

Econsult



Análisis de las condiciones competitivas de la industria de supermercados en el marco de la consulta de SMU al TDLC

Marzo 2022



ESTRICTAMENTE PRIVADO Y CONFIDENCIAL

El presente informe fue preparado por Econsult Capital (Econsult), en su calidad de asesor económico independiente de SMU, para la elaboración de un informe independiente que analice los cambios en la industria de supermercados respecto a las condiciones existentes al momento de la Resolución N°43 del TDLC del año 2012 y los efectos competitivos derivados de la operación de concentración consistente en un contrato de arrendamiento por parte de SMU de locales comerciales de Inmobiliaria Santander y una eventual compra de dos locales comerciales de Inmobiliaria Santander por parte de Corpgroup Holding.

Durante el desarrollo de este Informe, Econsult tuvo acceso, entre otras cosas, a: i) información entregada por SMU; ii) información del Contrato Marco entre SMU e Inmobiliaria Santander, iii) información de la Propuesta de Exclusividad entre Corpgroup Holding e Inmobiliaria Santander, iv) antecedentes entregados por la FNE a la consulta de SMU y Corpgroup, e v) información entregada por Georesearch a SMU, respecto a los locales incluidos en las isócronas y sus metros cuadrados.

Adicionalmente, Econsult participó en diversas reuniones con la administración de SMU para la revisión de aspectos relevantes del análisis, características de los locales involucrados en la operación y otras materias que se estimaron necesarias y apropiadas para el correcto desarrollo de su cometido.

Para efectos del presente Informe, Econsult ha utilizado la información entregada por SMU, quien ha declarado que es fidedigna y refleja fielmente los antecedentes solicitados, razón por la cual Econsult no ha verificado la información recibida. En consecuencia, Econsult no asume responsabilidad alguna por la veracidad o exactitud de la información recibida y que ha servido de base para la elaboración del presente Informe. En cualquier caso, no tenemos razones para dudar respecto a la veracidad y suficiencia de la información analizada, la que aparece cierta y consistente.

Asimismo, Econsult en su calidad de asesor no se hace responsable por la información y declaraciones realizadas por la administración de SMU en materias de carácter legal, regulatoria, tributaria o técnica, distintas de las financieras y en consecuencia no asume responsabilidad alguna por las mismas.

Econsult declara que los profesionales que participaron en la elaboración de este documento son personas independientes de SMU.



Andrés Osorio
Gerente de Análisis Microeconómico
Econsult Capital

Contenidos

Resumen Ejecutivo	4
1.- Antecedentes Generales	6
2.- Mercado Relevante	7
3.- Cambios en el mercado relevante respecto a las condiciones de mercado de la Resolución N°43/2012.....	9
3.1.- Análisis a nivel nacional	9
3.2.- Análisis a nivel regional	12
3.3.- Ventas a través del canal online	14
4.- Efectos competitivos de la operación de concentración.....	17
4.1 Análisis en el mercado nacional.....	18
4.2 Análisis a nivel regional.....	19
4.3 Análisis a nivel comunal.....	21
4.4 Análisis a nivel de isócrona	22
5. Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	29

Resumen Ejecutivo

El presente informe ha sido preparado por Econsult Capital SpA (“Econsult”) para SMU S.A. (“SMU”) con el objetivo de realizar un análisis económico de los cambios en la industria de supermercados respecto a las condiciones existentes al momento de la Resolución N°43 del TDLC del año 2012 (“Resolución N°43/2012”) y la razonabilidad del alzamiento de las condiciones tercera y sexta impuestas a SMU en la Resolución N°43/2012, así como los efectos competitivos derivados de la operación de concentración consistente en un contrato de arrendamiento por parte de SMU de locales comerciales de Inmobiliaria Santander S.A. (“Inmobiliaria Santander”) y la eventual compra de dos locales comerciales de Inmobiliaria Santander por parte de Corpgroup Holding Inversiones Limitada (“Corpgroup”).

Existen dos mercados relevantes afectados por esta operación. En primer lugar, se encuentra el mercado de distribución minorista, de alcance geográfico local, donde los supermercados venden sus bienes a los consumidores finales. Por otro lado, existe un mercado relevante secundario correspondiente al aprovisionamiento mayorista, con alcance nacional, donde los supermercados adquieren dichos bienes.

Los antecedentes analizados muestran que existen cambios sustanciales para la posición de SMU en la industria de supermercados respecto a las condiciones existentes al momento de la Resolución N°43/2012. Al comparar la participación de mercado nacional de SMU en el año 2020 respecto a las cifras del periodo julio 2010 – junio 2011 se observa una caída de 9,2 puntos porcentuales (“pp”) en la participación de mercado de SMU en ventas y de 11,1 pp en superficie. Más aún, SMU ha tenido una caída de 3% en sus ventas reales entre los años 2014 y 2020 y Montserrat de 86% en el mismo periodo, en un contexto en que las ventas de los otros participantes analizados aumentaron al menos en un 15% real.

A su vez, entre los años 2011 y 2020 disminuyó la participación de mercado de SMU tanto en la Región Metropolitana como en la Región de Valparaíso, teniendo en ambas regiones una participación de mercado bastante inferior que en el resto del país. En la Región Metropolitana, SMU tuvo una disminución de 2 pp en su participación durante el periodo señalado, caída que alcanza 5 pp en la Región de Valparaíso durante ese mismo periodo. A su vez, la participación de SMU no supera el 12% en esas regiones, cifra inferior a su participación nacional. Por otro lado, la participación en ventas de Montserrat disminuyó desde 3,2% el 2011 a 0,4% el 2020 en la Región Metropolitana, en el contexto de una delicada situación económica que ha derivado en el cierre de todos sus locales y en el cese de sus operaciones supermercadistas.

El análisis realizado en este informe lleva a concluir que ha ocurrido un cambio sustancial en las condiciones de competencia en la industria de supermercados entre el momento en el cual se dictó la Resolución N°43/2012 y el momento de su consulta actual al H. Tribunal de la Libre Competencia (“TDLC”), fundamentalmente debido a la menor participación de mercado de SMU, la progresiva desaparición de Montserrat y el aumento en la participaciones de mercado de Walmart y Cencosud¹.

En caso de alzarse las condiciones tercera y sexta de la Resolución N°43/2012, el análisis de los efectos de esta operación de concentración lleva a descartar la presencia de riesgos para la competencia. A nivel nacional, habría un aumento de 6 y 65 puntos, en ventas y superficie respectivamente, en el indicador de concentración HHI; mientras que dichos incrementos serían de 7 y 97 puntos para la Región Metropolitana y de 5 y 39 puntos para la Región de Valparaíso, para ventas y superficie respectivamente. Por lo tanto, en esos casos analizados el aumento en los indicadores de concentración son inferiores al umbral establecido por la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) en su Guía de Fusiones.

El análisis geográfico local del mercado de distribución minorista debe ser realizado a nivel de isócrona, donde al analizar el cambio en las participaciones de mercado en superficie, solamente se superan los umbrales en 4 locales, ubicados en: Santelices 641 (Isla de Maipo); Santa Josefina 40 (Puente Alto); Arturo Prat 200 (Limache); y Hermanos Clark 55 (Los Andes). Profundizando en dichos locales, se analizan los efectos en la competencia dentro de esas isócronas, donde se descartan que existan riesgos de reducir sustancialmente la competencia producto de esta operación de concentración.

Por lo tanto, el cambio sustancial para las condiciones de competencia para SMU respecto a las tenidas en vista cuando se dictó la Resolución N°43/2012 del TDLC y la existencia de un nuevo procedimiento de control de operaciones de concentración dispuesto en el Título IV del DL 211 llevaría a desestimar la existencia de riesgos sobre la competencia derivados del alzamiento de las condiciones tercera y sexta de la Resolución N°43/2012. Junto a esto, y más allá que un análisis más detallado de la operación de concentración corresponde hacerlo en el contexto de un proceso de notificación a la FNE, el estudio realizado llevaría a descartar riesgos sustanciales para la competencia derivados de la operación de concentración consistente en el arrendamiento de locales de supermercados por parte de SMU a Inmobiliaria Santander y la eventual compra de dos locales comerciales de Inmobiliaria Santander por parte de Corpgroup.

¹ A lo anterior se sumaría la mayor relevancia del canal online para las ventas y desarrollo futuro de la industria.

1.- Antecedentes Generales

Durante el año 2011, SMU realizó una consulta al TDLC sobre una operación de concentración con Supermercados del Sur (“SDS”). Esta operación fue aprobada por el TDLC en su Resolución N°43/2012 estableciendo seis medidas de mitigación, que incluían la enajenación de la participación de SMU en Montserrat (condición tercera) y la obligación de consultar al TDLC de manera previa a cualquier operación de concentración en la industria supermercadista en las que participen SMU o sus empresas relacionadas (condición sexta).

En julio del año 2021 SMU suscribió con Inmobiliaria Santander un “Contrato Marco”, el cual entrega la posibilidad de arriendo de hasta 22 locales comerciales, anteriormente operados por Montserrat, ubicados en las regiones Metropolitana y de Valparaíso. Junto a esto, en esa misma fecha Corpgroup, sociedad relacionada a SMU, suscribió con Inmobiliaria Santander una “Propuesta de Exclusividad” para negociar una eventual compraventa de hasta cuatro inmuebles de la Región Metropolitana que eran operados por Montserrat; a la fecha de la presentación de la consulta, de acuerdo a lo informado por SMU, dicho acuerdo solo estaría vigente respecto de dos de esos cuatro inmuebles.

Fundado en los cambios sustanciales ocurridos en la industria de supermercados, la precaria situación financiera y operacional de Montserrat, y la existencia de un sistema de control obligatorio para aquellas operaciones de concentración que superen los umbrales de venta en Chile, SMU solicitó al TDLC en septiembre del año 2021 alzar las condiciones tercera y sexta mencionadas anteriormente.

La consulta realizada por SMU incluye en su anexo un informe económico elaborado por Econsult (“Análisis de HHI por isócrona”), que contiene un análisis del cambio en el índice Herfindahl-Hirschman (“HHI”) para las isócronas de los 22 locales considerados en el Contrato Marco y los 2 locales incluidos en la Propuesta de Exclusividad. En dicho documento se entregan los argumentos que llevan a descartar que existan riesgos de reducir la competencia producto de dicha operación.

Al respecto, este informe corresponde a un análisis complementario al anexo económico presentado en la consulta de SMU, centrándose en los cambios en la industria de supermercados respecto a las condiciones existentes al momento de la Resolución N°43/2012 y los efectos competitivos derivados de la mencionada operación de concentración.

2.- Mercado Relevante

En la industria de supermercados participan tres agentes diferentes que llevan a conformar dos mercados relevantes. Los tres agentes económicos corresponden a: (i) proveedores y distribuidores mayoristas, (ii) distribuidores minoristas y (iii) consumidores finales. Dado esto, existe un mercado aguas abajo, correspondiente al mercado de distribución minorista donde los supermercados (distribuidores minoristas) venden bienes a los consumidores finales. A su vez, existe un mercado aguas arriba, correspondiente al mercado de aprovisionamiento mayorista, donde los supermercados adquieren dichos bienes. A continuación, se procede a analizar la definición de ambos mercados relevantes, los cuales han sido analizados en innumerables ocasiones tanto por el TDLC² como por la FNE.

El mercado de distribución minorista considera las salas de venta mayoristas y minoristas³, excluyendo a las tiendas de conveniencia y almacenes, dado que los supermercados corresponden a *one stop shopping* donde se satisfacen múltiples necesidades de los clientes en una sola localización. Tal como lo realizó anteriormente en sus sentencias N°9 de 2004 y N°31 de 2005, el TDLC en la Resolución N°43/2012 definió ese mercado relevante de producto como *“el de aprovisionamiento periódico, normalmente semanal, quincenal o mensual, en modalidad de autoservicio, por parte de tiendas de superficie especialmente diseñadas al efecto, denominadas supermercados, de productos alimenticios y de artículos no alimenticios de consumo corriente en el hogar, para consumidores finales”*⁴. Esta misma definición fue utilizada por el TDLC en su reciente Resolución N°65/2021 sobre el contrato de arrendamiento de Cencosud de un local de supermercado en Valdivia⁵ y por la FNE tanto en su reciente aprobación de la operación de concentración entre Walmart e Inmobiliaria Santander⁶ como en los antecedentes aportados a esta misma consulta⁷.

El mercado de distribución minorista tiene un alcance local, correspondiente en el análisis actual a la isócrona de 15 minutos. Respecto al mercado geográfico, en la Resolución N°43/2012 el TDLC determinó que *“desde el punto de vista de los consumidores éste es fundamentalmente local, ya que los costos de desplazamiento imponen límites al área en que los supermercados, en ella insertos, serán considerados por los consumidores como sustitutos cercanos. El área comprendida en cada mercado geográfico varía según las características de la zona, por ejemplo, si es urbana o rural, pero en general se delimita por isócronas de*

² Ver Sentencias N°9 de 2004, N°31 de 2005 y N°65 de 2008, y las Resoluciones N°43 de 2012 y N°65 de 2021, entre otras.

³ TDLC Resolución N°43 de 2012, pp. 41.

⁴ TDLC Resolución N°43 de 2012, pp. 24.

⁵ TDLC Resolución N°65 de 2021, pp. 38 y 39

⁶ Informe de aprobación de la FNE, de fecha 18 de junio de 2021, respecto de la “Adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de Walmart Chile S.A.”

⁷ FNE, aporte de antecedentes Rol NC 501 – 2021, pp 14.

*viajes en automóvil de 5 a 15 minutos*⁸. Si bien en el análisis a nivel local de la Resolución N°43/2012 el TDLC no incluía locales de las regiones Metropolitana y de Valparaíso (al no existir traslape ente SMU y SDS), lo cierto es que el TDLC utilizó isócronas de 15 minutos para calcular los indicadores UPPI (Upward Price Pressure Index), que miden potenciales riesgos competitivos. Ese mismo criterio de 15 minutos fue utilizado por la FNE en la operación de concentración entre Walmart e Inmobiliaria Santander, la cual consideró dos locales de la Región Metropolitana, y para el análisis preliminar de isócronas entregado en su aporte de antecedentes de esta consulta⁹.

Dentro del rango utilizado por el TDLC (5 – 15 minutos), la definición de mercado geográfico de distribución minorista utilizada por la Comisión Europea también es más cercana a la isócrona de 15 minutos, utilizando este criterio en las operaciones Carrefour / Billa Romania¹⁰ (isócronas 10 – 30 minutos); Carrefour / Promodes¹¹ (isócronas 10 – 30 minutos); Carrefour – Supersol¹² (isócrona de 15 minutos para zona urbana y 30 minutos para zona rural) Kesco – Tusco (isócrona 20 minutos), Tesco / Carrefour¹³ (isócronas 20 – 30 minutos), Groupe Auchan/Magyar Hipermarket¹⁴ (isócronas 20 – 30 minutos), Lidl / Plus Romania / Plus Bulgaria¹⁵ (isócronas 20 – 30 minutos) y CVC / Schuitema¹⁶ (isócronas 20 – 30 minutos).

En la industria de supermercados también existe un mercado relevante secundario, esto es, el de aprovisionamiento mayorista, el cual tiene un alcance nacional. Ese mercado ha sido definido anteriormente por el TDLC como aquel correspondiente *“al aprovisionamiento a supermercados, por parte de proveedores mayoristas, de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente”*¹⁷, donde la posibilidad de obtener mejores condiciones de aprovisionamiento ante mayor escala lleva a que su alcance geográfico sea a nivel nacional.

⁸ TDLC Resolución N°43 de 2012, pp. 39.

⁹ Sección 3.3 (d) de los antecedentes aportados por la FNE.

¹⁰ Case M.7933 - CARREFOUR / BILLA ROMANIA and BILLA INVEST CONSTRUCT (2016).

¹¹ Case No COMP/M.1684 - CARREFOUR / PROMODES (1999).

¹² Case M.10015 - CARREFOUR / SUPERSOL (2020).

¹³ Case No COMP/M.3905 - TESCO / CARREFOUR (2005).

¹⁴ Case No COMP/M.6506 - GROUPE AUCHAN / MAGYAR HIPERMARKET (2012).

¹⁵ Case No COMP/M.5790 - LIDL/ PLUS ROMANIA/ PLUS BULGARIA (2010).

¹⁶ Case No COMP/M.5176 - CVC / SCHUIITEMA (2008).

¹⁷ TDLC Resolución N°65 de 2021, pp. 24.

3.- Cambios en el mercado relevante respecto a las condiciones de mercado de la Resolución N°43/ 2012

3.1.- Análisis a nivel nacional

Desde el momento del análisis realizado por el TDLC para imponer las condiciones tercera y sexta a SMU, se observa una caída en las ventas reales de SMU, que se contrasta con el crecimiento exhibido por el resto de los competidores. Tal como se muestra en la Tabla 1 y en la Figura 1, en el periodo comprendido entre los años 2014 y 2020, las ventas nacionales¹⁸ de los supermercados de SMU tuvieron una caída real de 3%, que se compara desfavorablemente respecto al alza en ventas de 28%, 18% y 16% real presentado por Walmart, Cencosud y Tottus durante ese mismo periodo.

La participación de mercado nacional de SMU en ventas ha disminuido en una magnitud relevante. Al comparar la información de las seis cadenas analizadas por la FNE en su aporte de antecedentes, presentada en la Tabla 2 de este informe, se observa que SMU disminuyó su participación de mercado desde 22,6% a 19,1% entre los años 2014 a 2020, mientras que Walmart, Cencosud y Tottus aumentaron su participación. Más aún, al comparar la tasa participación de 19,1% en el año 2020 con el 28,3% de participación estimada por el TDLC para el periodo julio 2010 – junio 2011¹⁹, se observa una caída de 9,2 pp en la participación de SMU entre el periodo bajo el cual el TDLC analizó el mercado²⁰ para establecer las condiciones tercera y sexta, y el año 2020.

La disminución en la participación de mercado nacional de SMU en superficie ha sido aún mayor que la mencionada disminución de ventas. Al comparar la información de las cadenas analizadas por el TDLC en el Cuadro 3 de la Resolución N°43/2012 con la superficie actual de los actores del mercado, presentado en la Tabla 3 de este informe, se observa que SMU disminuyó su participación de mercado desde 30,7% a 19,6%, mientras que Walmart, Cencosud y Tottus aumentaron su participación. Al comparar dicha participación de 19,6% con el 30,7% de participación en superficie de SMU estimada por el TDLC para el periodo

¹⁸ La base de Georesearch entregada por SMU a Econsult tiene información respecto a la superficie estimada de los locales. Para la información de ventas, se utilizaron los datos publicados por la FNE en su aporte de antecedentes, dado que corresponden a las ventas efectivas de las cadenas.

¹⁹ TDLC, Resolución N°43/2012, Cuadro 3.

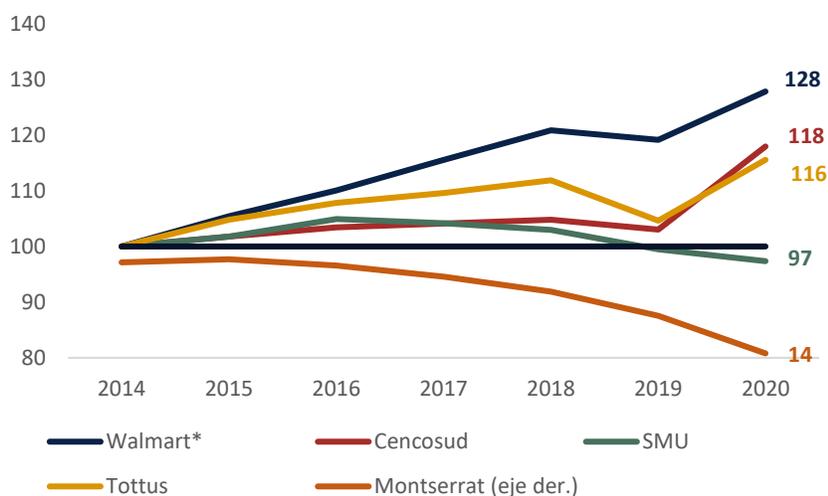
²⁰ Ese 28,3% de participación se SMU es previo a realizar las enajenaciones requeridas por el TDLC y considerando el 40% de participación que Montserrat que tenía SMU.

julio 2010 – junio 2011²¹, se observa una caída de 11,1 pp en la participación de SMU entre el periodo bajo el cual el TDLC analizó el mercado²² y el año 2020.

En la industria de supermercados actualmente existen dos actores con un tamaño bastante superior a SMU, que han aumentado su participación. Las cadenas Walmart y Cencosud alcanzan el 73% de ventas del mercado en el año 2020, con un incremento de 4,8 pp en su participación conjunta desde el año 2014. Por otro lado, en las Tablas 2 y 3 de este informe se observa que SMU no supera el 20% de participación nacional ni en ventas ni en superficie.

Por lo tanto, si bien SMU continúa siendo el tercer actor con mayor participación en la industria, su posición ha cambiado sustancialmente respecto al momento en que el TDLC analizó la fusión SMU - SDS, con una caída de 9,2 pp en la participación de mercado de SMU en ventas y de 11,1 pp en superficie a nivel nacional. A su vez, SMU ha tenido una caída de 3% en sus ventas reales entre los años 2014 y 2020, en un contexto en que las ventas de los otros participantes aumentaron al menos un 15% real.

**Figura 1. Evolución de las ventas reales nacionales
(2014 = 100)**



Fuente: Elaboración propia en base a INE y FNE.

²¹ TDLC, Resolución N°43/2012, Cuadro 3.

²² Ese 30,7% de participación de SMU es previo a realizar las enajenaciones requeridas por el TDLC y considerando el 40% de participación que Montserrat que tenía SMU.

Tabla 1. Evolución de indicadores de ventas de supermercados

	Crecimiento de ventas reales 2014 - 2020 (%)
Walmart	28%
Cencosud	18%
SMU	-3%
Tottus	16%
Montserrat	-86%

Fuente: Elaboración propia en base a INE y a informe FNE al TDLC.

Tabla 2. Evolución de participación de mercado nacional (ventas)

	Participación de mercado jul. 2010 – jun. 2011	Participación de mercado 2014	Participación de mercado 2020	Cambio en participación de mercado 2011 – 2020 (pp)	Cambio en participación de mercado 2014 - 2020 (pp)
Walmart	36,4%	39,8%	44,1%	7,7	4,2
Cencosud	28,4%	28,6%	29,2%	0,8	0,6
SMU*	28,3%	22,6%	19,1%	-9,2	-3,6
Tottus	6,0%	7,3%	7,3%	1,3	0,0
Montserrat*	0,9%	1,5%	0,2%	-0,7	-1,3
Otros	-	0,1%	0,2%	-	0,0

Fuente: Elaboración propia en base a Resolución N°43/2012 del TDLC y antecedentes entregados por la FNE en su informe al TDLC.

*Participación 2010 – 2011 de SMU considera SDS y 40% de Montserrat, mientras que participación de Montserrat solo considera su 60% restante.

Tabla 3. Evolución de participación de mercado nacional (superficie)

	Participación de mercado jul. 2010 – jun. 2011	Participación de mercado 2021	Participación de mercado 2021 (excluyendo Otros)	Cambio en participación de mercado 2011 - 2020 (pp)
Walmart	37,0%	36,0%	41,4%	4,4%
Cencosud	23,6%	23,4%	26,9%	3,3%
SMU*	30,7%	17,0%	19,6%	-11,1%
Tottus	6,6%	8,0%	9,2%	2,6%
Montserrat*	2,2%	2,5%	2,9%	0,7%
Otros	-	13,1%	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a Resolución N°43/2012 del TDLC y datos de Georesearch.

*Participación 2010 – 2011 de SMU considera SDS y 40% de Montserrat, mientras que participación de Montserrat solo considera su 60% restante.

3.2.- Análisis a nivel regional

A partir de las diferentes fuentes de datos disponibles fue posible realizar un análisis de la evolución de las participaciones de mercado regionales. A diferencia del análisis nacional presentado en la sección anterior, en la Resolución N°43/2012 del TDLC no aparece un análisis detallado para las regiones Metropolitana y de Valparaíso. Sin embargo, en los antecedentes entregados por la FNE para esa consulta, se encuentra un detalle de las ventas de supermercados por región para el periodo julio 2010 – junio 2011²³. A su vez, en los antecedentes entregados por la FNE para la presente consulta se encuentran las ventas del año 2020 de seis cadenas de supermercados, que representan sobre el 94% de la superficie de locales de esas dos regiones. Por último, a través de la base de Georesearch fue posible obtener la superficie de los locales de cadenas de supermercados para el año 2021. Todas esas bases de información fueron utilizadas para el análisis presente en esta subsección.

Tabla 4. Participaciones de mercado en la Región Metropolitana

	Participación de mercado jul. 2010 – jun. 2011 (Ventas)	Participación de mercado 2020 (Ventas)	Participación de mercado 2021 (M2)
Walmart	43%	45,7%	40,7%
Cencosud	31%	32,4%	24,9%
SMU*	14%	12,2%	12,2%
Tottus	9%	9,0%	11,0%
Montserrat*	2%	0,4%	6,0%
Otros	S/I	0,4%	5,2%

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por FNE para Resolución N°43/2012 del TDLC, antecedentes entregados por la FNE en su informe al TDLC (ventas) y datos de Georesearch (superficie).

* Participación 2010 – 2011 de SMU considera SDS y 40% de Montserrat, mientras que participación de Montserrat solo considera su 60% restante.

De las cadenas analizadas, SMU y Montserrat fueron las únicas con disminuciones en las participaciones de mercado en ventas entre 2011 y 2020. En la Tabla 4 de este informe se observa la comparación para las cadenas de supermercado en la Región Metropolitana, donde se observa una caída de 2 pp en la participación de ventas de SMU. Por otro lado, tanto Walmart como Cencosud aumentaron su participación en las ventas regionales, alcanzando un 78,1% en el año 2020. En el análisis de superficie por cadena también se observa que SMU tiene una menor participación que Walmart y Cencosud en la Región Metropolitana. De acuerdo a la información entregada por Georesearch, SMU tendría el 12,2% de participación de mercado en superficie en esa región, muy por debajo del 40,7%

²³ FNE, aporte de antecedentes Rol NC 397-11, Cuadro 6.

de Walmart y el 24,9% de Cencosud. Más aún, de acuerdo a la Tabla 3 de los antecedentes entregados por la FNE, SMU incluso tendría una menor superficie que Tottus en la Región Metropolitana.

En el caso de la Región de Valparaíso, SMU ha tenido una caída aún mayor en su participación de mercado. En la Tabla 5 de este informe es posible observar que entre los años 2011 y 2020, la participación en venta de SMU disminuyó 5 pp, disminución superior a la caída de 2 pp ocurrida en la Región Metropolitana. Al considerar la superficie, nuevamente se observa que SMU se encuentra lejos de sus principales competidores: SMU tiene un 10,2% de participación, mientras que Walmart y Cencosud tienen un 39,3%²⁴ y 33,7% de participación, respectivamente.

Tabla 5. Participaciones de mercado en la Región de Valparaíso

	Participación de mercado jul. 2010 – jun. 2011 (Ventas)	Participación de mercado 2020 (Ventas)	Participación de mercado 2021 (M2)
Walmart	29%	43,0%	39,3%
Cencosud	42%	34,8%	33,7%
SMU*	17%	12,4%	10,2%
Tottus	6%	9,5%	9,0%
Montserrat	S/I	0,2%	1,9%
Otros	S/I	0,2%	6,0%

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por FNE para Resolución N°43/2012 del TDLC, antecedentes entregados por la FNE en su informe al TDLC (ventas) y datos de Georesearch (superficie).

*Participación 2010 – 2011 de SMU considera SDS.

Como se puede observar, SMU tiene una menor participación en las regiones analizadas (Metropolitana y Valparaíso) que a nivel nacional. SMU tiene un 12,2% y 12,4% en participación de mercado en ventas en las regiones Metropolitana y de Valparaíso, respectivamente, ambas cifras inferiores al 19,1% de participación de mercado nacional en ventas. Este mismo fenómeno ocurre al analizar las cifras de superficie, donde SMU tiene un 12,2% y 10,2% en participación de mercado en las regiones Metropolitana y de Valparaíso, respectivamente, ambas cifras inferiores al 17,0% de participación de mercado nacional en superficie.

²⁴ Estas cifras corresponden a las entregadas por Georesearch, donde Walmart tiene un 40% de participación en superficie en la Región de Valparaíso. De acuerdo a los antecedentes aportados por la FNE, Walmart tendría un 2% de participación en superficie en esa región, pero un 43% de participación en ventas.

Por lo tanto, entre los años 2011 y 2020 disminuyó la participación de mercado de SMU tanto en la Región Metropolitana como en la Región de Valparaíso, teniendo en ambas regiones una participación de mercado bastante inferior a la exhibida en el resto del país.

Junto a esto, la situación de Montserrat también ha evolucionado desfavorablemente entre los años 2011 y 2020. Es así como en su Resolución N°43/2012, el TDLC señalaba que Montserrat tenía una participación de 3,2% en ventas y 7,3% en superficie en la Región Metropolitana²⁵, participaciones que se redujeron sustancialmente hasta alcanzar 0,4% de ventas y 6,0% en superficie que actualmente tiene en esa región. A su vez, el TDLC señaló en aquella ocasión que Montserrat era más ineficiente en términos de ventas por metros cuadrado que el resto de sus competidores²⁶; este deterioro se ha profundizado en la actualidad, tal como menciona la propia FNE en su informe de aprobación de la operación Walmart - Inmobiliaria Santander, donde se señala una *“brusca caída en las ventas de Montserrat, que coincide con la delicada situación económica de dicho supermercado”*²⁷.

Al comparar la situación actual de la industria supermercadista y aquella existente al momento de la Resolución N°43/2012, existe un cambio sustancial en las condiciones de competencia, explicado por la menor participación de mercado de SMU, la progresiva desaparición de Montserrat y el aumento en las participaciones de mercado de Walmart y Cencosud²⁸. Este cambio sustancial para las condiciones de competencia en la industria de supermercados y la existencia de un nuevo procedimiento de control de operaciones de concentración llevaría a desestimar la existencia de riesgos sobre la competencia derivados del alzamiento de las condiciones tercera y sexta de la Resolución N°43/2012.

3.3.- Ventas a través del canal online

El comercio online ha tomado una importancia relevante al comparar la situación actual con aquella existente en la Resolución N°43/2012, que también podría ser considerado como un cambio sustancial adicional para las condiciones de competencia de la industria de supermercados. Es así como algunas cadenas de supermercados tienen sus propias plataformas de comercialización online (www.lider.cl, www.jumbo.cl, www.unimarc.cl, www.tottus.cl, entre otros) y también participan de la venta online a través de aplicaciones

²⁵ TDLC, Resolución N°43/2012, pp.43.

²⁶ TDLC, Resolución N°43/2012, pp.44.

²⁷ FNE, Informe de Aprobación Rol FNE F268-2021, pp.8.

²⁸ A lo anterior se sumaría la mayor relevancia del canal online para las ventas y desarrollo futuro de la industria

móviles de terceros²⁹. A su vez, algunos participantes de la industria han logrado alianzas con apps específicas³⁰.

Las ventas a través del canal online pueden representar un porcentaje relevante de las ventas totales de las cadenas de supermercados. Este es el caso de Cencosud, donde las ventas de sus supermercados por el canal online representaron un 9% de las ventas totales del año 2021³¹, en Tottus alcanzaron 5% en 2021³², mientras que en Walmart las ventas online en Chile superaron el 3% de las ventas del año 2020³³. El nivel de ventas online del resto de los competidores, incluido SMU, se encuentra lejos del monto vendido por Walmart y Cencosud bajo este canal³⁴.

Existe una tendencia al alza en las ventas a través del canal online, que ha sido potenciado por las restricciones de movimiento relacionadas a la pandemia del Covid-19 y que podrían implicar un cambio permanente en la industria. De acuerdo a un estudio publicado por McKinsey (2021)³⁵, a pesar de las menores restricciones derivadas del Covid-19, se proyecta que la penetración del canal online en EE.UU. alcance entre un 14% - 18% en la industria de supermercados entre los próximos 3 a 5 años. Junto a esto, existe evidencia anterior de que la pandemia puede generar cambios permanentes en el uso del canal online, tal como aconteció con la crisis del SARS en 2002-2003 y la digitalización del retail en China³⁶.

La mayor relevancia que ha tomado el canal online se refleja en la alta inversión realizada para su desarrollo. Es así como Walmart anunció en el año 2020 que invertiría un total de US\$ 50 millones en Chile entre los años 2020 y 2021 para poder potenciar sus ventas online³⁷, incluyendo una mayor cobertura geográfica en sus ventas online. Por otro lado, Cencosud anunció a comienzos del año pasado que iba a destinar un total de US\$ 300 millones en los próximos tres años en tecnología, logística y e-commerce³⁸. Junto a esto, Falabella anunció

²⁹ Es así como Líder, Jumbo, Santa Isabel y Unimarc se encuentran presentes en la plataforma Cornershop; Líder, Jumbo, Santa Isabel Unimarc, Mayorista 10, Tottus y Erbi se encuentran presentes en la plataforma Rappi; por nombrar algunos ejemplos.

³⁰ Tal es el caso de Walmart con Pedidos Ya (2021) o de Cencosud con Cornershop (2020).

³¹ Cencosud, Reporte de Resultados 4T-21, pp.5.

³² Falabella, Release de Resultados 4Q-21, pp.25.

³³ FNE, Aporte de antecedentes, Figura 9.

³⁴ FNE, Aporte de antecedentes, Figura 8.

³⁵ McKinsey, Making online grocery a winning proposition, junio 2021. Disponible en <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/making-online-grocery-a-winning-proposition>.

³⁶ Idem.

³⁷ <https://www.amchamchile.cl/2020/07/walmart-chile-invertira-us-50-millones-para-potenciar-propuesta-omnicanal-y-llegar-a-mas-ciudades-del-pais/>

³⁸ <https://www.latercera.com/pulso/noticia/cencosud-anuncia-plan-de-inversion-de-us-1800-millones-en-tres-anos-abrira-nueva-tienda-y-lanzara-app/UCZXNADW6ZDT5M4HDMMX3YWC5M/>

que invertiría US\$ 443 millones en 2021³⁹ y US\$ 418 millones en 2022⁴⁰ para tecnología y logística. Por último, dentro del plan de inversión por \$60.000 millones anunciado por SMU para el año 2022, más del 50% estará destinada al crecimiento omnicanal⁴¹.

Las salas físicas de ventas son necesarias para lograr un mayor crecimiento en el canal online, pues permiten que los pedidos sean despachados y recibidos por los clientes en tiempos acotados desde locaciones cercanas a sus domicilios. Los montos destacados en el párrafo anterior no solo implican una inversión en nueva tecnología, sino también la modificación de las salas físicas de venta de los supermercados⁴² para adoptarlas a la omnicanalidad. Esto toma especial relevancia en la Región Metropolitana, donde SMU tiene una menor participación de mercado que a nivel nacional, y donde se encuentran la mayoría de los locales de Montserrat. Por lo tanto, la operación de concentración que será analizada en el capítulo siguiente ocurre en un contexto de menor participación de mercado de SMU y un deterioro severo en la posición de Montserrat, con consolidación de la participación de Walmart y Cencosud, y donde las salas físicas de ventas constituyen además un elemento para potenciar las ventas del canal online.

³⁹ <https://s22.q4cdn.com/351912490/files/3.1.21-ESP-Anuncio-Plan-de-Inversiones.VF.pdf>

⁴⁰ <https://s22.q4cdn.com/351912490/files/Anuncio-Plan-de-Inversiones-2022-SPA.pdf>

⁴¹ https://www.smu.cl/wp-content/files_mf/1633527176SMUInvestorDay_20210930_esp.pdf

⁴² <https://www.df.cl/noticias/empresas/retail/los-ultimos-cambios-que-ha-hecho-el-retail-a-sus-tiendas-tras-la/2022-01-21/173243.html>

4.- Efectos competitivos de la operación de concentración

Una vez establecido que ha ocurrido un cambio sustancial en las condiciones de competencia en la industria de supermercados entre el momento en el cual se dictó la Resolución N°43/2012 del TDLC y el momento de su consulta actual al TDLC, se procederá a analizar los efectos competitivos de la operación de concentración entre SMU e Inmobiliaria Santander (considerando además los dos locales de la Propuesta de Exclusividad entre Corpgroup e Inmobiliaria Santander)⁴³. La Tabla 6 contiene las ubicaciones de los 24 locales involucrados en los contratos suscritos entre las partes que motivaron la consulta, de los cuales 21 locales se encuentran ubicados en la Región Metropolitana y 3 locales en la Región de Valparaíso.

Tabla 6. Locales de Inmobiliaria Santander considerados en la consulta de SMU

Comuna	Región	Dirección
Colina	Metropolitana	General San Martin 68
El Bosque	Metropolitana	Gran Avenida José Miguel Carrera 13.125
Isla de Maipo	Metropolitana	Santelices 641
Maipú	Metropolitana	Alfredo Silva Carvallo 1.401
Paine	Metropolitana	Av. General Baquedano 890
Peñaflor	Metropolitana	Balmaceda 503
Peñalolén	Metropolitana	Av. Grecia 8.585
Puente Alto	Metropolitana	Av. México 1.915
Puente Alto	Metropolitana	Santa Josefina 40
Quilicura	Metropolitana	José Francisco Vergara 159
Quinta Normal	Metropolitana	Joaquin Walker Martinez 1.650
Renca	Metropolitana	Av. Miraflores 8.045
Renca	Metropolitana	José Manuel Balmaceda 4.569
Renca	Metropolitana	Domingo Santa Maria 4.112
Estación Central	Metropolitana	Av. Gladys Marín 6.950
Independencia	Metropolitana	Av. Independencia 2.127
La Florida	Metropolitana	Vicuña Mackenna 12.321
Macul	Metropolitana	Av. Macul 3.578
Pirque	Metropolitana	Ramón Subercaseaux 320
Los Andes	Valparaíso	Hermanos Clark 55
Limache	Valparaíso	Arturo Prat 200
Viña del Mar	Valparaíso	Av. Edmundo Eluchans 1.980
La Florida*	Metropolitana	Américo Vespucio 7.500
Las Condes*	Metropolitana	Las Condes 9.350

Fuente: Elaboración propia en base a Contrato Marco, Propuesta de Exclusividad y Georesearch. En * se señalan aquellos locales contemplados en el Acuerdo de Exclusividad suscrito entre Corpgroup e Inmobiliaria Santander.

⁴³ Dado que la consulta de SMU y Corpgroup incluye los dos locales considerados en la "Propuesta de Exclusividad", éstos también serán incorporados en este análisis.

Cabe recordar que, tal como fue señalado anteriormente, el análisis de los riesgos competitivos derivados de la operación debe ser realizado a nivel nacional y a nivel de isócrona. Más allá de esto, dados los antecedentes disponibles, se procedió también a realizar un análisis regional y comunal, que correspondieron a delimitaciones geográficas analizadas por el TDLC en su Resolución N°43/2012. Al respecto, cabe destacar que, en los análisis recientes de libre competencia de esta industria, la concentración de mercado ha sido analizada a nivel de ventas⁴⁴.

4.1 Análisis en el mercado nacional

Sin perjuicio que el procedimiento de control de la operación de concentración es una materia que se abordaría ante la FNE, cabe referirse a sus efectos puesto que la misma fue la que motivó la solicitud de alzamiento de las condiciones impuestos por el TDLC a SMU. Al respecto, cabe señalar que el aumento en el indicador de concentración HHI a nivel nacional derivado de la operación de concentración es inferior al umbral establecido por la FNE tanto en ventas como superficie. En el caso de las ventas, los resultados presentados en la Tabla 7 muestran que se obtiene un mercado altamente concentrado y un aumento de 6 puntos en el indicador HHI⁴⁵ en base a la información entregada por la FNE; este cambio en el HHI podría estar sobreestimado, considerando que para su cálculo únicamente se consideran la información que las seis principales cadenas nacionales, que son aquellos respecto a los que la FNE informó en su aporte de antecedentes. En el caso de la superficie, se obtiene un mercado moderadamente concentrado y un aumento de 65 puntos en el indicador HHI. Ambos cambios en los indicadores de concentración son inferiores a los umbrales establecidos por la FNE en su Guía de Fusiones para determinar si existe potencial anticompetitivo derivado de la operación (este umbral es de 100 puntos para mercados altamente concentrado y de 200 puntos para mercados moderadamente concentrados).

Luego de la operación de concentración, SMU tendría un 19,3% de participación de mercado en ventas y 18,9% de participación en superficie. Estas cifras se alejan bastante tanto de lo exhibido por SMU en el año 2011 (Tabla 2 y 3) como de las participaciones actuales de otros actores de la industria (Tabla 7).

⁴⁴ Este criterio fue adoptado tanto por el TDLC en su Resolución N°65 de 2021 (Figura 1 y Cuadro 2), como por la FNE en el informe de aprobación de la operación Walmart – Inmobiliaria Santander (Tabla 2 y Tabla 5).

⁴⁵ Más allá de los efectos de la pandemia sobre las ventas 2020, estas conclusiones no cambian al realizar el mismo análisis para años anteriores, donde se encuentra un aumento de 32 y 23 puntos en el indicador HHI de ventas nacional, para los años 2018 y 2019, respectivamente.

Tabla 7. Cambio en los indicadores de concentración nacionales

Cadena	Ventas 2020		Superficie	
	Ex-ante	Ex-post	Ex-ante	Ex-post
Walmart	44,1%	44,1%	36,0%	36,0%
Cencosud	29,2%	29,2%	23,4%	23,4%
SMU	19,1%	19,3%	17,0%	18,9%
Tottus	7,3%	7,3%	8,0%	8,0%
Montserrat	0,2%	0,0%	2,5%	0,6%
Otros	0,2%	0,2%	13,1%	13,1%
HHI	3.216	3.221	2.208	2.274
Cambio en HHI	6		65	

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por FNE en su informe al TDLC (ventas) y datos de Georesearch (superficie).

4.2 Análisis a nivel regional

En primer lugar, el aumento en el indicador de concentración HHI en la Región Metropolitana producido por la operación de concentración es inferior al umbral establecido por la FNE tanto en ventas como superficie. En la Tabla 8 es posible observar que, en el caso de las ventas, luego de la operación se obtiene un mercado altamente concentrado y un aumento de 7 puntos en el indicador HHI⁴⁶; este cambio en el HHI podría estar sobreestimado según ya se explicó atendiendo que únicamente considera la información de las principales seis cadenas de supermercados. En el caso de la superficie, se obtiene un mercado altamente concentrado y un aumento de 97 puntos en el indicador HHI. Ambos cambios en los indicadores de concentración son inferiores al mencionado umbral señalado por la FNE en su Guía de Fusiones.

En segundo lugar, el aumento en el indicador de concentración HHI en la Región de Valparaíso producido por la operación es inferior al umbral establecido por la FNE tanto en ventas como superficie. En la Tabla 9 es posible observar que, en el caso de las ventas, luego de la operación se obtiene un mercado altamente concentrado y un aumento de 5 puntos en el indicador HHI⁴⁷, el cual podría ser inferior, al considerar la totalidad de supermercados y no solamente aquellos seis a los cuales la FNE les solicitó información. En el caso de la superficie, se obtiene un mercado altamente concentrado y un aumento de 39 puntos en el

⁴⁶ Más allá de los efectos de la pandemia sobre las ventas 2020, estas conclusiones no cambian al realizar el mismo análisis para años anteriores, donde se encuentra un aumento de 37 y 26 puntos en el indicador HHI de ventas de la Región Metropolitana, para los años 2018 y 2019, respectivamente.

⁴⁷ Más allá de los efectos de la pandemia sobre las ventas 2020, estas conclusiones no cambian al realizar el mismo análisis para años anteriores, donde se encuentra un aumento de 22 y 17 puntos en el indicador HHI de ventas de la Región de Valparaíso, para los años 2018 y 2019, respectivamente.

indicador HHI. Por lo tanto, ambos cambios en los indicadores de concentración son inferiores al umbral establecido por la FNE en su Guía de Fusiones.

Tabla 8. Cambio en los indicadores de concentración en la Región Metropolitana

Cadena	Ventas 2020		Superficie	
	Ex-ante	Ex-post	Ex-ante	Ex-post
Walmart	45,7%	45,7%	40,7%	40,7%
Cencosud	32,4%	32,4%	24,9%	24,9%
SMU	12,2%	12,5%	12,2%	16,7%
Tottus	9,0%	9,0%	11,0%	11,0%
Montserrat	0,4%	0,1%	6,0%	1,5%
Otros	0,3%	0,3%	5,2%	5,2%
HHI	3.368	3.376	2.584	2.682
Cambio en HHI	7		97	

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por FNE en su informe al TDLC (ventas) y datos de Georesearch (superficie).

Tabla 9. Cambio en los indicadores de concentración en la Región de Valparaíso

Cadena	Ventas 2020		Superficie	
	Ex-ante	Ex-post	Ex-ante	Ex-post
Walmart	43,0%	43,0%	39,3%	39,3%
Cencosud	34,8%	34,8%	33,7%	33,7%
SMU	12,4%	12,6%	10,2%	12,1%
Tottus	9,5%	9,5%	9,0%	9,0%
Montserrat	0,2%	0,0%	1,9%	0,0%
Otros	0,2%	0,2%	6,0%	6,0%
HHI	3.304	3.309	2.867	2.905
Cambio en HHI	5		39	

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por FNE en su informe al TDLC (ventas) y datos de Georesearch (superficie).

Luego de la operación, SMU tendría una participación de mercado inferior a su participación nacional en ambas regiones y ésta sería bastante menor a los dos actores con mayor participación de mercado. Al comparar los resultados de las tablas 7, 8 y 9 se obtiene que SMU luego de la operación tendría 6,8 pp y 6,7 pp de menor participación (en ventas) en las regiones Metropolitana y de Valparaíso, respectivamente, que su participación nacional. Más aún, en la Región Metropolitana SMU tendría 33,2 pp y 19,9 pp de menor participación en ventas que Walmart y Cencosud, mientras que esas diferencias alcanzan 30,4 pp y 22.2 pp en la Región de Valparaíso. Por tanto, en caso de efectuarse la operación, SMU tendría

en las regiones involucradas una participación menor que en el resto del país y alejada de los dos principales actores.

Por lo tanto, en ninguna de las dos regiones donde existen traslapes en la operación de concentración ocurre un aumento en el indicador HHI que sugiera un potencial efecto anticompetitivo.

4.3 Análisis a nivel comunal

A pesar de que los indicadores comunales dan cuenta de mercados altamente concentrados, el aumento en el indicador de concentración solo superaría el umbral en 4 de las comunas afectadas por la operación. A partir de los antecedentes entregados en la consulta por la FNE, fue posible estimar el cambio en los indicadores de concentración producidos por la operación a nivel comunal, cuyos resultados se presentan en la Tabla 10, donde se supera el umbral de 100 puntos en las comunas de Renca, Macul, El Bosque y Limache.

Esos resultados se encuentran sobreestimados, pues no consideran todos los actores relevantes de la comuna. La estimación presentada en la Tabla 10 involucra las ventas comunales de las seis cadenas de supermercados cuya información aparece en los antecedentes entregados por la FNE. Sin embargo, existen otros locales de supermercados en esas comunas que pueden ejercer presión competitiva sobre los locales de SMU y Montserrat. A modo de ejemplo, en su Informe de Aprobación de la operación de concentración entre Walmart e Inmobiliaria Santander, la FNE señaló que el local de Montserrat de Calera de Tango enfrentaba presión competitiva de un local de Comercial Castro⁴⁸.

Al realizar el análisis a nivel de isócrona, no se superan los umbrales de concentración en 3 de las 4 comunas señaladas. El correcto análisis del mercado geográfico local es a nivel de isócrona, pues el límite comunal no constituye un impedimento para el transporte de los consumidores a otros locales de supermercados. A modo de ejemplo, al analizar la isócrona del local de Macul, se obtiene que participan del mismo mercado relevante locales de comunas aledañas tales como Ñuñoa o San Joaquín, por nombrar algunas. Por otro lado, en la mencionada operación Walmart – Inmobiliaria Santander, la FNE consideró a 6 locales ubicados en la comuna de San Bernardo como actores del mercado relevante del local de Montserrat de la comuna de Calera de Tango⁴⁹. Dado esto, en la Tabla 11 es posible observar

⁴⁸ FNE, Informe de Aprobación Rol FNE F268-2021, pie de página 34.

⁴⁹ FNE, Informe de Aprobación Rol FNE F268-2021, Tabla 4 e Imagen 2.

que en ninguna de los locales involucrados en la operación de las comunas de Macul, El Bosque y Renca se supera el umbral de HHI tanto en ventas como en superficie.

Tabla 10. Cambio en los indicadores de concentración comunales (ventas 2020)

Comuna	HHI ex-ante	HHI ex-post	Cambio en HHI
Colina	2.936	2.944	7
Quilicura	5.184	5.208	24
Independencia	4.197	4.221	24
Las Condes*	4.588	4.604	16
Macul	5.694	5.914	220
Peñalolén	3.939	3.959	20
Estación Central	5.375	5.465	90
Maipú	3.771	3.771	0
Quinta Normal	4.511	4.571	60
Renca	3.784	5.384	1.600
El Bosque	2.778	2.906	128
Puente Alto	3.464	3.483	19
La Florida*	3.024	3.062	38
Isla de Maipo	3.738	3.738	0
Paine	3.733	3.733	0
Peñaflor	4.118	4.150	32
Pirque	10.000	10.000	0
Los Andes	3.497	3.529	32
Viña del Mar	3.520	3.532	12
Limache	3.494	3.674	180

Fuente: Elaboración propia en base a los antecedentes entregados por la FNE en su informe al TDLC. En * las comunas donde se encuentran los locales contemplados en el Acuerdo de Exclusividad suscrito entre Corpgroup e Inmobiliaria Santander.

En el caso restante, correspondiente a la comuna de Limache, existen varios elementos que llevan a descartar efectos sobre la competencia derivados de esta operación de concentración, los cuales serán analizados en la siguiente subsección.

4.4 Análisis a nivel de isócrona

Al realizar el análisis a nivel de isócrona por superficie, solamente se superan los umbrales de concentración en 4 locales. Tal como fue señalado anteriormente, la consulta realizada por SMU incluye como anexo un informe económico elaborado por Econsult (“Análisis de HHI por isócrona”), que contiene un análisis del cambio en el índice Herfindahl-Hirschman (“HHI”) para las isócronas de los 24 locales involucrados en la consulta. Al respecto, en la Tabla 11 se resumen los resultados de ese informe para la concentración de mercado en superficie, donde solo se supera el umbral de cambio en HHI en los locales presentes en las

comunas de Isla de Maipo, Puente Alto (local ubicado en Santa Josefina), Limache y Los Andes.

En cada uno de esos cuatro locales existen varios elementos que llevan a descartar que esta operación tenga la aptitud de reducir la competencia en la isócrona analizada, los cuales son analizados a continuación:

- a. Local ubicado en Santelices 641, Isla de Maipo
 - o En el caso de la isócrona de 15 minutos, existiría una baja cercanía competitiva entre el local de SMU y el de Montserrat. Es así como el único local existente de SMU en esta isócrona corresponde a un Alvi que se ubica en la comuna de Talagante, a 10,1 kilómetros de distancia del local Montserrat. Por lo tanto, no habría una gran cercanía competitiva entre SMU y Montserrat en esa isócrona, más aún considerando que la FNE, en su informe de aprobación de fecha 18 de junio de 2021, señaló que *“(...) en la industria de supermercados la proximidad geográfica es un elemento central en el análisis de cercanía competitiva”*⁵⁰.
 - o El competidor más cercano de ese local de Montserrat es un Super Bodega Acuenta (Walmart), el cuál quedaría como el único local relevante para el centro de la comuna de Isla de Maipo en el caso de que el local de Montserrat se mantenga cerrado. Por lo tanto, el arrendamiento de este local por parte de SMU permitiría la entrada de un segundo competidor en el centro de la comuna.
 - o De acuerdo a lo informado por SMU, existen más de 20 terrenos diagnosticados como aptos para la entrada de nuevos competidores, ante lo cual se descartan potenciales barreras a la entrada relacionadas a la falta de terrenos para desarrollar nuevos locales de supermercados.
- b. Local ubicado en Santa Josefina 40, Puente Alto
 - o En la isócrona 15 minutos se mantendrían dos actores con una participación de mercado muy superior a SMU, pues Walmart tendría un 35,7% y Cencosud un 29,4% de participación, sobre el 17,0% que tendría SMU.

⁵⁰ Informe de aprobación de la FNE, de fecha 18 de junio de 2021, respecto de la “Adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de Walmart Chile S.A.”, página 7.

- Los locales de SMU se encuentran bastante más alejados del local de Montserrat que sus competidores: el local más cercano de SMU se encuentra a 3,2 kilómetros del local de Montserrat, existiendo otros 11 locales de diferentes competidores a una menor distancia.
 - El local de Montserrat que se arrendaría se encuentra cerca de la plaza de Puente Alto, donde se ubica otro local de Montserrat (que no se encuentra incluido en el Contrato Marco, ni en la Propuesta de Exclusividad). En ese sector hoy existe un Jumbo y un Tottus, y está proyectado un futuro local Líder (que se ubicaría en Eyzaguirre 355 y que cuenta con un “Informe de Impacto Ambiental” aprobado). Luego, inmediatamente fuera del centro de esa comuna, existe un local de Super Bodega Acuenta, un Líder y otro supermercado Tottus, todos los cuales se encuentran más cerca del local de Montserrat que los de SMU.
 - De acuerdo a SMU, existen al menos 5 terrenos diagnosticados como aptos para la entrada de nuevos competidores, ante lo cual se descartan potenciales barreras a la entrada relacionadas a la falta de terrenos para desarrollar nuevos locales de supermercados.
- c. Local ubicado en Arturo Prat 200, Limache
- En la isócrona 15 minutos se mantendrían dos actores con una participación de mercado superior al 30%, correspondiente a Cencosud con 32,7% y Walmart con 30,9%, ambos sobre la participación que tendría SMU.
 - Cabe destacar que en esta comuna se encuentran dos zonas separadas. Una zona corresponde al centro antiguo, con un local de Montserrat (incluido en el Contrato Marco), un Hipermercado Líder y un Santa Isabel. Por otro lado, existe otra zona ubicada a más de dos kilómetros, con locales de Santa Isabel, Super Bodega Acuenta y un Unimarc. Por lo tanto, en términos geográficos la mayor competencia en el local de Montserrat la ejercerían los locales de Walmart y Cencosud, y no los de SMU.
 - De acuerdo a SMU, existirían más de 15 terrenos aptos para la entrada de nuevos competidores, ante lo cual se descartan potenciales barreras a la entrada relacionadas a la falta de terrenos para desarrollar nuevos locales de supermercados. Más aún, en noviembre 2020, Walmart abrió un local de Hipermercado Líder a 140 metros del local de Montserrat.

- d. Local ubicado en Hermanos Clark 55, Los Andes
- Se mantendrían dos actores con una participación de mercado superior al 30%, correspondiente a Cencosud con 32,7% y Walmart con 32,4%, ambos sobre la participación de 14,6% que tendría SMU.
 - Existen muchos actores que disciplinan la competencia en la isócrona analizada, pues en un radio de dos kilómetros del local de Montserrat existen dos locales de SMU, tres locales de Cencosud, tres locales de Walmart y un local de Tottus.
 - De acuerdo a SMU, existen casi una decena terrenos aptos para la entrada de nuevos competidores, ante lo cual se descartan potenciales barreras a la entrada relacionadas a la falta de terrenos para desarrollar nuevos locales de supermercados.

Por lo tanto, los antecedentes analizados llevan a descartar que existan riesgos de reducir la competencia producto de esta operación de concentración.

Tabla 11. Cambio en los indicadores de concentración HHI en la isócrona 15 minutos

Dirección	Comuna	Superficie		
		HHI ex-ante	HHI ex-post	Cambio en HHI
General San Martín 68	Colina	2.248	2.332	85
José Miguel Carrera 13.125	El Bosque	2.602	2.660	58
Santelices 641	Isla de Maipo	2.331	3.014	683
Alfredo Silva Carvalho 1.401	Maipú	3.680	3.746	66
General Baquedano 890	Paine	2.630	2.706	76
Balmaceda 503	Peñaflor	2.285	2.418	133
Grecia 8.585	Peñalolén	3.583	3.611	29
México 1.915	Puente Alto	2.532	2.592	60
Santa Josefina 40	Puente Alto	2.477	2.598	121
José Francisco Vergara 159	Quilicura	3.461	3.511	50
Joaquín Walker Martínez 1.650	Quinta Normal	2.699	2.733	34
Miraflores 8.045	Renca	4.738	4.836	98
José Manuel Balmaceda 4.569	Renca	2.537	2.582	46
Domingo Santa María 4.112	Renca	2.838	2.891	53
Arturo Prat 200	Limache	2.466	2.767	301
Edmundo Eluchans 1.980	Viña del Mar	3.931	3.951	21
Gladys Marín 6.950	Estación Central	3.444	3.498	54
Independencia 2.127	Independencia	2.585	2.612	27
Vicuña Mackenna 12.321	La Florida	2.994	3.070	76
Macul 3.578	Macul	2.926	2.980	53
Ramón Subercaseaux 320	Pirque	3.132	3.171	39
Hermanos Clark 55	Los Andes	2.601	2.705	103
Américo Vespucio 7.500*	La Florida	3.138	3.192	54
Las Condes 9.350*	Las Condes	3.154	3.185	32

Fuente: Elaboración propia en base a información entregada por SMU, información del Contrato Marco, información de la Propuesta de Exclusividad y datos de Georesearch. En * se señalan aquellos locales contemplados en el Acuerdo de Exclusividad suscrito entre Corpgroup e Inmobiliaria Santander.

5. Conclusiones

En su Resolución N°43/2012 el TDLC entregó seis medidas de mitigación a la operación SMU - SDS, incluyendo la enajenación de la participación de SMU en Montserrat y la obligación de consultar al TDLC de manera previa a cualquier operación de concentración en la industria supermercadista en las que participen SMU o sus empresas relacionadas.

Desde el momento de esa Resolución y la actualidad ha disminuido considerablemente la participación de mercado de SMU, con una caída de 9,2 pp en la participación de mercado nacional de SMU en ventas y de 11,1 pp en superficie. Junto a esto, en la Región Metropolitana, SMU tuvo una disminución de 2 pp en su participación en venta durante el periodo señalado, caída que alcanza 5 pp en la Región de Valparaíso durante ese mismo periodo.

El análisis realizado en este informe muestra que ha ocurrido un cambio sustancial en las condiciones de competencia en la industria de supermercados entre el momento en el cual se dictó la Resolución N°43/2012 y el momento de su consulta actual al TDLC, ante la menor participación de mercado de SMU, la progresiva desaparición de Montserrat y el aumento en la participaciones de mercado de Walmart y Cencosud⁵¹.

En caso de alzarse las condiciones tercera y sexta de la Resolución N°43/2012, el análisis de los efectos de la operación de concentración lleva a descartar riesgos para la competencia. Tanto a nivel nacional como en las regiones afectadas por la operación, el aumento en los indicadores de concentración son inferiores al umbral establecido por la FNE en su Guía de Fusiones. Junto a esto, al analizar el cambio en las participaciones de superficie solamente se superan los umbrales en 4 locales, donde se descartan que existan riesgos de reducir sustancialmente la competencia producto de esta operación de concentración.

Por lo tanto, el cambio sustancial para las condiciones de competencia para SMU y la existencia de un nuevo procedimiento de control de operaciones de concentración introducidos por la Ley N°20.945 de 2016 llevaría a desestimar la existencia de riesgos sobre la competencia derivados del alzamiento de las condiciones tercera y sexta de la Resolución N°43/2012. Junto a esto, más allá que un análisis específico de la operación de concentración mediante un proceso de notificación a la FNE, el estudio realizado llevaría a descartar riesgos sustanciales para la competencia derivados de la operación de concentración consistente en el arrendamiento de locales de supermercados por parte de

⁵¹ A lo anterior se sumaría la mayor relevancia del canal online para las ventas y desarrollo futuro de la industria.

SMU a Inmobiliaria Santander y la compra de dos locales comerciales de Inmobiliaria Santander por parte de Corpgroup.

Bibliografía

Agostini, C. y E. Saavedra (2012), “La Fusión de Supermercados del Sur y SMU: Un Análisis de Competencia”, expediente consulta de SMU y Supermercados del Sur, Rol NC 397-11.

Días, F, A. Galetovic y R. Sanhueza (2012), “Un análisis económico de los efectos competitivos de la fusión de Supermercados del Sur y SMU”, expediente consulta de SMU y Supermercados del Sur, Rol NC 397- 2011.

European Commission, Case No COMP/M.1684 - CARREFOUR / PROMODES (1999).

European Commission, Case No COMP/M.2627 OTTO VERSAND/SABRE/TRAVELOCITY JV (2001).

European Commission, Case No COMP/M.3905 - TESCO / CARREFOUR (2005).

European Commission, Case No COMP/M.4611 EGMONT BONNIER (2007).

European Commission, Case No COMP/M.5176 - CVC / SCHUITEMA (2008).

European Commission, Case No COMP/M.5721 OTTO/PRIMONDO ASSETS (2010).

European Commission, Case No COMP/M.5790 - LIDL/ PLUS ROMANIA/ PLUS BULGARIA (2010).

European Commission, Case No COMP/M.6506 - GROUPE AUCHAN / MAGYAR HIPERMARKET (2012).

European Commission, Case M.7933 - CARREFOUR / BILLA ROMANIA and BILLA INVEST CONSTRUCT (2016).

European Commission, Case M.8416 THE PRICELINE GROUP/MOMONDO GROUP HOLDINGS (2017).

European Commission, Case M.8862 GBT/HRG (2018).

European Commission, Case M.10015 - CARREFOUR / SUPERSOL (2020).

FNE (2011), Aporte de antecedentes a la Consulta de SMU y Supermercados del Sur, Rol NC 397- 2011.

FNE (2020), Aporte de antecedentes a la Consulta de Cencosud S.A. sobre contrato de arrendamiento y Resolución N°43/2012, Rol NC 465 – 2020.

FNE (2021), Informe de aprobación, Adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de Walmart Chile S.A., ROL FNE F268-2021.

FNE (2021), Aporte de antecedentes a la Consulta de SMU, Rol NC 501- 2021.

Georesearch, información respecto a m2 de locales de supermercados en Chile.

OCDE (2018), Executive Summary of the Roundtable on Implications of E-commerce for Competition Policy.

OCDE (2018), Implications of E-commerce for Competition Policy – Background Note.

Quiroz, J. y F. Gigovich (2011), “Operación de Concentración entre SMU S.A. y Supermercados del Sur S.A.: Impactos en la Libre Competencia”, expediente consulta de SMU y Supermercados del Sur, Rol NC 397-11.

TDLC (2004), Sentencia N°9 de 2004.

TDLC (2005), Sentencia N°31 de 2005.

TDLC (2008), Sentencia N°65 de 2008.

TDLC (2012), Resolución N°43/2012 respecto a la consulta de SMU S.A. sobre los efectos en la libre competencia de la fusión de las sociedades SMU S.A. y Supermercados del Sur S.A.

TDLC (2021), Resolución N°65/2021 respecto a la solicitud de Cencosud sobre el contrato de arrendamiento de un supermercado ubicado en la ciudad de Valdivia.



Av. El Golf 99, Piso 14, Las Condes, Santiago, Chile

Tel: (56-2) 24958871 | aosorio@econsult.cl