

**ANT.:** Adquisición de control en Chocolates del Mundo S.A. por parte de Nestlé Chile S.A. Rol FNE F258-2021.

**MAT.:** Informe de aprobación.

**Santiago, 1 de abril de 2021.**

**A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**

**DE : JEFE DE DIVISIÓN DE FUSIONES (S)**

De conformidad a lo dispuesto en el Título IV “De las Operaciones de Concentración” del Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973, y sus modificaciones posteriores (“**DL 211**”), presento a usted el siguiente informe relativo a la operación de concentración del antecedente (“**Informe**”), recomendando su aprobación en forma pura y simple en virtud de las razones que a continuación se exponen:

## **I. ANTECEDENTES**

### **A. Investigación**

1. Con fecha 22 de enero de 2021 (“**Notificación**”), correspondiente al Ingreso Correlativo N°05930-21, se notificó a esta Fiscalía Nacional Económica (“**Fiscalía**”) la eventual adquisición por parte de Nestlé Chile S.A. (“**Nestlé**”) del 100% de las acciones representativas del capital social de Chocolates del Mundo S.A. (“**La Fête**”), propiedad de Asesorías Camino Central Limitada, Asesorías e Inversiones Panamericana Norte Limitada y BBS Investment S.A. (en conjunto, las “**Vendedoras**” y, con Nestlé, las “**Partes**”) (“**Operación**”).
2. Mediante resolución de fecha 5 de febrero de 2021, la Fiscalía declaró la falta de completitud de la Notificación. Luego, mediante presentación de 19 de febrero de 2021, correspondiente al ingreso correlativo N°07378-21, las Partes complementaron la Notificación (“**Complemento**”).
3. Con fecha 1 de marzo de 2021, esta Fiscalía ordenó el inicio de la investigación bajo el Rol FNE F258-2021 (“**Investigación**”) en conformidad con lo dispuesto en el Título IV del DL 211.

## B. Partes de la Operación

4. Nestlé es la filial chilena de Nestlé S.A., sociedad matriz del grupo empresarial multinacional con sede en Suiza que conforma a Grupo Nestlé. A nivel mundial, Grupo Nestlé se encuentra principalmente activo en la producción y comercialización de una gran variedad de productos alimenticios principalmente para el consumo masivo. En particular, Nestlé comercializa en Chile, entre otros, alimentos para bebés, cereales para el desayuno, café, productos culinarios, productos lácteos, snacks y confitería, helados, alimentos congelados, agua embotellada, alimentos para mascotas y productos de terapia nutricional<sup>1</sup>. En relación a los canales de venta, Nestlé distribuye sus productos principalmente a través de los canales moderno y tradicional<sup>2</sup>.
5. Por su parte, las Vendedoras son sociedades constituidas en Chile, poseyendo cada una distintos objetos sociales<sup>3</sup>, a saber: (i) Asesorías Camino Central Limitada, dedicada a la prestación de servicios de asesorías administrativas y comerciales y la inversión en todo tipo de bienes muebles e inmuebles, entre otros; (ii) Asesorías e Inversiones Panamericana Norte Limitada, cuyo objeto es el desarrollo y explotación de toda clase de inversiones de negocios mobiliarios e inmobiliarios, la prestación de asesorías financieras y de toda actividad relacionada para la consecución de dichos fines<sup>4</sup>; y (iii) BBS Investment S.A., dedicada, entre otras cosas, a la prestación de servicios de asesoría en materia de inversión, gestión de negocios y administración de empresas<sup>5</sup>.
6. Finalmente, la entidad objeto es una empresa chilena activa, principalmente, en la producción y comercialización minorista de productos de chocolatería *premium* y, marginalmente, de otros confites y productos no alimenticios bajo la marca La Fête Chocolat.

## C. Descripción de la Operación

7. De acuerdo a lo informado por las Partes<sup>6</sup>, la Operación correspondería a una de aquellas contempladas en el artículo 47 letra b) del DL 211, toda vez que Nestlé pasaría a influir decisivamente en la administración de La Fête al adquirir de las Vendedoras la totalidad de sus acciones ordinarias emitidas y en circulación. Como resultado de la Operación, Nestlé adquirirá el control exclusivo de La Fête.

---

<sup>1</sup> Notificación, p. 3.

<sup>2</sup> Asimismo, cabe hacer presente que es posible adquirir los productos de Nestlé en el comercio electrónico mediante los canales electrónicos de los supermercados que participan del canal moderno y aplicaciones de última milla.

<sup>3</sup> Notificación, p. 5.

<sup>4</sup> Asimismo, Asesorías e Inversiones Panamericana Norte Limitada cuenta con participaciones en otras sociedades tales como **Nota Confidencial [1]**.

<sup>5</sup> Adicionalmente, BBS Investment S.A. cuenta con participaciones en otras sociedades tales como **Nota Confidencial [2]**.

<sup>6</sup> Notificación, p. 5-6.

8. Asimismo, las Partes indican que la Operación representa una oportunidad para Nestlé de ingresar en Chile al segmento *premium boutique* de productos de chocolatería comercializados a través de tiendas *boutique* especializadas, mercado en el que actualmente no participa en Latinoamérica. Asimismo, señalan que la Operación permitiría explorar seriamente **Nota Confidencial [3]**<sup>7</sup>.

## II. INDUSTRIA

9. En atención a que las actividades de la entidad objeto se concentran principalmente en el mercado de chocolates<sup>8</sup>, el análisis de la presente Operación se centró mayoritaria, aunque no exclusivamente, en dicho mercado.
10. El chocolate proviene de los granos de cacao, los que luego de ser fermentados y secados, son procesados hasta conseguir licor de cacao. Posteriormente, dicho licor de cacao es a su vez procesado hasta conseguir, por una parte, manteca de cacao, y, por la otra, pasta de cacao<sup>9</sup>. El licor y la manteca de cacao, junto con azúcar y leche, constituyen los insumos principales para el chocolate industrial<sup>10</sup> a partir del cual se obtiene la cobertura de chocolate que es usada como insumo principal<sup>11</sup> en la producción y comercialización de los chocolates que produce y comercializan actores como Nestlé y La Fête.
11. En general, los productores y comercializadores de chocolate ofrecen distintas categorías de productos de chocolates<sup>12</sup>, siendo las principales: (i) bombones<sup>13</sup>; (ii) chocolates macizos –los que a su vez pueden ser macizos puros, macizos con agregado y macizos rellenos<sup>14</sup>–; (iii) barras de chocolates; (iv) grageas<sup>15</sup>; entre otros.

---

<sup>7</sup> Notificación, p.6

<sup>8</sup> A partir de la información aportada en la Notificación y en su Complemento, esta División pudo constatar que la entidad objeto también comercializa productos en el mercado de galletas y helados. Respecto de este último mercado, resulta necesario mencionar que, si bien La Fête dejó de comercializar helados durante el año 2020, igualmente fueron considerados en el análisis competitivo.

<sup>9</sup> Comisión Europea, M. 7408 - Cargill / Adm Chocolate Business, p. 8. Disponible en: <[https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7408\\_2987\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7408_2987_3.pdf)> [última visita: 22.3.2021]

<sup>10</sup> Dependiendo de las proporciones utilizadas entre estos ingredientes, es posible obtener chocolate amargo, chocolate blanco y chocolate de leche. Véase, Comisión Europea, M. 7408 - Cargill / Adm Chocolate Business, p. 9.

<sup>11</sup> La Investigación arrojó que chocolateros como La Fête se abastecen de proveedores de cobertura de chocolate tales como Neuchatel, Puratos NV y Barry Callebaut. Por su parte, [REDACTED] proveedor de Nestlé [REDACTED], que lo abastece de insumos semi-terminados de cacao.

<sup>12</sup> Resulta relevante hacer presente que aquellos actores que participan en el segmento de producción y comercialización de chocolates y que cuentan con un modelo de negocios cercano a La Fête ofrecen además otros productos tales como galletas, calugas, alfajores, café, productos estacionales, tortas, otros. Véase Anexo 3.2. del Complemento, declaración del Gerente General de Bombones Varsoviense S.A. de fecha 5 de marzo de 2021 e información pública de los sitios web de otros actores, tales como Bozzo, Völka y Moulie.

<sup>13</sup> En el caso de La Fête, esta es la categoría que representa el principal formato comercializado.

<sup>14</sup> Notificación, p. 36.

<sup>15</sup> Un ejemplo de esto serían los frutos secos, los que mediante una técnica de rebozado, se recubren con chocolate o azúcares, consiguiendo una capa más o menos regular y uniforme a su alrededor.

12. Existen diferencias relevantes entre la producción y comercialización de chocolates *premium* y chocolates de consumo masivo, las que dicen relación principalmente con el precio<sup>16</sup>; ocasión de consumo<sup>17</sup>; forma de distribución<sup>18</sup> y proceso productivo e insumos<sup>19</sup>.
13. En el segmento *premium*, se encontrarían actores como La Fête, Bozzo, Varsoviene, Völka o Moulie, mientras que en el segmento masivo, Nestlé, Carozzi, Mondelez, Lindt, Arcor y otros.

### III. ANÁLISIS COMPETITIVO

#### A. Mercado relevante

##### i. Mercado relevante del producto

14. Las Partes consideran que en el análisis de la presente Operación no correspondería efectuar una definición de mercado relevante por cuanto no existiría traslape entre las actividades de éstas<sup>20</sup>. Asimismo, las Partes, en aras de la completitud y colaboración,

---

<sup>16</sup> Al respecto, refiérase a lo que se indicará *infra* en el párrafo 25 del análisis competitivo.

<sup>17</sup> Así, el chocolate comercializado en el segmento *premium* se adquiere principalmente para regalar. Evidencia de lo anterior es la importancia que adquiere el envoltorio de los chocolates *premium*, puesto que los productores invierten gran parte del costo del producto en su envasado con el objeto de que los chocolates se encuentren estéticamente bien presentados al consumidor final. Por el contrario, el chocolate masivo tiene por objeto un consumo personal o familiar y su envoltorio permite distribuir una mayor cantidad de productos sin buscar necesariamente destacar el producto ofrecido. Véase Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021.

<sup>18</sup> Los productores de chocolate *premium* se encuentran integrados verticalmente a nivel minorista y comercializan sus productos en sus propias tiendas. De hecho, los antecedentes de la Investigación dan cuenta de que para estos actores resulta relevante la experiencia del consumidor al momento de adquirir sus productos. En cambio, los productores de chocolate masivo por lo general comercializan sus productos a nivel mayorista distribuyendo los mismos en los canales moderno y tradicional. Véase Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021.

<sup>19</sup> Los productores de chocolate *premium* utilizan como principal insumo coberturas de chocolates de alta calidad que luego temperan para poder producir sus propios productos. En cambio, los productores de chocolates masivos compran productos semi-terminados de cacao (i.e. licor de cacao, manteca de cacao y pasta de cacao) que luego del proceso de mezclado, refinado y conchado son transformados en el chocolate que servirá para producir el producto que se comercializa al consumidor final. Adicionalmente, muchos de los productores de chocolate masivos utilizan sucedáneo de chocolate o *compounds* que poseen menores proporciones de productos semi-terminados de cacao y son mezclados con otros aceites vegetales dando lugar a un producto de calidad inferior. En particular, ciertos productos comercializados por fabricantes de chocolates masivos son bañados en compuesto de chocolate. Véase Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021 y Notificación p.40.

<sup>20</sup> Ello principalmente en atención (i) a que la distribución que realiza Nestlé de sus productos en Chile se verifica únicamente a nivel mayorista, mientras que La Fête comercializa sus productos directamente al consumidor final y (ii) a que los productos comercializados por cada una de ellas corresponden a bienes altamente diferenciados, tanto desde el punto de vista de la demanda como desde el punto de vista de la oferta. Notificación, p. 21.

asumieron como escenario hipotéticamente afectado la producción y comercialización de chocolates en Chile<sup>21</sup>.

15. La jurisprudencia comparada ha considerado a los chocolates dentro del mercado de confitería, el que a su vez podría segmentarse entre otros dulces y chocolates<sup>22</sup>. En relación a estos últimos, se ha observado que sería plausible considerar ciertas segmentaciones por tipo de producto al existir diferencias y ocasiones de consumo distintas entre barras rellenas, bombones, chocolates de temporada y barras de chocolates<sup>23</sup>. Adicionalmente, y sin perjuicio de la segmentación indicada por tipo de producto mencionada anteriormente, también se ha considerado posible distinguir mercados diferentes según el canal de distribución<sup>24</sup>.
16. Con anterioridad, esta Fiscalía no ha realizado una definición exacta de mercado relevante de producto relativa a la producción y comercialización de chocolates, pero ha estimado plausible considerar a los productos de la categoría de chocolates industriales como parte de un mismo mercado relevante<sup>25</sup>.
17. A partir de los antecedentes de la Investigación y, para este caso en particular, sería plausible considerar una segmentación entre la producción y comercialización de chocolates *premium* y la producción y comercialización de chocolates masivos.
18. Con todo, en la presente Investigación no resulta necesario definir con precisión el mercado relevante de producto, puesto que bajo cualquier supuesto la Operación no genera riesgos de reducción sustancial de la competencia, conforme se expondrá.

---

<sup>21</sup> Notificación, p. 27.

<sup>22</sup> Casos M.362, *Nestlé/Italgel*, párrafo 11. Disponible en: [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m362\\_19930915\\_310\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m362_19930915_310_en.pdf) [última visita: 22.3.2021].

<sup>23</sup> Lo anterior principalmente porque cada tipo de chocolate satisficaría necesidades distintas y posee patrones de compra diferentes de cara al consumidor. Véase Caso M.5644, *Kraft Foods/Cadbury*, párrafo 22. Disponible en: < [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5644\\_20100106\\_20212\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5644_20100106_20212_en.pdf) > [última visita: 22.3.2021]

<sup>24</sup> En este sentido, lo ha analizado la autoridad de competencia francesa, la que si bien finalmente dejó abierta la definición exacta del mercado relevante del producto, estimó que el chocolate se distribuye principalmente en cuatro canales de distribución, a saber: (a) grandes supermercados; (b) pastelerías especializadas y otros restaurantes (*Restauration Hors Domicile* o RHD); (c) comerciantes especializados en chocolate; y (d) chocolateros artesanales.

<sup>25</sup> Informe de archivo de investigación Rol F 43-2015, *Enajenación de Foods Cía. de Alimentos*, párrafo 19. Disponible en: <[https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2015/11/inpu\\_F43\\_2015.pdf](https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2015/11/inpu_F43_2015.pdf)> [última visita: 22.3.2021]

ii. **Mercado relevante geográfico**

19. En cuanto al ámbito geográfico en que incide la Operación, las Partes indican que el mercado de producción y comercialización de chocolates tendría un alcance nacional, pero lo señalan solo como un marco de análisis, dado que plantean que no existiría traslape directo en sus actividades, según se señaló *supra*<sup>26</sup>.
20. Esta Fiscalía ha definido el mercado geográfico de comercialización de chocolate como nacional, atendida la forma de comercialización de los productos<sup>27</sup>.
21. Por su parte, la jurisprudencia extranjera ha señalado que existen ciertas características del mercado que darían cuenta de un alcance nacional, tales como el precio, recetas de fabricación y envasado y presentación<sup>28</sup>.
22. En el presente caso, aun cuando no es necesario definir con precisión el mercado relevante geográfico, puesto que las conclusiones no varían según si se considera el mercado local o nacional, para efectos del análisis competitivo se consideró como marco de referencia un mercado geográfico nacional.

**B. Análisis de riesgos anticompetitivos**

23. La evaluación de posibles riesgos unilaterales de aumento de precios y/o deterioro de otras variables competitivas llevada a cabo por esta División se realizó a partir de un marco de análisis conservador, esto es, aquel que asume un traslape horizontal entre las actividades de las Partes en la producción y comercialización de chocolates en Chile y, por tanto, aumenta los riesgos anticompetitivos derivados de la Operación.
24. Para estos efectos, es relevante tener presente como punto de partida las participaciones de mercado en la producción y comercialización de chocolates que se señalan en la Tabla N°1. De esta manera, siguiendo los criterios establecidos en la Guía para el análisis de Operaciones de Concentración de la Fiscalía (“Guía”), basados en el índice Herfindahl – Hirschman (“HHI”), el análisis resulta en un escenario post Operación de un HHI final de [1500-2000]<sup>29</sup> y un cambio de [300-400]<sup>30</sup>, lo que reflejaría un mercado moderadamente concentrado.

---

<sup>26</sup> Notificación, p. 27.

<sup>27</sup> Rol F43-2015 Enajenación de Foods Cía. de Alimentos, párrafo 9.

<sup>28</sup> C2007-81. Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 6 juillet 2007, aux conseils de la société Cémoi, relative à une concentration dans le secteur du chocolat Disponible en: <[https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/dgccrf/boccrf/2007/07\\_08bis/c2007\\_81\\_cemai\\_jac\\_quot.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/boccrf/2007/07_08bis/c2007_81_cemai_jac_quot.pdf)> [última visita: 23.3.2021]. En el mismo sentido, la Comisión Europea ha definido el mercado de chocolate como nacional, véase M.2072, Phillips Morris/ Nabisco, párrafos 16 y 17; M.4824, Kraft/ Danone Biscuits, párrafo 23; M.5188, Mars/ Wrigley, párrafo 16; M.5644, Kraft Foods/ Cadbury, párrafos 42 y 43; y M.7340, Ferrero Internacional/ Oltan Group, párrafos 35 y 36;

<sup>29</sup> **Nota confidencial [4]**

<sup>30</sup> **Nota Confidencial [5]**



**Tabla N° 1: Participaciones de mercado comercialización de chocolates en valor<sup>31</sup>**

Empresa	Participación
Nestlé	[20-30]%
La Fête	[0-10]%
Combinado	[30-40]%
Carozzi	[20-30]%
Arcor	[10-20]%
Varsoviene	[0-10]%
Mars	[0-10]%
Mondelez	[0-10]%
Otros	[10-20]%
HHI Post	[1500-2000]
Delta	[300-400]

Fuente: Notificación.

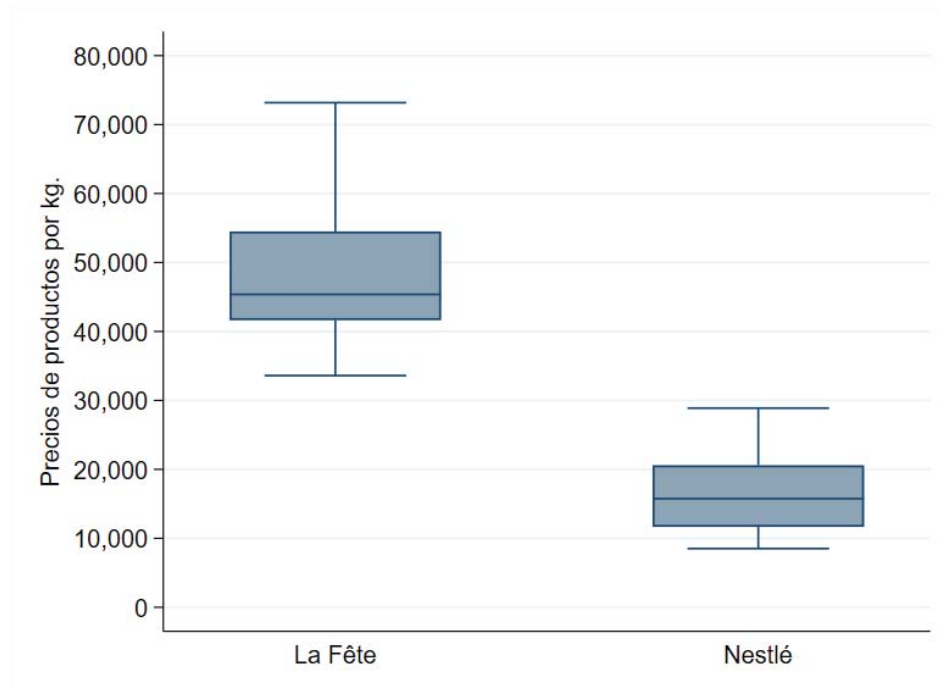
26. Por lo anterior, esta División consideró conveniente realizar además un análisis de cercanía competitiva entre los productos de Nestlé y La Fête a fin de determinar la probabilidad de que existan riesgos unilaterales de aumento de precios y/o deterioro de otras variables competitivas como consecuencia de la Operación.
27. Así, antecedentes de la Investigación dan cuenta de que existen diversos elementos que diferencian el segmento de chocolates *premium* del segmento masivo, permitiendo concluir que La Fête participaría únicamente del primero y Nestlé solamente del segundo. Tal como se adelantó *supra*, las principales diferencias entre uno y otro segmento del mercado de chocolates descansan en (i) el precio; (ii) la ocasión de consumo; (iii) la forma de distribución; y (iv) el proceso productivo e insumos.
28. Respecto al precio, los actores de la industria señalan que existen diferencias importantes entre el segmento *premium* y masivo, con precios promedio de \$45.000 y \$15.000 pesos por kilo de chocolate, respectivamente. En este caso en particular, según se observa en la Figura N°1, el producto de menor precio por kilo de La Fête es mayor que el precio máximo por kilo de los productos Nestlé. En el mismo sentido, los clientes objetivo del segmento *premium* difieren de los del segmento masivo, perteneciendo principalmente a grupos socioeconómicos altos<sup>32</sup>. Finalmente, a la luz de los antecedentes de la Investigación fue posible apreciar que en el proceso de

<sup>31</sup> Nota Confidencial [6]

<sup>32</sup> Notificación, anexo 6.7. Documento "Imagen de marca": la población objetivo de la encuesta de la marca son personas pertenecientes a los segmentos ABC1 y C2.

determinación de precios, los actores del segmento *premium* y masivo solo monitorearían a actores de su propio segmento<sup>33</sup>.

**Figura N° 1: Dispersión de precios de chocolates La Fête y Nestlé<sup>34</sup>.**



Fuente: Elaboración propia a partir de información pública<sup>35</sup>

29. Asimismo, un punto de diferencia relevante es la ocasión de consumo de los chocolates del segmento *premium*. De acuerdo a la Notificación y a lo indicado por actores de la industria, el chocolate *premium* sería comprado principalmente para regalar, mientras que el chocolate masivo sería para consumo propio o

<sup>33</sup> Notificación, anexo 4.2 y anexo 6.6, Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021 y Declaración del Gerente de División Confites de Empresas Carozzi S.A. de fecha 8 de marzo de 2021.

En documento de anexo 4.2 "Política de precios" La Fête señala que **Nota Confidencial [7]**. Al mismo tiempo, La Fête calcula participaciones de mercado estimando las ventas de chocolaterías *premium* (documento "Participación de mercado"). En el anexo 6.6, el documento "Alza de Precios Chocolates" muestra que Nestlé compara precios con otras compañías de chocolates masivos. Por ejemplo, comparan el producto "Sahnenuss" con **Nota Confidencial [8]**.

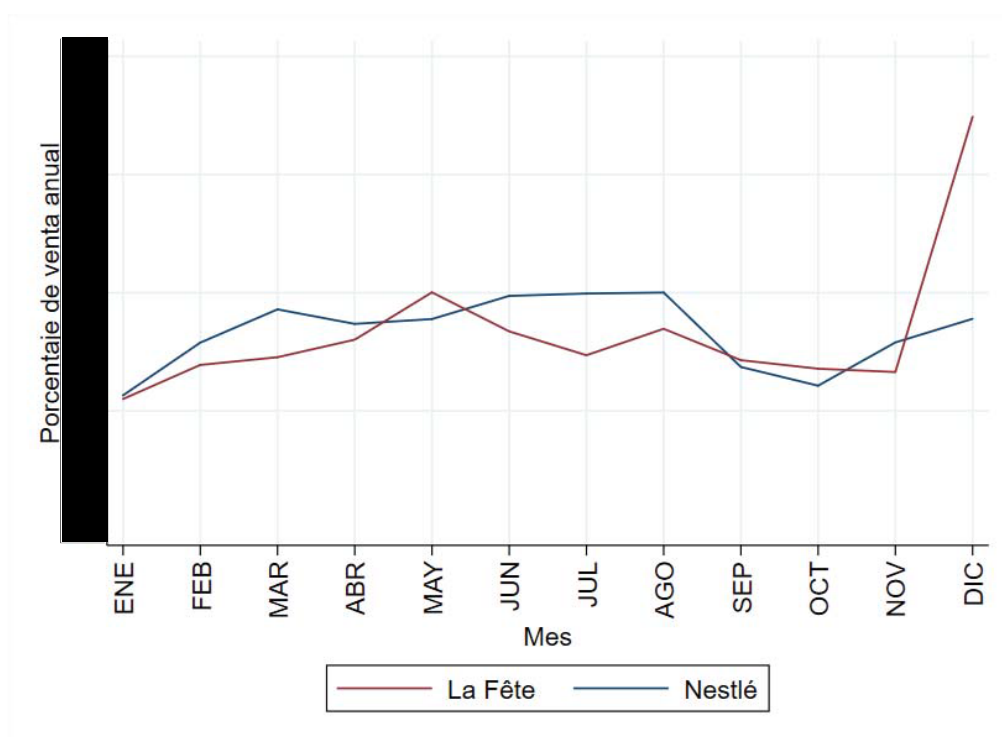
<sup>34</sup> Los gráficos de caja permiten observar la distribución de las características analizadas. La caja incluye el área con mayor concentración de observaciones que pertenecen al segundo y tercer cuartil de la distribución. La línea que se observa en la caja representa la mediana de la distribución. Las líneas fuera de la caja representan las colas de la distribución y se calculan como  $\pm 1,5$  veces el rango intercuartil –la diferencia entre el punto inferior y el punto superior de la caja– o el valor que se encuentre más próximo a la caja dentro de ese rango. Finalmente, cualquier observación que se encuentre por debajo de la línea inferior o por encima a la línea superior se definirá como un valor anómalo, comúnmente conocido como *outlier* y será identificado como un punto en el gráfico.

<sup>35</sup> Para hacer comparables los precios al consumidor final se utilizaron los valores de las ventas online. Para la información de La Fête se usó la información disponible en <https://cl.lafetechocolat.com/catalogo.html> y para Nestlé la obtenida de la venta online de Jumbo.cl <https://www.jumbo.cl/desayuno-y-dulces/chocolates-y-dulces/?page=1> [Última revisión: 10.03.2021]



autoindulgencia<sup>36</sup>. De hecho, estudios internos de La Fête indican que el [80-90]%<sup>37</sup> de sus clientes adquieren sus productos como regalo<sup>38</sup>. Asimismo, ello se puede verificar en campañas de marketing para fechas comerciales especiales<sup>39</sup>, donde la importancia de la presentación del producto (envasado) cobra aún más relevancia. Por último, lo anterior fue posible comprobarlo analizando la distribución de las ventas de La Fête y Nestlé según mes del año, que se presentan en la Figura N°2. En ella, es posible constatar que los meses de mayor venta [REDACTED] son diciembre y mayo, coincidiendo con las festividades de Navidad y Día de la Madre, respectivamente. En cambio, las ventas de Nestlé se mantienen relativamente constantes a través del año, con un ligero aumento durante los meses de invierno.

**Figura N° 2: Porcentaje de ventas mensuales sobre el total anual. Año 2019<sup>40</sup>**



Fuente: Elaboración propia a partir de información de Notificación.

30. En cuanto a la distribución, Nestlé y el segmento masivo no realizan venta directa al consumidor final, sino que venden a través del canal tradicional y supermercadista.

<sup>36</sup> Notificación, p.28. Además, véase Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021 y Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviense S.A. de fecha 5 de marzo de 2021.

<sup>37</sup> **Nota Confidencial [9]**

<sup>38</sup> Notificación, anexo 6.7. "Conociendo al cliente La Fête".

<sup>39</sup> Los documentos internos muestran que estas fechas serían el Día de los Enamorados, Pascua de Resurrección, Día de la Madre y Navidad. Notificación, anexo 6.7., documento "Plan MK 2019".

<sup>40</sup> Se ocupa el año 2019 para aislar de posibles efectos de sobre las ventas que pudiera tener el año 2020 debido a la pandemia de Covid-19. No obstante, cabe destacar que la tendencia señalada también se puede observar en dicho año y en el año 2018.

En cambio, La Fête realiza la mayoría de sus ventas en tiendas propias<sup>41</sup>, en las cuales hay una preocupación por la experiencia de compra, la que se ve reflejada en el diseño de la tienda, la capacitación de la fuerza de venta respecto de los productos ofrecidos y las condiciones de temperatura idóneas para la conservación de los chocolates. Si bien ambos segmentos comercializan sus productos a través del comercio electrónico o *e-commerce*<sup>42</sup>, cabe hacer presente que los actores que participan del segmento masivo tampoco lo realizan directamente, sino que mediante los canales de sus clientes (ej., supermercados y *apps* de *delivery*).

31. Por último, en relación con el proceso productivo e insumos, fue posible observar que los insumos que se utilizan en los distintos segmentos difieren, lo que afectaría directamente en la calidad de los productos comercializados por uno y otro segmento del mercado de chocolates. En efecto, los actores del segmento masivo procesan por su cuenta los productos semi-terminados del cacao<sup>43</sup> que sirven de materia prima para la fabricación de sus productos. Por su parte, los actores del segmento *premium* importan cubiertas de chocolate de alta calidad ya procesadas que posteriormente temperan. Adicionalmente, en el segmento premium hay procesos que no están automatizados, como por ejemplo el proceso de envasado, el que se confecciona manualmente. Lo anterior repercute no sólo en la calidad de los productos producidos —siendo los del segmento *premium* de mayor calidad que el del segmento masivo—, sino que además en el volumen —siendo éste considerablemente menor en el segmento premium en comparación al segmento masivo<sup>44</sup>—.
32. De esta forma, a partir de la información expuesta anteriormente, es posible descartar riesgos unilaterales de aumento de precios y/o deterioro de otras variables competitivas en el mercado de la producción y comercialización de chocolates en Chile en atención a que las Partes no sería competidores cercanos.
33. Dado que Nestlé y La Fête serían actores poco cercanos competitivamente, también es posible descartar que la Operación pueda conllevar riesgos coordinados de

---

<sup>41</sup> Al respecto, cabe hacer presente que, con ocasión del estado de excepción constitucional de catástrofe por calamidad pública, producida con ocasión de la pandemia de la enfermedad coronavirus 2019 o COVID-19, La Fête comercializó por tiempo limitado y de manera transitoria sus productos en dos salas de la cadena de supermercados Jumbo. Véase Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021.

<sup>42</sup> De acuerdo a lo indicado en la Notificación, las ventas de La Fête realizadas a través *e-commerce* en el año 2020 correspondieron al [30-40]% **Nota Confidencial [10]** de sus ventas mientras que la venta de chocolates de Nestlé Chile a través de *e-commerce* representó tan solo el [0-10]% **Nota Confidencial [11]** de sus ventas totales de dicha categoría para ese año.

<sup>43</sup> Declaración del Gerente de División Confites de Empresas Carozzi S.A. de fecha 8 de marzo de 2021.

<sup>44</sup> Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviense S.A. de fecha 5 de marzo de 2021.

aumento de precios y/o deterioro de otras variables competitivas en el mercado de la producción y comercialización de chocolates en Chile<sup>45</sup>.

34. Las mismas conclusiones serían aplicables a los otros mercados en los cuales, en un escenario conservador, las Partes superponen sus actividades, esto es, en el mercado de las galletas y en el mercado de los helados. En efecto, actores de la industria<sup>46</sup> señalaron que el segmento *premium* de dichos mercados tendría dinámicas competitivas similares al mercado de chocolates *premium*. También resulta relevante tener presente que las ventas de La Fête se concentran principalmente en la categoría de chocolates, siendo las ventas de galletas y helados *premium* significativamente menores<sup>47</sup>, lo que reduciría la habilidad de este actor para efectuar cualquier comportamiento anticompetitivo.
35. Por último, atendidos los planes de las Partes indicados *supra*, esta División evaluó posibles riesgos de conglomerado relacionados a la exclusión de rivales **Nota Confidencial [12]**. No obstante, competidores de La Fête y Nestlé<sup>48</sup>, potenciales afectados por dicha conducta, no manifestaron mayores preocupaciones respecto de los planes de combinar este tipo de negocios. Lo anterior, sumado a la cantidad de otros actores relevantes existentes en los mercados relacionados señalados, permite descartar eventuales problemas de competencia<sup>49</sup>.
36. En consideración todo lo anterior, es posible descarta que la Operación pueda afectar sustancialmente la competencia.

---

<sup>45</sup> En atención a que existen competidores alternativos cercanos a Nestlé y La Fête y que la Operación no produce un cambio estructural relevante del mercado, esta División considera que la Operación no genera riesgos de naturaleza coordinada.

<sup>46</sup> Declaración del Gerente General de La Fête de fecha 4 de marzo de 2021; Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021.

<sup>47</sup> De acuerdo a los antecedentes, las ventas de chocolates serían [0-10] **Nota Confidencial [13]** veces más grandes que las de galletas. Notificación, anexo 6.4 y Complemento, anexo 4.7. Asimismo, las ventas de galletas de La Fête representarían menos del [0-10]% **Nota Confidencial [14]** del total de galletas vendidas a nivel nacional. Notificación, p.27.

En particular de acuerdo a lo indicado en el Complemento, las ventas de helados de La Fête representaron menos de un 0,1% de sus ventas totales para los años 2019 y 2020.

<sup>48</sup> Declaración del Gerente General de Bombones Varsoviene S.A. de fecha 5 de marzo de 2021 y declaración del Gerente de División Confites de Empresas Carozzi S.A. de fecha 8 de marzo de 2021.

<sup>49</sup> Respecto de los riesgos relacionados al **Nota Confidencial [15]**.

En relación a los riesgos de conglomerado relacionados al **Nota Confidencial [16]**.

#### IV. CONCLUSIONES

37. En atención a los antecedentes y análisis realizado en este Informe, se recomienda, salvo el mejor parecer del señor Fiscal, aprobar la presente operación de concentración de manera pura y simple por no resultar apta para reducir sustancialmente la competencia. Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de esta Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados.

Saluda atentamente a usted,

**Vicente Antonio  
Lagos Toro**

Firmado digitalmente por  
Vicente Antonio Lagos Toro  
Fecha: 2021.04.01 11:53:35  
-03'00'

**VICENTE LAGOS TORO  
JEFE DE DIVISIÓN DE FUSIONES (S)**

  
CWM