

ANT.: Operación de concentración entre Mitsui & Co. y Sociedad Inversiones Tajamar Ltda. para participación en negocio de arriendo de vehículos y otros.
Rol FNE F119-2018

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 19 ABR. 2018

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad con lo establecido en el Título IV "De las Operaciones de Concentración" del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211, de 1973, y sus respectivas modificaciones ("DL 211") presento a usted el siguiente informe relativo a la operación de concentración del Antecedente, recomendando la aprobación de la misma en forma pura y simple, en virtud de las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

A. INVESTIGACIÓN

1. Con fecha 26 de febrero de 2018, (Ingreso Correlativo N°00819-18) los apoderados de Mitsui & Co. Ltd. ("Mitsui") y Sociedad de Inversiones Tajamar Limitada ("SITL" y en conjunto las "Partes") notificaron a esta Fiscalía Nacional Económica ("FNE" o "Fiscalía") ("Notificación"), de conformidad al artículo 7 del Decreto N°33 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, de fecha 1 de marzo de 2017, que Aprueba Reglamento sobre la Notificación de una Operación de Concentración ("Reglamento"), la operación de concentración consistente en la suscripción de un contrato de compraventa del [1] de las acciones de Inversiones Mitta SpA ("Mitta"), sociedad perteneciente a SITL. Adicionalmente, las Partes ejercerían control conjunto sobre Mitta en virtud del pacto de accionistas celebrado entre las Partes que regula la relación entre

ambas sobre Mitta, a fin de ejercer la administración conjunta de sus filiales y permitiéndole a Mitsui, ejercer influencia decisiva sobre las mismas (la "Operación").

2. Con fecha 12 de marzo de 2018, se ordenó el inicio de la investigación bajo el Rol FNE F119-2018 (la "Investigación"), teniéndose por completa la Notificación presentada.

B. PARTES DE LA OPERACIÓN

3. Mitsui es una empresa con presencia en múltiples mercados a nivel global. Su principal modelo de negocios consiste en actuar como intermediario para exportación e importación de bienes, realizar transacciones comerciales domésticas, otorgar soluciones logísticas y analizar condiciones de mercado para posibles nuevos negocios. Asimismo, realiza inversiones en diversas áreas, apostando por el crecimiento de las mismas¹.
4. En Chile, Mitsui ha desarrollado diferentes negocios en variados mercados, tales como el de salmones, recursos marinos, automóviles, minería, agroindustria, maquinarias, etc., los cuales han alcanzado un valor de alrededor de USD 4 billones². En lo que respecta a los mercados involucrados en la Operación, como se verá, Mitsui opera en el mercado de la importación mayorista de vehículos nuevos, a través de Toyota Chile S.A. ("Toyota Chile"), siendo el único importador de vehículos nuevos Toyota y Lexus en Chile desde Toyota Motor Corporation en Japón.
5. El modelo de negocios de Toyota Chile consiste en gestionar el transporte y logística de los vehículos desde la fábrica, internándolos en el país y distribuyéndolos a distintos concesionarios que venden a público minorista.
6. Según este modelo de negocios y conforme fue verificado durante el curso de la Investigación, Toyota Chile no vende directo a clientes finales pues utiliza la red de concesionarios Toyota para llegar a los puntos de ventas de todo el país [2]³.
7. SITL, por su parte, es un *holding* familiar, dueño del 100% de Mitta, según se señaló en la Notificación. Mitta, a su vez, es dueña del 100% de las sociedades Autorentas del Pacífico SpA ("ADP"), Leasing del Pacífico SpA ("LDP") y Comercializadora don Carlos SpA ("CDC" y en conjunto con ADP y LDP, las "Sociedades Objetivo").

¹ <https://www.mitsui.com/cl/es/company/profile/index.html>

² *Ibid.*

³ Declaración del Gerente General de [3], de fecha 29 de marzo de 2018

8. La primera, ADP, opera en el mercado de *rent a car* ("RAC") y *leasing* operativo ("LOP"), con la franquicia Hertz International, Ltd. ("Hertz"). Dicha franquicia es renovada [redacted] y de llevarse adelante la Operación dicha [redacted] [4]⁴.
9. LDP es una empresa de *leasing* financiero que sólo presta servicios a su relacionada ADP para que desarrolle su negocio, sin prestar ni demandar servicios de terceros.
10. Por su parte, CDC gestiona la liquidación y venta de los vehículos usados que son dados de baja por ADP, ya sea en RAC o LOP.

C. LA OPERACIÓN

11. Según se indicó en la Notificación, las Partes han celebrado un contrato de compraventa –sujeto a condición de aprobación por esta Fiscalía, entre otras– mediante el cual Mitsui pretende adquirir el [5] de las acciones de Mitta por un monto equivalente a [6].
12. En cuanto a su estructura de gobierno, en virtud de dicha compraventa SILT [7].
13. Adicionalmente a ello, las Partes han celebrado un pacto de accionistas que regula la relación entre ellas. Conforme a la Notificación, dicho pacto les otorgaría control conjunto, lo cual ha sido confirmado en atención al tenor de sus cláusulas⁵.
14. Las Partes han señalado que esta Operación se enmarca dentro de la hipótesis contenida en el artículo 47 letra b) del DL 211, opinión que esta Fiscalía comparte.

II. ANÁLISIS COMPETITIVO

A. INDUSTRIA

15. Las industrias involucradas en la Operación analizada son las de RAC, LOP y comercialización de vehículos livianos nuevos. Cada cual tiene características particulares, las cuales son analizadas a continuación, de cara a una definición de mercado relevante.

a. RAC

⁴ Notificación, p. 5.

⁵ Cabe mencionar, entre otras [8].

16. El servicio de RAC consiste en el servicio de arriendo de vehículos motorizados livianos a terceros por periodos cortos de tiempo (menores a un año). Éste puede ser contratado en línea (dependiendo si el oferente cuenta con ello) o presencialmente en la oficina de retiro.
17. El arrendador es quien debe ofrecer el vehículo en condiciones óptimas para su uso, estando a su cargo la limpieza del vehículo, su mantención y reparación, entre otras.
18. Los tipos o categorías de vehículos que integran este mercado son variados, incluyendo automóviles, SUV⁶, todo terreno, mini van, camionetas y furgones. Por lo general, las empresas ofrecen una flota diversa para lograr satisfacer las necesidades de todo tipo de clientes.
19. Este servicio es demandado principalmente por empresas para transportar trabajadores o clientes en ocasiones puntuales. También lo demandan compañías de seguros para utilizar los vehículos en arriendo como vehículos de reemplazo y personas naturales en viajes de turismo. La oferta no varía según el tipo de cliente pues la flota disponible es la misma para todos los sub-segmentos.
20. A lo largo de la Investigación esta División pudo verificar que, dado el carácter ocasional del servicio, la marca de la empresa que presta el servicio de RAC es valorada por los clientes como señal de reputación, pues éstos buscan tener una experiencia positiva y sin contratiempo durante los días que dure el arriendo, sobre todo aquellos clientes que se encuentran disfrutando de viajes de turismo⁷, siendo la marca reconocida una garantía para ello.
21. Adicionalmente, de los antecedentes acompañados a la Investigación, se pudo constatar el impacto de la marca en el desarrollo del negocio de ADP, en cuanto [9]⁸.

b. LOP

22. El servicio de LOP tiene por objeto satisfacer la necesidad que algunos actores de diversas industrias tienen de externalizar el financiamiento, administración y mantención de su flota de vehículos.

⁶ *Sport utility vehicle.*

⁷ Declaración de [10].

⁸ Información aportada por las Partes a través de correo electrónico con fecha 9 de marzo de 2018.

23. Éstos pueden contratar flotas de diversos tipos, ya sea uniforme o variada en cuanto a marcas y modelos, con o sin requerimientos especiales de acondicionamiento⁹, y con entrega en el lugar acordado con el proveedor, según las necesidades de la empresa.
24. El administrador de la flota tiene por obligación gestionar la adquisición de la misma, su entrega al cliente, la disponibilidad de talleres y repuestos para su mantención, la gestión de seguros de accidentes, entre otras. El servicio de mantenimiento puede ser prestado tanto en talleres propios de los oferentes de LOP, como en talleres de propiedad de terceros. En algunos casos, son los propios clientes quienes cuentan con instalaciones apropiadas para montar talleres para las mantenciones¹⁰.
25. La contratación del servicio de LOP se hace, en la práctica, a través de licitaciones, cotizaciones o propuestas por parte de las empresas a clientes determinados. Éstas deben poder satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a número y características de los vehículos y acondicionamientos requeridos.

c. Comercialización mayorista de vehículos nuevos

26. Según se señaló, este mercado corresponde al mercado aguas arriba en relación a los mercados de RAC y LOP, pues los provee –indirectamente en el caso de Toyota Chile– del insumo principal¹¹.
27. Dado que la comercialización puede darse de diversas formas según el modelo de negocios que cada empresa tenga, esta División consideró pertinente centrarse en el modelo de negocios de Toyota Chile, analizar los eventuales problemas de competencia que la Operación podría traer.
28. Según se indicó, entre Toyota Motor Corporation, en Japón, y Toyota Chile, existe un contrato de distribución de vehículos, siendo éste último el único habilitado para importar

⁹ Como es el caso de la industria minera, por ejemplo, según se indica en la nota al pie N°22 de la Notificación.

¹⁰ Es el caso de [11], según se dio cuenta en la declaración del Gerente de Gerente [12], de fecha 28 de marzo de 2018.

¹¹ Respecto del mercado de la comercialización de vehículos usados, en el que participa ADP a través de CDC, esta División descartó realizar un análisis del mismo en razón de que se ha reconocido en la jurisprudencia extranjera como un mercado diferenciado del de la comercialización de vehículos nuevos. A este respecto, ver casos M.6958 y M.7747 de la Comisión Europea, en donde diferencian ambos mercados expresamente. Adicionalmente se pueden mencionar los casos M.8309 y M.6436 que, si bien no hacen la distinción expresamente en el mercado de la distribución, no consideran en su análisis los vehículos usados, centrándose únicamente en la manufactura y comercialización de vehículos nuevos.

vehículos Toyota al país. Así, Toyota Motor Corporation fabrica los vehículos y Toyota Chile los importa desde Japón, pasando luego a distribuirlos entre concesionarios minoristas, los que se encargan de vender las unidades a los clientes finales, tanto personas naturales como empresas, dentro de las cuales se incluyen empresas de RAC y LOP.

29. Este constituye el modelo de negocios que Mitsui desarrolla en la actualidad, [13]¹²⁻¹³.

B. MERCADO RELEVANTE DE PRODUCTO

30. Las Partes han identificado como mercados relevantes declarables los de RAC, LOP y comercialización mayorista de vehículos.

31. Luego de un análisis de antecedentes recabados en la Investigación, esta División llegó a la convicción de que cada uno de estos segmentos constituiría un mercado diferenciado, siendo que los mercados de RAC y LOP operan en el mismo nivel de la cadena productiva, y el de comercialización mayorista de vehículos nuevos, pertenece al segmento aguas arriba en la cadena, pues provee del insumo principal para el desarrollo de los dos primeros.

32. Dicha opinión se basa en las siguientes razones:

- a. En primer lugar, los servicios RAC y LOP apuntan a satisfacer necesidades distintas (arriendo ocasional en el caso de RAC y externalización de flota en el de LOP) y por tiempos distintos (mayor a doce meses para LOP¹⁴).
- b. En segundo lugar, la forma de contratación también difiere, existiendo en el mercado de RAC una cotización puntual por cliente que puede abarcar todos los proveedores disponibles en el momento. Adicionalmente, en este mercado el cliente puede contratar el servicio inmediatamente si así lo desea, por contraposición al servicio de LOP que, por tratarse de flotas mayores¹⁵, en

¹² Según indicó don [14], en declaración de fecha 21 de marzo de 2018.

¹³ El Gerente General de [15], en declaración ante esta Fiscalía de fecha 29 de marzo de 2018, señaló que, [16].

¹⁴ Según declaración del Gerente General de [17], de fecha 23 de marzo de 2018, el tiempo promedio de contratación es de 40 meses.

¹⁵ Según misma declaración, el número de vehículos promedio contratados es de 45 unidades.

general, se realiza una cotización o licitación completa debiendo el proveedor encargarse especialmente los vehículos para poder llegar al número requerido¹⁶.

- c. Por último, esta Fiscalía pudo constatar que la flota utilizada para el mercado de RAC es diferente de aquella destinada al servicio de LOP, a pesar de que excepcionalmente se sustituyan vehículos de un segmento a otro en casos puntuales¹⁷. En este sentido ha fallado también la jurisprudencia extranjera, según las mismas Partes lo señalaron¹⁸.

33. En específico, respecto del servicio LOP, esta División analizó la posibilidad de subsegmentar el mercado por industria que requiere el servicio, acotando su definición. Sin embargo, se llegó a la conclusión de que dicha subdivisión no se justificaría dada la evidencia de sustituibilidad de la oferta que se obtuvo a lo largo de la Investigación. En este sentido, todos los proveedores de LOP consultados a lo largo de la misma afirmaron que eran capaces de proveer a cualquier tipo de industria¹⁹⁻²⁰.

¹⁶ Según declaración del Gerente General de [18] de fecha 29 de marzo de 2018, en el caso de venta de vehículos para el mercado de LOP, la negociación es más lenta y las unidades no están en *stock*, por lo que se encargan una vez que se acuerda la venta.

¹⁷ En sus respuestas al al oficio Ord. Circ. N°0019, diversos actores lo señalaron así. Ante la preguntar por la flexibilidad en la asignación de la flota entre los servicios de RAC y LOP, [19], por ejemplo, indicó que *"[e]s poco usual y poco flexible que los vehículos dedicados al servicio de RAC sean destinados o reasignados al servicio LOP, y viceversa"*. [20], por su parte, indicó que la flota para RAC es exclusiva de esa división y no se comparte con otras. Lo mismo pasa con la flota de LOP. Sin perjuicio de eso, excepcionalmente y sólo para efectos de cumplir las exigencias de reemplazo, se reasignan temporalmente y por corto plazo vehículos de un mercado a otro. [21] señaló que es frecuente solo para el uso de vehículos en el tiempo que media entre la firma del contrato y la entrega del vehículo definitivo. La empresa [22] por su parte, indicó que *"[l]a Asignación de flota de vehículos es flexible entre los negocios de servicio de amiendo RAC y LOP, aunque generalmente en un porcentaje bajo"*. Ante la pregunta por la reasignación de flota de servicios RAC a LOP, [23] indicó que es poco frecuente. [24] señaló que no es habitual, pero puede suceder en casos específicos.

¹⁸ Notificación, p. 37.

¹⁹ Respuesta a Oficio Circ. Ord. N°0019. Del total de empresas que respondieron la pregunta *"¿Tiene la capacidad para prestar el servicio de LOP a todas las industrias que requieren de servicios o características especiales?"*, sólo 2 declinaron dar una respuesta afirmativa. Sin embargo, en lugar de negar la afirmación, indicaron que no estaba en su interés prestar servicios a industrias con requerimientos especiales y, por lo tanto, actualmente no lo hacían.

²⁰ Ello sin perjuicio de que eventualmente surjan en el futuro requerimientos accesorios a los vehículos de costos muy superiores a los existentes, haciendo improcedente que algunas empresas provean de dicho servicio de LOP a quién lo requiera.

34. Respecto del mercado de comercialización de vehículos nuevos, esta División estima que la definición exacta de mercado relevante puede quedar abierta en razón de que las conclusiones relativas a las hipótesis de riesgo analizadas no varían en ningún caso.

C. MERCADO RELEVANTE GEOGRÁFICO

35. Respecto del mercado de RAC, en términos de definición geográfica, las Partes en su Notificación han sostenido que éste tendría una dimensión nacional por tres razones: (i) la facilidad de reubicar la flota entre sucursales ante eventuales aumentos repentinos de demanda en alguna localidad; (ii) la lealtad de los principales clientes, que generalmente recurren a la misma marca, y (iii) la existencia de complementariedad y sinergias entre sucursales²¹, que se manifiesta, por ejemplo, en la posibilidad de arriendo de vehículos con servicio de *drop-off*²².

36. Cabe mencionar que esta definición de mercado relevante geográfico es consistente con la jurisprudencia internacional que, en casos similares, ha determinado que el alcance geográfico del mercado de RAC es al menos nacional, o para el caso Europeo, eventualmente podría incluir la totalidad del Espacio Económico Europeo²³.

37. Al respecto esta División opina que, aun considerando una definición de mercado relevante más acotada, a saber, cada ciudad como un mercado diferenciado, las bajas barreras a la entrada existentes en el mismo y la posibilidad de reubicar fácilmente la flota, hacen poco probable la materialización de conductas anticompetitivas. Sin perjuicio de ello, esta División estima que la definición puede quedar abierta, al no cambiar las conclusiones del análisis competitivo en ninguna hipótesis analizada.

38. Respecto del mercado de LOP, las Partes han sostenido que éste tendría una dimensión nacional pues el servicio se ofrece con independencia de la ubicación de la empresa que lo solicita, existiendo siempre la posibilidad de contratar servicios de talleres externos ubicados a lo largo del país, así como también la facilidad de movilizar vehículos para ser entregados donde los clientes lo requieran, lo cual reduce la dependencia geográfica de los oferentes.

39. Esta División coincide con las Partes en que el ámbito geográfico del mercado de LOP sería nacional.

²¹ Notificación, p. 32.

²² Esto es, el arriendo de vehículos en una sucursal determinada, que luego es devuelto en otra.

²³ Ver casos: M.8309, M.6333 y M.5568 de la Comisión Europea.

40. Por último, la definición relativa al mercado de comercialización mayorista de vehículos nuevos puede quedar abierta por no cambiar el análisis de competencia en cualquier hipótesis plausible.

III. PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS RELEVANTES

41. Los datos recopilados a lo largo de la Investigación indican que las siguientes son las participaciones de mercado actuales en los mercados de RAC, LOP y comercialización mayorista de vehículos nuevos, respectivamente:

Tabla 1: Participaciones de mercado en RAC a nivel nacional²⁴

Empresa	Ventas netas de IVA año 2017 (en pesos)	Días de arriendo 2017	Participación de mercado en valor de ventas	Participación de mercado en días anuales de arriendo		
ADP	[25]	[25]	[25-30%]	[25-30%]		
Grand Leasing			[0-1%]	[0-1%]		
Econorent			[20-25%]	[15-20%]		
Avis			[5-10%]	[5-10%]		
Alamo			[1-5%]	[1-5%]		
West Rent a Car			[1-5%]	[1-5%]		
Europcar			[20-25%]	[25-30%]		
Gama Leasing			[1-5%]	[1-5%]		
Rosselot			[5-10%]	[1-5%]		
Sixt Rent a Car			[1-5%]	[1-5%]		
Seelman Rent a Car			[0-1%]	[0-1%]		
Euro Rent a Car			[1-5%]	[1-5%]		
Chilean rent a car			[5-10%]	[5-10%]		
Charriot			[0-1%]	[0-1%]		
Salfa Rent			[0-1%]	[0-1%]		
Total Mercado					100%	100%

* Valores estimados.

Fuente: cálculos FNE en base a información aportada por las Partes y terceros.

42. Como puede apreciarse, la participación de mercado de ADP es de [25-30%]²⁵ y [25-30%]²⁶, por valor y días anuales de arriendo, respectivamente, siendo el principal actor en el mercado.

²⁴ Incluye empresas que cuenta con presencia en más de una ciudad.

²⁵ [26]

²⁶ [27]

43. En el caso del mercado de LOP, como se puede apreciar en la Tabla 2 siguiente, la participación se mantiene dentro de los mismos márgenes.

Tabla 2: participaciones de mercado en LOP a nivel nacional.

Empresa	Ventas netas de IVA año 2017 (en pesos)	Flota	% Mercado valor	% Mercado flota	
ADP	[28]		[25-30%]	[20-25%]	
Rentaequipos Leasing			[15-20%]	[10-15%]	
West Rent a Car			[1-5%]	[1-5%]	
Gama Leasing			7.8%	9.8%	
Grand Leasing			[1-5%]	[1-5%]	
Avis			[1-5%]	[1-5%]	
ALD Automotive			[1-5%]	[1-5%]	
Charriot			[1-5%]	[1-5%]	
Sixt Rent a Car			[0-1%]	[0-1%]	
Piamonte			[1-5%]	[1-5%]	
Alamo			[0-1%]	[0-1%]	
Europcar			[15-20%]	[15-20%]	
Econorent			[1-5%]	[1-5%]	
Salfa Rent			[10-15%]	[15-20%]	
Euro Rent a Car			[0-1%]	[0-1%]	
Total Mercado				100%	100%

* Valores estimados.

Fuente: cálculos FNE en base a información aportada por las Partes y terceros.

44. Esta División, según ya se indicó, pudo constatar a lo largo de la Investigación que, en general, todas las empresas de RAC y LOP, independientemente de su participación, pueden prestar servicios a todas las industrias, aun si los clientes exigen acondicionamientos especiales de vehículos²⁷. En este sentido, todas se perciben como competidores actuales o potenciales.

45. A mayor abundamiento, aun en la hipótesis más restringida posible, la participación de ADP no aumentaría significativamente²⁸.

46. En el mercado de comercialización mayoristas de vehículos nuevos, Toyota Chile tiene una participación del 8,1% y 7,53% según valor de ventas y número de vehículos vendidos respectivamente, existiendo numerosos actores adicionales en el mercado que proveen de vehículos similares.

²⁷ Respuestas a Oficio Circ. Ord. N°0019 de fecha 14 de marzo de 2018.

²⁸ Considerando la hipótesis más reducida posible, en virtud de la capacidad de satisfacer la demanda de uno de los demandantes de flota más relevantes en número y con altas especificidades técnicas, dicho declarante señaló que ADP, Europcar, RELSA, Salfa Rent, Gama Leasing, Econorent, Gran Leasing y Avis eran aptas. En tal supuesto ADP alcanzaría para el año 2017 [20-30%] en tamaño de flota y [25-35%] en valor de ventas. [29].

47. A su vez, la baja participación y presencia de múltiples actores, resulta indicativo de la ausencia de poder de mercado de Toyota Chile.

Tabla 3: participaciones de mercado en comercialización mayorista de vehículos nuevos a nivel nacional, en términos de ingresos por ventas.

Comercializadora	Valor de ventas (USD)	Vehículos vendidos	Participación de mercado en valor de ventas	Participación de mercado en vehículos vendidos
Derco	670,582,903	76,011	15.40%	20.61%
SK Bergé	525,634,815	42,585	12.10%	11.55%
Indumotora	429,259,564	39,716	9.90%	10.77%
Gildemeister	426,087,228	39,413	9.80%	10.69%
Nissan Chile	365,380,779	34,327	8.40%	9.31%
Toyota Chile	353,466,047	27,753	8.10%	7.53%
General Motors Company Chile	332,456,669	27,675	7.70%	7.50%
Ford Motor Company Chile	301,073,378	25,586	6.90%	6.94%
PSA Peugeot-Citroën	296,042,727	17,583	6.80%	4.77%
Porsche Chile	200,721,756	14,979	4.60%	4.06%
Kaufmann	173,193,101	7,002	4.00%	1.90%
Ditec Automóviles	92,450,758	4,237	2.10%	1.15%
Williamson Balfour Motors	85,097,311	3,506	2.00%	0.95%
Honda Motor de Chile	56,097,429	3,346	1.30%	0.91%
Cidef	23,502,445	3,115	0.50%	0.84%
Maco	9,856,896	1,892	0.20%	0.51%
Otros	374,303	58	0.00%	0.02%
Total	4,341,278,107	368,784	100.00%	100.00%

Fuente: Notificación, elaborada en base a datos ANAC

IV. ANÁLISIS DE RIESGOS PARA LA COMPETENCIA

48. De los antecedentes aportados a la Investigación, esta División descartó eventuales riesgos de carácter horizontal en razón de la Operación dada la inexistencia de concentración en este nivel.

49. Respecto a eventuales riesgos de carácter vertical, se pudo constatar algunas hipótesis plausibles de riesgo, según se indica a continuación.

50. La primera de ellas, consiste en un eventual cierre de insumos o aumento de precio por parte de Toyota Chile a empresas proveedoras de servicios de RAC y LOP distintas de ADP²⁹.

²⁹ El análisis de la hipótesis planteada abarca tanto el caso de que los concesionarios sigan siendo parte del modelo de negocios de Toyota Chile, como aquel en que éstos son excluidos.

51. Esta hipótesis ha sido descartada en la razón de los siguientes argumentos:

- a. Toyota Chile no tiene actualmente la habilidad para llevar adelante un cierre de insumos o aumento de precios pues, si bien los vehículos motorizados livianos son un insumo esencial para el desarrollo de los servicios de RAC y LOP, la marca Toyota no lo es, dado que las empresas que actúan en estos mercados tienen flotas diversificadas en marcas y modelos, pudiendo recurrir a otros proveedores de vehículos. Así, las empresas de RAC y LOP podrían seguir operando competitivamente en el mercado sin vehículos marca Toyota, pues otras marcas ofrecen alternativas de vehículos similares en características.

Adicionalmente, la participación de mercado de Toyota Chile, sumado a la presencia de importantes competidores, y la necesidad de las empresas RAC y LOP de contar con una flota que incluya vehículos de diversas marcas, dificulta la posibilidad de que la misma posea poder de mercado suficiente para ser capaz de cerrar el mercado o afectar consumidores con alzas de precio.

- b. No habiendo capacidad, no resulta necesario analizar el incentivo de Toyota Chile referente a un cierre de insumos o aumento de precio de los mismos a los competidores de ADP. Sin perjuicio de ello, se debe hacer presente que, en dicho supuesto, Mitsui, como propietaria del 100% de Toyota Chile, asumiría el 100% de la pérdida que implicaría incurrir en la conducta –correspondiente al desvío de clientes hacia otros proveedores de vehículos nuevos–, y tan solo sería capaz de recuperar el [30] de las ganancias generadas en el mercado aguas abajo, representativo de su participación en Mitta, propietaria de ADP.

52. La segunda hipótesis de riesgo analizada, viene dada por la posibilidad de que ADP se abastezca únicamente de vehículos Toyota, materializándose con ello un eventual cierre de clientes. Esta División considera esta hipótesis poco plausible pues no existe habilidad para ello. A su respecto, es importante mencionar que existe una multitud de demandantes de vehículos en el mercado, siendo que las empresas de RAC y LOP en general y ADP en particular, representan una proporción muy menor del total de la demanda de automóviles nuevos en Chile³⁰ y carecen de una participación relevante en el los mercados aguas debajo de RAC y LOP.

³⁰ A mayor abundamiento, resulta poco probable que ADP incurra en dicha conducta, pues perdería competitividad en el mercado de RAC y LOP al limitar su flota sólo a vehículos marca Toyota. Esta División pudo constatar que es característico de ambos mercados que el proveedor ofrezca una flota diversa, pues cada cliente presenta necesidades o gustos diferentes. En el caso de LOP, por ejemplo, es el mismo cliente quien

53. En consecuencia, dada la falta de habilidad para desarrollar una estrategia de negativa de ventas de vehículos marca Toyota por parte de Toyota Chile o desmejoramiento de condiciones comerciales de venta a competidores de ADP o bien, cierre de clientes por parte de esta última, es posible descartar que la Operación tenga la aptitud para reducir sustancialmente la competencia en los mercados relevantes definidos.

V. CONCLUSIONES

19. La Operación no genera una concentración horizontal y las relaciones verticales que surgen no generan una posición para ninguna de las Partes que les permita u otorgue la habilidad para desarrollar conductas anticompetitivas en los mercados analizados, por lo que esta División ha llegado a la conclusión de que la misma no resulta apta para reducir sustancialmente la competencia. Por tanto, en atención a los antecedentes y al análisis realizado, se recomienda la aprobación de la Operación en forma pura y simple, salvo el mejor parecer del señor Fiscal.

Saluda atentamente a usted,

Por orden del Fiscal Nacional Económico


FELIPE CERDA BECKER
JEFA DIVISIÓN DE FUSIONES


DFR

solicita a la empresa proveedora del servicio participar en licitaciones con distintas marcas y modelos que se ajusten a sus requerimientos.