

Unclassified

DAF/COMP/LACF(2015)4

Organisation de Coopération et de Développement Économiques
Organisation for Economic Co-operation and Development

17-Aug-2015

Spanish - Or. English

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE**

**LATIN AMERICAN COMPETITION FORUM (Spanish Version)
FORO LATINOAMERICANO DE COMPETENCIA**

**Sesión I - Cuestiones Estructurales del Sector de la Venta de Productos de Alimentación: Concentraciones
y Cuestiones Regulatorias**

-- Contribución de Chile --

23-24 de septiembre 2015, Montego Bay, Jamaica

Se hace circular el documento adjunto elaborado por Chile (FNE y TDLC) PARA SU DEBATE en la Sesión I del Foro Latinoamericano de Competencia que se llevará a cabo los días 23 y 24 de septiembre de 2015 en Jamaica.

Contacto: Ania Thiemann, Gerente de relaciones globales, División de la Competencia de l'OCDE
[Tel: +33 1 45 24 98 87, Correo electrónico: Ania.Thiemann@oecd.org].

JT03380837

Complete document available on OLIS in its original format

This document and any map included herein are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area.



DAF/COMP/LACF(2015)4
Unclassified

Spanish - Or. English

FORO LATINOAMERICANO DE COMPETENCIA



23-24 de septiembre de 2015 • Montego Bay • Jamaica

Sesión I - Cuestiones Estructurales del Sector de la Venta de Productos de Alimentación: Concentraciones y Cuestiones Regulatorias

FUSIONES EN EL SECTOR SUPERMERCADOS EN CHILE

-- CONTRIBUCIÓN DE CHILE (FNE Y TDLC) --

1. Introducción

1. Hasta el año 2006, el mercado de supermercados estaba compuesto de dos grandes cadenas, D&S (actualmente Walmart) y Cencosud, que alcanzaban una participación de 34% y 29% respectivamente. Les seguía Unimarc con tan solo un 3% de las ventas nacionales. En 2007 este escenario cambió radicalmente cuando el grupo SMU¹ adquirió la cadena Unimarc (que, en el año 2006, presentaba un 3% de las ventas nacionales en el sector). Desde entonces y hasta 2011 el grupo realizó una serie de adquisiciones de cadenas regionales que dieron lugar a una mayor consolidación en el sector y al acercamiento de Unimarc a los dos actores más grandes, alcanzando un 26% de las ventas nacionales en 2011. La importancia creciente del sector, así como las relaciones de las principales cadenas con sus proveedores, han dado pie a varias investigaciones por parte de la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) y decisiones por parte del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“TDLC”). En lo que sigue se presentan los casos más relevantes que han significado hitos importantes en la investigación de este sector.

2. Relaciones entre supermercados y proveedores

2. A principios de 2002, la Asociación Gremial de Industrias Proveedoras AG (“AGIP”) interpuso dos consultas distintas ante la entonces Comisión Preventiva Central. La primera contra D&S y la segunda contra los principales supermercados; ambas acerca de las relaciones de los supermercados con sus proveedores. Ambos casos fueron resueltos conjuntamente por el recién instituido TDLC en 2004². Este organismo condenó las conductas y trató por primera vez de establecer un mecanismo de control a la consolidación del sector, ordenando que cualquier operación de concentración en el mercado fuese

¹ SMU nace ese año con la compra por parte del grupo de empresas de CorpGroup de las cadenas de supermercados Unimarc, Deca y Bryc.

² Sentencia N° 9-2004, disponible en: http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Sentencia_09_2004.pdf

consultada ante el Tribunal en el futuro. La decisión del TDLC fue impugnada por los principales supermercados ante la Corte Suprema, instancia que acogió el recurso, dejando sin efecto el artículo tercero de la resolución relativa a la consulta de operaciones de concentración³. Cabe señalar que en su sentencia el TDLC dio por primera vez una definición de mercado relevante para el sector, la que es utilizada hasta la fecha⁴.

3. En 2006, la FNE interpuso un requerimiento ante el TDLC contra las dos cadenas de supermercados D&S y Cencosud, alegando prácticas anticompetitivas relativas a agresivas estrategias de crecimiento, materializadas a través de adquisiciones de competidores de menor tamaño y de terrenos aptos para instalar supermercados. El aumento de su poder en el mercado, de acuerdo a la FNE, se reflejaba en las relaciones de estas cadenas con los proveedores, caracterizadas por el establecimiento de condiciones subjetivas, discriminatorias y sorpresivas. Dentro de poco tiempo desde la presentación del requerimiento, D&S decidió negociar un acuerdo con la Fiscalía que resultó en un avenimiento aprobado por el Tribunal⁵. En éste, D&S se comprometió a elaborar Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento (TCGA) y adoptar una serie de medidas relacionadas a cobros y tarifas hacia los proveedores. Adicionalmente, D&S se obligó a informar a la FNE cualquier operación de concentración celebrada en el futuro. Respecto a Cencosud, el TDLC acogió parcialmente el requerimiento y ordenó a la empresa a consultar cualquier operación de concentración⁶. La FNE impugnó la decisión del Tribunal ante la Corte Suprema y finalmente llegó a un acuerdo con la empresa⁷. Este acuerdo regula las relaciones de Cencosud con sus proveedores y mantiene la obligación establecida por el Tribunal en su Sentencia N°65-2008 de consultar frente a éste cualquier operación de concentración.

2.1 D&S / Alvi:

4. El 2010 la empresa D&S informó a la FNE, en el marco del avenimiento aprobado por el TDLC, su intención de adquirir la totalidad de la propiedad del supermercado mayorista Alvi. De acuerdo a las partes, la operación no causaría efectos a la competencia, considerando que D&S participa en la venta minorista a través de distintos formatos de supermercados y Alvi en el mercado de venta mayorista. La Fiscalía inició una investigación que concluyó con una consulta ante el TDLC en septiembre del mismo año⁸.

³ Sentencia Corte Suprema, disponible en:

http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Sentencia_09_Corte_Suprema.pdf

⁴ De acuerdo a la definición del TDLC, el mercado se define como el de “*aprovisionamiento, por parte de proveedores y distribuidores mayoristas, de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente, a supermercados, para su distribución minorista a consumidores finales*”.

⁵ Avenimiento entre FNE y D&S, disponible en:

<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Avenimiento%20FNE%20y%20DYS.pdf>

⁶ Sentencia N° 65/2008, disponible en: http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Sentencia_65_2008.pdf

⁷ Avenimiento entre FNE y Cencosud, disponible en:

http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Avenimiento_Corte%20Suprema.pdf

⁸ NC N° 383-10, disponible en:

<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/28%2009%202010%20%20%20Consulta%20de%20%20FNE%20sobre%20toma%20de%20control%20de%20Alvi%20Supermercados%20Mayoristas%20S.A.%20por%20Distribuci%C3%B3n%20y%20Servicio%20D&S%20S.A..pdf>

5. El análisis de la Fiscalía se enfocó principalmente en dos áreas. En primer lugar, la justificación de la existencia de traslape entre las actividades de ambas empresas y, en segundo lugar, la cuantificación de los probables efectos de la operación.

6. En la consulta, la Fiscalía señaló que existe una superposición entre el formato autoservicio mayorista utilizado por Alvi y el formato de los supermercados minoristas de D&S, justificando lo anterior en base a tres elementos:

1. La alta participación de consumidores finales en las ventas totales de Alvi. La FNE llegó a tal conclusión a partir de un estudio de mercado encargado a TNS Chile, en el que se indicaba que los consumidores finales representaban un 48% en las ventas finales del formato autoservicio mayorista. De acuerdo al mismo estudio, las ventas minoristas de Alvi se hacen en su gran mayoría (82%) por consumidores pertenecientes al nivel socio-económico más bajo (C3 – D), característica que compartían con los formatos de supermercados de descuento Ekono y Bodega Acuenta, pertenecientes a D&S.
2. Por otra parte, la FNE corroboró cierta similitud entre la canasta de productos alimenticios y no alimenticios comercializados tanto por Alvi como por las cadenas minoristas. Asimismo, enfatizó que Alvi había anunciado un cambio en su estrategia de comercialización, incluyendo la rebaja de las unidades mínimas requeridas para acceder a descuentos, la incorporación de líneas con un enfoque hacia consumidores, tales como panadería y verdulería, y la flexibilización de los requisitos necesarios para la incorporación en los programas de fidelización.
3. Por último, la FNE observó una similitud en las características de los locales en términos de las superficies de las salas de venta, el número de cajas y de estacionamientos, principalmente entre los supermercados Alvi y los formatos de tiendas de descuento de D&S (Ekono y Bodega Acuenta).

7. Por todo lo anterior, la Fiscalía definió que existía una convergencia entre el formato de Alvi y los de ciertos supermercados, concluyendo que la Operación podía resultar en una disminución de la intensidad competitiva en el mercado.

8. En relación a los riesgos, el análisis de la Fiscalía se enfocó principalmente en riesgos unilaterales aguas abajo. Tales riesgos fueron cuantificados a través de dos distintos modelos econométricos de formato de ecuaciones reducidas, utilizando un panel de datos mensuales para los distintos locales de D&S en Santiago⁹. Ambos modelos utilizaron el índice de precios por local de D&S para una canasta de productos pertenecientes a 48 distintas categorías, como variable dependiente¹⁰. En el primer modelo las variables explicativas eran la presencia de un supermercado Alvi en una radio de 5, 10 y 15 minutos en auto, el número de otros competidores en el radio y el formato de supermercado (Hipermercado, Express o Básico). En el segundo modelo el número de competidores fue reemplazado por el índice de concentración.

⁹ Para más información véase informe económico, FNE, Francisco Caravia R., Francisco Rojas V., Fusión de D&S con Alvi: Cómo impacta esta operación en los precios de D&S, disponible en:

<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Informe%20Econ%C3%B3mico%20FNE%20Alvi%20DS.pdf>

¹⁰ El precio por categoría se calculó como el precio promedio por SKU perteneciente a la categoría, ponderados por el peso relativo del SKU en las ventas de cada local. A su vez, para ponderar el peso de cada categoría en la canasta se utilizaron tres ponderadores distintos: i) los patrones de consumo de la canasta de IPC, publicados por el Instituto Nacional de Estadística, ii) el peso de cada categoría a las ventas totales de D&S, y iii) el peso que tiene cada categoría en los supermercados orientados hacia consumidores de un nivel socio-económico bajo.

9. Para estimar las áreas de influencia de Alvi y definir el traslape entre locales de este y D&S, la FNE contrató los servicios de Mapcity, que estimó isocronas de 5, 10 y 15 minutos e identificó los competidores y los números de locales de estos que se incluirían dentro de la isócrona de cada local Alvi. El cálculo de isocronas tomó en consideración variables tales como la velocidad máxima por tipo de calle (pasaje, carretera, avenida, etc.), congestión vehicular, restricciones zonales, semáforos entre otros.

10. Los resultados de este ejercicio indicaron que la presencia de Alvi ejercía presión competitiva a los precios de D&S, particularmente en las áreas de bajos ingresos, y que los índices de concentración pueden explicar las diferentes estrategias de definición de precios entre locales de la misma cadena. En marzo de 2011, la FNE retiró su consulta al H. Tribunal debido a la decisión de las partes de desistir de la operación.

2.2 **Fusión D&S / Falabella:**

11. Probablemente, el caso de más alto perfil relacionado a fusiones de supermercados que ha pasado por el TDLC, corresponde a la Resolución 24/2008¹¹, que resolvió la consulta sobre la fusión de S.A.C.I. Falabella (en adelante, Falabella) y Distribución y Servicio D&S S.A. (en adelante, D&S). Si bien este caso fue resuelto hace 8 años, consideramos que es relevante mencionarlo, ya que el análisis de esta consulta fue más allá del sector supermercados.

12. En este caso, a la época de la consulta, Falabella participaba en los siguientes sectores: supermercados (con Tottus, que presentaba una participación de mercado baja), tiendas por departamento (con Falabella), tiendas de mejoramiento del hogar (con Sodimac), crédito (con la tarjeta de crédito no bancaria CMR), malls y *power centers* (con Mall Plaza y Sociedad de Rentas Falabella), bancos (con Banco Falabella). Por su parte, D&S participaba en los sectores de supermercados (con las marcas Líder, Ekono y Bodegas aCuenta), crédito (con la tarjeta de crédito no bancaria Presto) y malls y *power centers* (a través de la filial Saitec).

13. El Tribunal tomó en consideración la evolución observada en los últimos años en el *retail* en general, en el que actualmente las compañías que lo integran “*desarrollan un modelo de negocios que han denominado retail integrado, mediante el cual se busca llevar delante de manera integrada los negocios de supermercados, tiendas por departamento, tiendas para el mejoramiento del hogar, administración de tarjetas de crédito, servicios bancarios, desarrollo de proyectos inmobiliarios complementarios, y diversos servicios adicionales tales como seguros generales, agencias de viajes, servicios de mudanza, entre otros*”. En otras palabras, el *retail* integrado es “*aquel en que se cubre una parte sustancial de las necesidades de consumo habitual de los consumidores en grandes superficies y su correspondiente financiamiento*”. Por ello, se consideró inadecuado (i) analizar esta fusión solo como una operación de concentración de supermercados, o (ii) restringir el análisis a cada uno de los negocios involucrados en la fusión.

14. Al analizar la fusión consultada, el Tribunal la analizó desde la óptica del concepto de *retail* integrado, considerando las complementariedades y sinergias existentes entre todos los mercados en que las empresas en cuestión participaban. Adicionalmente, y de forma complementaria al análisis descrito, se analizó cada uno de los negocios mencionados en forma individual.

15. Respecto del sector supermercados, el Tribunal analizó la situación a la fecha tanto en cuanto a las barreras a la entrada a la industria –concluyendo que las ventajas de costo de las empresas establecidas dificultaban la entrada de nuevas cadenas de supermercados, dado el nivel de concentración previo a la fusión consultada– como en cuanto a la relación con los proveedores –concluyendo que, de haberse aprobado la fusión propuesta, se incrementarían los riesgos de abusos de poder de compra, sobre todo en relación con proveedores de tamaño pequeño y mediano–.

¹¹ Resolución N° 24/2008, disponible en http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Resolucion_24_2008.pdf

16. El TDLC concluyó en este caso que, dado el pequeño tamaño de la economía chilena y la importancia de las barreras a la entrada existentes en las áreas de negocio que conforman el *retail* integrado, era muy poco probable que, de ingresar un nuevo operador a competir contra el duopolio que habría resultado de concretarse la fusión, esta entrada habría sido suficiente para imponer presión competitiva en un plazo razonable.

2.3 Fusión SMU / SDS:

17. En diciembre de 2012, el TDLC resolvió una consulta ingresada el año anterior¹², en que la empresa supermercadista SMU S.A. consultó respecto de los efectos para la libre competencia de la fusión entre ella y Supermercados del Sur S.A. (SDS), proponiendo en su consulta medidas de mitigación, consistentes principalmente en la venta de ciertos locales, además del sometimiento de la fusionada a términos de contratación similares a los TGCA de D&S. Esta consulta se presentó una vez que las compañías ya se habían fusionado.

18. El TDLC analizó esta consulta considerando la situación en el mercado antes de la fusión, de forma de buscar medidas de mitigación que mantuvieran ese nivel de competencia. Al analizar la fusión, se identificaron riesgos unilaterales y riesgos de coordinación, dado el número de supermercados con presencia nacional en nuestro país.

19. La definición de mercado relevante en este caso siguió la definición que el TDLC ha tomado en diversos casos del rubro: “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”. De todos modos, también se analizaron mercados relacionados –de distribución mayorista, de tiendas de conveniencia y de ventas por Internet–, en que las fusionadas también tienen presencia.

20. En este caso en particular, se definió el mercado relevante geográfico a nivel comuna, salvo en los casos de ciudades más grandes, en que se consideraron zonas más pequeñas –es decir, áreas de influencia de 5 minutos de distancia–. Dado que las dos cadenas de supermercados involucradas en la fusión poseían locales en diversas comunas del país, y dado que en cada comuna se enfrentaba un distinto nivel de competencia por parte de las otras cadenas existentes en el país. Se utilizó la metodología del UPPI (*upward pricing pressure index*) para determinar en cuáles de estas comunas se incrementaba el riesgo de prácticas anticompetitivas con la fusión.

21. El Tribunal aprobó la fusión de SMU y SDS, sujeta a una serie de condiciones. La condición primera fue: las fusionadas debían enajenar locales en 17 zonas geográficas, además de los 3 centros de distribución que pertenecían a SDS y una de las marcas comerciales que eran utilizadas por SDS. Todos estos activos debían ser enajenados como una única entidad económica, y no podían ser comprados por ninguna relacionada a las fusionadas, ni por ninguna cadena con participación en las ventas a nivel nacional superior a 25%. El plazo otorgado a la fusionada para cumplir con esta condición fue de 8 meses. La condición segunda consistía en que, en el periodo previo a la enajenación de los locales mencionados, la fusionada debía mantener en operación dichos locales y equiparar los precios en esos locales con los precios de la localidad más cercana donde se presentarían condiciones de competencia suficientes. La condición tercera fue la enajenación de su participación (de 40%) en la cadena de supermercados Montserrat –con presencia en la Región Metropolitana– en un plazo de ocho meses. Además, la fusionada debía establecer condiciones generales de comercialización similares a las fijadas por D&S en los TGCA.

22. En 2014, la FNE presentó un requerimiento contra SMU por incumplimiento de las condiciones primera, segunda y tercera recién descritas. Este requerimiento está pendiente de ser resuelto por el TDLC a la fecha.

¹² Resolución N° 43/2012, disponible en http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Resolucion_43_2012.pdf