.

Tabla N°14: Participaciones de mercado año 2021 - Limache⁵¹

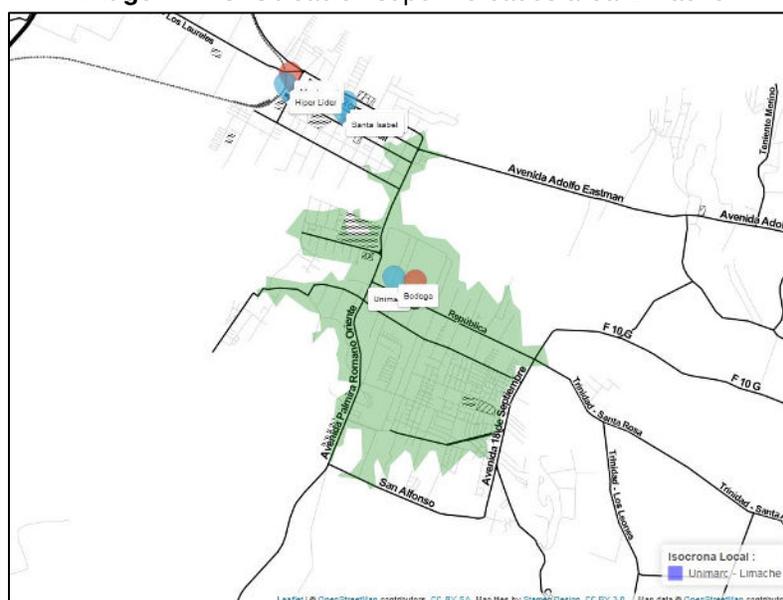
Supermercado	5 MINUTOS		10 MINUTOS		15 MINUTOS	
	Ventas	M2	Ventas	M2	Ventas	M2
Montserrat	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]
SMU	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[10%-20%]
Partes	[0%-10%]	[10%-20%]	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	[20%-30%]
Cencosud	[40%-50%]	[30%-40%]	[30%-40%]	[20%-30%]	[30%-40%]	[20%-30%]
Walmart	[50%-60%]	[50%-60%]	[50%-60%]	[60%-70%]	[50%-60%]	[50%-60%]
HHI inicial	4.432		4.740		3.922,3	
HHI final	4.432		4.740		3.799,3	
Delta HHI	0		0		123	

Fuente: Elaboración propia con datos de las Partes y terceros

73. Sin embargo, la Operación generaría al tercer actor en el mercado, tras Walmart y Cencosud. Entre los locales de Walmart ubicados en la misma isócrona destaca el Híper Líder, ubicado a menos de 200 metros del local objeto de Montserrat, hipermercado de más de 5.000 metros cuadrados que es el más grande y de mayor surtido del sector.

⁵¹ [Nota confidencial 33]

Imagen N°13. Ubicación supermercados área Limache



Fuente: Elaboración propia en R usando Mapbox

74. Por consiguiente, a la luz de lo expuesto, la presencia de otros actores capaces de ejercer presión competitiva a las Partes, permitirían descartar que la Operación pueda reducir sustancialmente la competencia en la zona de Limache.

III.2 Riesgos coordinados

75. En línea con pronunciamientos anteriores de esta Fiscalía⁵², y sin perjuicio de los precedentes existentes en esta industria⁵³, es posible descartar que la Operación aumente los riesgos coordinados.
76. Lo anterior atendido, primeramente, a que la Operación no altera de manera importante la estructura del mercado a nivel nacional. Las cadenas de supermercado compiten a nivel nacional y tienen presencia en múltiples localidades, barrios, comunas y ciudades a lo largo del país. En esa línea, la adquisición de 21 locales, en dos regiones del país donde la adquirente ya tenía importante presencia, no afecta en forma sustancial la situación de la industria a nivel nacional ni incide en una mayor probabilidad ni en la estabilidad de una eventual coordinación en la industria supermercadista⁵⁴.

⁵² Informe de aprobación 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), p. 12.

⁵³ TDLC, Sentencia N°167/2019.

⁵⁴ 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”*.

77. Consecuentemente, es posible afirmar que la Operación no produciría riesgos coordinados capaces de reducir sustancialmente la competencia de conformidad con el Título IV del DL 211.

III.3 Efectos de la Operación distintos que una reducción sustancial de la competencia

78. De conformidad con lo expuesto en las secciones precedentes, los antecedentes de la Investigación dan cuenta que la Operación no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia, a la luz del artículo 54 letra a) del DL 211.
79. Sin perjuicio de lo anterior, esta División observa (i) que SMU se encuentra obligada a cumplir con la Resolución N°43 del TDLC, del año 2012, que aprobó la operación de concentración entre SMU y Supermercados del Sur S.A., pero la sujetó a diversas condiciones. En particular, la condición tercera establece que SMU deberá enajenar toda participación, directa o indirecta, sobre la sociedad Supermercados Montserrat S.A., incluyendo la enajenación de los activos relacionados con el giro supermercadista de dicha empresa. Y, por otro lado, la condición sexta estableció que SMU y sus relacionadas, según corresponda, deberán consultar al TDLC, en los términos del artículo 31° del DL 211 y en forma previa a su materialización, cualquier operación de concentración en la industria supermercadista en que intervenga, directamente o a través de sus empresas relacionadas (“**Medidas**”); (ii) que SMU promovió un asunto no contencioso ante el TDLC, caratulado “*Consulta de SMU S.A. y CorpGroup Holding Inversiones Ltda sobre alzamiento y/o revocación de las condiciones tercera y sexta impuestas por la Resolución N° 43*”, Rol NC-501-2021, con la finalidad de que el TDLC proceda al alzamiento, modificación y/o revocación de las condiciones tercera y sexta impuestas por el TDLC mediante la Resolución N°43, de fecha 12 de diciembre 2012 (“**Consulta**”); y (iii) que la Consulta está aún pendiente de resolución por el TDLC.
80. Por consiguiente, la Medida se encuentra vigente y sigue siendo obligatoria para SMU hasta que el TDLC la alce o modifique sobre la base de nuevos antecedentes que constituyan un cambio de circunstancias respecto de aquellas que se tuvieron a la vista para imponerlas en su oportunidad⁵⁵.
81. Dado que la Fiscalía tiene el deber, consagrado en el artículo 39 letra d) del DL 211, de velar por el cumplimiento de los fallos que dicte el TDLC, esta División recomienda prevenir a las Partes que la declaración de que la Operación no reduce sustancialmente la competencia, en el marco del control de operaciones de concentración, no releva a SMU de cumplir con las medidas contempladas en la Resolución N°43 de 2012.
82. Por consiguiente, el perfeccionamiento de la Operación, en forma previa a que el TDLC emita una resolución final en el marco de la Consulta, y hasta que ésta se encuentre firme y ejecutoriada, alzando o modificando las condiciones tercera y sexta

⁵⁵ TDLC, Resolución N°18/2006, “Solicitud de Modificación del Dictamen N°992, de 25 de noviembre de 1996, de la H. Comisión Preventiva Central, sobre Uso de los Derechos de Aguas en el Mercado de la Generación Eléctrica”, p. 15.

de la Resolución N°43 de 2012, y en definitiva, permitiendo que SMU perfeccione la Operación consistente en el arrendamiento de largo plazo de 21 locales comerciales que eran operados por Supermercados Montserrat, se considerará por la Fiscalía como una infracción al DL 211 y dicha responsabilidad será perseguida de conformidad con la ley.

IV. CONCLUSIÓN

83. En atención a los antecedentes antes señalados y al análisis realizado en 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.
84. Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados analizados y, además, de prevenirse expresamente a las Partes que la resolución aprobatoria que se recomienda respecto de la Operación no releva a SMU en forma alguna de su obligación de cumplir íntegramente con la Resolución 43 de 2012 del TDLC, por lo que perfeccionar la Operación con anterioridad a que exista una resolución del TDLC que sea favorable a SMU y que se encuentre firme y ejecutoriada, en el asunto no contencioso Rol NC-501-2021, implicaría una infracción al DL 211 que sería perseguida por la Fiscalía.

**Francisca
Levin** Firmado digitalmente
por Francisca Levin
Fecha: 2022.06.28
15:57:31 -04'00'

**FRANCISCA LEVIN VISIC
JEFA DIVISIÓN DE FUSIONES**

PTG/KTU/AA/LLS