

ANT.: Adquisición de Automotriz
Servimaq SpA por parte de
Americar S.A.
Rol FNE F312-2022.

Santiago, 1 de julio de 2022.

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad a lo establecido 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 de 1973, y sus modificaciones posteriores (**"DL 211"**), presento a usted el siguiente informe, relativo a la operación de concentración del Antecedente (**"Operación"**), recomendando la aprobación de la misma, de manera pura y simple, por las razones que a continuación se explican:

I. ANTECEDENTES

1. En presentación de fecha 11 de abril de 2022, correspondiente al ingreso correlativo N°23.898-22 (**"Notificación"**), Americar S.A. (**"Americar"**), Inversiones Waeger Kark Limitada, Inversiones Salinas Valdivieso Limitada, Inmobiliaria MBM SpA, Sucesión Héctor Manuel Bórquez Miranda, Sucesión Martín Andrés Waeger Biava, Inmobiliaria MPB SpA e Inmobiliaria Klagges SpA, (todas **"Vendedoras"** y, con Americar, **"Partes"**), notificaron a la Fiscalía Nacional Económica (**"Fiscalía"**) una operación de concentración consistente en la eventual adquisición de la totalidad de las acciones de Automotriz Servimaq SpA (**"Servimaq"**) por parte de Americar (**"Operación"**).
2. Con fecha 26 de abril de 2022, la Fiscalía dio lugar a la solicitud de exención presentada por las Partes, de fecha 11 de abril de 2022, ingreso correlativo N°23.897-22 y, en resolución de esa misma fecha, la Fiscalía resolvió la necesidad de las Partes de complementar la Notificación, lo que éstas hicieron con fecha 9 de mayo de 2022, ingreso correlativo N°24.356-22.
3. Consecuentemente, mediante resolución de fecha 23 de mayo de 2022, la Fiscalía ordenó el inicio de la investigación, bajo el Rol FNE F312-2022 (**"Investigación"**).
4. La compradora es la sociedad Americar, la cual participa en la industria automotriz¹ a través de sus sociedades filiales². Los principales negocios de la empresa y su grupo empresarial son la comercialización minorista de vehículos nuevos y usados, la venta de partes y repuestos, así como la prestación de servicios de postventa. Americar comercializa los vehículos en concesionarios propios, ubicados a lo largo del país bajo las siguientes marcas: (i) Salazar Israel; (ii) Portillo; y, (iii) Coseche. También ofrece servicios de *rent a car* y leasing operativo bajo la marca Carflex. Adicionalmente, ofrece servicios de postventa bajo la marca Magic Touch.

¹ Notificación, sección 65.

² Tales como (i) Automotriz Codillera S.A.; (ii) Clicar S.A.; (iii) Cecor S.A.; (iv) Portillo S.A.; (v) Automotriz Portillo Pirámide SpA; (vi) Automotora Comercial Costabal y Echeñique S.A.; y (vii) Coseche Curicó SpA.

5. Las sociedades vendedoras realizan actividades de inversión y del giro inmobiliario. La única participación en la industria automotriz es a través de la sociedad Automotriz Servimaq SpA, que es la sociedad objeto de la operación.
6. Automotriz Servimaq SpA tiene por objeto la comercialización minorista de vehículos nuevos, partes, repuestos y lubricantes, así como la prestación de servicios técnicos, de reparación y mantención de vehículos. Los vehículos comercializados corresponden a las marcas: (i) MG; (ii) SsangYong; (iii) Toyota; (iv) Volkswagen; (v) Skoda; (vi) Seat (sólo servicio técnico); (vii) Citroën; (viii) KYC; (ix) ZX; (x) Jetour; (xi) Honda; y, (xii) Hyundai (camiones y buses)³.
7. La Operación consiste en la adquisición por parte de Americar del 100% de las acciones de las Vendedoras en la sociedad Automotriz Servimaq SpA y sus respectivas filiales, siendo éstas últimas Servimaq Usados Limitada y Comercial Servimaq SpA⁴. En consecuencia, la Operación califica bajo la hipótesis establecida en la letra b) del artículo 47 del DL 211, adquiriendo Americar derechos que le permitirán influir decisivamente en Servimaq.

II. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

8. Tal como esta División ha considerado en investigaciones anteriores⁵, 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 postventa. Dado a que las Partes superponen sus actividades en los últimos tres segmentos, el análisis se centrará únicamente en ellos.
9. Con relación a la comercialización minorista de vehículos, y tal como lo ha mencionado esta Fiscalía con anterioridad⁶, la comercialización de vehículos admite las siguientes clasificaciones: (i) según su uso, entre vehículos nuevos y usados; y (ii) según tipo de vehículo, distinguiendo entre buses y camiones, por una parte, y vehículos livianos y medianos por la otra. Esta última segmentación se puede dividir, a su vez, en: (i) vehículos de pasajeros, (ii) SUVs⁷; (iii) camionetas y (iv) vehículos comerciales⁸.
10. Dado que en el caso bajo análisis las Partes superponen sus actividades en la comercialización minorista de vehículos livianos y medianos nuevos, vehículos usados y camiones nuevos⁹, el presente Informe se centrará en dichos productos.

³ Cabe señalar que, a nivel regional Servimaq detenta la exclusividad para comercializar las siguientes marcas: MG, SsangYong, Volkswagen, Skoda, Citroën y Honda.

⁴ De acuerdo a lo señalado en la Notificación (página 6), las sociedades Automóviles Servimaq SpA y Servimaq Rent a Car SpA no formarán parte de la Operación.

⁵ Tales como Adquisición de control de Grupo Coseche por parte de Inversiones GAC S.A., Rol FNE N° F200-2019 ("F200-2019"); Adquisición de control en Bergé Automoción, S.L.U por parte de Mitsubishi Corporation, Rol FNE N°226-2019 ("F226-2019"); Adquisición de control en Comercializadora Ditec Automóviles S.A. por parte de Índigo Chile Holdings SpA, Rol FNE F296-2021 ("F296-2021"); Fusión entre Fiat Chrysler Automóviles N.V. y Peugeot S.A. Rol FNE F233-2020 ("F233-2020").

⁶ Informe de aprobación F226-2019, sección 11.

⁷ Los *Sports Utility Vehicles* ("SUV"), son vehículos de dos volúmenes, con tres o cinco puertas, considerando el portalón trasero y con apariencia de vehículo todoterreno. "ANAC, Anuario Automotriz, 2016-2017", p.45, disponible en: <https://www.anac.cl/wp-content/uploads/2017/11/Anuario-2017.pdf> [Última visita: 29.06.2022].

⁸ Informe de aprobación F296-2021, sección 13.

⁹ Las Partes participan comercializando camiones livianos y medianos excluyendo camiones pesados (Notificación, sección 83).

Dentro de la categoría de vehículos nuevos, se analizarán los efectos de la Operación en las segmentaciones normalmente consideradas en la industria, consistentes en vehículos de pasajeros, SUVs, camionetas y vehículos comerciales, por ser la posición más conservadora y por ser consistente con los análisis previos que ha realizado esta Fiscalía en el mercado en comento¹⁰. Con todo, en la presente Investigación no resulta necesario definir con precisión el mercado relevante de producto, puesto que bajo cualquier supuesto –esto es, ya sea considerando un mercado sin segmentar, o analizando por separado las categorías de vehículos de pasajeros, SUV, camionetas y vehículos comerciales– la Operación no genera riesgos para la competencia, según se expondrá.

11. Respecto a la dimensión geográfica, esta Fiscalía ha sostenido en investigaciones anteriores¹¹ que, desde un punto de vista de la demanda, la elección de una sucursal se encontraría limitada por el espacio geográfico al cual el consumidor esté razonablemente dispuesto a desplazarse. Desde la perspectiva de la oferta, sin embargo, se ha esgrimido un alcance nacional atendido que –entre otras razones– los precios son sugeridos a nivel nacional por los fabricantes y/o distribuidores mayoristas, y que los concesionarios aplicarían descuentos similares a lo largo de todo el país.
12. En ese sentido, si bien existen elementos que permiten considerar el mercado relevante geográfico como nacional para la comercialización de camiones¹² y vehículos usados¹³, esta División ha considerado en informes previos, una delimitación más acotada para la segmentación de vehículos nuevos livianos y medianos, tal como la zona comprendida entre la Región Metropolitana y la Región de los Lagos¹⁴.
13. Sin perjuicio que en este caso no resulta necesario delimitar un mercado relevante geográfico preciso, el análisis para los segmentos señalados *supra* versará respecto de las regiones de Los Ríos y Los Lagos, por cuanto las actividades de las Partes solo se traslapan en dichas regiones y por ser ésta la posición más conservadora, por ser aquella en donde se maximizarían los eventuales riesgos de la Operación. No obstante lo anterior, las conclusiones del presente Informe no se modificarían por considerar una definición de mercado geográfico más amplia.
14. Por último, en el caso de concesionarias tales como las Partes, la comercialización minorista de partes y repuestos y la prestación de servicios de postventa se enfocan en las especificidades de las marcas que comercializan, y por tanto, a tales bienes y servicios les resulta aplicables el análisis y las conclusiones del segmento de

¹⁰ Informe de aprobación F200-2019, sección 44; Informe de aprobación F226-2019, sección 22.

¹¹ Informe de aprobación F226-2019, sección 28.

¹² Respecto a la comercialización de camiones, los antecedentes de la Investigación indican que éstos son adquiridos en gran parte por PYMES, quienes, debido a que es un insumo relevante y a la misma naturaleza del negocio, están dispuestas a recorrer mayores distancias para cotizarlos y adquirirlos (Véase Declaración de don Luis Eugenio Prieto Bruggemann, gerente general de Automotriz Servimaq SpA). Lo anterior es consistente con la jurisprudencia comparada (Comisión Europea. 2010. Decisión M.6267 Volkswagen/Man, secciones 16-20. Disponible en: https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6267_20110926_20310_2169347_EN.pdf [Última visita 20.06.2022].

¹³ Tal como se ha considerado en casos anteriores (F296-2021, sección 17 y F200-2019 secciones 77 a 79), en la comercialización de vehículos usados se trata de un mercado muy atomizado, en que se observa una participación de una importante cantidad de oferentes en el mercado a nivel nacional, tales como empresas de compra ventas y portales web dedicados a la venta de automóviles, tales como Chileautos.cl, Demotores.cl, Autosusados.cl, Autopia.cl, entre otros.

¹⁴ Informe de aprobación F226-2019, sección 48.

comercialización de vehículos nuevos. Así, según se verá *infra*, no se verifican riesgos para la libre competencia con ocasión de la Operación¹⁵⁻¹⁶

III. ANÁLISIS COMPETITIVO

14. Tal como se mencionó *supra*, la Operación implicará una concentración en el segmento de comercialización minorista de vehículos livianos y medianos nuevos en las regiones de Los Ríos y Los Lagos, así como en la comercialización minorista de vehículos livianos y medianos usados y en la comercialización minorista de camiones, ambos a nivel nacional.
15. La relación entre el distribuidor y el concesionario se materializa mediante la celebración de un contrato de concesión, en virtud del cual se le asigna al concesionario una determinada área geográfica, para que sea el distribuidor oficial de una marca determinada¹⁷ y regulan otras variables competitivas. Respecto de esto último, las principales variables en las que los concesionarios compiten dicen relación con el margen de venta minorista, servicios de pre y post venta y políticas de soporte técnico¹⁸⁻¹⁹.
16. Conforme a los criterios de la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales del año 2022 (“Guía”)²⁰, inicialmente se realizó un análisis estructural, revisándose las participaciones de mercado y las variaciones proyectadas en los niveles de concentración utilizando el Índice de Herfindahl - Hirschman (“HHI”). Las participaciones y variaciones de HHI en los segmentos de vehículos nuevos y usados se pueden observar en las siguientes tablas:

Tabla N°1: Participaciones y variaciones en la concentración en el segmento de vehículos livianos y medianos nuevos en las regiones de Los Ríos y Los Lagos. Año 2021.

	Americar	Servimaq	Conjunta	Delta HHI
Pasajeros	[0%-10%]	[10%-20%]	[10%-20%]	31
SUVs	[0%-10%]	[20%-30%]	[20%-30%]	221
Camionetas	[0%-10%]	[0%-10%]	[10%-20%]	38
Comerciales	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	12

Elaboración propia con información de las Partes e información pública.

Tabla N°2: Participaciones y variaciones en la concentración en el segmento de vehículos livianos y medianos usados a nivel nacional. Año 2021.

	Americar	Servimaq	Conjunta	Delta HHI
Pasajeros	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	0,1
SUVs	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	0,3
Camionetas	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	0,1

¹⁵ A mayor abundamiento, las Partes solo comercializan repuestos genuinos, originales y homologados de las marcas de vehículos que comercializan, por lo que solo existiría un traslape en relación a las marcas Citroën, Volkswagen, MG, Honda y Hyundai. Sin perjuicio de ello, las Partes compiten en dichas marcas con diversos actores a nivel nacional, que pueden proveer de partes y repuestos a los consumidores (véase Notificación, sección 147), e incluso con actores a nivel supranacional, lo cual es consistente en la jurisprudencia comparada (Decisión de la Comisión Europea M.8099 Nissan/Mitsubishi (2016), página 5. Disponible en: https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m8099_368_3.pdf. Última consulta: 20.06.2022)

¹⁶ Respecto de los servicios de postventa, ellos son proporcionados principalmente por talleres autorizados por el fabricante del vehículo, cadenas especializadas en la reparación y mantenimiento, y talleres independientes. Véase Informes F200-2019 y F296-2021.

¹⁷ Véase Informe FNE F226-2019 sección 15.

¹⁸ Véase Informe FNE F200-2019 sección 22.

¹⁹ Presentación ANAC relativa al Proyecto de Ley que Modifica la Ley N°19.496 que establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, año 2016. Disponible en: https://www.senado.cl/appsenado/index.php?mo=tramitacion&ac=getDocto&iddocto=2770&tipodoc=docto_c_omision (Última visita 23.06.2022).

²⁰ FNE. Guía, pp.15-16. Disponible en el sitio web <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2022/05/20220531.-Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-version-final-en-castellano.pdf> [última consulta: 17.06.2022].

Comerciales	[0%-10%]	[0%-10%]	[0%-10%]	0,1
-------------	----------	----------	----------	-----

Elaboración propia con información de las Partes e información pública.

Tabla N°3: Participaciones y variaciones en la concentración en el segmento de camiones nuevos a nivel nacional. Año 2021.

	Americar	Servimaq	Conjunta	Delta HHI
Camiones nuevos	[10%-20%]	[0%-10%]	[10%-20%]	12

Elaboración propia con información de las Partes e información pública.

17. En ese sentido, se descartó un mayor análisis en todos los segmentos con traslape, por cuanto no se superan los umbrales de HHI señalados en la Guía, ni tampoco concurren en el presente análisis circunstancias especiales que así lo ameriten²¹. Lo anterior, con excepción de la comercialización minorista de vehículos nuevos en segmento de SUVs para las regiones de Los Ríos y Los Lagos, el cual se revisará en mayor detalle a continuación.
18. Considerando que a nivel regional las Partes no coinciden en las marcas comercializadas, se realizará un análisis de la competencia *intermarca*²². En efecto, conforme a la información proporcionada por las Partes²³, las marcas de vehículos SUVs que Americar comercializa, [REDACTED] en las regiones de Los Ríos y Los Lagos, son las ilustradas en la Tabla N°4 a continuación:

Tabla N°4: Marcas que las Partes comercializan [REDACTED] en las regiones de Los Ríos (modelo SUV)

Parte	Marcas
Americar	Chery
	Fiat
	Jeep
	MG
	Mitsubishi
	Ssangyong
Servimaq	Citroën
	Jetour

Fuente: Respuesta de las Partes a Of. Ord. N° 833-22, N° 834-22.

Tabla N°5: Marcas que las Partes comercializan [REDACTED] en las regiones de Los Lagos (modelo SUV)

Parte	Marcas
Americar	Fiat
	Dodge
	Jeep
Servimaq	Chery
	Toyota
	MG
	Volkswagen
	Citroën
	Ssanyong
	Honda
	Jetour
	Skoda

Fuente: Respuesta de las Partes a Of. Ord. N° 834-22 y N°871-22.

²¹ Véase Guía, pp. 16 y 17.
²² La competencia en la comercialización de vehículos livianos y medianos puede ocurrir dentro la misma marca de vehículos (competencia *intra-marca*) así como entre las diferentes marcas de vehículos (competencia *inter-marca*).
²³ Véase respuestas a Of. Ord. N° 833-22, N° 834-22 y N°871-22.

19. En las regiones de Los Ríos y Los Lagos, la entidad producto de la Operación tendría la representación de las siguientes marcas que ofrecen vehículos SUVs: (i) Chery, (ii) MQ, (iii) Toyota, (iv) Volkswagen, (v) Jeep, (vi) Mitsubishi, (vii) Honda, (viii) SsangYong, (ix) Jetour, (x) Citroën, (xi) Skoda, (xii) Dodge y (xiii) Fiat. Éstas representan 13 de las 53 marcas que en Chile comercializan vehículos SUVs. En la siguiente tabla se pueden observar las 10 principales marcas que comercializan SUVs, entre estas Chery, MG y Toyota²⁴, las cuales serían comercializadas por las Partes (destacadas en negrita).

Tabla N°6: Principales 10 marcas en la venta de categoría SUVs y su participación de comercialización a nivel nacional. Año 2021.

Ranking	Marca	% del total de SUVs
1	Chery	[10%-20%]
2	Chevrolet	[10%-20%]
3	MG	[10%-20%]
4	Nissan	[10%-20%]
5	Changan	[10%-20%]
6	Toyota	[10%-20%]
7	JAC	[10%-20%]
8	Hyundai	[10%-20%]
9	Peugeot	[10%-20%]
10	Kia	[10%-20%]
	Otros	[30%-40%]

Elaboración propia con información de las Partes e información pública.

20. También es posible observar las participaciones en la venta de SUVs de los distintos actores presentes en las regiones de Los Ríos y Los Lagos. En particular se observa que, de los actores de los cuales se cuenta con información, Servimaq es el principal comercializador de SUVs en las regiones analizadas, seguido por Nissan Chile, General Motors y Gildemeister.

Tabla N°7: Participaciones y variaciones en la concentración en comercialización de SUVs en las regiones de Los Ríos y Los Lagos. Año 2021.

Empresa	%
Servimaq	[20%-30%]
Americar	[0%-10%]
Partes	[20%-30%]
Nissan	[10%-20%]
General Motors	[0%-10%]
Gildemeister	[0%-10%]
Difor	[0%-10%]
Guillermo Morales	[0%-10%]
Otros	[30%-40%]
Delta IHH	221
IHH Post Operación ²⁵	2303

Elaboración propia con información de las Partes, terceros e información pública.

21. De la información señalada, se evidencia que existe una amplia oferta de marcas de SUVs disponibles, así como presencia de otros actores en las regiones analizadas, capaces de ejercer presión competitiva sobre las Partes, de perfeccionarse la Operación.

²⁴

²⁵ Este IHH Post Operación corresponde a una sobreestimación — ya que no se cuenta con información sobre el resto de los actores participantes del mercado — por lo que conservadoramente se ha tomado la categoría “Otros” como un solo competidor.

22. Atendido lo anterior, esta División considera que la Operación no reduciría sustancialmente la competencia en el segmento de SUVs en las regiones de Los Ríos y Los Lagos.

IV. CONCLUSIONES

23. En atención a los antecedentes de la Investigación y el análisis realizado en el presente 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 Fiscal Nacional Económico. Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de esta Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados analizados.

Francisca
Levin

Firmado digitalmente
por Francisca Levin
Fecha: 2022.07.01
16:05:47 -04'00'

FRANSICA LEVIN VISIC
JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

LBV/RHR