

ANT.: Adquisición del control en Teka Industrial S.A. por parte de Midea Electrics Netherlands B.V.
Rol FNE F412-2024.

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 13 de marzo de 2025.

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad con lo establecido en el Título IV del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, 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 (“**Operación**”), recomendando su aprobación, en forma pura y simple, por las razones que a continuación se explican:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 25 de noviembre de 2024, mediante presentación de ingreso correlativo N°58.664-2024 (“**Notificación**”)¹, Midea Electrics Netherlands B.V. (“**Midea**”) por una parte y, por la otra, Heritage B B.V. y don Frank Maximilian Brønner (“**Vendedores**” y, conjuntamente con Midea, “**Partes**”) notificaron a la Fiscalía Nacional Económica (“**Fiscalía**”) una operación de concentración, consistente en la eventual adquisición de influencia decisiva en Teka Industrial S.A. (“**Teka**”) por parte de Midea.
2. La Notificación fue presentada conforme al mecanismo de notificación ordinario, contemplado en el artículo 3° del Reglamento sobre la Notificación de una Operación de Concentración, aprobado en el Artículo Segundo del Decreto Supremo N°41, de 2021, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.
3. En resoluciones de fechas 9 de diciembre de 2024 y 2 de enero de 2025 la Fiscalía declaró incompleta la Notificación y su correspondiente complemento, lo que motivó las presentaciones de fechas 23 de diciembre de 2024, ingreso correlativo N°59.390-2024 (“**Primer Complemento**”) y 16 de enero de 2025, ingreso correlativo N°59.822-2025

¹ Cabe tener presente que, con fecha 23 de agosto de 2024, las Partes notificaron a esta Fiscalía la misma transacción, la cual fue revisada bajo el Rol FNE F401-2024. Sin embargo, en dicha instancia las Partes se desistieron de la notificación, en los términos del inciso segundo del artículo 58 del DL 211, y mediante resolución de fecha 26 de septiembre de 2024, la Fiscalía tuvo por desistida la notificación y ordenó el archivo de los antecedentes. Adicionalmente, con fecha 9 de octubre de 2024, las Partes ingresaron una consulta de pre-notificación relativa a la misma transacción, la cual fue analizada bajo el Rol P87-2024.

(“**Segundo Complemento**”), donde las Partes complementaron la Notificación, acompañando nuevos antecedentes².

4. Conforme a lo dispuesto en el artículo 50 inciso tercero del DL 211, con fecha 30 de enero de 2025 la Fiscalía instruyó el inicio de una investigación, bajo el Rol FNE F412-2024 (“**Investigación**”).

II. PARTES Y OPERACIÓN

5. Midea es una sociedad constituida conforme a las leyes del Reino de los Países Bajos, filial de Midea Group Co., Ltd., sociedad constituida conforme a las leyes de la República Popular China, que cotiza en la Bolsa de Shenzhen, y es la matriz del denominado “Grupo Midea”³. Este se dedica a la fabricación y comercialización de electrodomésticos, al desarrollo de tecnología industrial, tecnología de construcción, robótica y automatización, e innovación digital⁴. En Chile, a través de su filial Importadora Midea Carrier Chile Limitada, tiene presencia en la distribución y comercialización de electrodomésticos⁵.
6. Los Vendedores forman parte de un *holding* familiar que tiene presencia en los sectores de equipamiento de cocina y baño, de contenedores industriales y productos de acero inoxidable. Son los actuales controladores de Teka, sociedad constituida conforme a las leyes del Reino de España, que se dedica a la fabricación y distribución de equipos de cocina y baño. En Chile, a través de su filial Teka Chile S.A., tiene presencia en la distribución de electrodomésticos y de equipamiento de cocina y baño⁶⁻⁷.
7. La Operación consiste en la eventual adquisición, por parte de Midea, de un 97,38% de la participación accionaria en Teka, de actual propiedad de los Vendedores. En consecuencia, la Operación corresponde a la hipótesis prevista en la letra b) del artículo 47 del DL 211, al adquirir Midea derechos que le permitirán influir decisivamente en la administración de Teka.

III. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

8. Los electrodomésticos son equipos electrónicos utilizados principalmente en el hogar, para labores domésticas, como cocinar, limpiar o preservar alimentos⁸. De acuerdo con su tamaño, se pueden clasificar en electrodomésticos de mayor tamaño (o *major domestic appliances*), también denominados grandes electrodomésticos o productos de línea blanca,

² Adicionalmente, junto con la Notificación y el Segundo Complemento, las Partes solicitaron eximirse de acompañar cierta información, y mediante resoluciones de fechas 9 de diciembre de 2024 y 30 de enero de 2025, la Fiscalía resolvió dichas solicitudes.

³ Las Partes indican que la sociedad matriz del Grupo Midea es “*Midea Group Co., Ltd.*”. Al respecto, véase el documento “*Structure Chart - Midea Group- as at 20240630*”, acompañado por Midea a la Notificación.

⁴ Notificación, párrafo 6.

⁵ *Ibid.*, párrafo 24.

⁶ *Ibid.*, párrafo 25.

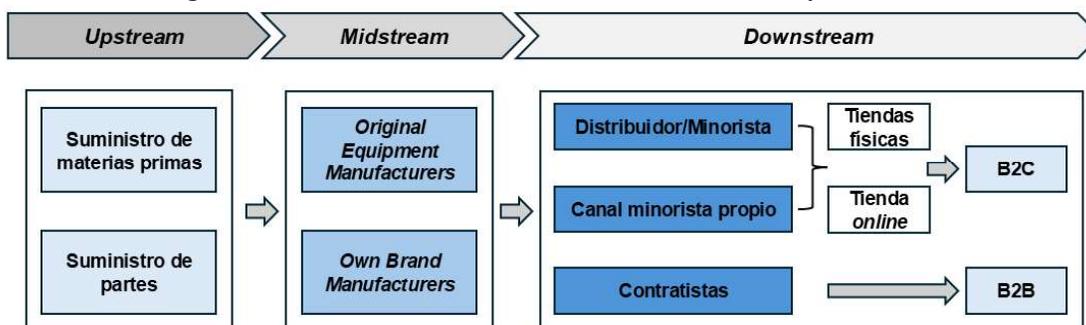
⁷ Adicionalmente, las Partes informan que las siguientes filiales de Teka se encuentran fuera del perímetro de la Operación: (i) Strohm Bathroom Solutions, S.A., activa en el suministro de productos de baño; (ii) Thielmann Portinox Spain, S.A., que fabrica sistemas de contenedores de acero inoxidable; y, (iii) KEK GmbH, que fabrica productos de acero inoxidable. Al respecto, véase: Notificación, párrafo 3.

⁸ Estos equipos forman parte de la categoría de bienes durables. En efecto, en la industria de comercio minorista o *retail* se suele distinguir entre la comercialización, por un lado, de líneas duras o bienes durables, que son aquellos productos que se caracterizan por tener un periodo de depreciación más largo, como electrodomésticos, artículos de tecnología, muebles, entre otros; y, por otro lado, las denominadas líneas blandas, con un periodo de depreciación más acotado, que comprende principalmente artículos de vestuario. Al respecto, véase: FNE, Informe de aprobación “Fusión entre Empresas La Polar S.A. y AD Retail S.A.”, Rol FNE F351-2023 (“**Informe La Polar – ABCDin**”, párrafo 14.

categoría que incluye equipos como aparatos de cocina, lavavajillas, refrigeradores, congeladores, hornos microondas, lavadoras, secadoras, entre otros; y, electrodomésticos de menor tamaño (o *small domestic appliances*), categoría que incluye equipos como tostadoras, cafeteras, hervidores, batidoras, entre otros⁹⁻¹⁰.

9. Los grandes electrodomésticos son fabricados y comercializados tanto por empresas internacionales que tienen presencia en el país (tales como Samsung, LG, Bosch, Whirlpool, Hisense, Mabe, Electrolux¹¹, Miele, Behnke, Midea y Teka), como por empresas locales (tales como FDV, Sindelen, Ursus Trotter, Maigas y Thomas). Todas estas fabrican directamente sus electrodomésticos (también denominados *Own Brand Manufacturers*) o adquieren productos fabricados por terceros para su comercialización (denominados *Original Equipment Manufacturers*)¹². En este último caso, se encarga a un tercero la elaboración de electrodomésticos, para luego incorporar la marca del comercializador, quien lo vende como parte de su propia línea de productos.

Figura N°1: Cadena de valor electrodomésticos de mayor tamaño



Fuente: Elaboración propia en base a información aportada en la Notificación¹³.

10. De esta manera, según se detalla en la Figura N°1 anterior, la cadena de valor de los electrodomésticos de mayor tamaño se compone, en primer término, del suministro de los insumos necesarios para su fabricación, como materias primas y partes. Luego se fabrican los grandes electrodomésticos, tanto para el mismo fabricante como para terceros. Finalmente, los electrodomésticos se distribuyen a través de los distintos canales de

⁹ Véase: Informe de archivo, *Investigación de oficio en el mercado de Línea Blanca*. Rol FNE N°2388-16 ("Informe Mercado Línea Blanca"), párrafo 12. Asimismo, véanse: (i) Comisión Europea (1994), Caso M. 485 Electrolux/AEG, párrafos 7-11; (ii) Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafos 9-12; (iii) Comisión Europea (2010), Caso M. 5859 Whirlpool/Privileg Rights, párrafo 10; (iv) Comisión Europea (2012), Caso M. 6717 Whirlpool/Alno, párrafo 12; y, (v) Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 10. En el mismo sentido, véase: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2021), Expediente C/1166/21 Media Markt Saturn/Activos Worten, párrafo 47.

¹⁰ Al respecto, "*major domestic appliances*" hace referencia a artículos de línea blanca, como cocinas, refrigeración y artículos de cocina (i.e. encimeras, cocinas, hornos, refrigeradores, lavavajillas, congeladores, campanas, secadoras, lavadoras, entre otros), mientras que "*small domestic appliances*", comprende electrodomésticos de cocina y hogar, artículos eléctricos de cuidado del hogar y máquinas de coser (i.e. freidoras, ollas, picadoras de alimentos, procesadoras, accesorios de cocina, batidoras, licuadoras, cafeteras, planchas de ropa, hervidores, tostadoras, entre otros). Véase: Informe La Polar – ABCDin, *Anexo N°2 – Anexo Económico*, Tabla N°AE.II.1.

¹¹ Electrolux también comercializa electrodomésticos bajo las marcas Continental, Femsa, Mademsa, Somela y Gafa. Al respecto, véase: <<https://www.electrolux.cl/QuienesSomos>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

¹² Cabe tener presente que, de acuerdo con información pública, la fabricación local de electrodomésticos sería acotada, limitándose a ciertos productos de lavandería y cocina. Véase: <<https://www.latercera.com/pulso/noticia/electrolux-pone-fin-la-fabricacion-productos-refrigeracion-chile/510639/>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

¹³ Véase el documento "*Confidential - Independent Market Research for Home Appliances, Building Technology -Frost & Sullivan*", acompañado por Midea a la Notificación (p. 4).

comercialización disponibles, tanto propios como de terceros, en tiendas físicas y en línea, para consumidores finales (B2C) y otras empresas (B2B)¹⁴.

11. Adicionalmente, los consumidores finales que adquieren los grandes electrodomésticos pueden requerir servicios de *post* venta de mantenimiento y/o reparación. Estos servicios se pueden prestar dentro o fuera de garantía, y ser provistos directamente por las empresas que fabrican los electrodomésticos, o a través de terceros proveedores especializados¹⁵.
12. Las Partes informan que Midea y Teka superponen horizontalmente sus actividades, a nivel nacional, en el suministro y comercialización de electrodomésticos de mayor tamaño¹⁶ y, a nivel global, en la fabricación de electrodomésticos para terceros¹⁷. A su vez, sostienen que ambas actividades se encontrarían verticalmente relacionadas, toda vez que Midea y Teka encargan a terceros proveedores la fabricación de ciertos electrodomésticos, lo que ellos mismos también realizan para terceros¹⁸. Adicionalmente, las Partes detallan que Midea y Teka superponen verticalmente sus actividades, a nivel global, en el suministro de magnetrones para microondas realizado por Grupo Midea, aguas arriba, y la fabricación de microondas, aguas abajo, donde participan ambas¹⁹⁻²⁰.
13. En consideración de lo señalado anteriormente, a continuación se analizarán las posibles definiciones de mercado relevante de producto y geográfico aplicables a las siguientes actividades: (i) suministro y comercialización de electrodomésticos de mayor tamaño; (ii) fabricación de electrodomésticos para terceros; (iii) suministro de magnetrones para microondas; y, (iv) fabricación de microondas.

III.1. Suministro y comercialización de electrodomésticos

14. En cuanto a la definición de mercado de producto, las Partes sostienen que cada tipo de electrodoméstico de mayor tamaño podría constituir un mercado relevante en sí mismo. En este sentido, las Partes afirman que la Operación da lugar a superposiciones en los siguientes mercados relevantes de producto: (i) hornos convencionales; (ii) hornos microondas; (iii) lavavajillas; (iv) campanas extractoras; (v) encimeras; (vi) refrigeradores; (vii) congeladores; (viii) lavadoras; (ix) secadoras; (x) lavadoras secadoras; (xi) cavas de vino; y, (xii) calentadores de agua²¹.

¹⁴ Un tipo de clientes que adquieren este tipo de electrodomésticos son las empresas inmobiliarias o constructoras, que incorporan estos equipos en los inmuebles que comercializan. Véase: Informe Mercado Línea Blanca, nota a pie de página N°6.

¹⁵ Véanse: Comisión Europea (2022), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafos 13-16 y Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2021), Expediente C/1166/21 Media Markt Saturn/Activos Worten, párrafos 41-44.

¹⁶ Notificación, párrafo 41.

¹⁷ *Ibid.*, párrafo 42.

¹⁸ *Ibid.*, párrafos 42 y 43.

¹⁹ A mayor abundamiento, las Partes explican que, además de magnetrones para microondas, el Grupo Midea también produce compresores para electrodomésticos de refrigeración y motores para electrodomésticos de lavandería. Sin embargo, respecto de estos componentes no se produciría una superposición vertical con las actividades de Teka, toda vez que este último no fabrica electrodomésticos de refrigeración y lavandería, sino que los adquiere de terceros. Al respecto, véase: Segundo Complemento, párrafo 8.

²⁰ Por otro lado, las Partes descartan una posible superposición horizontal y/o vertical de sus actividades en los servicios de reparación de electrodomésticos, tanto dentro como fuera de garantía, debido a que afirman en el Primer Complemento que los servicios de reparación serían específicos de cada marca, y que ni Midea ni Teka, directamente o a través de terceros proveedores independientes, realizan reparaciones para electrodomésticos de marcas competidoras. Al respecto, véase: Primer Complemento, párrafo 9.

²¹ Véanse: (i) Notificación, párrafo 49; (ii) respuesta de Midea al Oficio Ord. N°289-2025, de fecha 24 de febrero de 2025; y, (iii) respuesta de los Vendedores al Oficio Ord. N°292-2025, de fecha 24 de febrero de 2025.

15. Por otro lado, sostienen que cada mercado de producto tiene un alcance nacional, en consideración a que los proveedores y distribuidores operan en todo el país, sin existir elementos que diferencien geográficamente una zona de otra²².
16. En decisiones anteriores, tanto jurisprudencia nacional como comparada ha estimado que cada electrodoméstico de mayor tamaño puede constituir un mercado relevante de producto en sí mismo, debido a que, desde el punto de vista de la demanda, no existiría sustitución entre cada categoría de producto. En efecto, cada electrodoméstico atendería una necesidad distinta para los consumidores, como elevar la temperatura de los alimentos, conservar alimentos, lavar ropa, secar ropa, limpiar la vajilla, etcétera²³. También se ha evaluado una posible segmentación adicional aplicable a ciertos electrodomésticos, distinguiendo según si son independientes (*freestanding*) o empotrados (*built-in*), teniendo en consideración ciertos elementos tanto desde la oferta como desde la demanda, aunque no se ha efectuado una definición precisa al respecto²⁴.
17. Desde el punto de vista geográfico, jurisprudencia nacional ha considerado que el mercado relevante de cada categoría de grandes electrodomésticos tiene un alcance nacional. Lo anterior va en línea con la jurisprudencia comparada, que incluso en ciertos casos ha indicado un alcance más amplio²⁵.
18. En el presente Informe se analizarán los posibles efectos de la Operación en cada categoría de electrodomésticos de mayor tamaño como un mercado relevante de producto en sí mismo, sin que sea necesario segmentar entre independientes o empotrados²⁶. Ello, pues esta alternativa resulta ser la más conservadora, maximizando los efectos de la Operación,

²² Notificación, párrafo 63.

²³ Véase: Acuerdo Extrajudicial entre la Fiscalía y Electrolux Chile S.A., de fecha 24 de agosto de 2015, aprobado por el H Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, mediante resolución de fecha 16 de septiembre de 2015 (“**AE FNE/Electrolux**”), párrafos 11 y 12. También se han analizado como mercados relevantes, dentro de la categoría de línea blanca, los electrodomésticos de refrigerado, lavado y cocinas a gas. Véase: Informe Mercado Línea Blanca, párrafo 24.

En el mismo sentido, véanse: (i) Comisión Europea (1994), Caso M. 485 Electrolux/AEG, párrafo 15; (ii) Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafos 9 y 12; (iii) Comisión Europea (2010), Caso M. 5859 Whirlpool/Privileg Rights, párrafo 11; (iv) Comisión Europea (2012), Caso M. 6717 Whirlpool/Alno, párrafos 12 y 15; y, (v) Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 13.

²⁴ Pese a que no se ha efectuado una definición precisa al respecto, en decisiones de la jurisprudencia comparada se ha mencionado que desde el punto de vista de la oferta los fabricantes de una categoría de grandes electrodomésticos podrían producir en una misma planta tanto equipos empotrados como independientes. Por el lado de la demanda, se ha señalado que los equipos empotrados e independientes constituirían mercados separados, en razón de que presentan patrones de demanda diferentes. Al respecto, véanse: (i) Comisión Europea (2009), Caso M. 5421 Panasonic/Sanyo, párrafos 150-151; (ii) Comisión Europea (2012), Caso M. 6717 Whirlpool/Alno, párrafo 12; y, (iii) Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 10.

²⁵ Véanse: AE FNE/Electrolux, párrafo 11 e Informe Mercado Línea Blanca, párrafo 24

En el mismo sentido, véanse: (i) Comisión Europea (1994), Caso M. 485 Electrolux/AEG, párrafo 21; (ii) Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafos 19; (iii) Comisión Europea (2009), Caso M. 5421 Panasonic/Sanyo, párrafo 152; (iv) Comisión Europea (2010), Caso M. 5859 Whirlpool/Privileg Rights, párrafo 16; (v) Comisión Europea (2012), Caso M. 6717 Whirlpool/Alno, párrafo 18; y, (vi) Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafos 14, 15 y 22.

²⁶ En atención a que la totalidad de grandes electrodomésticos comercializados por Midea en el país corresponden a la subcategoría de *independientes*, y que Teka comercializa tanto equipos *empotrados* como *independientes*, preliminarmente un análisis más conservador en los términos de la Guía de Análisis Horizontal (según se definirá) implicaría considerar, en ciertos casos, solo a grandes electrodomésticos *independientes* (i.e. hornos microondas, lavavajillas y refrigeradores) y, en el resto de mercado, a ambos tipos de electrodomésticos, respecto de los que no existiría superposición entre Midea y Teka si solo se consideran equipos *empotrados*. Sin embargo, según se detalla *infra*, una vez realizado el análisis estructural considerando solo equipos independientes, fue posible constatar que en dicho escenario Midea y Teka alcanzarían participaciones conjuntas en un escenario post Operación menores que si se consideran ambos tipos de electrodomésticos. En definitiva, considerar ambos tipos de equipos, empotrados e independientes, constituye en el presente Informe el escenario que maximizaría los posibles efectos de la Operación y, en consecuencia, la alternativa más conservadora de análisis. Al respecto, véanse: respuesta de Midea al Oficio Ord. N°289-2025, de fecha 24 de febrero de 2025, y respuesta de los Vendedores al Oficio Ord. N°292-2025, de fecha 24 de febrero de 2025.

en línea con la forma de análisis prevista en la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de la Fiscalía, de mayo de 2022 (“**Guía de Análisis Horizontal**”)²⁷, siendo por ello innecesario efectuar una definición precisa del mercado relevante.

19. Por su parte, en cuanto al mercado relevante geográfico, se analizará cada mercado relevante a nivel nacional, en línea con la jurisprudencia nacional y comparada, al no existir elementos en la Investigación que lleven a esta División a optar por alguna alternativa distinta.
20. Por todo lo anterior, esta División analizará los siguientes segmentos de producto a nivel nacional: (i) hornos microondas; (ii) lavavajillas; (iii) refrigeradores; (iv) congeladores; (v) hornos convencionales; (vi) campanas extractoras; (vii) encimeras; (viii) lavadoras; (ix) secadoras; (x) lavadoras secadoras; (xi) calentadoras de agua y, (xii) cavas de vino.
21. Los *hornos microondas* son aparatos de cocina que utilizan ondas electromagnéticas para elevar rápidamente la temperatura de los alimentos²⁸. Mediante un magnetrón contenido en el horno microondas, las microondas generan radiaciones que son absorbidas por los alimentos, cuyas consiguientes vibraciones producen calor, elevando así la temperatura de los alimentos desde su interior²⁹.
22. Los *lavavajillas* son electrodomésticos cuya función es automatizar el lavado de la vajilla, loza y utensilios de cocina, mediante el rociado de agua caliente, mezclada con detergente, en la vajilla depositada en las rejillas contenidas en su cavidad interior³⁰. Estos equipos se pueden clasificar en función de su capacidad, medida en número de platos que pueden limpiar a la vez, su tamaño, si son empotrados o independientes, entre otros³¹.
23. Los *refrigeradores* son electrodomésticos diseñados para almacenar comida a baja temperatura³², compuestos por un compartimento aislado térmicamente y una bomba de calor, que transfiere el calor del interior del refrigerador a su exterior, de modo que su interior se enfría a una temperatura inferior a la temperatura ambiente, permitiendo así conservar alimentos³³.
24. Por otro lado, los *congeladores* son un tipo especializado de refrigerador o una parte del mismo, que mantiene su contenido en una temperatura por debajo del punto de congelación del agua, con la finalidad de congelar los alimentos³⁴.
25. Los *hornos convencionales* son equipos que utilizan calor radiante de elementos calefactores eléctricos o de gas dentro de la cavidad del horno para cocinar alimentos³⁵.

²⁷ Véase: Guía de Análisis Horizontal, párrafo 13. Disponible en: <<https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2022/05/20220531.-Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-version-final-en-castellano.pdf>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

²⁸ Véase: Comisión Europea (2009), Caso M. 5421 Panasonic/Sanyo, párrafo 150.

²⁹ Notificación, párrafo 68.

³⁰ Véase: Notificación, párrafo 106 y Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

³¹ Notificación, párrafo 109.

³² *Ibid.*

³³ Notificación, párrafo 90.

³⁴ Véanse: Notificación, párrafo 92 y Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

³⁵ Notificación, párrafo 58.

26. Las *campanas extractoras* constituyen un electrodoméstico de cocina que contiene un ventilador mecánico, ubicado sobre los fogones o placa de cocción de la cocina o encimera, y su función principal es eliminar el aire, la grasa, productos de combustión, el humo, el calor y el vapor mediante la evacuación y filtración del aire³⁶.
27. Las *encimeras* son equipos que permiten cocinar los alimentos, a través de quemadores que funcionan a gas o electricidad³⁷.
28. Las máquinas *lavadoras* son electrodomésticos cuya función es lavar la ropa y otros tejidos³⁸, a través de un proceso de agitación con agua y detergente que se realiza por la combinación de un tambor y un agitador o impulsor, que es accionado por un motor eléctrico conectado a una transmisión que convierte la energía en fuerza mecánica³⁹.
29. Por su parte, una *secadora* es un electrodoméstico utilizado para secar ropa, que funciona a través de un motor eléctrico conectado a una transmisión que convierte energía en fuerza mecánica⁴⁰. El motor hace girar un tambor que almacena la ropa húmeda y también acciona un ventilador que hace circular aire caliente a través del tambor, lo que permite que el agua de la ropa se evapore, permitiendo su secado⁴¹. A su vez, las *lavadoras secadoras* son electrodomésticos que combinan las funciones de una lavadora y una secadora⁴².
30. Los *calentadores de agua* son electrodomésticos que permiten calentar y almacenar agua, a través de una unidad calefactora a gas o eléctrica situada bajo un depósito que almacena el agua⁴³.
31. Finalmente, las *cavas de vino* se refieren a los electrodomésticos de refrigeración que permiten mantener la temperatura adecuada del vino y otros licores, que se almacenan en su interior⁴⁴.

III.2. Fabricación de electrodomésticos para terceros

32. Las Partes indican que este mercado consiste en la producción de electrodomésticos para terceros, que desean externalizar la totalidad o parte de los electrodomésticos que comercializan al consumidor final⁴⁵. Estas señalan que tanto Midea como Teka estarían activas globalmente en este mercado, pero que la presencia de Teka sería menor, afirmando que no existen productos fabricados por este último para terceros que se comercialicen actualmente en Chile⁴⁶⁻⁴⁷.

³⁶ Véanse: Notificación, párrafo 120 y Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

³⁷ Comisión Europea (2022), y Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

³⁸ Véase: Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

³⁹ Notificación, párrafo 115.

⁴⁰ Véase: Comisión Europea (2002), Caso M. 2703 Merloni/GE/GDA JV, párrafo 9.

⁴¹ Notificación, párrafo 74.

⁴² Notificación, párrafos 82 y 83.

⁴³ Véanse: Notificación, párrafo 127 y Comisión Europea (1994), Caso M. 485 Electrolux/AEG, párrafo 14.

⁴⁴ Véanse: <<https://www.teka.com/es-cl/cocina/cavas/>> y <<https://www.midea.com/cl/refrigeracion/beer-coolers/>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

⁴⁵ Notificación, párrafo 51.

⁴⁶ Notificación, párrafo 52

⁴⁷ A mayor abundamiento, las Partes sostienen que, desde el punto de vista de la oferta, los fabricantes de electrodomésticos para terceros disponen de sus propias bases de producción en todo el mundo y tienen la capacidad para fabricar grandes electrodomésticos para sí mismo y para terceros. A su vez, no existirían acuerdos exclusivos entre fabricantes de electrodomésticos y sus clientes, siendo una práctica habitual que varios proveedores suministren a los mismos terceros, lo que permitiría una intensa competencia a nivel global. Véase: Notificación, párrafo 227.

Por otro lado, las Partes indican que los acuerdos de suministro en este mercado suelen negociarse anualmente, no existiendo costos de cambios significativos para los clientes. Véase: Notificación, párrafo 236.

33. De esta manera, a juicio de las Partes, no existiría superposición horizontal en la producción de electrodomésticos de mayor tamaño para terceros en Chile, por lo que la Operación solo daría lugar a una relación vertical, entre el mercado de producción de grandes electrodomésticos para terceros, a nivel global, y su comercialización dentro del país⁴⁸.
34. En cuanto a la definición de mercado relevante de producto aplicable a esta actividad, las Partes estiman que corresponde distinguir según el tipo de electrodoméstico fabricado para terceros, sin segmentaciones adicionales. Por su parte, desde el punto de vista geográfico, estiman que tiene un alcance global. En particular, sostienen que corresponde analizar los siguientes mercados globales de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros: (i) hornos microondas; (ii) campanas extractoras; (iii) lavavajillas; (iv) refrigeradores; (v) congeladores; (vi) lavadoras; (vii) secadoras; (viii) lavadoras secadoras; y, (ix) calentadores de agua⁴⁹.
35. Si bien jurisprudencia comparada ha reconocido la existencia de una actividad consistente en la producción de grandes electrodomésticos para terceros, como clientes *private label* y otros fabricantes originales, a la fecha no se ha referido a posibles segmentaciones de mercado relevante de producto y geográfico aplicables⁵⁰.
36. Para efectos del presente Informe, se evaluarán los posibles efectos de la Operación en la fabricación de grandes electrodomésticos para terceros atendiendo a clasificaciones que maximizan el tamaño relativo de la entidad resultante, a fin de evaluar la alternativa más conservadora de mercado relevante, en los términos de la Guía de Análisis Horizontal⁵¹. Por ello, se segmentará según tipo de electrodoméstico, no se distinguirá entre empotrados o independientes⁵², y se considerará un alcance global, al ser todas estas las alternativas que maximizan los efectos de la Operación.

⁴⁸ Notificación, párrafo 53.

⁴⁹ *Ibid.*, párrafo 54.

⁵⁰ Véase: Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 8 “[...] *las Partes están activas en la producción de grandes electrodomésticos para terceros (clientes de marca propia y otros fabricantes originales), como Ikea. Sin embargo, en consideración de que las ventas de Indesit para clientes de marca propia y otros fabricantes originales son mínimas, ese nivel del mercado no será discutido en esta decisión*”. Traducción libre de: “[...] *the Parties are active in producing MDAs for third parties (private label customers and other OEMs), such as Ikea. However, given that Indesit’s sales to private label customers and other OEMs are minimal, that level of the market is not discussed further in this decision*”.

⁵¹ En efecto, según lo informado por las Partes, Teka no ha suministrado grandes electrodomésticos para terceros a clientes en Chile o que se comercialicen en el país, de manera que bajo un análisis que asuma una dimensión limitada al ámbito nacional no existiría superposición entre las actividades de Midea y Teka. Por otro lado, en la Investigación no existen antecedentes que justifiquen un análisis a nivel regional, y/o los países que comprendería tal aproximación. Véase: Notificación, párrafo 52.

Considerando lo anterior, las Partes estiman que no correspondería analizar el mercado de fabricación de electrodomésticos para terceros a nivel horizontal. No obstante ello, esta División considera que al constituir Teka una alternativa de suministro para clientes que comercializan grandes electrodomésticos en el país que se abastecen del mercado internacional, y que configura la alternativa más conservadora de análisis en términos geográficos (donde Midea y Teka superponen efectivamente sus actividades y alcanzan una mayor participación), corresponde analizar en el presente Informe dicho traslape horizontal. Véase: Notificación, párrafo 52.

⁵² A diferencia de los mercados nacionales de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos, y sin perjuicio de que no se ha efectuado una definición precisa al respecto, en los mercados globales de fabricación de electrodomésticos para terceros, autoridades extranjeras han estimado que no es necesario segmentar entre aparatos empotrados o independientes, teniendo presente que, en decisiones anteriores, han mencionado que desde el punto de vista de la oferta no existirían diferencias significativas en la producción de grandes electrodomésticos empotrados o independientes que forman parte de la misma categoría: “*respecto a la sustitución desde el punto de vista de la oferta, una mayoría significativa de los competidores que respondieron a la investigación consideraron que mientras en la mayoría de los casos tienen una planta de fabricación dedicada a producción de una categoría específica de grandes electrodomésticos, son capaces de producir todos los tipos de productos dentro de esa categoría en la misma línea de producción, con independencia de las especificaciones técnicas o el tamaño del electrodoméstico, incluyendo modelos empotrados o independientes*”. Traducción libre de: “[a]s regards supply-side substitutability, a significant majority of competitors who responded to the market investigation considered that while they in most cases have

37. Por ello, a nivel horizontal, se analizarán los siguientes mercados globales de fabricación de electrodomésticos para terceros: (i) hornos convencionales; (ii) hornos microondas; (iii) campanas extractoras; y, (iv) encimeras. En todos ellos participan tanto Midea como Teka. Por otro lado, a nivel vertical, se analizarán, además de los mencionados, los siguientes mercados de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros: (v) lavavajillas; (vi) refrigeradores; (vii) congeladores; (viii) lavadoras; (ix) secadoras; (x) lavadoras secadoras; (xi) calentadores de agua, en los que solo participa Midea.

III.3. Suministro de magnetrones para microondas

38. Los magnetrones consisten en un tubo de vacío que genera radiación de microondas, dirigiendo un flujo de electrones a través de un campo magnético. Se pueden clasificar en pulsados y de onda continua. Los primeros se utilizan en sistemas de radar para emitir ráfagas cortas y potentes de microondas, por su parte, los magnetrones de onda continua proporcionan energía de microondas constante para aplicaciones como hornos microondas y sistemas de calentamiento industrial. En particular, los magnetrones para hornos microondas están optimizados para aumentar la temperatura de los alimentos en entornos domésticos o comerciales, operando a una frecuencia estandarizada⁵³.
39. En cuanto a la definición de mercado relevante de producto, las Partes estiman que debe considerarse a los magnetrones para hornos microondas como un mercado en sí mismo, en atención a la falta de sustituibilidad existente con otros componentes y con otro tipo de magnetrones. Por otro lado, desde el punto de vista geográfico, estiman que tiene un alcance global⁵⁴.
40. La jurisprudencia nacional y comparada no ha analizado en específico el mercado de suministro de magnetrones para microondas, aunque sí existen pronunciamientos referidos al suministro de otros componentes necesarios para la fabricación de ciertos electrodomésticos de mayor tamaño, como los compresores de refrigeración utilizados para la fabricación de refrigeradores y congeladores (*hermetic reciprocating compressors*)⁵⁵. En dicha oportunidad, y pese a que no se definió de manera precisa el mercado, se estimó que estos podrían constituir un mercado relevante de producto separado, con un alcance global, regional o nacional⁵⁶.
41. En definitiva, pese a que no es necesario efectuar una definición precisa del mercado, en el presente análisis se analizarán los posibles efectos de la Operación en el mercado de suministro de magnetrones para hornos microondas a nivel global, toda vez que, con independencia de la alternativa utilizada, las conclusiones del presente Informe no se ven afectadas.

dedicated one manufacturing plant to the production of a specific category of MDAs, they are able to produce all types of products within that MDA category on the same production line regardless of the MDA's technical specifications or size, including both built-in and freestanding models". Véase: Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 14.

⁵³ Segundo Complemento, párrafo 23.

⁵⁴ *Ibid.*, párrafo 31.

⁵⁵ Véase: Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafos 17-19.

⁵⁶ Segundo Complemento, párrafos 19, 24 y 105.

III.4. Fabricación de microondas

42. Si bien las Partes no se refieren en específico a posibles definiciones del mercado relevante de producto y geográfico aplicables al mercado situado aguas abajo del suministro de magnetrones para microondas, esta División estima que es posible tomar como referencia la aproximación adoptada respecto del mercado de fabricación de hornos microondas para terceros –en los términos detallados en la *Sección III.2.* del presente Informe–, puesto que constituye una alternativa conservadora de análisis⁵⁷.
43. Por tanto, en el presente análisis se evaluarán los posibles efectos de la Operación en el mercado global de fabricación de hornos microondas, en línea con lo señalado anteriormente.

IV. ANÁLISIS COMPETITIVO

44. En la presente sección se analizarán los posibles efectos que el perfeccionamiento de la Operación podría producir en las condiciones de competencia en los siguientes mercados o segmentos: (i) el suministro y comercialización de grandes electrodomésticos en Chile, distinguiendo según el tipo de electrodoméstico; (ii) la fabricación de electrodomésticos para terceros a nivel global, distinguiendo según el tipo de electrodoméstico; (iii) el suministro de magnetrones para hornos microondas a nivel global; y, (iv) la fabricación de hornos microondas a nivel global.

IV.1. EFECTOS HORIZONTALES

45. En primer término, conforme a los lineamientos de la Guía de Análisis Horizontal, se realizó un análisis estructural de las distintas alternativas de mercado relevante en que Midea y Teka superponen horizontalmente sus actividades. Para ello, se calcularon participaciones de mercado, índices de concentración y su variación proyectada, utilizando el Índice de Herfindahl – Hirschman (“IHH”)⁵⁸. Según se expondrá, en la mayoría de los mercados revisados fue posible descartar un mayor análisis, al no superarse los umbrales de concentración IHH establecidos en la Guía de Análisis Horizontal, o ser su variación inferior al umbral establecido en esta, y no concurrir ninguna de las circunstancias en que dicha guía prevé la necesidad de un mayor estudio, para casos en que no se superan los umbrales de concentración⁵⁹.
46. En el suministro y comercialización de lavavajillas, donde sí se superan los umbrales según el IHH, se realizó un análisis de cercanía competitiva entre Midea y Teka, evaluando elementos tanto cualitativos y cuantitativos, para efectos de determinar la presión competitiva que ambas entidades ejercen entre sí, y ponderar los efectos de la Operación en dicho mercado.

⁵⁷ En efecto, según se ha explicado *supra*, el mercado de fabricación de electrodomésticos para terceros solo considera la producción de hornos microondas por encargo de terceros que los adquieren para comercializarlos bajo su propia marca, sin considerar la fabricación de estos equipos para su venta directa y bajo la marca del fabricante. De esta manera, el análisis bajo este supuesto alternativo podría sobreestimar la participación de mercado de Midea y Teka en el mercado aguas abajo, volviendo a la opción utilizada la hipótesis más conservadora.

⁵⁸ Guía de Análisis Horizontal, párrafo 33.

⁵⁹ La Guía de Análisis Horizontal contempla ciertos supuestos en que, pese a no superarse los umbrales de concentración, se requiere un análisis en profundidad. Estos son la existencia de competencia potencial o de un entrante reciente, innovación, cercanía competitiva o vínculos estructurales o contractuales, cuya concurrencia no se verifica en el presente caso. Véase Guía de Análisis Horizontal, párrafo 36.

IV.1.1. Análisis estructural

a. Suministro y comercialización de electrodomésticos de mayor tamaño

47. Conforme a lo expuesto, en primer término, se realizó un análisis estructural de los mercados de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos en Chile, distinguiendo según tipo de electrodomésticos. En la Tabla N°1 siguiente se detallan las participaciones de mercado en 2024, calculadas en base a número de unidades vendidas e ingresos por ventas⁶⁰, el número de competidores, y los índices de concentración y su variación proyectada, respecto de cada categoría de electrodomésticos de mayor tamaño comercializado por Midea y Teka en Chile. Adicionalmente, en el Anexo del presente Informe se presentan las participaciones de mercado para los años 2022 y 2023, las que no exhiben diferencias sustanciales respecto de las participaciones expuestas para el año 2024.

Tabla N°1: Participaciones de Midea y Teka en los mercados de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos en Chile, en cantidad y valor (2024)⁶¹⁻⁶²

[Nota Confidencial N°1]

Tipo electrodoméstico	Midea		Teka		Conjunto		Número de competidores	IHH Posterior		Variación IHH	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor		Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Homos convencionales	[-]	[-]	[10-20]%	[10-20]%	[-]	[-]	11	1.700	1.685	0	0
Homos microondas	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[10-20]%	10	2.378	2.098	40	118
Lavavajillas	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[20-30]%	[10-20]%	8	2.090	1.839	298	165
Campanas extractoras	[-]	[-]	[30-40]%	[20-30]%	[-]	[-]	6	2.577	2.499	0	0
Refrigeradores	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[10-20]%	9	2.382	2.266	18	15
Congeladores	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[10-20]%	8	3.194	3.202	2	7
Lavadoras	[20-30]%	[10-20]%	[-]	[-]	[-]	[-]	8	3.427	3.753	0	0
Secadoras	[50-60]%	[40-50]%	[0-5]%	[0-5]%	[50-60]%	[40-50]%	6	4.826	4.554	23	32

⁶⁰ En el presente análisis se han estimado participaciones de mercado tanto en número de unidades vendidas como en ingresos por ventas, toda vez que ambas variables son utilizadas y reconocidas en reportes del sector y en la jurisprudencia comparada de referencia. Al respecto, véanse: (i) los reportes de la consultora GfK, acompañados por las Partes en el *Anexo Partes-02* de la Notificación; (ii) Comisión Europea (2012), Caso M. 6717 Whirlpool/Alno, párrafo 29; y, (iii) Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafos 45, 51, 56, 60, 74,79, 83, 89 y 94.

⁶¹ En el presente análisis se han incluido de igual forma grandes electrodomésticos que no presentaron ventas durante el periodo analizado, pero que sí forman parte de la oferta actual de Midea y Teka en el país, por lo cual sí constituyen actores activos en cada segmento. Se tuvo también en consideración que estos fueron calificados como mercados declarables por las Partes en la Notificación, tal es el caso de hornos convencionales, campanas extractoras, lavadoras, lavadoras secadoras, cavas de vino, encimeras y calentadores de agua. Al respecto, véase: (i) Notificación, párrafos 23, 44 y 49; (ii) <<https://www.mideastore.cl/cocinas/hornos>>; (iii) <<https://www.mideastore.cl/cocinas/campanas>>; (iv) <<https://www.teka.com/es-cl/lavado/lavadoras/>>; (v) <<https://www.teka.com/es-cl/lavado/lavasecadoras/>>; (vi) <<https://www.midea.com/cl/refrigeracion/beer-coolers>>; (vii) <<https://www.mideastore.cl/cocinas/encimeras-a-gas>>; (viii) <<https://www.mideastore.cl/cocinas/encimeras-electricas>>; (ix) <<https://www.mideastore.cl/agua-caliente/termos>>; y, (x) <<https://www.teka.com/es-cl/termos/termos-smart/>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

⁶² Según se ha explicado *supra*, también se realizó un análisis estructural considerando únicamente equipos independientes para los segmentos de hornos microondas, lavavajillas y refrigeradores. En dicho escenario, las participaciones conjuntas de Midea y Teka incluso serían más bajas. De manera que, en el presente Informe, no es necesario considerar la segmentación entre grandes electrodomésticos empotrados e independientes.

Lavadoras secadoras ⁶³	[30-40]%	[20-30]%	[-]	[-]	[-]	[-]	4 ⁶⁴	[-]	[-]	0	0
Cava de vino	[-]	[-]	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	4	3.530	3.161	0	0
Encimeras	[-]	[-]	[10-20]%	[20-30]%	[-]	[-]	10	2.296	2.321	0	0
Calentadores de agua ⁶⁵	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]

Fuente: Elaboración propia en base a respuestas a oficios de las Partes y terceros⁶⁶.

48. De la Tabla N°1 se observa que pese a tratarse de mercados moderada y altamente concentrados, no se superan los umbrales de concentración respecto de hornos convencionales, hornos microondas, campanas extractoras, refrigeradores, congeladores, lavadoras, secadoras, lavadoras secadoras, cavas de vino y encimeras, considerando especialmente la baja participación de Teka en productos donde Midea representa una porción más relevante. Además, existen en dichas categorías competidores capaces de ejercer presión competitiva a la entidad resultante de la Operación, sin que se verifiquen respecto de ellas las circunstancias que hagan necesario un análisis en mayor profundidad⁶⁷. Consecuentemente, esta División pudo descartar que la Operación tuviese la aptitud para reducir sustancialmente la competencia en dichos segmentos.
49. Respecto del suministro y comercialización de lavavajillas, donde los umbrales de concentración se ven superados, fue necesario hacer un análisis en mayor profundidad, que se detallará en la *Sección IV.1.2.* del presente Informe.

b. Fabricación de electrodomésticos de mayor tamaño para terceros

50. De la misma manera, se realizó un análisis estructural de los mercados globales de fabricación de electrodomésticos para terceros, en que Midea y Teka superponen horizontalmente sus actividades. En la Tabla N°2, a continuación, se presentan las participaciones de mercado, calculadas en base a número de unidades vendidas⁶⁸, y la

⁶³ En atención a que, de acuerdo con los antecedentes aportados por las Partes y terceros a la Investigación, no existe uniformidad respecto del entendimiento de la categoría de *lavadoras secadoras*, que sería un tipo de electrodoméstico relativamente reciente en el mercado chileno. Ante la ausencia de reportes específicos para este tipo de producto, las participaciones de mercado se estimaron en base a los modelos específicos de lavadoras secadoras que fueron identificados en el reporte de GfK dentro de la categoría “*Frontloading Washing Machines*” a través de la verificación de sus características con información pública. Al respecto, véase: respuesta de terceros a Oficio Circ. Ord. N°9-2025 de fecha 30 de enero de 2025.

El presente Informe se compone de este documento y del Anexo Confidencial, que contiene información que forma parte del Informe, pero que es confidencial en los términos del artículo 39 letra a) del DL 211. De esta manera, las referencias a “[Nota Confidencial]” dicen relación con información censurada contenida en el mencionado anexo de forma correlativa. Asimismo, cuando dentro de un mismo párrafo se contenga información separada, pero perteneciente a una misma nota confidencial, se indicará haciendo referencia al respectivo número de nota, entre paréntesis cuadrados “[1]” o, en lo posible, explicando su contenido dentro del mismo.

⁶⁴ Se pudieron identificar al menos 4 competidores adicionales e independientes a las Partes según el reporte de GfK a diciembre de 2024, acompañado por Electrolux en respuesta al Oficio Circ. Ord. N°9-2025, de fecha 11 de febrero de 2025.

⁶⁵ Pese a que Teka reportó ventas de calentadores de agua en 2024, no fue posible estimar participaciones de mercado, al no existir fuentes sobre el tamaño del mercado. Sin embargo, según se detalla en el Anexo del Informe, para el año 2023, las Partes acompañaron una estimación propia, bajo la cual Teka solo alcanzaría un [0-5]% en unidades vendidas y de [0-5]% en ingresos por ventas. Al respecto, véanse los documentos “*Anexo Partes-01 - Tamaños de mercado y market shares (complementado)*” y “*Supporting docs_ excel spreadsheet*”, acompañados por las Partes al Primer Complemento [Nota Confidencial N°2].

⁶⁶ Véanse: (i) Respuesta de terceros a Oficio Circ. Ord. N°9-2025 de fecha 30 de enero de 2025; (ii) respuesta de Midea a Oficio Ord. N°289-2025, de fecha 24 de febrero de 2025; y (iii) respuesta de Teka a Oficio Ord. N°380-25 de fecha 3 de marzo de 2025.

⁶⁷ Guía de Análisis Horizontal, párrafo 36.

⁶⁸ Para estos efectos se presentaron únicamente las participaciones de mercado en número de unidades vendidas, toda vez que esta variable reflejaría de mejor manera las dinámicas competitivas de los mercados globales, en los cuales podrían existir diferencias de precios entre países o regiones, y variaciones en los tipos de cambio que incidan en el análisis. De todas maneras, esta División también estimó participaciones para estos mercados en ingresos por ventas, siendo posible confirmar que bajo esa variable las conclusiones no se ven modificadas.

variación proyectada en los índices de concentración⁶⁹, respecto de cada categoría de electrodomésticos que Midea y Teka fabrican para terceros a nivel global.

Tabla N°2: Participaciones de Midea y Teka en los mercados de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros a nivel global (2024)

[Nota Confidencial N°3]

Tipo electrodoméstico	Midea	Teka	Conjunto	Variación IHH
Hornos convencionales	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	2
Hornos microondas	[40-50]%	[0-5]%	[40-50]%	2
Campanas extractoras	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	0,004
Encimeras	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	1

Fuente: Elaboración propia en base a Euromonitor⁷⁰⁻⁷¹.

51. Como es posible observar, se proyecta que en el escenario posterior al perfeccionamiento de la Operación, la entidad resultante alcanzaría una participación conjunta inferior al 10% en la fabricación para terceros de hornos convencionales y campanas extractoras, no superando los umbrales de concentración según IHH de la Guía de Análisis Horizontal. Por otro lado, si bien se proyecta que en el mercado de fabricación de hornos microondas para terceros, la participación conjunta de Midea y Teka alcanzaría un [40-50]% en términos de unidades vendidas, tampoco se superaría los umbrales de concentración en dicho mercado. Ello, pues la variación del IHH sería inferior a dos puntos, lo cual es consecuencia de la baja participación de Teka en este segmento. Adicionalmente, en dichos mercados y segmentos no concurren circunstancias que ameriten un análisis en mayor profundidad en los términos de la Guía de Análisis Horizontal⁷². **[Nota Confidencial N°4]**.
52. Consecuentemente, esta División puede afirmar que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia en los mercados globales de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros.

IV.1.2. Análisis de cercanía competitiva

53. Conforme a lo expuesto *supra*, se proyecta que en el escenario posterior a la Operación Midea y Teka alcancen en el segmento de suministro y comercialización de lavavajillas una participación conjunta de [30-40]% a nivel nacional, en número de unidades vendidas, y de [10-20]%, en ingresos por ventas, con una variación proyectada IHH de 433 y 192 puntos, respectivamente, superándose los umbrales de concentración de la Guía de Análisis Horizontal al considerar unidades vendidas, reflejando un mercado moderadamente concentrado en dicho segmento. **[Nota Confidencial N°5]**.

⁶⁹ En vista de que la variación proyectada en los índices de concentración no supera los 100 puntos de IHH, no es necesario calcular el IHH posterior a la Operación, toda vez que la Guía de Análisis Horizontal, incluso tratándose de mercados altamente concentrados, preliminarmente descarta un mayor análisis si la variación proyectada es inferior a 100 puntos de IHH. Al respecto, véase: Guía de Análisis Horizontal, párrafo 35.

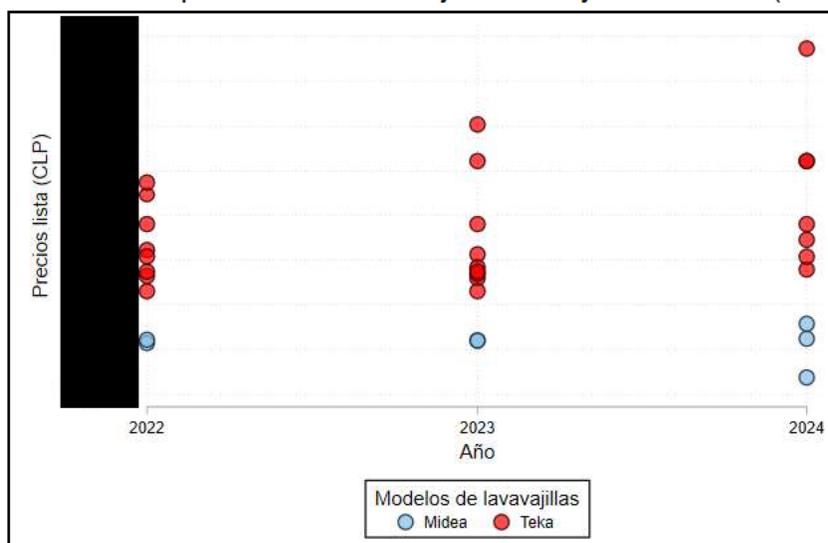
⁷⁰ Véanse los siguientes documentos acompañados por Midea en su respuesta al Oficio Ord. N°289-2025, de fecha 24 de febrero de 2025: (i) "Anexo 2"; (ii) "Dishwashers_Passport_Stats_21-02-2025_0103_GMT"; (iii) "Home+Laundry+Appliance+Market+Size+-+2024+version"; (iv) "Hoods_Passport_Stats_21-02-2025_2223_GMT"; (v) "Microwave_Global_Passport_Stats_20250220"; (vi) "Oven_Global_Passport_Stats_20250220"; (vii) "Refrigeration+Appliances_Passport_Stats_20-02-2025_0808_GMT"; y, (viii) "water+heater_working+paper_2024+Global+OEM".

⁷¹ Euromonitor International es un proveedor independiente de inteligencia empresarial global, análisis de mercado e información sobre el consumidor. Véase: <<https://www.euromonitor.com/who-we-are>> [última visita: 13 de marzo de 2025]. Cabe tener presente que en decisiones anteriores la jurisprudencia comparada también ha considerado información de dicho proveedor. Véase: Comisión Europea (2018), Caso M. 9139 Haier/Candy, párrafo 17.

⁷² Guía de Análisis Horizontal, párrafo 36.

54. En vista de lo anterior, esta División procedió a realizar un análisis de cercanía competitiva entre la oferta de Midea y Teka, con miras a determinar si la Operación acarrearía la eliminación de competidores cercanos. Dicha revisión se realizó en base a dos variables: (i) los niveles de precios de los lavavajillas comercializados en el país por ambas entidades; y, (ii) los principales canales de comercialización utilizados para este tipo de electrodomésticos. Lo anterior, debido a que dichas variables constituirían elementos diferenciadores relevantes en esta industria⁷³⁻⁷⁴.
55. En la Figura N°2 siguiente, se presentan los niveles de precios de lista⁷⁵ de los modelos de lavavajillas comercializados por Midea y Teka en Chile, para los años 2022, 2023 y 2024.

Figura N°2: Evolución precios de lista lavavajillas Midea y Teka en Chile (2022 – 2024)



Fuente: Elaboración propia en base a respuesta a oficio de las Partes⁷⁶.

56. Como es posible apreciar, la oferta de lavavajillas de Midea, por un lado, y de Teka, por otro, se enfocan en niveles de precios distintos. Mientras los lavavajillas de Midea tendrían precios lista inferiores a [0-500.000] pesos, asociado a un segmento masivo o *entry level*, los lavavajillas de Teka fluctuarían en un rango entre [0-500.000] y [500.000-1.000.000] pesos, apuntando a un segmento de precios medio alto. Dicha diferenciación fue

⁷³ Dentro de los elementos que considera esta División para evaluar la cercanía competitiva en mercados de productos diferenciados, se encuentran elementos cualitativos asociados al comportamiento de los agentes económicos que participan en la industria respectiva, como los patrones de uso o consumo de los clientes, las características de los productos y sus usos, el monitoreo entre agentes económicos, así como también ciertos elementos cuantitativos, como encuestas o cuestionarios a consumidores, estudios de *marketing*, documentos internos de las partes o terceros, y la opinión de competidores, consumidores u otros. Al respecto, véase: Guía de Análisis Horizontal, párrafos 48-50.

⁷⁴ A modo de referencia, véase: Comisión Europea (2014), Caso M. 7366 Whirlpool/Indesit, párrafo 30: "los grandes electrodomésticos son bienes diferenciados, y Whirlpool e Indesit, como la mayoría de las marcas, ofrecen un amplio rango de productos dentro de cada categoría de electrodomésticos. La industria generalmente tiende a considerar que cada categoría consiste en los productos ofrecidos a un nivel de entrada, a un nivel de precios bajos, un nivel de precios medios y un nivel premium o de precios altos". Traducción libre de: "MDAs are differentiated products and Whirlpool and Indesit, like the other major brands, offer a broad range of products within each MDA category. The industry generally tends to consider each MDA category to consist of products offered at entry level, low price level, medium price level and high/premium price level".

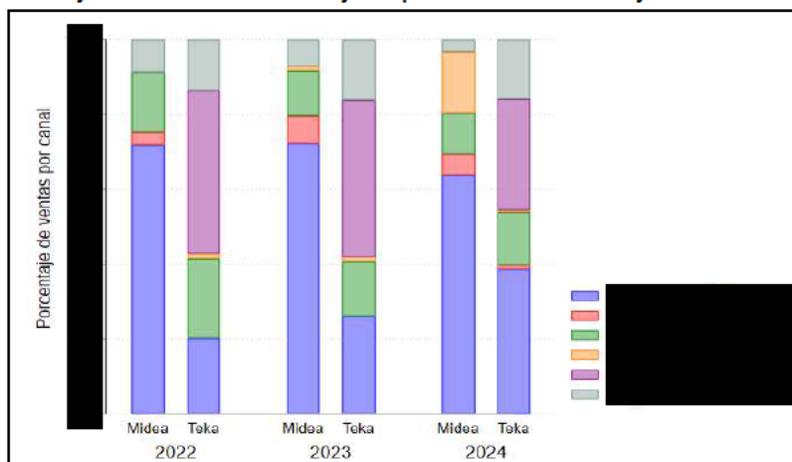
⁷⁵ Para estos efectos se consideraron los precios de lista, toda vez que estos reflejan la estrategia de posicionamiento en términos de precios de Midea y Teka, al valorizar los modelos de lavavajillas que comercializaron en el país. A mayor abundamiento, esta División también realizó el análisis de cercanía en bases a precios efectivos, y fue posible constatar que las conclusiones del presente Informe no se ven modificadas en ese escenario.

⁷⁶ Véase: (i) respuesta de Teka a Oficio Ord. N°380-25 de fecha 3 de marzo de 2025; y, (ii) respuesta de Midea a Oficio Ord. N°379-25 de fecha 4 de marzo de 2025.

corroborada de la revisión de documentos internos de las Partes⁷⁷, en estudios de terceros y con la apreciación de distintos actores del mercado, tanto competidores como clientes, que indicaron que la oferta de Midea y Teka se especializaría en distintos segmentos de la demanda, afirmando que no eran cercanos competitivamente en precio⁷⁸⁻⁷⁹. **[Nota Confidencial N°6]**.

57. Adicionalmente, se consideró la presencia de Midea y Teka en los distintos canales de comercialización disponibles en el país (i.e. tiendas por departamento, tiendas de mejoramiento del hogar, supermercados, inmobiliarias, venta directa, entre otros). Para estos efectos, como se puede observar en la Figura N°3, se calculó el porcentaje de ventas de lavavajillas por cada canal.

Figura N°3: Porcentaje de ventas de lavavajillas por canal de Midea y Teka en Chile (2022 – 2024)



Fuente: Elaboración propia en base a respuesta a oficio de las Partes⁸⁰.

58. De la Figura N°3 se puede desprender que el principal canal de distribución de lavavajillas de Midea durante los últimos tres años ha sido el de tiendas por departamento⁸¹, canal que representa más del 75% de sus ventas. Por su parte, para Teka el principal canal de venta fue el inmobiliario, esto es, la venta a empresas de dicho rubro que comercializan electrodomésticos conjuntamente con inmuebles (i.e. casas o departamentos), en tanto que dicho canal no fue utilizado por Midea para la venta de sus productos. Lo anterior es consistente con otros antecedentes de la Investigación, que dan cuenta de la importancia

⁷⁷ Al respecto, véanse: el documento “Reports on dishwashers (OBM) _ KWH BU_FINAL VERSION”, acompañado por Midea al Primer Complemento (p. 9) y los documentos “20231107_Project Gordius_Management Presentation” (p. 12) y “Teaser” (pp. 9 y 10), acompañados por los Vendedores al Primer Complemento. Cabe tener que este último documento realiza el análisis en base a un reporte de terceros, elaborado por Euromonitor.

⁷⁸ Véanse: (i) declaración de representante de cliente, de fecha 5 de febrero de 2025; (ii) declaración de representante de cliente, de fecha 6 de febrero de 2025; y, (iii) declaración de representante de competidor, de fecha 14 de febrero de 2025.

⁷⁹ A mayor abundamiento, cabe tener presente que un análisis similar ha sido realizado con anterioridad por la jurisprudencia comparada. Véase: Comisión Europea (2014), Caso M. 7356 Whirlpool/Indesit, párrafos 30 y 31.

⁸⁰ Véase: (i) respuesta de Teka a Oficio Ord. N°380-25 de fecha 3 de marzo de 2025; y (ii) respuesta de Midea a Oficio Ord. N°289-25 de fecha 24 de febrero de 2025.

⁸¹ En decisiones anteriores la jurisprudencia nacional y comparada han entendido que las tiendas por departamento son aquellas que comercializan a clientes finales una gran variedad de productos pertenecientes a distintas categorías, como vestuario, electrodomésticos, tecnología, entre otros. Algunos ejemplos de este tipo de tiendas en Chile son Falabella, Paris, Ripley, Hites, Tricot, Fashion’s Park y ABC. Al respecto, véanse: (i) Informe La Polar - ABCDin, párrafos 13-15; (ii) Comisión Europea (2014), Caso M. 7172 Apollo/Fritzwilliam/Wittington/Arnotts, párrafos 11 y 12; y, (iii) Office of Fair Trade, Reino Unido (2005), Caso ME/1821/05, Anticipated acquisition by House of Fraser plc of James Beattie plc. Disponible en: <<https://www.gov.uk/cma-cases/house-of-fraser-plc-james-beattie-plc#product-market>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

para Teka del canal inmobiliario en términos de posicionamiento y ventas⁸², en contraste con la oferta de Midea⁸³.

59. Adicionalmente, y en relación con la posible segmentación entre grandes electrodomésticos empotrados e independientes, cabe tener presente que los clientes del rubro inmobiliario prefieren equipos empotrados⁸⁴, segmento en el que no existe oferta por parte de Midea.
60. Por otro lado, Midea enfocaría su oferta en canales como supermercados y venta directa, donde la presencia de Teka sería prácticamente inexistente. En definitiva, esta División pudo observar que Midea y Teka no coincidirían de forma relevante en los canales de comercialización de lavavajillas.
61. Consecuentemente, es posible afirmar que la Operación no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia en el segmento de suministro y comercialización de lavavajillas a nivel nacional, pues aun cuando esta da lugar a un mercado moderadamente concentrado, la falta de cercanía competitiva entre la oferta de Midea y Teka permite afirmar que la Operación no daría a la entidad resultante mayores incentivos a incrementar precios o deteriorar otras variables competitivas, al no existir una pérdida significativa de la presión competitiva ejercida sobre la entidad resultante en el escenario posterior al perfeccionamiento de la Operación. Finalmente, es necesario considerar que en este segmento existen competidores capaces de ejercer presión competitiva suficiente sobre la entidad resultante, algunos con amplia presencia internacional como Samsung, LG, Electrolux, Miele, y también marcas locales como FDV, Maigas y Ursus Trotter.

IV.2. EFECTOS VERTICALES

62. En atención a la participación de Midea y Teka en mercados verticalmente relacionados, corresponde evaluar si, a consecuencia del perfeccionamiento de la Operación, la entidad resultante contaría con la habilidad y los incentivos para llevar a cabo posibles estrategias de bloqueo de insumos o clientes, que puedan causar efectos lesivos para la competencia.
63. En particular, se analizarán los posibles efectos derivados de la relación vertical existente entre la fabricación de electrodomésticos de mayor tamaño para terceros, aguas arriba, y el suministro y comercialización de grandes electrodomésticos, aguas abajo. Además, se evaluarán los posibles efectos derivados de la relación vertical entre el suministro de magnetrones, aguas arriba, donde participa Grupo Midea, y la fabricación de hornos microondas, aguas abajo, donde participan Midea y Teka.
64. Al analizar posibles efectos verticales, esta División ha utilizado con anterioridad un marco de análisis consistente en la ponderación de los siguientes elementos, los cuales deben concurrir copulativamente para configurar riesgos verticales⁸⁵: (i) la habilidad de la entidad

⁸² Véase: declaración de representante de Teka Chile S.A., de fecha 3 de marzo de 2025.

⁸³ Véase: declaración de representante de cliente, de fecha 6 de febrero de 2025.

⁸⁴ Véase: declaración de representante de cliente, de fecha 6 de febrero de 2025.

⁸⁵ Al respecto, véanse: (i) Informe de aprobación con medidas de mitigación, *Adquisición de control en GrandVision N.V. (Rotter & Krauss) por parte de EssilorLuxottica S.A.* Rol FNE F220-2019, párrafos 308 y siguientes; (ii) Informe de aprobación, *Adquisición de control en filial de Telefónica Chile S.A. por parte de KKR Alameda Aggregator L.P.* Rol FNE F273-2021, párrafos 30 y siguientes; (iii) Informe de aprobación, *Adquisición de CDF por parte de Turner International Latin America, Inc.* Rol FNE F116-2028, párrafos 71 y siguientes; (iv) Informe de aprobación con medidas, *Adquisición de control por parte de Producción e Inversiones Aleste Limitada y Sociedad de Inversiones AH Limitada en Fidelitas Entertainment SpA.* Rol FNE F159-2018, párrafos 120 y siguientes; (v) Informe de aprobación, *Adquisición de control en SAAM Ports S.A. y SAAM Logistics S.A. por parte de Hapag-Lloyd AG.* Rol FNE F332-2022, párrafos 93 y siguientes; (vi) Informe de aprobación, *Fusión entre BICECORP S.A. y Grupo Security*

resultante para implementar estrategias de bloqueo de insumos o clientes; (ii) los incentivos para que la estrategia de bloqueo resulte rentable; y, (iii) analizar si lo anterior puede dar lugar a efectos sobre la competencia, en detrimento de los consumidores. Por tanto, a continuación, se evaluará si se verifican dichos supuestos en los mercados verticalmente relacionados identificados.

IV.2.1. Bloqueo de insumos

a. Fabricación de grandes electrodomésticos para terceros, aguas arriba, y suministro y comercialización de grandes electrodomésticos, aguas abajo

65. Esta División evaluó si la entidad resultante podría implementar estrategias de bloqueo de insumos, a través de una o más de las siguientes conductas: (i) que esta deje de producir grandes electrodomésticos para terceros competidores en el mercado aguas abajo (bloqueo total); y/o, (ii) que reduzca la cantidad de electrodomésticos que fabrica para terceros y/o deteriore las condiciones comerciales bajo las cuales fabrica electrodomésticos para terceros en la actualidad (bloqueo parcial).
66. Para efectos de analizar si la entidad resultante contaría con habilidad para efectuar estrategias de bloqueo de insumos, en primer lugar, se evaluó su relevancia en el mercado aguas arriba, es decir, en la fabricación de grandes electrodomésticos para terceros, distinguiendo por tipo de electrodoméstico. En la Tabla N°3 siguiente, se presentan las participaciones de Midea y Teka, medidas en términos de unidades vendidas a nivel global en 2024.

Tabla N°3: Participaciones de mercados Midea y Teka en fabricación de grandes electrodomésticos para terceros (2024).

[Nota Confidencial N°7]

Tipo electrodoméstico	Midea	Teka	Conjunto
Hornos convencionales	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%
Hornos microondas	[40-50]%	[0-5]%	[40-50]%
Encimeras	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Campanas extractoras	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Lavavajillas	[10-20]%	[-]	[-]
Refrigeradores	[0-5]%	[-]	[-]
Congeladores	[20-30]%	[-]	[-]
Lavadoras	[10-20]%	[-]	[-]
Secadoras	[10-20]%	[-]	[-]
Lavadoras secadoras	[5-10]%	[-]	[-]
Calentadores de agua	[0-5]%	[-]	[-]

Fuente: Elaboración propia en base a respuestas de oficio de Midea y Teka y de bases de datos de Euromonitor⁸⁶.

67. Considerando las participaciones de Midea y Teka en los segmentos de hornos convencionales, encimeras, campanas extractoras, lavavajillas, refrigeradores, congeladores, lavadoras, secadoras, lavadoras secadoras y calentadores de agua, fue

S.A. Rol FNE F388-2024, párrafos 264 y 265; y, (vii) Informe de aprobación, *Adquisición de control en Gearbulk Holding AG por parte de Mitsui O.S.K. Lines, Ltd.* Rol FNE F406-2024, párrafo 28.

Dicha aproximación está en línea con la metodología utilizada por la Comisión Europea. Véase: Directrices para la evaluación de las concentraciones no horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, párrafos 29 y siguientes. Disponible en: <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:265:0006:0025:ES:PDF>> [última visita: 13 de marzo de 2025].

⁸⁶ Véanse las notas a pie de página N°72 y 73 del presente Informe.

posible concluir que la entidad resultante no contaría con la habilidad para desplegar posibles estrategias de bloqueo de insumos respecto de dichos mercados.

68. En el caso de los hornos microondas, no obstante la entidad resultante alcanzaría una participación de [40-50]%, cabe tener presente que la Operación no dará lugar a un cambio significativo en la estructura actual del mercado, en consideración a la baja participación aguas arriba de Teka, que alcanza un [0-5]%. A su vez, también es necesario considerar que, en el escenario posterior al perfeccionamiento de la Operación, existirían aguas arriba al menos cinco (5) proveedores alternativos que podrían abastecer a los clientes en un eventual escenario de bloqueo⁸⁷⁻⁸⁸. **[Nota Confidencial N°8]**.
69. Por otra parte, atendida la baja participación de Teka en ambos segmentos ([0-5]% aguas arriba y [0-5]% aguas abajo), el cambio en los incentivos de la entidad resultante no sería significativo, considerando que una posible estrategia de bloqueo no sería rentable dado que la posibilidad de recaptura no se incrementaría de forma relevante como consecuencia de la Operación. **[Nota Confidencial N°9]**.
70. En virtud de lo expuesto, esta División estima que la Operación no cuenta con la aptitud para reducir sustancialmente la competencia en los mercados verticalmente relacionados de fabricación de hornos microondas para terceros, aguas arriba, y su comercialización, aguas abajo a través de un bloqueo de insumos.

b. Suministro de magnetrones para hornos microondas, aguas arriba, y la fabricación de hornos microondas, aguas abajo

71. Se analizó además si la entidad resultante podría desplegar estrategias de bloqueo de insumos, esto es, que aguas arriba Grupo Midea realice alguna de las siguientes conductas: (i) deje de suministrar magnetrones para hornos microondas a competidores de la entidad resultante en el mercado aguas abajo de fabricación de hornos microondas (bloqueo total); y/o, (ii) que reduzca la cantidad de magnetrones para hornos microondas que suministra para terceros y/o que deteriore las condiciones comerciales bajo las cuales suministra magnetrones para hornos microondas en la actualidad (bloqueo parcial).
72. Con la finalidad de evaluar la habilidad de la entidad resultante para implementar las estrategias de bloqueo descritas, se consideró la presencia de Grupo Midea en el mercado aguas arriba de suministro de magnetrones para hornos microondas. Al respecto, de acuerdo con estimaciones realizadas por las Partes, Midea alcanzaría un [0-5]% de participación en 2023, medida en número de unidades producidas⁸⁹. Adicionalmente,

⁸⁷ Tales como Galanz, Weili, Samsung, Domlin, Toshiba, entre otros. Al respecto, véanse: el documento “Anexo Comprador-05 - Datos de Contacto”, acompañado por Midea en el Primer Complemento y Comisión Europea (2025), Caso M. 11684 Midea/Teka, párrafo 53: “la gran mayoría de quienes respondieron a la investigación confirmaron de que los clientes tendrán acceso a suficientes proveedores alternativos de hornos microondas para terceros en el escenario posterior a la transacción” traducción libre de “the large majority of the respondents to the market investigation confirmed that customers will have access to enough alternative suppliers of white label microwave ovens for third parties (at OEM level) at the EEA level following the transaction”.

⁸⁸ A mayor abundamiento, las Partes señalan que no existirían acuerdos de exclusividad entre fabricantes de grandes electrodomésticos para terceros y sus clientes, siendo habitual que los clientes se abastezcan de distintos proveedores a la vez. Ello limitaría también la rentabilidad de un posible bloqueo. Véase: Notificación, párrafo 227.

⁸⁹ Véanse: (i) el documento “Anexo Comprador-04 (tamaños de mercado y participaciones)”, acompañado por Midea al Segundo Complemento; (ii) el documento “Anexo 7 – Midea Group – Supporting information for MWOs magnetrons market size and MS”, acompañado por Midea en su respuesta al Oficio Ord. N°158-2025, de fecha 7 de febrero de 2025; y, (iii) el documento “Global sales MWO Magnetrons for 2024”, acompañado por Midea en su respuesta al Oficio Ord. N°158-2025, de fecha 7 de febrero de 2025.

existirían suficientes proveedores alternativos de magnetrones para hornos microondas⁹⁰. Considerando lo anterior, esta División pudo concluir que la entidad resultante no contaría con la habilidad para desplegar posibles estrategias de bloqueo de insumos en relación con el suministro de magnetrones para la fabricación de microondas, a nivel mundial. **[Nota Confidencial N°10]**.

IV.2.2. Bloqueo de clientes

a. Fabricación de grandes electrodomésticos para terceros, aguas arriba, y el suministro y comercialización de grandes electrodomésticos, aguas abajo

73. Esta División analizó si la entidad resultante podría implementar estrategias de bloqueo de clientes, esto es, que realice alguna de las siguientes conductas: (i) que aguas abajo deje de abastecerse de grandes electrodomésticos de terceros competidores de Midea y Teka en el mercado aguas arriba (bloqueo total); y/o, (ii) que reduzca la cantidad de grandes electrodomésticos que encarga a terceros y/o deteriore las condiciones comerciales bajo las cuales adquiere electrodomésticos de terceros en la actualidad (bloqueo parcial).
74. Para evaluar si la entidad resultante contaría con la habilidad de desplegar dichas estrategias, esta División consideró su presencia en los mercados aguas abajo de suministro y comercialización de electrodomésticos. A este respecto, se tomaron en consideración las participaciones de Midea y Teka en los segmentos de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos a nivel nacional, distinguiendo por tipo de electrodoméstico, presentadas en la Tabla N°1, atendido que esta constituye una aproximación conservadora de análisis⁹¹.
75. En definitiva, la entidad resultante no alcanzaría en ningún segmento una participación superior al 30%, existiendo diversos proveedores alternativos en cada uno de ellos, lo que evidencia que la Operación no otorgaría a la entidad resultante la habilidad para implementar las estrategias de bloqueo descritas respecto a dichos mercados y/o segmentos.

b. Suministro de magnetrones para hornos microondas, aguas arriba, y la fabricación de hornos microondas, aguas abajo

76. Finalmente, esta División evaluó si la entidad resultante podría desplegar estrategias de bloqueo de clientes, esto es, que realice algunas de las siguientes conductas: (i) que aguas abajo deje de abastecerse de magnetrones para hornos microondas suministrados por terceros competidores de la entidad resultante aguas arriba (bloqueo total); y/o, (ii) que reduzca la cantidad de magnetrones que adquiere de terceros competidores y/o deteriore las condiciones comerciales bajo las cuales adquiere magnetrones en la actualidad (bloqueo parcial).
77. Para estos efectos, se ponderó si la entidad resultante tendría la habilidad para implementar dichas estrategias. Para ello, se consideró que la Operación no dará lugar a un cambio

⁹⁰ Tales como LG, Panasonic, Toshiba, entre otros. Véase el documento "Anexo Comprador-05 (Competidores y clientes)", acompañado por Midea al Segundo Complemento.

⁹¹ Conforme a lo expuesto *supra*, los mercados de fabricación de electrodomésticos para terceros tendrían un alcance global, en que los clientes podrían acceder a proveedores situados en distintas latitudes. Sin embargo, en el presente análisis, de manera conservadora, solo se incluyen a clientes locales. De manera que esta aproximación podría sobreestimar el posible impacto de la Operación en este mercado.

significativo en la estructura actual del mercado, en consideración a la baja participación aguas abajo de Teka que alcanza un [0-5]%, de acuerdo con la información presentada en la Tabla N°2. Adicionalmente, existirían clientes alternativos de magnetrones para hornos microondas⁹². Considerando lo anterior, esta División pudo concluir que la entidad resultante no contaría con la habilidad para desplegar posibles estrategias de bloqueo de clientes en relación con el suministro de magnetrones. **[Nota Confidencial N°11]**.

78. En definitiva, en virtud de lo expuesto en la presente Sección, es posible concluir que la Operación no contaría con la aptitud para reducir sustancialmente la competencia en los mercados verticalmente relacionados de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros, aguas arriba, y suministro y comercialización de grandes electrodomésticos, aguas abajo; ni en los mercados de suministro de magnetrones para hornos microondas, aguas arriba, y la fabricación de hornos microondas, aguas abajo.

V. CONCLUSIONES

79. En base a los antecedentes expuestos, esta División ha llegado a la convicción de que la Operación no cuenta con la aptitud para reducir sustancialmente la competencia en los segmentos de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos a nivel nacional, ni en los segmentos de fabricación de grandes electrodomésticos para terceros, de suministro de magnetrones para hornos microondas y de fabricación de hornos microondas, todos a nivel global.
80. Por tanto, en atención a los antecedentes y el análisis realizado en el presente Informe, 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 la Fiscalía de velar permanentemente por la libre competencia en los mercados analizados.

Firmado digitalmente
por Aníbal Enrique
Palma Miranda
Fecha: 2025.03.13
20:18:06 -03'00'

ANÍBAL PALMA MIRANDA
JEFE DIVISIÓN DE FUSIONES

LLS/AA/EAM/PMZ/FSI

⁹² Comprendiendo no solo a los fabricantes de grandes electrodomésticos para terceros, sino que también aquellos fabricantes de marca propia.

ANEXO
[Nota Confidencial N°12]

Tabla N°A1: Participaciones de Midea y Teka en los mercados de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos en Chile, en cantidad y valor (2022)

Tipo electrodoméstico	Midea		Teka		Conjunto		IHH Posterior		Variación IHH		Número de competidores
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	
Homos convencionales	[-]	[-]	[10-20]%	[10-20]%	[-]	[-]	2.014	1.846	0	0	10
Homos microondas	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[20-30]%	2.600	2.372	81	149	9
Lavavajillas	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[5-10]%	2.932	3.033	60	28	7
Campanas extractoras	[-]	[-]	[30-40]%	[30-40]%	[-]	[-]	2.906	2.836	0	0	6
Refrigeradores	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	15,2%	2.406	2.400	15	11	10
Congeladores	[20-30]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	22,6%	3.678	3.410	2	5	8
Lavadoras	[20-30]%	[10-20]%	[-]	[-]	[-]	[-]	3.557	3.646	0	0	8
Secadoras	[50-60]%	[40-50]%	[0-5]%	[0-5]%	[50-60]%	[40-50]%	4.541	4.424	69	93	6
Lavadoras secadoras	[30-40]%	[20-30]%	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	0	0	4
Cava de vino	[-]	[-]	[0-5]%	[0-5]%	[-]	[-]	5.524	3.293	0	0	4
Encimeras	[-]	[-]	[20-30]%	[20-30]%	[-]	[-]	2.412	2.540	0	0	9
Calentadores de agua	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]

Fuente: Elaboración propia en base a respuestas a oficios de las Partes y terceros⁹³.

Tabla N°A2: Participaciones de Midea y Teka en los mercados de suministro y comercialización de grandes electrodomésticos en Chile, en cantidad y valor (2023)

Tipo electrodoméstico	Midea		Teka		Conjunto		IHH Posterior		Variación IHH		Número de competidores
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	
Homos convencionales	[-]	[-]	[10-20]%	[10-20]%	[-]	[-]	1.927	1.705	0	0	9
Homos microondas	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	2.357	2.075	66	125	8
Lavavajillas	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	2.765	2.711	141	75	8
Campanas extractoras	[-]	[-]	23,3%	30,0%	[-]	[-]	2.615	2.470	0	0	6
Refrigeradores	30,4%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	30,8%	[10-20]%	2.426	2.306	22	18	9
Congeladores	[20-30]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[20-30]%	3.173	3.101	1	4	8
Lavadoras	[20-30]%	14,0%	[-]	[-]	[-]	[-]	3.478	3.624	0	0	7
Secadoras	[50-60]%	40,5%	[0-5]%	[0-5]%	[50-60]%	[40-50]%	4.635	4.466	88	104	6
Lavadoras secadoras	[30-40]%	[20-30]%	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	0	0	4
Cava de vino	[-]	[-]	[5-10]%	[10-20]%	[-]	[-]	4.244	3.790	0	0	4
Encimeras	[-]	[-]	[10-20]%	[10-20]%	[-]	[-]	2.382	2.363	0	0	9
Calentadores de agua ⁹⁴	[-]	[-]	[0-5]%	[0-5]%	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]

Fuente: Elaboración propia en base a respuestas a oficios de las Partes y terceros⁹⁵.
de las Partes y terceros⁹⁶.

⁹³ Véase nota a pie de página N°66 del Informe.

⁹⁴ Ante la ausencia de reportes que permitan estimar el tamaño del mercado de calentadores de agua, se han incluido las estimaciones acompañadas por las Partes. Al respecto, véanse los documentos "Anexo Partes-01 - Tamaños de mercado y market shares (complementado)" y "Supporting docs_ excel spreadsheet", acompañados por las Partes al Primer Complemento.

⁹⁵ Véase nota a pie de página N°66 del Informe.

⁹⁶ Véase nota a pie de página N°66 del Informe.