

ANT.: Adquisición de activos de Administradora de Retail y Servicios S.A. por parte de Cencosud S.A.
Rol FNE F352-2023.

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 18 de agosto de 2023

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad a lo dispuesto 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 (“**DL 211**”), presento a usted el siguiente informe (“**Informe**”) relativo a la operación de concentración del antecedente, recomendando la aprobación de ésta, en forma pura y simple, por las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 26 de mayo de 2023, mediante presentación correlativo ingreso N°39.323-2023 (“**Notificación**”), Administradora de Retail y Servicios S.A. (“**ARS**”) y Cencosud S.A. (“**Cencosud**”) y junto con ARS, las “**Partes**”) notificaron a la Fiscalía Nacional Económica (“**Fiscalía**” o “**FNE**”) la eventual cesión de una serie de contratos de arrendamiento a largo plazo, por parte de ARS a Cencosud, respecto de un portafolio de tiendas de conveniencia operadas bajo la marca Breti, así como de otros activos asociados a ella (“**Breti**” o “**Entidad Objeto**”) (“**Operación**”).
2. Con fecha 9 de junio de 2023, esta Fiscalía emitió resoluciones de falta de completitud de la Notificación y de acogimiento de solicitud de exención de las Partes de acompañar determinados antecedentes. Posteriormente, mediante presentación de fecha 20 de junio de 2023, correlativo ingreso N°39.903-23, las Partes subsanaron los errores y omisiones detectados por la FNE en la Notificación (“**Complemento**”). Luego, mediante presentación de fecha 30 de junio de 2023, correlativo de ingreso N°40.153-2023, las Partes solicitaron eximirse de acompañar cierta información por no ser necesaria, relevante o atingente para el análisis de la Operación.
3. Conforme a lo señalado en el artículo 50 inciso tercero del DL 211, con fecha 6 de julio de 2023, esta Fiscalía dictó resolución de inicio de investigación bajo el Rol FNE F352-2023 (“**Investigación**”), junto con haber emitido otra resolución en que acogió la solicitud de exención de las Partes de acompañar determinados antecedentes.
4. En cuanto a las Partes, ARS opera diferentes formatos de tiendas de *retail*, en particular tiendas de conveniencia y restaurantes de comida lista para llevar, contando actualmente dentro de su portafolio con las siguientes cinco marcas: MaxiK

(“MaxiK”)¹, Breti², MeetPoint (“MeetPoint”)³, Caprioli (“Caprioli”)⁴ y Foodlosofy (“Foodlosofy”)⁵. A diciembre de 2022, ARS contaba con un total de 140 tiendas activas, ubicadas entre las ciudades de Calama y Puerto Montt, las que en su mayoría se emplazan en centros comerciales, universidades, aeropuertos, entre otros⁶.

5. Por su parte, Cencosud es una compañía que opera principalmente en los segmentos de malls o grandes tiendas y supermercadista en nuestro país. En este último formato, ofrece el servicio de aprovisionamiento periódico de productos alimenticios y de artículos no alimenticios de consumo corriente en el hogar, para consumidores finales y en modalidad de autoservicio, por medio de tiendas de superficies especialmente diseñadas al efecto⁷. En relación con la Operación, es relevante considerar que Cencosud tiene presencia en el segmento de tiendas de conveniencia a través de su cadena ‘Spid’. Las principales entidades parte del grupo empresarial de Cencosud son Cencosud Retail S.A., Cencosud Shopping S.A. y Cencosud Inmobiliaria S.A.
6. La Operación consiste en la cesión —por parte de ARS a Cencosud— de los contratos de arrendamiento a largo plazo que ARS tiene en calidad de arrendataria con terceros arrendadores, respecto de los inmuebles en los que funcionan las 15 tiendas de conveniencia operadas bajo la marca Breti⁸⁻⁹. Asimismo, ARS: (i) venderá a Cencosud la marca ‘Breti’ —así como otros activos relevantes para competir, incluyendo la mercadería de dichas tiendas, según sea el caso—; y (ii) traspasará a Cencosud los contratos de trabajo de los empleados de Breti¹⁰.
7. En específico, los contratos de arrendamiento que ARS cederá a Cencosud involucran los siguientes locales que actualmente operan bajo la marca Breti: San Sebastián, Parque Arauco, Huinganal, Casa Costanera, Navidad, Manquehue Norte, Riesco, Colón, El Tranque, Luis Thayer Ojeda, Las Brujas, Sucre, La Plaza, Carmelitas y un local próximo a inaugurarse ubicado en [-] **[Nota confidencial 3]**.
8. Conforme con lo expuesto, la Operación califica jurídicamente en la hipótesis descrita en la letra d) del artículo 47 del DL 211, esto es, la adquisición de control sobre activos de otro agente económico, al ceder ARS a Cencosud una serie de contratos de

¹ Cadena de tiendas de conveniencia con 101 locales a lo largo de Chile, presente en su mayoría en aeropuertos, supermercados y estaciones de transporte público. Notificación, p. 6.

² Cadena de tiendas de conveniencia con 14 locales en la Región Metropolitana y un futuro proyecto de tienda de conveniencia que se planea abrir en [-]. Notificación, p. 6. Los números entre corchetes (“[]”) se refieren a información de carácter confidencial, conforme a lo dispuesto en el artículo 39 letra a) del DL 211. Dicha información se encuentra contenida en un Anexo de notas confidenciales. **[Nota confidencial 1]**.

³ Cadena de tiendas de conveniencia con 16 locales ubicados en universidades en la Región Metropolitana. Notificación, p. 6.

⁴ Cadena de restaurantes de comida sana con seis locales ubicados en Santiago. Notificación, p. 6.

⁵ Cadena de cafeterías y locales de comida preparada para llevar con cuatro locales situados en zonas comerciales de Santiago. Notificación, p. 6.

⁶ Notificación, p. 6.

⁷ Véase el Informe FNE Rol F250-2020, “Adquisición de control en OK Market S.A. por parte de Cadena Comercial Andina SpA y Comercial Big John Limitada” (“Informe Oxxo-OK Market”), párrafo 67. Asimismo, véase Informe de aprobación de la adquisición de control sobre activos de Inmobiliaria Santander S.A. por parte de Walmart Chile S.A. Rol FNE F268-2021.

⁸ De las cuales, 14 tiendas se encuentran actualmente en operación más un local adicional que abrirá próximamente.

⁹ Véase nota al pie 2.

¹⁰ Conforme con el documento fundante de la Operación, denominado “Acuerdo Vinculante Condicional”, de fecha 25 de mayo de 2023 (acompañado en la Notificación en el Anexo 1 de las Partes), tales activos incluyen [-], entre otros. Asimismo, respecto de los trabajadores de Breti, la Operación contempla que [-]. **[Nota confidencial 2]**.

arrendamiento, a largo plazo¹¹, de los locales en los cuales se desarrolla el negocio de tiendas de conveniencia actualmente operadas por ARS bajo la marca Breti¹²⁻¹³.

9. Finalmente, se hace presente que la Operación, de perfeccionarse, ocurrirá entre partes relacionadas, toda vez que el controlador de ARS es el Sr. Manfred Paulmann Koepfer¹⁴ quien, a su vez, es miembro del grupo controlador de Cencosud¹⁵. Sin perjuicio de lo anterior, esta Fiscalía estima que: (i) las Partes son agentes económicos que, previo al perfeccionamiento de la Operación, pertenecen a grupos empresariales diversos y que son, por tanto, competitivamente independientes entre sí¹⁶; y (ii) la Operación implica un cese de la independencia entre ambos agentes económicos y por tanto un cambio en la estructura del mercado bajo análisis¹⁷.

II. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

10. Según ha sido señalado en decisiones previas de la Fiscalía, las tiendas de conveniencia corresponden a locales de menor tamaño que venden diversos productos, principalmente alimenticios, y que buscan satisfacer necesidades “impulsivas” y de “tentación” o de “reposición” de emergencia de sus clientes, de forma rápida y al paso (compras diarias o semanales)¹⁸. En específico, involucran tiendas que se localizan en ubicaciones cómodas y cercanas, reduciendo así los tiempos de desplazamiento y de compra de los clientes¹⁹.
11. Tal como se ha señalado en decisiones anteriores de la FNE, para el análisis de los efectos de una operación de concentración que involucre tiendas de conveniencia, resulta plausible incluir en dicha evaluación la disciplina competitiva que otro tipo de locales, distintos de tiendas de conveniencia, le pueden ejercer a dichas tiendas. Entre dichos locales se encontrarían, a lo menos: (i) las tiendas ubicadas en estaciones de servicio, pues buscan satisfacer la misma necesidad de impulso o reposición no planificada de parte de sus clientes, presentando, asimismo, un formato, superficie de sus locales y *mix* de productos muy similares a los de las tiendas de conveniencia²⁰; (ii) tiendas del canal tradicional, como almacenes y/o *minimarkets* de

¹¹ En términos generales, los contratos cedidos actualmente vigentes han sido celebrados entre [-], y tienen una duración de entre [-] años. [-] de ellos estipulan una cláusula de renovación automática que [-] años. Aquellos que no contemplan una cláusula de renovación, fueron pactados a plazo fijo de entre [-]. De esta forma, los vencimientos de los contratos [-], sin perjuicio de la mencionada cláusula de renovación automática presente en la mayoría de ellos. [Nota confidencial 4]. A la luz de la Guía de Competencia, puede sostenerse que dichos contratos, especialmente por su duración y también por contar varios de ellos con cláusulas de renovación automática, cumplen con el principio de durabilidad, y la vocación de permanencia que debe tener toda operación de concentración para generar un impacto en el mercado y calificar jurídicamente como tal. Al respecto véase Guía de Competencia, sección V.A (ii) y Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) N° 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, (2008/C 95/01), sección 28.

¹² Véase “Acuerdo Vinculante Condicional”, de 25 de mayo de 2023. Asimismo, Notificación, p. 4.

¹³

[Nota confidencial 5].

¹⁴ Véase Complemento, párrafo 9.

¹⁵ Véase Memoria Anual 2022 Cencosud S.A., p. 68 y Anexo 2 de Notificación denominado “Malla Cencosud Chile al 31-12-22”.

¹⁶ Véase artículo 47 del DL 211; y Guía de Competencia FNE de junio de 2017, párrafos 19, 22 y 23.

¹⁷ Véase Guía de Competencia FNE de junio de 2017, párrafos 23 y 36.

¹⁸ De acuerdo con la investigación realizada por esta Fiscalía bajo el Rol FNE F250-2020, las compras realizadas en las tiendas de conveniencia se caracterizan por ser compras de reposición o *spot*, mayormente no planificadas, en una tienda de ubicación cercana al consumidor final, el que por lo general no se encuentra dispuesto a recorrer distancias que les impliquen desplazamientos mayores a 10 minutos caminando. Véase el Informe Oxxo-OK Market, párrafo 32, nota al pie 36.

¹⁹ Informe Oxxo-OK Market, párrafo 32.

²⁰ En la presente Investigación tanto las Partes como los terceros consultados señalaron que las tiendas ubicadas en estaciones de servicio son competidores cercanos de sus locales. Véase toma de declaración de

barrio o cadenas cuyos *mix* de productos se encuentran enfocados en los segmentos de panadería, pastelería, y en algunos casos, productos *gourmet*, toda vez que sus locales se encuentran ubicados en los mismos sectores geográficos y también ofrecen algunos productos que buscan satisfacer la compra de impulso²¹.

12. Según se ha indicado anteriormente²², existen diversos elementos que ilustran cómo opera la competencia en la industria de tiendas de conveniencia, tales como el *ticket* promedio de compra del consumidor, la forma de acceso y superficie o tamaño de las tiendas, el *mix* de productos ofrecidos, el nivel de precios y otros atributos —como la inmediatez de la compra—, según se explica *infra*.
13. Primeramente, las tiendas de conveniencia suelen tener un *ticket* promedio de compra que varía entre los \$1.900 y los \$12.300²³ que, como se indicó *supra*, se caracterizan por atender necesidades de impulso y reposición de los consumidores. Este aspecto implica que la ubicación estratégica de los locales y el tiempo de compra son elementos muy relevantes en la propuesta de valor de las tiendas de conveniencia²⁴.
14. En cuanto a la forma de acceso a las tiendas, se observan locales del tipo “a pie de calle”, ya sea en formato *stand alone* o en el primer piso de edificios y *strip centers*, considerando además los que se ubican en estaciones de metro. Asimismo, es posible encontrarlas en otros espacios, especialmente en centros comerciales, estaciones de servicio o en supermercados²⁵.
15. Por otra parte, para poder reducir el tiempo de compra, normalmente las tiendas de conveniencia poseen una superficie que varía en un rango de entre 10 a 300 metros

fecha 20 de julio de 2023 de Enex S.A. y respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, recibida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023. Asimismo, véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, recibida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 2 de Agosto de 2023.

²¹ Resulta ilustrativo que dentro de las comunas en que operan las Partes -Las Condes, Providencia, Vitacura, Peñalolén, Independencia, Recoleta y Lo Barnechea-, participan actores de tiendas de conveniencia como Oxxo-OK Market, XS Market, Get It, Pronto, Upal y Upital; y otras tiendas que no califican como tiendas de conveniencia propiamente tales, pero que ejercen presión competitiva, como es el caso de Fork y las panaderías Castaño y San Camilo, entre otros, junto con almacenes y/o *minimarkets* de barrio. De estas cadenas, Oxxo-OK Market, cuenta con la mayor cantidad de tiendas, con [-] locales, seguido por Castaño, con [-] tiendas²¹. **[Nota confidencial 6]**. Confeccionado en base a respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, recibida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023. Asimismo, basado en respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: Enex, recibida con fecha 17 de julio de 2023; San Camilo, recibida con fecha 17 de julio de 2023; XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Copec, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Esmax, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Fork, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, recibida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 27 de julio de 2023.

²² Informe Oxxo-OK Market, párrafos 32 y ss.

²³ Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, recibida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023. Asimismo, véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: Enex, recibida con fecha 17 de julio de 2023; San Camilo, recibida con fecha 17 de julio de 2023; XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Copec, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Esmax, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, recibida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 27 de julio de 2023.

²⁴ En efecto, como lo que buscan los consumidores es una compra rápida, las tiendas en general están ubicadas muy cerca de ellos -ya sea camino a sus casas o cerca de sus trabajos-, por lo que los locales se concentran principalmente en zonas de alto flujo de clientes potenciales, ya sea en sectores residenciales o de oficinas. Véase Informe Oxxo-OK Market, párrafo 35.

²⁵ Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, recibida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023. Asimismo, véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: Enex, recibida con fecha 17 de julio de 2023; San Camilo, recibida con fecha 17 de julio de 2023; XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Copec, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Esmax, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Fork, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, recibida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 27 de julio de 2023.

cuadrados²⁶. En particular, la superficie de las tiendas de las Partes varía entre [-] y [-] metros cuadrados, siendo el promedio de tiendas de Spid de [-] metros cuadrados y el de Breti de [-] metros cuadrados²⁷. **[Nota confidencial 7]**.

16. En términos generales, de los antecedentes recabados en la Investigación se observa que las tiendas que se ubican en estaciones de servicio de Copec, Enex y Esmax, tienen tamaños similares o mayores. En tanto, las superficies de locales de otros actores del segmento o de otros actores que pueden ejercer presión competitiva a tiendas de conveniencia, cuentan en general con una superficie menor a la de los locales de las Partes²⁸.
17. En relación a los precios, se observa que ellos serían más elevados que otros formatos del canal tradicional, lo cual estaría directamente relacionado con la compra de urgencia que se busca satisfacer junto con el hecho que las Partes concentren sus tiendas en el sector oriente de la capital, específicamente en las comunas de Las Condes, Providencia y Vitacura en la Región Metropolitana²⁹.
18. Asimismo, existen otros atributos que se ha observado son especialmente valorados por el consumidor de tiendas de conveniencia. Entre ellos, el *mix* de productos, la inmediatez de la compra y la ubicación de los locales son los principales.
19. En primer lugar, el tamaño de las tiendas de conveniencia influye directamente en el mix de productos ofrecido a los consumidores, lo cual opera como un atributo importante para los consumidores de tiendas de conveniencia. Las principales categorías de productos que se ofrecen en este tipo de tiendas en Chile son cigarrillos, bebestibles, *snacks*, dulces, galletas, pan, sándwich, café, ensaladas, lácteos y productos de aseo personal. En este sentido, esta Fiscalía ha observado que hay ciertos productos —como la venta de cigarrillos y venta de bebidas alcohólicas— que particularmente atraen flujo de clientes³⁰.
20. En segundo lugar, otro atributo relevante es la inmediatez de la compra, toda vez que la compra en tiendas de conveniencia es generalmente no planificada o ‘al paso’. Eso explica que, en general, el consumidor tienda a preferir principalmente la compra física cerca de su hogar o lugar de trabajo. Lo anterior explica la mayor proporción que existe de ventas físicas con respecto a las ventas online en este segmento, ya que según antecedentes recabados de los distintos actores del mercado se observa

²⁶ La Comisión Europea ha señalado que el formato de tiendas de conveniencia tiene menos de 300 metros cuadrados. Véase case M.10578 “CVC/Ekaterra”, nota al pie 41. A modo de referencia, considérese también que la Comisión Federal de Competencia Económica de México (“COFECE”), ha definido a las tiendas de conveniencia como “*aquellas tiendas que están ubicadas en zonas habitacionales, comerciales y de oficinas que (...) en una superficie de entre ochenta y trescientos metros cuadrados, ofrecen una variedad limitada de productos y servicios de consumo inmediato o de uso frecuente mediante una compra rápida*”. Resolución del Pleno de la COFECE, de 25 de junio de 2014, adquisición por parte de Círculo K de la empresa Comercio y Distribución Modelo. Expediente N° CNT- 019-2014, p. 3. Véase también Informe Oxxo-OK Market, párrafo 38.

²⁷ Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, rec bida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023.

²⁸ Véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: Enex, recibida con fecha 17 de julio de 2023; San Camilo, recibida con fecha 17 de julio de 2023; XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Copec, rec bida con fecha 20 de julio de 2023; Esmax, rec bida con fecha 20 de julio de 2023; Fork, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, rec bida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 27 de julio de 2023.

²⁹ Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, rec bida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023.

³⁰ Véase toma de declaración de fecha 20 de julio de 2023 de Enex S.A. En este mismo sentido, la oferta de productos es -en términos generales- relativamente estandarizada en las tiendas de conveniencia, sin perjuicio de los ajustes que se hacen de tiempo en tiempo de acuerdo a la variación de la demanda de los productos existentes y de los nuevos productos que se incluyen en la oferta de las tiendas. Así, el *mix* de productos se iría ajustando en ese sentido a las características de la ubicación de las tiendas de conveniencia y a la demanda de sus clientes. Véase Informe Oxxo-OK Market, párrafo 39.

que —dependiendo de la cadena— entre un 64% y un 100% de las ventas que se realizan, corresponde a ventas físicas en los locales³¹.

21. Finalmente, otro atributo relevante es la ubicación geográfica, siendo uno de los principales elementos de la estrategia competitiva de una tienda de conveniencia el encontrar una ubicación ventajosa³². Por lo mismo, lo que se observa es que la ubicación es evaluada de manera detallada por los distintos actores al momento de tomar la decisión de apertura de un nuevo local³³.
22. En este sentido, se ha observado previamente que los actores de la industria, en general, estiman que los consumidores estarían dispuestos a caminar un máximo de tres a cinco minutos para realizar sus compras³⁴, lo que delimita el impacto competitivo de un local en términos geográficos.
23. En consecuencia, considerando que la cercanía geográfica es el atributo más valorado por los consumidores, y sin existir antecedentes en el expediente que permitan apartarse de la definición utilizada en decisiones anteriores de la FNE³⁵, esta Fiscalía ha estimado que sería adecuado considerar como primera aproximación al tamaño del mercado relevante geográfico, un área de influencia de 300 metros desde cada tienda de conveniencia³⁶, lo que corresponde a un tiempo de caminata de aproximadamente 5 minutos.
24. A la luz de lo anterior, considerando superficies de 300 metros de caminata, las áreas de influencia de los locales objeto de la Operación no se traslapan en ninguna de sus ubicaciones, por lo que la Operación no tendría impacto en mercado relevante geográfico alguno.
25. No obstante lo anterior, adoptando un enfoque conservador —esto es, uno que maximiza los riesgos de la Operación—, esta División considera plausible efectuar un ejercicio adicional, y analizar los efectos de la Operación en la competencia considerando áreas de influencia mayores. Ello, a fin de evaluar si el consumidor recorriera distancias mayores a las consideradas —lo que podría ser plausible en el caso concreto—, podrían eventualmente existir traslapes geográficos entre las tiendas de las Partes. Para ello, se consideró como parámetro el doble del radio utilizado en casos anteriores (600 metros de caminata desde cada local de Breti y

³¹ Véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23, de parte de: Enex, recibida con fecha 17 de julio de 2023; San Camilo, recibida con fecha 17 de julio de 2023; XS Market, recibida con fecha 19 de julio de 2023; Copec, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Esmax, recibida con fecha 20 de julio de 2023; Fork, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Get It, recibida con fecha 24 de julio de 2023; Castaño, recibida con fecha 24 de julio de 2023; y Oxxo-OK Market, recibida con fecha 27 de julio de 2023.

³² Sobre este punto, cabe señalar que la Comisión Europea ha señalado que el mercado es predominantemente local y que deben evaluarse las características particulares de cada lugar, por lo que son preferibles distancias accesibles a los consumidores, teniendo presente el elemento específico de cada localidad. Al respecto, véase Ahold/Delhaize M. 7702 Comisión Europea. Respecto a la jurisprudencia nacional, en otros casos relativos a venta minorista del segmento supermercados, se ha remarcado la importancia del costo de desplazamiento. En este sentido, véase Resolución N°43/2012 H. TDLC (SMU/SDS), página 39, párrafo 9.2, respecto a supermercados: “En cuanto al mercado geográfico, se considera 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”.

³³ Véanse respuestas al Oficio Circular Ord. N°049-23 y toma de toma de declaración de fecha 20 de julio de 2023 de Enex S.A. En el mismo sentido, véase Informe Oxxo-OK Market, párrafo 107.

³⁴ En este sentido, en el Informe Oxxo-OK Market se estimó que para áreas de influencia de entre 100 y 300 metros de caminata se puede apreciar que el número de competidores afecta negativamente las ventas de un local de un competidor, y que desde los 350 metros en adelante, la presión competitiva no tiene efecto relevante sobre las ventas. Por lo anterior, el área de influencia de 300 metros de caminata representa la alternativa de mercado relevante geográfico de mayor plausibilidad. Véase Informe Oxxo-OK Market, párrafos 108 y 111.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Véase Informe Oxxo-OK Market, párrafo 111.

Spid). Dicho ejercicio no implica en caso alguno una definición precisa del mercado relevante geográfico, sino sólo un marco de análisis preliminar para evaluar posibles traslapes entre las partes, a la luz de lineamientos comparados³⁷.

26. Considerando que, en ciertas zonas en las que operan las Partes, puede resultar plausible utilizar automóvil, y no solo caminata, como medio de transporte hacia/desde las tiendas de conveniencia, en el Anexo Económico Confidencial de este Informe se realiza un análisis adicional —respecto de las tiendas de conveniencia de las Partes que cuentan con estacionamientos para vehículos—. Dicha evaluación considera como área de influencia en torno a los locales de las Partes correspondiente a un tiempo de desplazamiento en vehículo de cinco minutos, lo que equivale en tal caso a un radio de aproximadamente 1.600 metros desde cada tienda de conveniencia³⁸.

III. ANÁLISIS COMPETITIVO

27. Conforme con las características del mercado de las tiendas de conveniencia descrito *supra* y, en particular, al componente eminentemente local de la competencia, se analizará en esta sección el efecto de la Operación en las áreas de influencia en que están presentes las Partes mediante sus tiendas Spid y Breti.
28. Así, para cada una de dichas tiendas, se traza un área de influencia de 600 metros de caminata —desde una perspectiva conservadora— a partir de cada tienda. Si dentro de aquella área de influencia se observa al menos una tienda de la otra parte de la Operación, se verifica entonces un traslape. Luego, dentro de cada área de influencia en que se verifica un traslape, se analizará la presencia de otros actores que puedan ejercer presión competitiva a las Partes de perfeccionarse la Operación, incluyendo

³⁷ A nivel comparado, se han considerado áreas de influencia mayores a 300 metros de caminata para efectos de evaluar traslapes geográficos en operaciones que involucran tiendas de conveniencia (alrededor de 500 metros). Al respecto: (i) Véase la decisión de Fase 1 de la Autorité de la concurrence, en Aldi|Franprix Leader Price Holding, de 17 de noviembre de 2020, en que se señaló: “Furthermore, the decisional practice has specified that “the category of **small retail stores with a surface area of less than 400 m²** (...) is characterised by a customer base composed mainly of **people living less than 500 meters from the outlet**, who walk to the sales outlet and make small purchases”. In several decisions, the effects of mergers involving sales outlets with a surface area of less than 400 m² were examined in **catchment areas corresponding to a 10-minute walk time**.”. (ii) En la misma línea, véase la decisión de Fase 1 de la Japan Fair Trade Commission en FamilyMart Co. Ltd. | UNY Group Holdings Co. Ltd., de 8 de junio de 2015, en la cual se indicó lo siguiente: “The local market for convenience stores: Defining the geographic market, connected to this product market, the JFTC considered that the scope of the geographic market was local, reasoning the following: “Commercial zones for convenience stores cannot be uniformly defined, but should reflect the location, nearby facilities, population, and the traffic of adjacent roads of each store. However, **a commercial zone for a convenience store is usually considered approximately 500 meters**, and CKS also sets its standard commercial zone as within a 500-meter radius of a store when opening a new store. Based on these, **the geographic range in this case is defined as ‘within a 500-meter radius of convenience stores of the company group’.**”

³⁸ Respecto del radio de influencia de las tiendas de conveniencia tomando en consideración tiempos de desplazamiento en automóvil, véanse: (i) Competition and Markets Authority (“**CMA**”) en Tesco and Booker, de 20 de diciembre de 2017, en que se da cuenta de cuál ha sido el criterio de la CMA para definir el mercado relevante geográfico en la industria del *convenience*, en lo que a tiempos de desplazamiento en vehículo se refiere: “For convenience stores, in past cases the CMA has sometimes also used a 5 minute drive-time catchment (which on average is a similar size to a 1-mile catchment)”; (ii) Conseil de la concurrence en Carrefour SA / Marcadet Distribution 75 / Marcadet Exploitation 75, de 23 de febrero de 2011: “However, in some cases, given the size of certain peripheral arrondissements, they have analysed the parties’ position on smaller local markets corresponding to the catchment area defined on the basis of a 5-minute drive or 15-minute walk around the supermarket in question and 4 minutes by car and 10 minutes by foot if the business concerned is a convenience store”; (iii) CMA en ME/7018/22 ASDA Stores Limited / Arthur Foodstores Limited, de 14 de marzo de 2023: “For convenience stores, a 5-minute drive-time around each convenience store and a 1-mile radius around each standalone convenience store. The CMA did not consider OSS and MSS outside of this catchment area to act as a constraint.”; y (iv) Wettbewerbskommission en Valora Schweiz AG / Volare Group, de 13 de diciembre de 2022: “(...) the market for convenience shops and the market for petrol station shops, local market of two kilometres on foot and five minutes by car are generally assumed.”.

tiendas de conveniencia, estaciones de servicio, almacenes del canal tradicional y otros formatos similares, según se expuso *supra*³⁹.

29. De acuerdo con el criterio señalado, se identifica que existen cinco traslapes entre las tiendas⁴⁰ de las Partes, considerando tanto aquellas que actualmente son operadas por éstas, como aquellos locales que las Partes han informado que su apertura es próxima y/o inminente:

[Nota confidencial 8]
Tabla N°1: Lista de traslapes entre las Partes

	Dirección Local Breti	Dirección Local Spid	Distancia
1	Av. Luis Thayer Ojeda 0172 – “Breti Luis Thayer Ojeda”	Apoquindo 2730 - “Spid MUT”	400 metros
		[] - “Spid []”	550 metros
2	San Sebastián 2815 - “Breti San Sebastián”	Apoquindo 2730 - “Spid MUT”	350 metros
		[] – “Spid []”	350 metros
3	Av. Las Condes 7009 – “Breti Las Carmelitas”	Av. Las Condes 7430 – “Spid Trigales”	400 metros
4	Av. Presidente Riesco 3210 – “Breti Riesco”	[] – “Spid []”	550 metros
		Apoquindo 3502 – “Spid El Golf”	600 metros
5	Vitacura 3535 – “Breti Navidad”	Eduardo Marquina 3412 – “Spid Lo Castillo”	600 metros

Fuente: Elaboración propia con datos aportados por las Partes.

30. A continuación, se analizan los índices estructurales correspondientes a las áreas de influencia en que existe traslape entre las Partes⁴¹, medidos tanto en términos de ventas durante el año 2022⁴², como en metros cuadrados de tienda. Lo anterior, con el objeto de determinar si en alguno de dichos mercados se sobrepasan los umbrales de concentración establecidos en la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de mayo de 2022 (“Guía”)⁴³ y, en tal caso, realizar un análisis competitivo en mayor profundidad.
31. Como se expondrá, respecto de cada uno de dichos casos, el análisis realizado permite concluir que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia en ninguna de las áreas de influencia involucradas⁴⁴.

(i) **Providencia – Breti Av. Luis Thayer Ojeda 0172 (Breti Luis Thayer Ojeda)**

32. Respecto a este local, se evidencia un traslape en 600 metros con dos locales Spid, esto es: (i) Spid “Mercado Urbano Tobalaba” (“MUT”)⁴⁵; y (ii) Spid []⁴⁶. [Nota confidencial 9].

³⁹ Véase Informe Oxxo-OK Market, párrafo 112.

⁴⁰ En particular, se consideraron todas las tiendas existentes, además de aquellas que las Partes tienen proyectado abrir hasta el año 2026. Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1011-23, recibida con fecha 13 de julio de 2023 y de ARS al Oficio Ord. N°1012-23, recibida con fecha 17 de julio de 2023.

⁴¹ En particular, se exponen aquellas áreas geográficas con traslape centrados en las tiendas Breti, sin perjuicio de que se analizaron también aquellos centrados en las tiendas Spid, no variando las conclusiones del presente Informe. Véase el Anexo Económico Confidencial del presente Informe.

⁴² A excepción del área de influencia de Breti Las Carmelitas, donde se consideraron las ventas del año 2023. Véase nota al pie 56.

⁴³ Guía, pp.15-16.

⁴⁴ Las ubicaciones exactas de las tiendas de conveniencia de las Partes identificadas en cada traslape junto con la identificación de los demás actores presentes en dichas zonas que ejercen presión competitiva a las Partes, se encuentran contenidos en los mapas de áreas de influencia incluidos en el Anexo Económico Confidencial.

⁴⁵ Cuya apertura se espera próximamente, y que se ubicará en el tercer subterráneo del MUT, contiguo a la estación de Metro Tobalaba y con acceso subterráneo directo a ésta.

⁴⁶ Con fecha de apertura estimada para [REDACTED], con acceso a pie de calle. Anexos Notificación – Anexo 6 Listado Spid.

33. De esta manera, se evaluó el área de influencia de 600 metros de caminata centrada en dicho local, y dentro de dicha área se consideró a todas las tiendas de conveniencia identificadas por esta Fiscalía, de acuerdo a la información recabada de las Partes y sus competidores⁴⁷.
34. Según se muestra en la Tabla N°2, Breti alcanza una participación del 7,7% de las ventas en esta área de influencia, a través de dos locales actualmente operativos. Se espera que, en el futuro, dos locales Spid inicien sus operaciones en dicha área geográfica, por lo que naturalmente la participación de las Partes se incrementará.
35. No obstante, se observa que Oxxo y Castaño exhiben participaciones significativamente mayores, tanto en ventas como en metros cuadrados de tienda. De hecho, según se muestra en la Tabla N°2, cada una cuenta con más de quince tiendas en esta área de influencia —algunas de ellas muy cercanas geográficamente a las de las Partes—, además de observarse dos tiendas 'XS Market', dos locales 'Get It' y una tienda 'Fork'.
36. Por lo tanto, resulta improbable que, luego de la apertura de las tiendas proyectadas por las Partes, se superen los umbrales del índice de concentración *Herfindahl-Hirschman* ("HHI") de la Guía en términos de ventas, una vez perfeccionada la Operación. Con todo, aún en caso de que éstos se superen, existe un número relevante de actores que son competidores cercanos a las Partes que permitirían disciplinar su comportamiento competitivo. Lo anterior se manifiesta en que los niveles de HHI calculados en base a número de tiendas no superan los umbrales establecidos en la Guía.

[Nota confidencial 10]

Tabla N°2: Participaciones de mercado año 2022

Tienda	N° Tiendas	Ventas	M2
Breti	2	[0-10]%	[0-10]%
Spid ⁴⁸	2	[0-10]%	[0-10]%
Partes	4	[0-10]%	[0-10]%
Oxxo	17	[40-50]%	[40-50]%
Fork	1	[0-10]%	[0-10]%
Castaño	18	[30-40]%	[30-40]%
[-] ⁴⁹	[-]	S/I	[0-10]%
XS Market	2	[0-10]%	[0-10]%
HHI Post	3295	3782	3587
Cambio HHI	41	N/A	N/A

Fuente: Elaboración propia.

37. A mayor abundamiento, dentro del área de influencia existen tiendas de conveniencia de cadenas de menor tamaño⁵⁰ que también ejercerían presión competitiva a las tiendas de conveniencia de las Partes. Así, es posible concluir que, luego de la eventual materialización de la Operación, seguirán existiendo múltiples competidores que ejercerán presión competitiva significativa a las Partes dentro del área de

⁴⁷ Véase respuestas a Oficios Ord. N°1011-23, N°1012-23 y N°1097-23 y a Oficio Circular Ord. N°49-23.

⁴⁸ Los locales Spid corresponden a futuras aperturas, por lo que no existen ventas asociadas a ellos, ni se cuenta con información respecto a los metros cuadrados disponibles.

⁴⁹ Se trata de nuevas aperturas, por lo que no existen todavía ventas asociadas.

⁵⁰ Por ejemplo, Klan Market, ubicado en San Pío X 2529, y Groovy, ubicado en Av. Holanda 148. Lo anterior fue verificado *in situ* por miembros de esta División.

influencia de esta tienda. Por lo tanto, es posible descartar que la Operación resulte apta para reducir sustancialmente la competencia en el área de influencia del local Breti Luis Thayer Ojeda.

(ii) Las Condes – Breti San Sebastián 2815 (Brete San Sebastián)

38. En esta tienda se evidencia un traslape en 600 metros con dos locales Spid, esto es, (i) Spid MUT y; (ii) Spid [-], cuya fecha de apertura estimada es en [-]⁵¹, con acceso a pie de calle. [Nota confidencial 11].
39. De esta manera, se analizó el área de influencia de 600 metros de caminata centrada en dicho local, así como todas las tiendas de conveniencia identificadas por esta Fiscalía, de acuerdo a la información recabada de las Partes y sus competidores⁵².
40. Según se muestra en la Tabla N°3, Brete alcanza una participación del 7,6% de las ventas en esta área de influencia, a través de dos locales actualmente operativos. Se espera que, en el futuro, dos locales Spid inicien sus operaciones en esta área, por lo que naturalmente la participación de las Partes se incrementará.
41. No obstante, en esta área de influencia se observa que Oxxo y Castaño exhiben participaciones significativamente mayores, tanto en ventas como en metros cuadrados de tienda. Según se muestra en la Tabla N°3, cada una cuenta con al menos quince tiendas en esta área —algunas de ellas muy cercanas geográficamente a las tiendas de las Partes—, además de observarse dos tiendas XS Market, dos locales Get It, una tienda Fork, un Upa! y un Pronto Copec.
42. Por lo tanto, resulta improbable que, luego de la apertura de las tiendas proyectadas por las Partes, se superen los umbrales de HHI establecidos en la Guía una vez materializada la Operación. Con todo, aún en caso de que éstos se superen, existe un número relevante de tiendas de competidores cercanos a las Partes que permitirían disciplinar su comportamiento competitivo. Lo anterior se manifiesta en que los niveles de HHI calculados en base a número de tiendas no superan los umbrales establecidos en la Guía.

[Nota confidencial 12]

Tabla N°3: Participaciones de mercado año 2022

Tienda	N° Tiendas	Ventas	Metros cuadrados
Brete	2	[0-10]%	[0-10]%
Spid	2	[0-10]%	[0-10]%
Partes	4	[0-10]%	[0-10]%
Oxxo	16	[40-50]%	[40-50]%
Fork	1	[0-10]%	[0-10]%
Upa!	1	[0-10]%	[0-10]%
Pronto	1	[0-10]%	[0-10]%
Castaño	15	[30-40]%	[20-30]%
[-] ⁵³	[-]	[0-10]%	[0-10]%
XS Market	2	[0-10]%	[0-10]%

⁵¹ Anexos Notificación – Anexo 6 Listado Spid.

⁵² Véase respuestas a Oficios Ord. N°1011-23, N°1012-23 y N°1097-23 y Oficio Circular Ord. N°49-23.

⁵³ Apertura estimada en [-]. [Nota confidencial 13].

HHI Post	2880	3319	3118
Cambio HHI	45	N/A	N/A

Fuente: Elaboración propia.

43. En tal contexto, una vez perfeccionada la Operación puede proyectarse que seguirá existiendo presión competitiva suficiente de terceros actores para disciplinar el comportamiento de las Partes, por lo que es posible descartar que ésta resulte apta para reducir sustancialmente la competencia en el área de influencia del local Breti San Sebastián.

(iii) **Las Condes – Breti Av. Las Condes 7009 (Breti Las Carmelitas)**

44. Respecto a este local de Breti, se advierte una superposición con el local Spid Trigales, que se encuentra a 400 metros de caminata, y que está operativo desde marzo de 2023⁵⁴. Se analizó el área de influencia de 600 metros de caminata centrada en la tienda Breti Las Carmelitas, así como todas las tiendas de conveniencia identificadas por esta Fiscalía, de acuerdo a la información aportada por las Partes y sus competidores⁵⁵.

45. A partir de la Tabla N°4 se observa que la Operación generaría una participación conjunta de las Partes de 29,5% en las ventas y un 53,5% en metros cuadrados de superficie de tienda, superando los umbrales de HHI establecidos en la Guía.

[Nota confidencial 14]

Tabla N°4: Participaciones de mercado año 2023⁵⁶

Tienda	N° Tiendas	Ventas	M2
Breti	1	[10-20]%	[30-40]%
Spid ⁵⁷	1	[10-20]%	[20-30]%
Partes	2	[20-30]%	[50-60]%
Oxxo	2	[30-40]%	[10-20]%
Fork	1	[20-30]%	[0-10]%
Upa!	1	[10-20]%	[20-30]%
HHI Post	2778	2650	3774
Cambio HHI	556	420	1354

Fuente: Elaboración propia.

46. Sin embargo, como se observa en la Tabla N°4 *supra*, existe presencia de actores relevantes dentro del área de influencia de 600 metros. Adicionalmente, dichos actores podrían preliminarmente calificarse como competitivamente más cercanos a las Partes, toda vez que se encuentran a menor distancia de éstas, como se aprecia en la Imagen N°1. En efecto, existiría mayor cercanía competitiva entre el local Spid Trigales y los locales de Oxxo y Fork que se ubican en la misma cuadra. De forma similar, un segundo local Oxxo ubicado a 240 metros de distancia del local Breti Las Carmelitas, resulta más cercano competitivamente a éste. Lo anterior, cobra especial relevancia a la luz de los antecedentes recabados en la Investigación, que indican

⁵⁴ Véase a este respecto, declaración de doña María Vásquez Retamal, supervisora de local Spid Trigales, con fecha 18 de julio de 2023.

⁵⁵ Véase respuestas a Oficios Ord. N°1011-23, N°1012-23 y N°1097-23 y Oficio Circular Ord. N° 49-23.

⁵⁶ En este caso, dado que el local Spid Trigales abrió en marzo de 2023 y por lo tanto, no presenta ventas para el año 2022, se consideraron para el cálculo de participaciones de mercado, las ventas del año 2023.

⁵⁷ Dado que la apertura fue en marzo de 2023, las ventas incluidas corresponden al periodo marzo-junio del presente año.

que el principal competidor en esta área es Oxxo⁵⁸, cadena que ejercería presión competitiva importante una vez materializada la Operación.

Imagen N°1: Área de influencia Breti Las Carmelitas



Fuente: Elaboración propia en base a información aportada por las Partes y sus competidores.

47. A mayor abundamiento, también debe considerarse que los valores de las cuotas de mercado de las Partes expuestos en la Tabla N°4 estarían sobreestimados, pues no consideran la presencia de otros tipos de distribuidores minoristas —tales como almacenes de barrio y *minimarkets*⁵⁹— que también ejercerían presión competitiva a las tiendas de conveniencia⁶⁰.

48. Por lo expuesto, es posible descartar que la Operación resulte apta para reducir sustancialmente la competencia en el área de influencia del local Breti Las Carmelitas.

(iv) Las Condes – Breti Av. Presidente Riesco 3210 (Breti Riesco)

49. En relación con el local Breti Riesco, se observa la existencia de un traslape con los locales Spid El Golf, ubicado a 600 metros, y Spid [-], ubicado a 550 metros de distancia. Como se mencionó anteriormente, este local Spid no está aún abierto al público y tiene fecha de apertura para [-]⁶¹. **[Nota confidencial 15]**. Se evaluó el área

⁵⁸ Véase a este respecto, declaración de Doña María Vásquez Retamal, supervisora de local Spid Trigales, con fecha 18 de julio de 2023.

⁵⁹ Por ejemplo, se observa en esa zona la presencia de “Minimarket Señor de San Miguel”, ubicado en calle La Oración N°23; “Minimarket”, ubicado en Av. Las Condes N°7206 y; “Marked”, ubicado en calle Rossini N°6923. Lo anterior fue verificado *in situ* por miembros de esta División.

⁶⁰ Cabe también considerar que tanto Breti Las Carmelitas como Spid Trigales cuentan con estacionamientos para clientes (véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1180-23, recibida con fecha 3 de agosto de 2023 y respuesta de ARS al Oficio Ord. N°1178-23, recibida con fecha 3 de agosto de 2023). Por lo tanto, es probable que al menos parte de ellos se movilicen en automóvil. En tal caso, como se explica *supra*, el área geográfica a considerar podría ser más amplia. De este modo, de manera conservadora en el Anexo Económico Confidencial, se efectúa el análisis correspondiente al área de influencia en torno a Breti Las Carmelitas para clientes que se desplazan en automóvil, descartándose que se superen los umbrales establecidos en la Guía.

⁶¹ De hecho, conforme con lo señalado por las Partes, este local [-]. Anexos Notificación – Anexo 6 Listado Spid. **[Nota confidencial 16]**.

de influencia de 600 metros de caminata centrada en la tienda Brete Riesco, así como todas las tiendas de conveniencia identificadas por esta Fiscalía, de acuerdo a la información aportada por las Partes y sus competidores⁶².

50. Como se observa en la Tabla N°5, actualmente se superan levemente los umbrales de la Guía en términos de metros cuadrados de tienda, aunque no se superan en términos de ventas ni en términos de número de tiendas. Sin embargo, de materializarse la apertura del local Spid [-], es posible que las Partes superen los umbrales establecidos en la Guía también en términos de ventas. [Nota confidencial 17].

[Nota confidencial 18]

Tabla N°5: Participaciones de mercado año 2022

Tienda	N° Tiendas	Ventas	M2
Brete	1	[0-10]%	[10-20]%
Spid	2	[0-10]%	[10-20]%
Partes	3	[10-20]%	[20-30]%
Oxxo	5	[30-40]%	[20-30]%
Fork	1	[10-20]%	[0-10]%
Upal	1	[0-10]%	[0-10]%
Pronto	1	[0-10]%	[0-10]%
Castaño	4	[20-30]%	[20-30]%
Get It	1	[0-10]%	[0-10]%
HHI Post	2109	2207	2039
Cambio HHI	156	80	272

Fuente: Elaboración propia.

51. Sin perjuicio de lo señalado, como se observa en la Tabla N°5, existe presencia de al menos seis actores distintos a las Partes dentro del área de influencia —entre ellos, Oxxo con cinco locales y Castaño con cuatro locales—. Asimismo, para cada una de las tiendas de las Partes en esta área de influencia, existe un local Oxxo a una distancia menor a 350 metros de caminata⁶³, que preliminarmente resultaría más cercano competitivamente, ejerciendo una presión competitiva significativa.
52. En base al análisis expuesto, la presencia de otros actores relevantes, y considerando que las Partes actualmente no superan los umbrales de concentración en términos de ventas, es posible afirmar que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia dentro del área de influencia del local Brete Riesco.
- (v) Las Condes – Brete Vitacura 3535 (Brete Navidad)**
53. En cuanto al local Brete Navidad, éste se traslapa con el local Spid Lo Castillo al considerar un área de influencia de 600 metros de caminata. Dicha área incluye también a todas las tiendas de conveniencia identificadas por esta Fiscalía, de acuerdo a las respuestas entregadas por las Partes y sus competidores⁶⁴.
54. Tal como se expone en la Tabla N°6 a continuación, la participación combinada de las Partes, en términos de ventas durante el año 2022 y superficie de ventas, alcanza un

⁶² Véase respuestas a Oficios Ord. N°1011-23, N°1012-23 y N°1097-23 y Oficio Circular Ord. N°49-23.

⁶³ Véase Imagen N° 4, Anexo Económico I.

⁶⁴ Véase respuestas a Oficios Ord. N°1011-23, N°1012-23 y N°1097-23 y Oficio Circular Ord. N°49-23.

30,3% y 56,5% respectivamente, superándose los umbrales de concentración establecidos en la Guía en ambos casos.

[Nota confidencial 19]

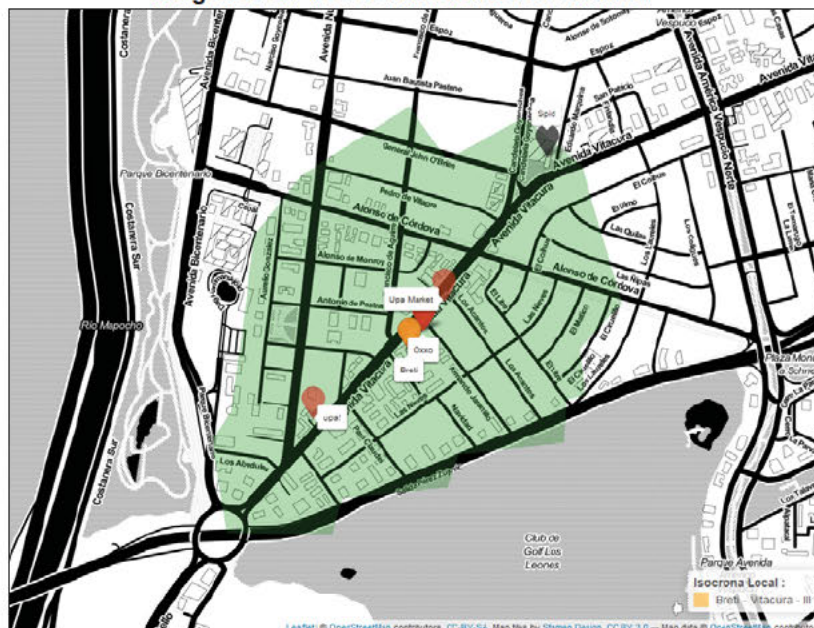
Tabla N°6: Participaciones de mercado año 2022

Tienda	N° Tiendas	Ventas	M2
Breti	1	[10-20]%	[30-40]%
Spid	1	[10-20]%	[20-30]%
Partes	2	[30-40]%	[50-60]%
Oxxo	1	[10-20]%	[10-20]%
Upa!	2	[50-60]%	[10-20]%
HHI Post	3600	3816	4191
Cambio HHI	800	453	1504

Fuente: Elaboración propia.

55. No obstante lo anterior, existen elementos que permiten concluir que la alta participación de mercado de las Partes dentro de esta área de influencia no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia. En primer lugar, es relevante que ambos locales cuentan con la presencia de al menos un local de la cadena Oxxo a menos de 350 metros de distancia, que ejercen una presión competitiva significativa sobre las tiendas de las Partes⁶⁵, como se aprecia en la Imagen N°2.

Imagen N°2: Área de influencia Breti Navidad



Fuente: Elaboración propia en base a información aportada por las Partes y sus competidores.

56. En segundo lugar, el local Spid Lo Castillo cuenta con estacionamientos para clientes⁶⁶, por lo que es probable que al menos parte de ellos se movilicen en

⁶⁵ En el caso de la tienda Spid Lo Castillo, existe un Oxxo a 350 metros de distancia, ubicado en Av. Vitacura N°4380, que no se aprecia en la Imagen N°5, al encontrarse fuera del área de influencia de 600 metros del local Breti Navidad.

⁶⁶ Véase respuestas de Cencosud al Oficio Ord. N°1180-23, recibida con fecha 3 de agosto de 2023.

automóvil⁶⁷, por lo que el área de influencia podría ser más amplia. En el Anexo Económico Confidencial se desarrolla el análisis correspondiente al área de influencia en torno a Breti Navidad para clientes que se desplazan en automóvil, descartándose que se superen los umbrales establecidos en la Guía.

57. Por último, cabe señalar que los valores de las cuotas de mercado de las Partes expuestas en la Tabla N°6 estarían sobreestimados, pues no consideran la presencia competitiva de otros tipos de distribuidores minoristas⁶⁸ que serían relevantes dado que también ejercerían presión competitiva a las tiendas de conveniencia. De los antecedentes recabados en la Investigación, puede concluirse que, luego de la Operación, seguirán existiendo múltiples competidores capaces de ejercer presión competitiva significativa a las Partes, dentro de esta área geográfica.
58. Por las razones anteriormente expuestas, puede descartarse entonces que la Operación resulte apta para reducir sustancialmente la competencia en el área de influencia correspondiente al local Breti Navidad.

IV. CONCLUSIONES

59. Por tanto, en atención a los antecedentes y al análisis realizado por esta División, se recomienda aprobar la Operación, de forma pura y simple, salvo el mejor parecer del señor Fiscal Nacional Económico. Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de esta Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados analizados.

Francisca
Javiera Levín
Visic

Firmado digitalmente
por Francisca Javiera
Levín Visic
Fecha: 2023.08.18
16:39:50 -04'00'

FRANCISCA LEVIN VISIC
JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

MLA/NJA/BAY

⁶⁷ En el caso de la tienda Breti Navidad, esta no cuenta con estacionamientos propios. Sin embargo, es posible estacionar en calles aledañas.

⁶⁸ Por ejemplo, supermercado "Los Alpes", ubicado en Av. Vitacura N°3316; *minimarket* "Pucara", ubicado en Av. Nueva Costanera N°3349, y; "The Market Chile", ubicado en Francisco de Aguirre N°3570.