

ANT.: Adquisición de control en Comercializadora Ditec Automóviles S.A. por parte de Índigo Chile Holdings SpA.
Rol N° F296-2021 FNE.

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 31 de enero de 2022.

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)

DE : JEFE DE DIVISIÓN DE FUSIONES (S)

De conformidad a lo dispuesto en el Título IV del Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211 del año 1973 y sus modificaciones posteriores (“**DL 211**”), esta División de Fusiones (“**División**”) de la Fiscalía Nacional Económica (“**FNE**” o “**Fiscalía**”) presenta a usted el siguiente informe (“**Informe**”) relativo a la operación de concentración del antecedente (“**Operación**”), recomendando la aprobación de la misma en forma pura y simple, por los motivos que se exponen a continuación.

I. ANTECEDENTES

1. Mediante presentación de fecha 3 de diciembre de 2021, ingreso correlativo N°17.328-2021 (“**Notificación**”), Índigo Chile Holdings SpA (“**Índigo Chile**” o el “**Comprador**”) por una parte y, por la otra, Inversiones Le Havre Limitada (“**Le Havre**”), Inversiones El Roquerío SpA (“**El Roquerío**”), Inversiones Río Estela S.A. (“**Río Estela**”) e Inmobiliaria Ciudad S.A. (“**Inmobiliaria Ciudad**”, en conjunto con Le Havre, El Roquerío y Río Estela, los “**Vendedores**” y, todos ellos, en conjunto con el Comprador, “**Partes**”), notificaron a esta Fiscalía la Operación, por la cual el Comprador adquiriría de los Vendedores control sobre Comercializadora Ditec Automóviles S.A. (“**Ditec**”) e indirectamente, su filial Comercial Automóviles Raúl Labbé S.A. (“**Comercial Raúl Labbé**”¹, y en conjunto con Ditec, las “**Entidades Objeto**”).
2. Con fecha 20 de diciembre de 2021 la Fiscalía ordenó el inicio de la investigación bajo el Rol FNE F296-2021 (“**Investigación**”).
3. El Comprador forma parte del grupo empresarial británico de Inchcape plc (“**Grupo Inchcape**”). En Chile, éste participa en la importación y comercialización mayorista y minorista de vehículos, motocicletas y partes o repuestos de las marcas BMW, Mini,

¹ Ditec es titular del 99% de las acciones de Comercial Raúl Labbé.

Rolls Royce y Subaru². Además, presta servicios de *post venta* para ellas³ y comercializa vehículos usados⁴. Los Vendedores, por su parte, operan en Chile sociedades de inversión que no ofrecen bienes o servicios, además de participar del giro inmobiliario⁵⁻⁶. Finalmente, Ditec participa en la importación, comercialización mayorista y minorista de vehículos de pasajeros y SUVs de las marcas Volvo, Jaguar, Land Rover y Porsche⁷, así también como de partes o repuestos para vehículos de dichas marcas⁸. Comercial Raúl Labbé participa en el segmento de comercialización minorista de vehículos usados de diversas marcas⁹.

4. La Operación tiene por objeto que Índigo Chile adquiera el 70% de las acciones de Ditec de parte de los Vendedores, sujeto al cumplimiento de diversas condiciones¹⁰. Esta División evaluó que dicho porcentaje accionario permitirá al Comprador influir decisivamente en la administración de las Entidades Objeto¹¹, por lo que la Operación corresponde a aquellas descritas en la letra b) del artículo 47 del DL 211.

II. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

5. En términos generales, en la industria automotriz interactúan los siguientes segmentos: (i) la fabricación y comercialización de vehículos; (ii) la importación y distribución mayorista de vehículos; (iii) la comercialización minorista de vehículos; (iv) la comercialización de partes y repuestos; y (v) la prestación de servicios de

² El Grupo Inchcape tiene acuerdos con ciertos fabricantes que le permiten importar, distribuir y comercializar vehículos de pasajeros y SUVs (*sport utility vehicle*) de las marcas "Subaru", "BMW", "Mini" y "Rolls Royce" en el canal mayorista de Chile. En virtud de dichos acuerdos, es distribuidor [REDACTED] de las marcas "Subaru", así como importador [REDACTED] de las marcas "BMW", "Mini" y "Rolls Royce". En la Notificación, el Comprador manifiesta que, según su entender, igualmente es el único agente económico que comercializa vehículos de pasajeros y SUVs de dichas marcas en el canal mayorista de nuestro país. Asimismo, el Grupo Inchcape comercializa vehículos en el canal mayorista de Chile (i) a algunas de sus filiales que están integradas aguas abajo en la comercialización minorista de vehículos de pasajeros y SUVs (Inchcape Comercial y Williamson Balfour) y (ii) a su red de concesionarios externos a lo largo de Chile. Notificación, p. 20.

³ Notificación, p. 5. Asimismo, cabe señalar que, en Chile, el Grupo Inchcape tiene actividades a través de las sociedades Hino Chile S.A., Inchcape Camiones y Buses S.A., Inchcape Automotriz Chile S.A., Inchcape Comercial Chile S.A., Williamson Balfour Motors SpA, Universal Motors SpA y Mobility Services Chile SpA. Notificación, p. 10.

⁴ Mediante sus filiales Inchcape Comercial y Universal Motors. Notificación, p. 21.

⁵ En cuanto a los Vendedores: (i) Le Havre, El Roquerío y Río Estela son sociedades de inversión que no ofrecen bienes o servicios; e (ii) Inmobiliaria Ciudad es una sociedad de giro inmobiliario que es dueña de un inmueble ubicado en la comuna y ciudad de [REDACTED] y arrendataria con opción de compra de dos inmuebles ubicados en la comuna de [REDACTED].

⁶ Cabe señalar que los Vendedores cuentan con actividades en el extranjero no incluidas en la Operación. [1]

⁷ Cuyo controlador final es don Juan Sebastián de Cárcer Prado, a través de Le Havre. La entidad objeto es importadora y distribuidora mayorista [REDACTED] de las marcas 'Volvo', 'Jaguar', 'Land Rover' y 'Porsche' en Chile. Notificación, p. 20-21.

⁸ Asimismo, participa de la comercialización minorista de vehículos de pasajeros y SUVs y en la prestación de servicios técnicos y/o de *post venta* para los vehículos de todas ellas. Notificación, p. 16-17. Los servicios técnicos y/o de *post venta* consisten básicamente en mantenciones de rutina, trabajos esporádicos según las necesidades de cada cliente y servicios de desabolladura y pintura solo a los vehículos de las marcas que comercializa. Asimismo, Ditec posee una pequeña flota de vehículos de sus marcas que ofrece en arriendo a sus clientes cuando dejan sus vehículos en servicio técnico y/o desabolladura y pintura.

⁹ Notificación, p. 17, 21 y 22.

¹⁰ Notificación, p. 5. Cabe hacer presente además que, conforme con el Pacto de Accionistas las Partes [2].

¹¹ Notificación, p. 12. El análisis realizado por esta División al Pacto de Accionistas concuerda con esta apreciación, ya que el Comprador podrá [3]. Si bien dicho Pacto contempla quórums especiales para ciertas votaciones, se aprecia que ellos son los que habitualmente se incluyen en este tipo de contratos para la protección de inversiones minoritarias o pasivas y no afectan la influencia decisiva del Comprador sobre Ditec. Por ejemplo, [4].

postventa¹². Dado que las Partes operan en los últimos cuatro segmentos, el análisis se centrará en ellos.

6. Una característica relevante de la industria automotriz son las cadenas de suministro "autorizadas por el fabricante", conectadas verticalmente y organizadas en torno a las marcas de los fabricantes de automóviles. En Chile, los fabricantes de vehículos comercializan sus productos a nivel mayorista a través de sus filiales o de terceros importadores con los que celebran un contrato de distribución. Éstos se encargan de realizar la importación de los vehículos –toda vez que en Chile no hay fabricación– y poseen la representación del fabricante¹³.
7. En los acuerdos de distribución celebrados entre fabricantes e importadores se regulan diversos aspectos de la relación entre estos, influyendo así los fabricantes en la organización del negocio en Chile a través de la determinación de estándares de calidad y estableciendo a los importadores obligaciones de reporte de información estratégica, entre otras¹⁴. Sin embargo, los importadores determinan ciertas variables competitivas relativos a la elección de la red de concesionarios y en la gestión del

¹² Notificación, p. 17. e Informe de aprobación con medidas de mitigación "Fusión entre Fiat Chrysler Automobiles N.V. y Peugeot S.A.", Rol FNE F233-2020 ("Informe Fiat/Peugeot"), p. 9.

¹³ La elección de un determinado fabricante de distribuir sus productos por medio de una filial o por un tercero depende, entre otras cosas, de las ventas que dicho fabricante tenga en un determinado país. Así, mientras mayor sea la presencia en el país de una marca, mayor será la posibilidad que dicho fabricante opte por distribuir mediante una filial. Véase Informe de aprobación "Adquisición de Bergé Automoción, S.L.U por Mitsubishi Corporation". Rol FNE F226-19 ("Informe de Aprobación Bergé/Mitsubishi"), p.5.¹⁴ En términos generales, se observa que en tales contratos

Lo señalado, conforme se puede apreciar de los contratos tenidos a la vista en la presente investigación, de los fabricantes

Por lo general, en dichos acuerdos

En ese sentido, véase Informe Fiat/Peugeot, p. 14, como también declaración de don Javier Gasson, Gerente de vehículos livianos de Inchcape Automotriz Chile, de fecha 28 de diciembre 2021.

¹⁴ En términos generales, se observa que en tales contratos

Lo señalado, conforme se puede apreciar de los contratos tenidos a la vista en la presente investigación, de los fabricantes

Por lo general, en dichos acuerdos

En ese sentido, véase Informe Fiat/Peugeot, p. 14, como también declaración de don Javier Gasson, Gerente de vehículos livianos de Inchcape Automotriz Chile, de fecha 28 de diciembre 2021.

stock. Además, importadores son los distribuidores los autorizados para comercializar repuestos y partes genuinos, junto con otros servicios mayoristas de financiamiento, garantías extendidas y seguros.

8. Por otra parte, en el segmento mayorista se distribuyen los vehículos nuevos principalmente a los comercializadores minoristas (concesionarios). En algunos casos, los importadores e incluso los fabricantes¹⁵ comercializan directamente a clientes finales que adquieren flotas de vehículos, tales como empresas de *leasing* operativo y *rent a car*, y/o instituciones gubernamentales¹⁶.
9. Con respecto al segmento de importación y distribución mayorista de vehículos, esta Fiscalía previamente ha considerado entre las alternativas plausibles la segmentación en la importación y distribución mayorista de: (i) vehículos de pasajeros; (ii) SUVs (*sports utility vehicles*); (iii) camionetas; y (iv) vehículos comerciales, reconociendo igualmente la existencia de presión competitiva y puntos de contactos entre categorías¹⁷. Las Partes también adoptan esta segmentación y señalan que sus actividades coinciden únicamente en los segmentos de importación y distribución mayorista de vehículos de pasajeros y de SUVs¹⁸.
10. En cuanto a esta clasificación es relevante destacar que, respecto a las marcas comercializadas por las Partes, algunos actores del mercado indicaron que éstas corresponderían a una categoría en sí misma, de vehículos de lujo¹⁹. Sin embargo, los documentos internos de las Partes o de otros actores del mercado, acompañados a la Investigación, no incorporan dicha segmentación en sus planes comerciales²⁰.
11. Si bien la información sobre si esta subcategoría pudiese constituir o no un mercado relevante de producto, y los antecedentes recabados es ambigua, considerando a modo ilustrativo que la jurisprudencia comparada, sin adoptar una definición de mercado relevante, ha señalado a los vehículos de lujo como un mercado relevante de producto plausible²¹. En atención a lo anterior y para efectos de realizar un análisis

¹⁵ Informe de Aprobación “Adquisición de control de Grupo Coseche por parte de Inversiones GAC S.A.”, Rol FNE F200-19 (“Informe de Aprobación GAC/Coseche”)

¹⁶ Véase Informe de Aprobación Bergé/Mitsubishi, p. 5. e Informe de aprobación “Adquisición de control por parte de Mitsui & Co. Ltd. en Inversiones Mitta SpA.” Rol FNE F188-2021 (“Informe de Aprobación Mitsui/Mitta”), pp. 2-3.

¹⁷ Véanse al respecto Informe de Aprobación Mitsui/Mitta, p.3, Informe de Aprobación Bergé/Mitsubishi, pp. 7-8 e Informe Fiat/Peugeot, p.24.

¹⁸ Notificación, p. 19.

¹⁹ Respuestas de Comercial Kaufmann S.A., General Motors Chile Industria Automotriz Ltda., Citroën Chile SpA y Automotores Gildemeister a Of. Circ. Ord. N° 72-2021.

²⁰ Respuestas de Comercial Kaufmann S.A. y General Motos Chile Industria Automotriz Ltda. y Nissan Chile SpA a Of. Circ. Ord. N° 72-2021. Véase declaraciones de don Pablo Ripetti, gerente general de Salazar Israel, con fecha de 7 de enero de 2022 y de don Javier Gasson, Gerente de vehículos livianos de Inchcape Automotriz Chile, de fecha 28 de diciembre 2021.

²¹ En efecto, a jurisprudencia de la Comisión Europea (“CE”), si bien ha dejado la definición de mercado relevante de producto abierta, ha planteado como plausible una segmentación aún más estricta, considerando las siguientes categorías: (i) mini vehículos; (ii) vehículos pequeños; (iii) vehículos medianos; (iv) vehículos grandes; (v) vehículos ejecutivos; (vi) vehículos de lujo; (vii) vehículos deportivos; (viii) vehículos polivalentes; y (ix) vehículos utilitarios deportivos (incluidos los vehículos todoterreno). Al respecto, se pueden citar los casos M.8099 Nissan/Mitsubishi, M.8744 Daimler/BMW/Car Sharing JV, Comp/M.5518 Fiat/Chrysler, Comp/M.1452 Ford/Volvo y Comp/M.2832 General Motors/Daewoo Motors. Sin perjuicio de lo anterior, la CE ha señalado que los límites entre los distintos tipos de vehículos no son siempre claros, más allá del tamaño. Las categorías de vehículos también incluyen una gran cantidad de modelos, los cuales pueden subdividirse según otros criterios, tales como el precio, el rendimiento del motor y la cantidad de equipos adicionales. Véase caso de Comisión Europea M.5250 Porsche/Volkswagen.

conservador –esto es, un análisis que maximice la probabilidad de riesgos de perfeccionarse la Operación–, esta División evaluó los eventuales efectos de la Operación para la libre competencia considerando esta segmentación como tal²². En particular, se segmentó considerando un valor de precio lista por vehículo de \$40 millones, tomando como referencia la discusión en el Congreso Nacional del proyecto de ley que busca reducir o eliminar exenciones tributarias²³.

12. En cuanto a la dimensión geográfica, las Partes consideran una definición del mercado a nivel nacional²⁴. En el mismo sentido, precedentes de la Fiscalía han determinado un alcance nacional para la comercialización mayorista de vehículos livianos y medianos nuevos²⁵, lo cual fue confirmado en la Investigación.
13. Con relación a la comercialización minorista de vehículos, ésta suele ser segmentada en la industria entre la comercialización minorista de vehículos nuevos y usados²⁶, y a su vez, ambas categorías se segmentan en: (i) vehículos de pasajeros; (ii) SUVs; (iii) camionetas; y (iv) vehículos comerciales²⁷.
14. En cuanto a la comercialización minorista de vehículos livianos y medianos nuevos, ésta está a cargo de los concesionarios y la relación entre importador y concesionario se materializa mediante la celebración de un contrato de concesión, en virtud del cual se le asigna al segundo una determinada área geográfica para una marca determinada, entre otras condiciones competitivas²⁸. Los precios lista al consumidor son sugeridos por los importadores –con cierto nivel de injerencia por parte del fabricante– a los concesionarios²⁹.
15. Respecto de la definición del mercado relevante de producto y geográfico, las Partes coinciden con el enfoque adoptado en análisis previos de esta Fiscalía, así como los

²² Aquél fue considerado un mercado de producto plausible por la Comisión Europea en el caso CE M.5250 Porsche/Volkswagen.

²³ Boletín N° 14.763-05. Ver Indicación de la Secretaría General de la Presidencia presentada ante el Senado, N° 439-369, de fecha 18 de enero de 2022, artículo 9° (sobre “impuesto al lujo”).

²⁴ Notificación, p.20.

²⁵ Informe de Aprobación Bergé/Mitsubishi, p.8. e Informe Informe Fiat/Peugeot, p.36.

²⁶ La comercialización de vehículos usados –según ha reconocido esta Fiscalía y la jurisprudencia extranjera – tendrían diferencias relevantes respecto de la comercialización de vehículos nuevos. Véanse Informe Fiat/Peugeot, p. 22 e Informe de Aprobación GAC/Coseche, p.4., y Comisión Europea, casos M.6958 Cd&R/ We Buy Any Car y M.7747 PGA/MSA, en donde diferencian ambos mercados expresamente. Adicionalmente, se pueden mencionar los casos de la Comisión Europea M.8309 Volvo Car Corporation /First Rent A Car y M.6436 Volkswagen Financial Services/D'ieteren/Volkswagen D'ieteren Finance JV 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.

²⁷ Véanse informes publicados por ANAC, disponibles en <<https://www.anac.cl/category/estudio-de-mercado/>> [última visita 24 de enero de 2021] y por Cavem, disponibles en <https://www.cavem.cl/informes_mercado> [última visita 24 de enero de 2021]. Véase también Informe de Aprobación GAC/Coseche, p.4.

²⁸ Véanse Informe de Aprobación GAC/Coseche, p.6. y ACCC, New Car Retailing Industry, p. 24. Disponible en: <https://www.accc.gov.au/system/files/New%20car%20retailing%20industry%20final%20report_0.pdf> [última visita: 24 de enero de 2022]. En la misma línea, véase declaración de don José Luis Acuña, gerente de administración y finanzas de Comercializadora Ditec Automóviles S.A., de fecha 29 de diciembre de 2021.

²⁹ Quiénes normalmente ofrecen un descuento al consumidor final, en función del margen que pretenden obtener, determinando, de este modo, el precio final. Véanse respuestas de Cidef, Citroën Chile SpA, Dercos SpA, Tattersall Automotriz S.A., Kaufmann S.A., Kia Chile SpA, Grupo Automotriz Cordillera, Automotores Franco Chilena S.A. y Automotores Gildemeister SpA a Oficio Circ. Ord. N° 72-2021.

antecedentes recabados en la presente Investigación³⁰, respecto del alcance nacional. De todas maneras, siguiendo un criterio conservador, y tal como se hizo respecto de la comercialización mayorista, respecto de la comercialización de vehículos livianos y medianos nuevos se analizaron los posibles efectos sobre el subsegmento de vehículos de lujo, por ser el escenario que maximiza los eventuales riesgos de la Operación.

16. Por último, en cuanto a los segmentos de comercialización minorista de vehículos livianos y medianos usados, así también como en el de comercialización de partes y repuestos para vehículos livianos y medianos y la prestación de servicios de postventa, no resulta necesario un análisis en detalle de los efectos de la Operación en dichos segmentos, y resulta posible ex ante descartar que se puedan generar riesgos para libre competencia con ocasión de la Operación³¹⁻³²⁻³³.
17. En la comercialización de vehículos usados, se trata de un mercado muy atomizado, en que se observa la participación de una importante cantidad de oferentes en el mercado³⁴, por lo que operación de concentración no genera en el mercado una posición que permitiera a las Partes la realización de prácticas anticompetitivas³⁵. Respecto de la comercialización de partes y repuestos y la provisión de servicios de postventa, se observa que las marcas de vehículos utilizan repuestos y partes, así como requieren de servicios de post venta específicos para cada una de ellas, por lo

³⁰ Notificación, pp. 19-20. También véanse Informe de Aprobación Bergé/Mitsubishi, pp. 8-9 e Informe de Aprobación GAC/Coseche, pp. 14-15, así como la declaración de don José Luis Acuña, gerente de administración y finanzas de Comercializadora Ditec Automóviles S.A., de fecha 29 de diciembre de 2021.

³¹ Respecto de partes y repuestos ver Notificación, p. 18, donde se señala que: "los productos [de partes y repuestos] comercializados por el Grupo Inchcape y las Entidades Objeto no son sustitutos, toda vez que son productos únicamente compatibles con los vehículos de sus respectivas marcas (i.e. se trata de partes y repuestos diseñados especialmente para cada vehículo de la respectiva marca)." Adicionalmente, especifican: "Para el caso que las partes o repuestos con los que trabaja el Grupo Inchcape y las Entidades Objeto pudiesen eventualmente utilizarse en vehículos de otras marcas, le hacemos presente que ni el Grupo Inchcape ni las Entidades Objeto comercializan estos productos a terceros, si no que únicamente están destinados a la prestación de servicios de postventa a los vehículos de sus marcas".

Véase también declaraciones de don José Luis Acuña, gerente de administración y finanzas de Comercializadora Ditec Automóviles S.A., de fecha 29 de diciembre de 2021 y de don Pablo Ripetti, gerente general de Salazar Israel, con fecha de 7 de enero de 2022.

³² Respecto de los servicios de post venta, ellos son proporcionados principalmente por talleres autorizados por el fabricante de vehículo; cadenas especializadas en la reparación y mantenimiento; y talleres independientes. Véase Informe de Aprobación GAC/Coseche, p. 11.

Notificación, p.18. Adicionalmente, ahí se señala que



³³ Adicionalmente, debido a que la venta de partes y repuestos y la provisión de servicios de postventa corresponden a productos secundarios que únicamente son adquiridos después de haber sido obtenidos de otro producto relacionado al primario, éstos podrían ser definidos como parte de un mismo mercado de la comercialización de vehículos. En particular en este caso, podría haber competencia entre distintos concesionarios de una misma marca, pero no entre concesionarios de distintas marcas como es el presente caso. Véase borrador de Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales, de mayo de 2021, disponible en <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> [última visita 28 de enero de 2022].

³⁴ Entre los que se encuentran (i) las automotoras independientes especializadas en la venta de vehículos usados; (ii) los concesionarios o distribuidores de marcas de automóviles; (iii) las casas de remate; y (iv) las personas naturales.

³⁵ Específicamente, Grupo Inchcape alcanzaría una participación de [redacted] y Ditec de [redacted]%. Calculo con información de "Informe del Mercado Automotor Diciembre 2021", elaborado por ANAC. Disponible en <https://www.anac.cl/wp-content/uploads/2022/01/12-ANAC-Mercado-Automotor-Diciembre-2021.pdf> > [última visita: 19 de enero de 2022] "Informe del Mercado Automotor ANAC".

que no se observa traslape entre ellas en dichos mercados, y la Operación no produce efectos en este segmento.

III. ANÁLISIS COMPETITIVO

18. El segmento de importación y distribución mayorista de vehículos cuenta con la participación de múltiples oferentes además de las Partes. Entre ellos es posible mencionar a Nissan Chile Spa, Toyota Chile S.A., Citroën Chile SpA, Comercial Kaufmann S.A., Tattersall Automotriz S.A., Kia Chile SpA, Honda Motor de Chile S.A., Automotores Gildemeister SpA, General Motors Chile Industria Automotriz Ltda., SKBergé S.A., entre otros. En particular, se comercializan más de 57 marcas distintas de vehículos livianos y medianos, de las cuales 32 y 45 comercializan vehículos de pasajeros y SUVs, respectivamente³⁶. Adicionalmente, las distintas marcas de vehículos son comercializadas por empresas de concesionarios, de las cuales sólo en la zona central del país ya es posible encontrar al menos a 20 empresas distintas e independientes de los importadores³⁷.
19. Como fue señalado en la sección de Industria y Mercado Relevante, para el presente análisis se ha optado por evaluar el escenario que maximiza los eventuales riesgos que podría suponer la materialización de la Operación. En ese sentido se analizará el segmento de vehículos de lujo, definido como el segmento de vehículos de valor lista superior a los \$40 millones, tomando como referencia la discusión en el Congreso Nacional del proyecto de ley que busca reducir o eliminar exenciones tributarias³⁸. Esta referencia es igualmente conservadora, puesto que considerar umbrales más altos para definir un vehículo como “de lujo” sólo llevaría a diluir la presencia y el tamaño relativo de la entidad resultante de la Operación.
20. Además, las Partes también comercializan vehículos de un valor inferior a los \$40 millones, por lo que cabe señalar que en el segmento de vehículos livianos y medianos las Partes también traslaparían sus actividades. Pero de acuerdo a los antecedentes de la Investigación, ni en vehículos de pasajeros ni en SUVs las participaciones conjuntas superarían el **[5]%**³⁹. A mayor abundamiento, agregando ambas categorías de lujo y no lujo, las Partes no superarían el **[6]%** en el segmento

³⁶ Véase “Informe del Mercado Automotor Diciembre 2021”, elaborado por ANAC. Disponible en < <https://www.anac.cl/wp-content/uploads/2022/01/12-ANAC-Mercado-Automotor-Diciembre-2021.pdf> > [última visita: 19 de enero de 2022] “Informe del Mercado Automotor ANAC”.

³⁷ Por ejemplo, OLX Autos, Automotriz Petersen, Automotriz Las Condes, entre otros. Lo anterior según revisión de socios de Cavem, los cuales pueden revisarse en <https://www.cavem.cl/socios> [última visita: 28 de enero de 2021].

³⁸ Boletín N° 14.763-05. Ver Indicación de la Secretaría General de la Presidencia presentada ante el Senado, N° 439-369, de fecha 18 de enero de 2022, artículo 9 (sobre “impuesto al lujo”).

³⁹ Específicamente, respecto de los vehículos comerciales y livianos distintos a aquellos de lujo, en el segmento de pasajeros el Grupo Inchcape alcanzaría una participación de **[8]%**, mientras que Ditec de **[9]%** y en el segmento de SUVs el Grupo Inchcape alcanzaría una participación de **[10]%**, mientras que Ditec de **[11]%**. Para calcular estas participaciones, se utilizaron datos de Anac, de venta de vehículos livianos y medianos por marca, modelo, versión, segmento, subsegmento y año. Se contó con esta información para los años 2009 a 2020, pero se utilizó únicamente la información de 2019, en vista de que el año 2020 un año particularmente irregular para la industria automotriz debido a la crisis sanitaria global producida por el COVID-19. La crisis sanitaria motivó la declaración de Estado de Excepción Constitucional de Catástrofe, por Calamidad Pública en todo el territorio nacional por 90 días mediante Decreto N° 104 de fecha 18 de marzo de 2020 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, prolongándose por otros 90 días más mediante Decreto N° 269 de fecha 16 de junio de 2020 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública.

de pasajeros, ni el [7]% en el segmento de SUVs⁴⁰. En efecto, la variación de la concentración, medida de acuerdo al índice de Herfindahl Hirschmann (“IHH”) sólo alcanzaría a 4, muy por debajo de lo que la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración de 2012 establece como riesgoso.

21. A continuación, se presentan las participaciones –medidas como el número de vehículos vendidos al cliente final– correspondientes al segmento de vehículos de lujo en las categorías de vehículos de pasajeros y de SUVs⁴¹.

Tabla 1: Participaciones en el segmento de vehículos de lujo –es decir, entre vehículos con precio lista superior a los \$40 millones–, según número de vehículos livianos y medianos nuevos vendidos en Chile el año 2019⁴². [19]

	Marca	Pasajeros	SUVs
Grupo Inchcape	BMW	[40-30]%	[30-20]%
	DFSK	[10-0]%	[10-0]%
	Geely	[10-0]%	[10-0]%
	Mini	[10-0]%	[10-0]%
	Rolls Royce	[10-0]%	[10-0]%
	Subaru	[10-0]%	[10-0]%

⁴⁰ En particular, utilizando la misma base de datos de 2019, respecto de los vehículos comerciales y livianos, agregando los segmentos de lujo y no lujo, en vehículos de pasajeros el Grupo Inchcape alcanzaría una participación de [12]%, mientras que Ditec de [13]%, obteniendo una participación conjunta post Operación de [14]%. En el segmento de SUVs, el Grupo Inchcape alcanzaría una participación de [15]%, mientras que Ditec de [16]%. En el caso de usarse la información pública disponible en Informe del Mercado Automotor ANAC, la cual no permite distinguir entre vehículos de lujo y no lujo, el 2021 estas participaciones serían aun menores, alcanzándose una participación conjunta de [17]% en el segmento de pasajeros y de [18]% en el de SUVs.

⁴¹ El número de vehículos vendidos al cliente final corresponden a una adecuada medición de la participación a nivel mayorista, pero también corresponden al umbral máximo de las participaciones de las Partes en el segmento de comercialización minorista de vehículos livianos y medianos nuevos de lujo. Lo anterior debido a que, si bien éstas importan y comercializan a nivel mayorista dichos vehículos, también comercializan a nivel minorista estas mismas marcas mediante concesionarios de su propiedad, además de competir con otros distribuidores independientes abastecidos por las Partes, como por ejemplo el Grupo Automotriz Cordillera, Larraín y Valdés y Pompeyo y Carrasco, entre otros.

Igualmente se solicitó a otras automotoras que comercializan vehículos livianos y medianos nuevos mediante oficio el número de vehículos de pasajeros y SUVs comercializados por ellas. En respuesta al Of. Circ. Ord. N° 72-2021 se obtuvo el número de vehículos livianos y medianos vendidos en los años 2018 a 2020 de otras diez automotoras, distintas de las Partes. Incluso en este escenario que incluye una muestra reducida de actores, la participación de las Partes, medida en el número de vehículos comercializados fue menor al 10% en el segmento de pasajeros y menor al 15% en el segmento de SUVs.

⁴² Para calcular estas participaciones, se utilizaron datos de Anac, de venta de vehículos livianos y medianos por marca, modelo, versión, segmento, subsegmento y año. Se contó con esta información para los años 2009 a 2020, pero se utilizó únicamente la información de 2019, en vista de que el año 2020 un año particularmente irregular para la industria automotriz debido a la Crisis Sanitaria. Debido a la disponibilidad de los datos desagregados por precio de lista –dato utilizado para segmentar entre vehículos de lujo y aquellos distintos de éstos– es que se utilizó la información de 2019. Adicionalmente este precio corresponde al precio lista, por lo que podría diferir con el precio efectivamente pagado por los consumidores. Adicionalmente se contó con información pública de vehículos vendidos al cliente final a nivel de marca segmentado entre vehículos de pasajeros, SUVs, camionetas y vehículos comerciales. Las participaciones calculadas con información pública para el año 2021 serían consistentes con las participaciones de 2019 que se presentan en la Tabla 1. En específico, como aproximación se consideraron para el cálculo de participaciones en 2021 todos los vehículos comercializados por las marcas que vendieron en 2019 al menos un vehículo considerado de lujo según el umbral de los 40 millones de pesos. De este modo, en 2021 las Partes alcanzarían un 54,3% de forma conjunta en la comercialización de vehículos de pasajeros, en línea con las participaciones de 2019, que como se muestra en la Tabla 1, detentaban un [20]%. En el caso de SUVs, debido a que en el segmento de lujo incluye igualmente a las marcas Chevrolet, Ford y Volkswagen, al contabilizar todos los SUVs comercializados por éstas, la participación conjunta de las Partes se ve subestimada, llegando al 10,3% al incluir todos los vehículos SUVs de estas marcas, mientras que dicha participación es sobreestimada si es que no se incluyen, llegando al 59,2%. Lo anterior considerando que como se muestra en la Tabla 1, al considerar únicamente los vehículos comercializados a precio lista superior a los \$40 millones en 2019 detentarían una participación conjunta de [21]% en estos segmentos

	Total	[40-30]%	[30-20]%
Ditec	Jaguar	[10-0]%	[10-0]%
	Land Rover	[10-0]%	[20-10]%
	Porsche	[10-0]%	[10-0]%
	Volvo	[10-0]%	[10-0]%
	Total	[20-10]%	[40-30]%
Participación conjunta		[60-50]%	[60-50]%
Otras marcas	Alfa Romeo	[10-0]%	[10-0]%
	Audi	[10-0]%	[10-0]%
	Bentley	[10-0]%	[10-0]%
	Chevrolet	[10-0]%	[10-0]%
	Ferrari	[10-0]%	[10-0]%
	Ford	[10-0]%	[10-0]%
	Grupo Chrysler	[10-0]%	[10-0]%
	Lexus	[10-0]%	[10-0]%
	Maserati	[10-0]%	[10-0]%
	Mercedes Benz	[40-30]%	[30-20]%
Volkswagen	[10-0]%	[10-0]%	
Delta HHI		1.282	1425

Fuente: Elaboración propia con información de Anac⁴³.

22. Como es posible observar en la Tabla 1, en la categoría de vehículos de lujo la Operación implicaría una participación conjunta de alrededor del **[22]%** en los segmentos de pasajeros y SUVs –aquellos en las Partes traslapan sus actividades–. Adicionalmente, en estos dos escenarios la variación proyectada de la concentración superaría los umbrales del IHH establecidos en la Guía⁴⁴.
23. Sin perjuicio de lo anterior, con el fin de tener una aproximación más adecuada de los efectos que la Operación podría provocar en este segmento, se revisará la cercanía competitiva entre las marcas comercializadas entre las Partes. En particular, es posible observar que –dentro de las marcas comercializadas por el Grupo Inchcape y con ventas durante el 2019⁴⁵– únicamente BMW se encuentra dentro del segmento de vehículos de lujo, según la clasificación utilizada en el presente Informe.
24. A este respecto, debe tenerse presente que en la comercialización de vehículos puede considerarse que existe un continuo de alternativas, en el cual cada marca y modelo compite principalmente con aquellos con quienes comparte mayor semejanza en atributos competitivos relevantes, tales como precio, calidad, reconocimiento de marca, entre otras. Considerando lo anterior, se analizó la dispersión de precios de los vehículos de las marcas importadas y comercializadas por las Partes. Este ejercicio consistió en visualizar la distribución de los precios lista de cada vehículo comercializado, entre los años 2019 y 2020 y, con esto, obtener información de los segmentos de precios de los vehículos de las distintas marcas relativo a la cantidad de vehículos comercializados a dicho precio lista, por marca. Primero se presentará la dispersión de los precios lista de los vehículos de las marcas importadas y

⁴³ Informe del Mercado Automotor ANAC.

⁴⁴ Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración de octubre de 2012 (“Guía”).

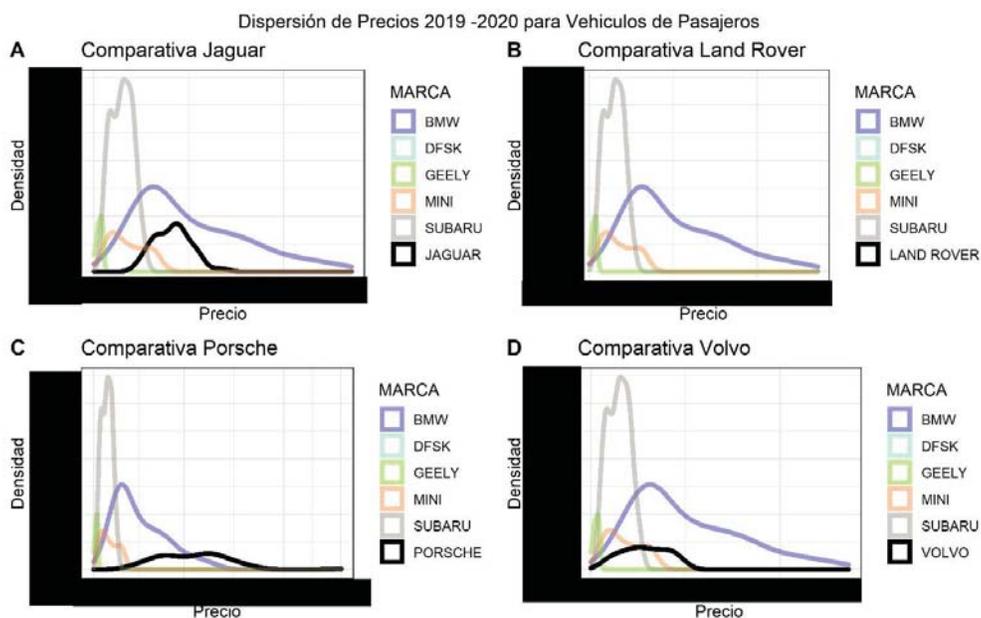
⁴⁵ En el caso de los vehículos marca Rolls Royce, estos no presentan ventas en 2019. Adicionalmente en Chile se comercializa aproximadamente uno al año, tienen un valor superior a los \$200 millones y según los antecedentes de la Investigación, su principal competidor serían los vehículos de marca Bentley. En atención a lo anterior no será considerado en lo que sigue del análisis. Véase declaración de don Javier Trucco, gerente general de Bruno Fritsch S.A. de fecha 5 de enero de 2022 y declaración de don Pablo Ripetti, gerente general de Salazar Israel, con fecha de 7 de enero de 2022.

comercializadas por Ditec, respecto de aquellos importados y comercializados por el Grupo Inchcape, y posteriormente se revisa respecto de otras marcas relevantes.

25. Como se muestra en las Figuras 1 y 2, la mayor coincidencia respecto a la dispersión de precios entre las distintas marcas importadas y comercializadas por las Partes se presenta entre las marcas del grupo Ditec y la marca BMW del Grupo Inchcape. No obstante, existen diferencias en los diferentes segmentos. En particular, Porsche muestra una distribución de precios en general mayores que aquellos de BMW, y Jaguar muestra una distribución de precios en promedio mayor, pero con una menor dispersión. En tanto, en el segmento SUV, si bien hay coincidencia entre las distribuciones de precios de las distintas marcas, en general las marcas de Ditec se enfocan en precios en promedio mayores que aquellos de BMW, con excepción de Volvo que tiene un precio promedio similar:

Figura 1: Dispersión de precios de vehículos de pasajeros con valor de precio lista superior a \$40 millones comercializados por Ditec, respecto de aquellos comercializados por el Grupo Inchcape⁴⁶. Años 2019-2020.

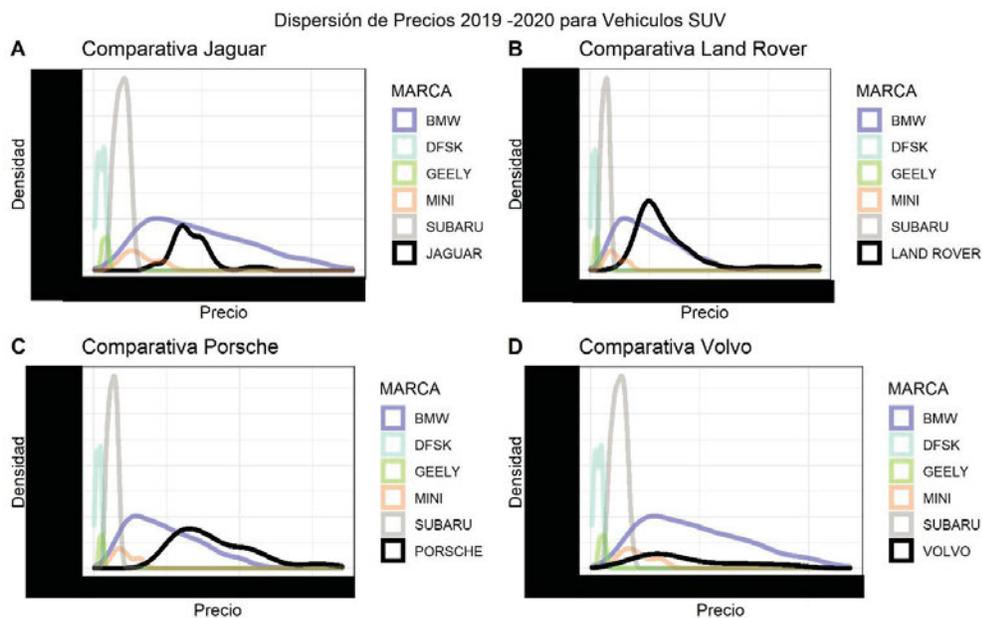
[23]



Fuente: Elaboración propia con información de Anac.

⁴⁶ La marca Land Rover no comercializa vehículos de la categoría de pasajeros en Chile.

Figura 2: Dispersión de precios de vehículos SUVs con valor de precio lista superior a \$40 millones comercializados por Ditec, respecto de aquellos comercializados por el Grupo Inchcape. Años 2019-2020. [24]



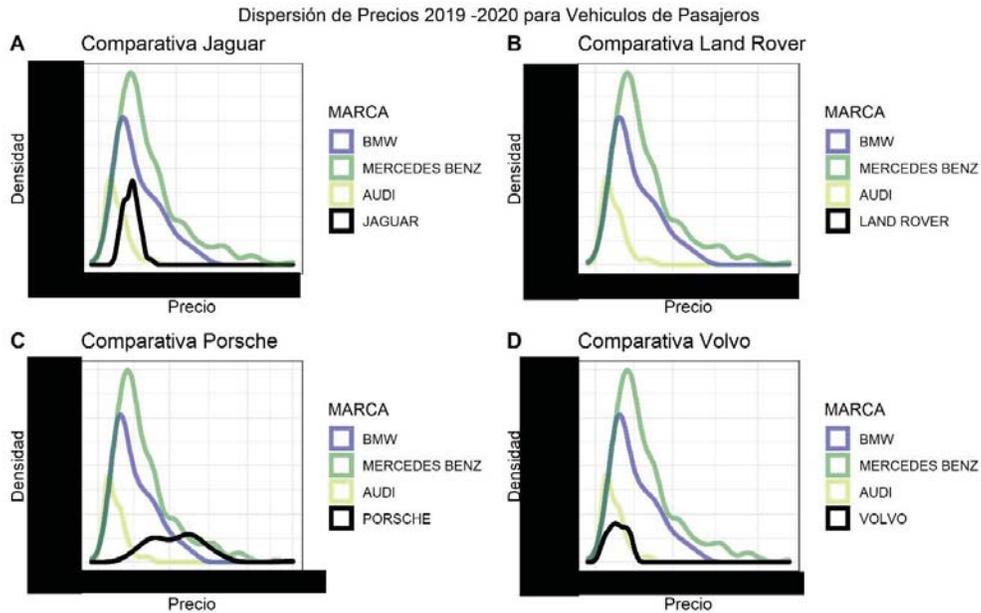
Fuente: Elaboración propia con información de Anac.

26. En particular se observa que BMW ofrece vehículos de una amplia gama de precios, que coinciden en ciertos segmentos de precio con las distintas marcas de Ditec. Sin embargo, según se observa en las Figuras 3 y 4, en general BMW también presenta una coincidencia relevante en la dispersión de sus precios con vehículos de las marcas Mercedes Benz y Audi⁴⁷, lo cual sería consistente con lo señalado por actores de la industria a lo largo de la investigación⁴⁸.

⁴⁷ Según información de Anac.

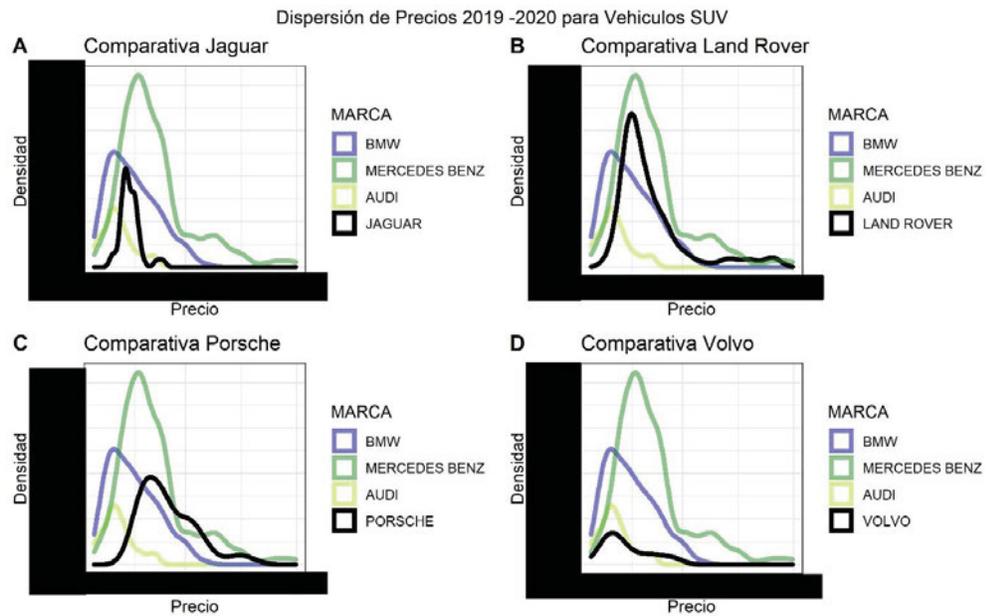
⁴⁸ Véase respuesta al Of. Circ. Ord. N° 72-2021 de [25], quién presentó documentos internos [26]. También véase declaración de don Javier Gasson, Gerente de vehículos livianos de Inchcape Automotriz Chile, de fecha 28 de diciembre 2021, declaración de don Javier Trucco, gerente general de Bruno Fritsch S.A. de fecha 5 de enero de 2022 y declaración de don Pablo Ripetti, gerente general de Salazar Israel, con fecha de 7 de enero de 2022.

Figura 3: Dispersión de precios de vehículos de pasajeros con valor de precio lista superior a \$40 millones comercializados por Ditec, respecto de aquellos marca BMW, Mercedes Benz y Audi. Años 2019-2020. [27]



Fuente: Elaboración propia con información de Anac.

Figura 4: Dispersión de precios de vehículos SUVs con valor de precio lista superior a \$40 millones comercializados por Ditec, respecto de aquellos marca BMW, Mercedes Benz y Audi. Años 2019-2020. [28]



Fuente: Elaboración propia con información de Anac.

27. La información recabada en la Investigación muestra que las distintas marcas de Ditec también enfrentarían competencia de otras marcas distintas que las que comercializa Inchcape, que ofrecerían vehículos más similares en sus atributos y cercanos competitivamente⁴⁹.
28. En consecuencia, considerando la existencia de otros actores relevantes, capaces de ejercer presión competitiva sobre las Partes de perfeccionarse la Operación, es que esta División puede descartar que ésta genere riesgos sustanciales a la competencia incluso en las alternativas más restringidas de mercado relevantes analizadas.
29. Finalmente, al preguntar a distintos actores de la industria, la mayoría de estos no vislumbró potenciales efectos anticompetitivos como causa de la Operación⁵⁰.

IV. CONCLUSIONES

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

Vicente Antonio
Lagos Toro

Firmado digitalmente por
Vicente Antonio Lagos Toro
Fecha: 2022.01.31 18:45:38
-03'00'

VICENTE LAGOS TORO
JEFE DIVISIÓN DE FUSIONES (S)

BAY/RHR

⁴⁹ Jaguar competiría además con ciertos modelos de Mercedes Benz, Audi y Lexus; Land Rover enfrentaría mayor competencia de marcas reconocidas dentro de la categoría de SUVs, entre ellas Mercedes, pero también Jeep, Toyota, Ford, entre otros; Porsche competiría más intensamente con Ferrari además de Audi, Mercedes Benz, Lexus, entre otros; y finalmente Volvo con vehículos como Lexus, Audi, Mercedes Benz, Mazda. Véase declaración de don Javier Gasson, Gerente de vehículos livianos de Inchcape Automotriz Chile, de fecha 28 de diciembre 2021, don José Luis Acuña, gerente de administración y finanzas de Comercializadora Ditec Automóviles S.A., de fecha 29 de diciembre de 2021, declaración de don Javier Trucco, gerente general de Bruno Fritsch S.A. de fecha 5 de enero de 2022 y declaración de don Pablo Ripetti, gerente general de Salazar Israel, con fecha de 7 de enero de 2022.

⁵⁰ De las 15 respuestas a esta pregunta del Of. Circ. Ord. N°72-2021, ocho manifestaron que no prevén efectos anticompetitivos producto de la Operación (dos de ellos, concesionarios, y los demás importadores que también participan de la comercialización minorista), sin perjuicio de que dos de estos sugirieran la evaluación de la categoría de vehículos de lujo en vista que ellos no tenían antecedentes al respecto (ambos participarían en la importación y en la comercialización minorista), otros cinco actores señalaron no tener antecedentes suficientes para emitir una opinión sobre potenciales efectos (tres de ellos únicamente importadores, uno de ellos únicamente concesionario, y el quinto participaría en ambos segmentos), y dos competidores señalaron que preveían una mayor concentración en el segmento de vehículos de lujo (dos importadores, de los cuales únicamente uno participaría también en la comercialización minorista).