



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

VERSIÓN PÚBLICA

**Expediente 016-2022/CLC-CON**

**Resolución 098-2022/CLC-INDECOPI**

15 de diciembre de 2022

**VISTOS:**

La solicitud de autorización de una operación de concentración empresarial de fecha 4 de octubre de 2022, presentada por las empresas INCHCAPE PLC, INCHCAPE AUTOMOTRIZ CHILE S.A. e ÍNDIGO CHILE HOLDINGS SPA (en adelante, las Solicitantes) ante la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, la Comisión), en el marco de la Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial (en adelante, la Ley 31112); y los escritos de fecha 24 de octubre de 2022 y 29 de noviembre de 2022 presentados por las Solicitantes.

**CONSIDERANDO:**

**I. ANTECEDENTES**

1. Con fecha 4 de octubre de 2022, las Solicitantes notificaron a la Comisión una solicitud de autorización de una operación de concentración empresarial (en adelante, la Solicitud de Autorización) consistente en la adquisición de control directo de las empresas Dercorp CL SpA y Dercorp EX SpA (en adelante, la Operación de Concentración).

En la Solicitud de Autorización, las Solicitantes presentaron además una solicitud de exención de determinada información requerida.

2. Mediante Carta 1206-2022/DLC-INDECOPI del 12 de octubre de 2022, la Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia (antes, la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia; en adelante, la Dirección)<sup>1</sup> le requirió a las Solicitantes que, a fin de completar la Solicitud de Autorización, precisen determinada información, bajo apercibimiento de tenerse por no presentada la solicitud.
3. El mencionado requerimiento fue absuelto por las Solicitantes mediante escrito de fecha 24 de octubre de 2022.

---

<sup>1</sup> Según lo establecido en el literal a) del artículo 97 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, la Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia ejerce las funciones de la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

4. Mediante Resolución 096-2022/DLC-INDECOPI de fecha 28 de octubre de 2022, la Dirección admitió a trámite la Solicitud de Autorización luego de comprobar que esta había sido debidamente subsanada por las Solicitantes; y además, concedió la exención de información requerida. Por consiguiente, se inició la Fase 1 del procedimiento de control previo.
5. Con la finalidad de obtener información para el análisis de la operación notificada, entre el 18 de octubre de 2022 y el 4 de noviembre de 2022, la Dirección entrevistó a diversos agentes participantes en el mercado de venta mayorista y minorista de vehículos automotores<sup>2</sup>.
6. Como consecuencia de lo conversado en las mencionadas entrevistas, la Dirección requirió información a ciertos agentes entrevistados<sup>3</sup>.
7. Mediante Carta 1321-2022/DLC-INDECOPI de fecha 14 de noviembre de 2022, la Dirección requirió información a las Solicitantes. Dicho requerimiento fue absuelto por las Solicitantes mediante escrito de fecha 29 de noviembre de 2022.
8. Finalmente, el 18 de octubre de 2022, la Dirección envió encuestas a diversos agentes participantes en el mercado de venta mayorista y minorista de vehículos automotores<sup>4</sup>.

## II. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN NOTIFICADA

9. La operación notificada consistiría en la adquisición directa por parte de las Solicitantes de las compañías Dercorp CL SpA y Dercorp EX SpA, de titularidad de Cerro Mayo SpA, DT Huilincó SpA y Peñuelas Corp SpA.
10. La operación ha sido estructurada de la siguiente manera:
  - (i) INCHCAPE AUTOMOTRIZ CHILE S.A. adquirirá el 100% del capital social de Dercorp CL SpA, de titularidad de las empresas chilenas Cerro Mayo SpA, DT Huilincó SpA y Peñuelas Corp SpA.

<sup>2</sup> La Dirección entrevistó a las siguientes empresas: Automotores Gildemeister Peru S.A., Toyota del Perú S.A., Diamante Del Pacífico S.A., General Motors Perú S.A., Nissan Peru S.A.C.

<sup>3</sup> La Dirección requirió información a las siguientes empresas: General Motors Perú S.A., Automotores Gildemeister Peru S.A., Diamante Del Pacífico S.A., y Toyota del Perú S.A.

<sup>4</sup> La Dirección envió encuestas a las siguientes empresas: Ambacar S.A.C., Autoland S.A., Automotores Cisne S.R.L., Automotores Gildemeister-Peru S.A., Automotores Pakatnamu S.A.C., Automotores Yoshival S.A.C., Automotriz Lavagna S.A., Automotriz Y Maquinarias Motor Mass S.A., Autoniza S.A.C., Autored S.A.C., Autotaxi Satelital S.A.C., Autoventas Gran Prix S.R.L., Aventura Motors E.I.R.L., B Motors S.A.C., Caszava Automotriz S.A.C., Centro Automotriz Multimarca Del Perú S.A.C., Centro Comercial San Pedro S.R.L., Consorcio De Representaciones Automotrices S.A.C., Corporación De Empresas Automotrices S.A.C., Diveimport S.A., E Rimassa S.A.C., Gacsa Peru S.A.C., Gm Conversiones S.A.C., Grupo Pana S.A., Interamericana Norte S.A.C., Klm Group S.A.C., Maquinarias S.A., EAFC Maquisistema, Mitsui Automotriz S.A., Motorgas Chíncha S.A.C., Motors Show Tarapoto S.A.C., Msa Automotriz S.A.C., Panderó S.A. E.A.F.C., Peñaranda Cars S.A.C., Peruana de Motores H.G. S.A.C. - Perumotor H.G. S.A.C., Reparaciones y Servicios Del Sur S.A.C. y Representaciones e Inversiones P & B S.A.C.



- (ii) ÍNDIGO CHILE HOLDINGS SPA absorberá por fusión a Dercorp EX SpA [Información confidencial].

11. A continuación, se identificará a cada uno de los agentes que participarían en la Operación de Concentración y su implicancia en territorio nacional.

**2.1. Agentes económicos adquirentes: INCHCAPE PLC, INCHCAPE AUTOMOTRIZ CHILE S.A. e ÍNDIGO CHILE HOLDINGS SPA**

12. Las Solicitantes son las siguientes tres (3) compañías que forman parte del grupo económico Inchcape (en adelante, el grupo económico Inchcape):

- (i) INCHCAPE PLC, una compañía constituida en Reino Unido, la cual cotiza en la Bolsa de Londres públicamente. A la fecha de notificación de la Solicitud de Autorización, los principales diez (10) accionistas serían los siguientes:

Accionista	Acciones	%
BlackRock Inc	30,752,936	8.21
Baillie Gifford & Co Ltd	23,484,698	6.27
abrdrn Plc	21,538,159	5.75
Capital Group Companies Inc	20,862,742	5.57
Polaris Capital Management Inc	17,700,342	4.73
The Vanguard Group Inc	16,617,166	4.44
Horesh G	15,258,133	4.07
Marathon Asset Management Limited	13,189,049	3.52
Artisan Partners LP	12,038,943	3.21
Tweedy, Browne Company LLC	11,118,969	2.97

Esta empresa es la controladora final del grupo económico Inchcape.

- (ii) INCHCAPE AUTOMOTRIZ CHILE S.A., una compañía constituida en Chile, controlada por Inchcape [Información confidencial], la cual ostenta el [Información confidencial] de sus acciones.
- (iii) ÍNDIGO CHILE HOLDINGS SPA, una compañía constituida en Chile, controlada por Inchcape [Información confidencial], la cual ostenta el [Información confidencial] de sus acciones.

13. El grupo económico Inchcape controla a los siguientes agentes económicos que realizan actividades en el Perú:

- Inchcape Motors Perú S.A.
- Distribuidora Automotriz del Perú S.A.C
- Rentas e Inmobiliaria Sur Andina S.A.
- Autocar del Perú S.A.
- Inchcape Latam Perú S.A.C.



PERÚ

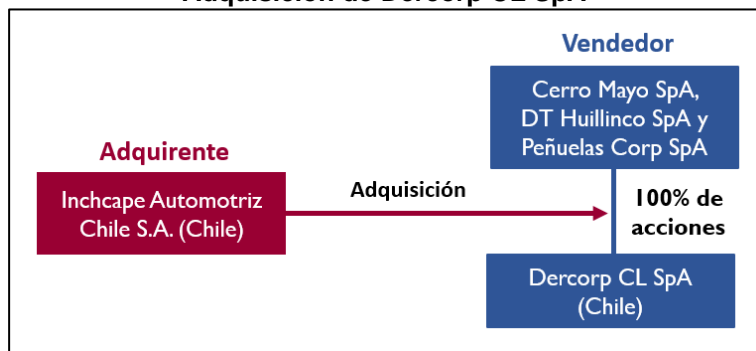
Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

## 2.2. Compañías objetivo: Dercorp CL SpA y Dercorp EX SpA

14. Las compañías objetivo son: Dercorp CL SpA y Dercorp EX SpA (en adelante, las Compañías Objetivo) de titularidad de Cerro Mayo SpA, DT Huillinco SpA y Peñuelas Corp SpA.
15. Las Compañías Objetivo [Información confidencial] agentes económicos que realizan actividades en el Perú:
  - Derco Perú S.A.
  - Dercocenter S.A.C.
  - Corporación Andina de Negocios S.A.
  - Sociedad de Créditos Automotrices Perú S.A.C. (en adelante, las Compañías Derco)
16. Sobre la base de lo señalado, la Operación de Concentración puede resumirse gráficamente de la siguiente manera:

**Gráfico 1**  
**Adquisición de Dercorp CL SpA**



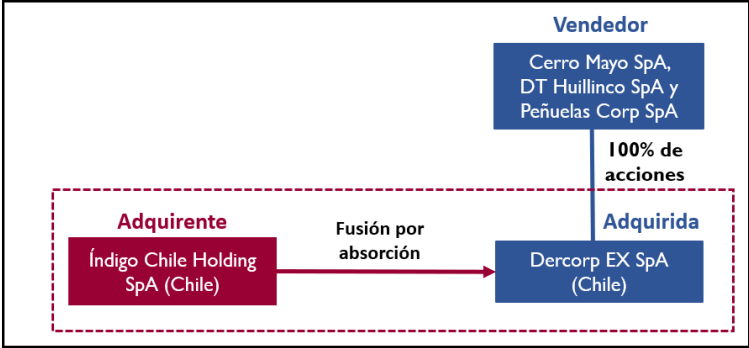
**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

**Fuente:** Solicitud de Autorización.



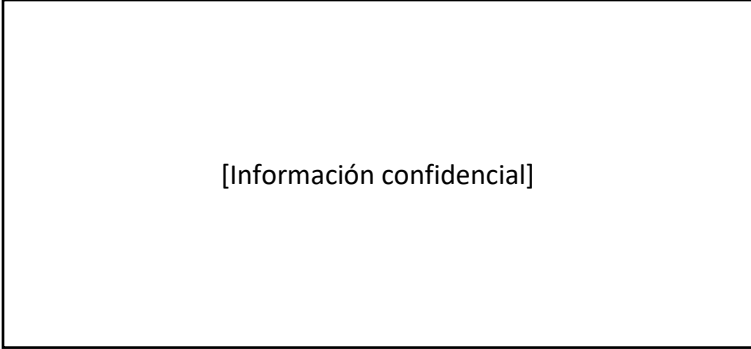
### Gráfico 2 Fusión por absorción de Dercorp EX SpA

#### I. Fusión por absorción de Índigo Chile Holding SpA y Dercorp EX SpA



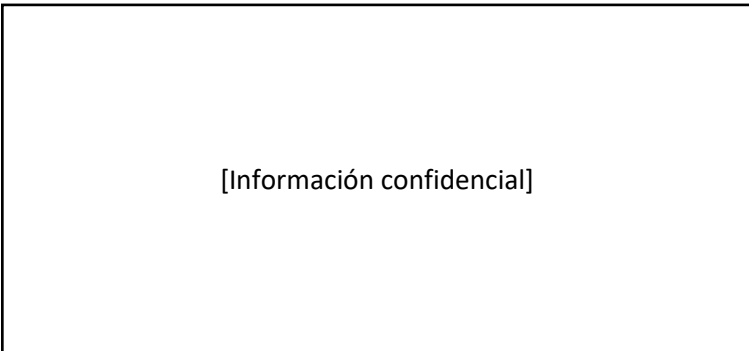
**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.  
**Fuente:** Solicitud de Autorización.

### Gráfico 3



**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.  
**Fuente:** Solicitud de Autorización.

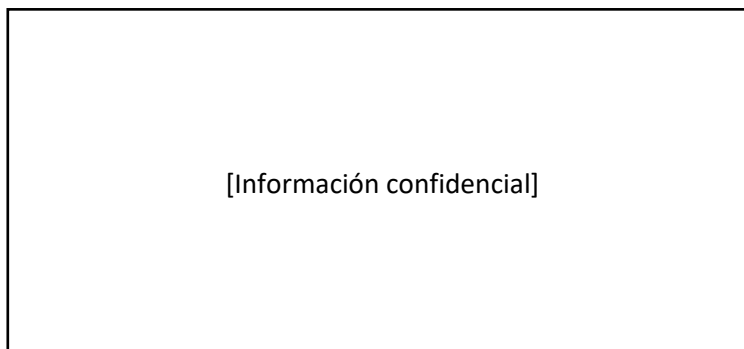
### Gráfico 4



**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.  
**Fuente:** Solicitud de Autorización.



Gráfico 5



**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.  
**Fuente:** Solicitud de Autorización.

### III. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

17. Conforme a lo dispuesto en el numeral 21.4 del artículo 21 de la Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial (en adelante, la Ley 31112), el presente pronunciamiento tiene por objeto analizar: (i) si la operación notificada se encuentra comprendida dentro del ámbito de aplicación de la Ley 31112; y, (ii) si esta puede generar serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos a la competencia en los mercados en los que participan los agentes económicos involucrados en la operación de concentración empresarial<sup>5</sup>. Con base en este análisis, la Comisión podrá autorizar la operación de concentración empresarial si considera que no genera serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos a la competencia.

### IV. ANÁLISIS RESPECTO A LA APLICACIÓN DE LA LEY 31112

18. El artículo 2 de la Ley 31112 establece que estarán sujetos a un procedimiento de autorización previa, los actos que: (i) califiquen como actos de concentración que produzcan efectos en todo o en parte del territorio nacional, incluyendo a aquellas operaciones que, aún de efectuarse en extranjero, involucran directa o indirectamente a empresas que desarrollan operaciones en Perú; y, (ii) que superen los umbrales previstos en la referida Ley<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> **Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial**  
**Artículo 21. Procedimiento aplicable al trámite de la solicitud de autorización de la operación de concentración empresarial**  
(...) 21.4 En un plazo de treinta (30) días hábiles contados a partir de la admisión a trámite de la solicitud, la Comisión determina si la operación de concentración empresarial se encuentra comprendida dentro del ámbito de aplicación de la norma y si genera serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos significativos de la competencia en el mercado.

<sup>6</sup> **Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial**  
**Artículo 2. Ámbito de aplicación**  
Se encuentran comprendidos dentro del ámbito de aplicación de la presente ley:



19. De acuerdo con el artículo 5.1 de la Ley 31112, califica como una «concentración empresarial» todo acto u operación que sea llevado a cabo por dos agentes económicos independientes – esto es, que no formen parte del mismo grupo económico – y que implique la transferencia o cambio de control de una empresa o parte de ella<sup>7</sup>.

Concretamente, la referida norma menciona, a manera de ejemplo, la fusión de dos o más agentes económicos, la adquisición de derechos que permitan ejercer control, la constitución de una empresa en común, *joint venture* o cualquier otra modalidad contractual análoga y la adquisición de activos productivos que permitan tener el control directo o indirecto podrían calificar como operaciones de concentración.

20. Ahora bien, de acuerdo con lo señalado en el artículo 3 de la Ley 31112, el término «control» debe ser entendido como la posibilidad de ejercer una influencia decisiva y continua sobre un agente económico. Esta influencia puede ser llevada a cabo – entre otros – mediante: (i) derechos de propiedad o de uso de la totalidad o de una parte de los activos de una empresa, o (ii) derechos o contratos que permitan influir de manera decisiva y continua sobre la composición, las deliberaciones o las decisiones de los órganos de una empresa, determinando directa o indirectamente la estrategia competitiva<sup>8</sup>. La Comisión también se ha pronunciado en anteriores oportunidades en el mismo sentido<sup>9</sup>.

---

1. Los actos de concentración empresarial, conforme a los umbrales previstos en la presente ley, que produzcan efectos en todo o en parte del territorio nacional, incluyendo actos de concentración que se realicen en el extranjero y vinculen directa o indirectamente a agentes económicos que desarrollan actividades económicas en el país.

2. Los agentes económicos que oferten o demanden bienes o servicios en el mercado y realicen actos de concentración que produzcan o puedan producir efectos anticompetitivos en todo o en parte del territorio nacional.

<sup>7</sup> **Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial**

**Artículo 5. Operaciones de concentración empresarial**

5.1 Es todo acto u operación que implique una transferencia o cambio en el control de una empresa o parte de ella. Dichas concentraciones pueden producirse a consecuencia de las siguientes operaciones:

a. Una fusión de dos o más agentes económicos, los cuales eran independientes antes de la operación, cualquiera que sea la forma de organización societaria de las entidades que se fusionan o de la entidad resultante de la fusión.  
b. La adquisición por parte de uno o más agentes económicos, directa o indirectamente, de derechos que le permitan, en forma individual o conjunta, ejercer el control sobre la totalidad o parte de uno o varios agentes económicos.  
c. La constitución por dos o más agentes económicos independientes entre sí de una empresa en común, *joint venture* o cualquier otra modalidad contractual análoga que implique la adquisición de control conjunto sobre uno o varios agentes económicos, de tal forma que dicho agente económico desempeñe de forma las funciones de una entidad económica autónoma.  
d. La adquisición por un agente económico del control directo o indirecto, por cualquier medio, de activos productivos operativos de otro u otros agentes económicos.

<sup>8</sup> **Ley 31112, Ley que establece el control previo de operaciones de concentración empresarial**

**Artículo 3. Definiciones**

Para efectos de la aplicación de la presente ley, se tienen en cuenta las siguientes definiciones:

(...) 2. Control: Es la posibilidad de ejercer una influencia decisiva y continua sobre un agente económico mediante (i) derechos de propiedad o de uso de la totalidad o de una parte de los activos de una empresa, o (ii) derechos o contratos que permitan influir de manera decisiva y continua sobre la composición, las deliberaciones o las decisiones de los órganos de una empresa, determinando directa o indirectamente la estrategia competitiva.

<sup>9</sup> Ver Resoluciones 019-2019/CLC-INDECOPI, 1351-2011/SDC-INDECOPI, 034-2014/CLC-INDECOPI, 012-1999-INDECOPI/CLC, 015-1998-INDECOPI/CLC y 002-1998-INDECOPI/CLC.



21. Cabe precisar que las decisiones relacionadas a la estrategia competitiva de una empresa pueden incluir, aunque no limitarse, a las siguientes: la aprobación del presupuesto de la empresa, el establecimiento de su plan estratégico, la definición de planes de inversión, el nombramiento de personal directivo (principales gerentes, funcionarios y miembros del directorio, entre otros) y los derechos específicos en relación con el mercado analizado<sup>10</sup>.
22. Por otro lado, el artículo 6 de la Ley 31112 establece que deberá solicitarse una autorización previa de concentración empresarial en cualquier mercado para aquellos actos de concentración que alcancen de manera concurrente con los siguientes umbrales:
  - La suma total del valor de las ventas o ingresos brutos anuales o valor de activos en el país de los agentes económicos involucrados en la operación de concentración empresarial haya alcanzado durante el ejercicio fiscal anterior a aquel en que se notifique la operación, un valor igual o superior a ciento dieciocho mil (118 000) unidades impositivas tributarias (UIT).
  - El valor de las ventas o ingresos brutos anuales o valor de activos en el país de al menos dos de los agentes económicos involucrados en la operación de concentración empresarial haya alcanzado, durante el ejercicio fiscal anterior a aquel en que se notifique la operación, un valor igual o superior a dieciocho mil (18 000) unidades impositivas tributarias (UIT) cada una.
23. En el presente caso, esta Comisión advierte que la operación notificada constituye un acto de concentración empresarial pues implica que las Solicitantes adquieran de manera directa el control de Dercorp CL SpA y Dercorp EX SpA.
24. Asimismo, de la información que obra en el expediente, se puede advertir que las Solicitantes presentaron una Solicitud de Autorización de carácter obligatorio dado que la operación notificada superaría los umbrales establecidos en el artículo 6 de la Ley 31112.
25. En virtud de lo expuesto, se puede concluir que la operación notificada se encontraría dentro del ámbito de aplicación de la Ley 31112. Por consiguiente, corresponde continuar con el análisis de la Solicitud de Autorización notificada por las Solicitantes.

## V. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DE COMPETENCIA

26. El control de concentraciones o de estructuras opera de modo previo a que se ejecuten los actos de concentración de los agentes económicos involucrados; por tanto, funciona como una evaluación ex ante de determinadas operaciones, analizando las consecuencias que generarían en el mercado.

<sup>10</sup> Los derechos específicos en relación con un mercado dado tienen que ver con decisiones concretas que son importantes en el mercado en que opera la empresa en común. Un ejemplo de ello es la decisión sobre la tecnología que la empresa en participación va a utilizar cuando la tecnología es un factor clave en las actividades de dicha empresa.





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

27. En efecto, de acuerdo con el artículo 21 de la Ley 31112, una vez admitida una solicitud de autorización e iniciada la Fase 1 del procedimiento de control previo, la Comisión deberá analizar la operación de concentración empresarial con la finalidad de identificar si existen serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos a la competencia en los mercados en los que participan los agentes económicos involucrados en la operación.
28. Como consecuencia de dicho análisis, al finalizar la Fase 1, la Comisión podrá autorizar la operación de concentración empresarial si considera que esta no generaría serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos a la competencia.

Sin embargo, en caso la Comisión comprobara que la operación de concentración empresarial, cuya autorización se solicita, plantea serias preocupaciones en cuanto a generar efectos restrictivos de la competencia en el mercado, lo declara mediante Resolución comunicando a los interesados cuáles son los riesgos que la autoridad ha identificado, así como el fin de la Fase 1 e inicio de la Fase 2 del procedimiento de control previo.

## 5.1. Análisis de los efectos de la operación notificada

### 5.1.1. Análisis de los posibles efectos que la operación de concentración empresarial pudiera desplegar en el mercado automotriz

#### 5.1.1.1. Aspectos generales del mercado automotriz

29. La cadena de valor del sector automotriz comprende las siguientes actividades económicas<sup>11</sup>:

Mercado primario:

- (i) Fabricación de vehículos.
- (ii) Importación y distribución mayorista de vehículos.
- (iii) Comercialización minorista de vehículos o concesionario.

<sup>11</sup> Conforme a lo señalado por Automotores Gildemeister-Perú S.A. en la entrevista realizada el 26 de octubre de 2022.

Asimismo, las actividades comprendidas en la cadena de valor del sector automotriz han sido recogidas en las siguientes fuentes de información:

- OECD (2019) *“How are the digital technologies changing innovation? Evidence from agriculture, the automotive industry and retail”*. Disponible en: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/67bbcafe-en.pdf?expires=1669774254&id=id&accname=quest&checksum=DDE94E212782EDD86D9ADF95668B4CA2>. Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.
- The Australian Competition and Consumer Commission (2017) *“New Car Retailing Industry”*. Al respecto, consultar: [https://www.accc.gov.au/system/files/New%20car%20retailing%20industry%20final%20report\\_0.pdf](https://www.accc.gov.au/system/files/New%20car%20retailing%20industry%20final%20report_0.pdf). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Mercado secundario:

- (iv) Comercialización de partes y repuestos.
- (v) Servicios de postventa.
- (vi) Servicios conexos, como la prestación de servicios financieros y la comercialización de seguros vehiculares<sup>12</sup>.

30. En el Perú, el mercado primario corresponde solo a las actividades de importación, distribución mayorista y comercialización minorista, toda vez que en el país no se fabrican vehículos<sup>13</sup>.

Cabe mencionar que los fabricantes de vehículos son compañías multinacionales que producen vehículos, partes y repuestos. Estas empresas son representadas por importadores o distribuidores mayoristas<sup>14</sup> que pueden ser sus filiales o subsidiarias u otras terceras empresas que importan los vehículos en el marco de un contrato de representación y distribución suscrito con el fabricante.

Los distribuidores mayoristas se encargan de comercializar los vehículos, repuestos, partes y otros servicios (garantías y seguros) de forma directa a través de sus propios puntos de venta o a través de distribuidores minoristas<sup>15</sup>.

Los distribuidores mayoristas y los distribuidores minoristas celebran un contrato en virtud del cual se le asigna a los distribuidores minoristas o concesionarios una determinada área geográfica para que sean el distribuidor oficial de una o más marcas de vehículos<sup>16</sup>.

31. Respecto al mercado secundario, este corresponde a los productos y servicios complementarios que tienen por objetivo mantener el vehículo en buenas condiciones de manera posterior a su adquisición. Dichos productos complementarios

<sup>12</sup> Cabe señalar que esta clasificación se encuentra alineada con la jurisprudencia internacional. Al respecto, consultar:

- Fiscalía Nacional Económica (Chile): Rol FNE F233-2020 (Fiat/Peugeot), Rol FNE F296- 2021 (Inchcape/Ditec), Rol FNE F226-2019 (Bergé/Mitsubishi), entre otras.
- Comisión Europea (Unión Europea): Case M.9462 - EMIL FREY GROUP / AUTOCOMMERCE / AVTO TRIGLAV / AC-MOBIL, Case M.9720 - VOLVO CARS/UPPLANDS MOTOR.

<sup>13</sup> Cámara de Comercio de Lima “Aumento continuo del parque automotor, un problema que urge solucionar” pág. 2. Disponible en: [https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r816\\_3/comercio%20exterior.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r816_3/comercio%20exterior.pdf). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.

<sup>14</sup> En la investigación de mercado se ha evidenciado que todo mayorista es importador de vehículos. A lo largo de la presente Resolución, los términos “importador” y “distribuidor mayorista” se referirán indistintamente a aquel tercero encargado de distribuir en el canal mayorista los vehículos de un fabricante en nuestro país.

<sup>15</sup> De acuerdo con lo señalado en las entrevistas realizadas a Diamante del Pacífico S.A el 04 de noviembre de 2022 [Información confidencial].

<sup>16</sup> Rol FNE F226-2019 (Bergé/Mitsubishi), Rol FNE F296- 2021 (Inchcape/Ditec), Rol FNE F326-2022 (Inchcape/Derco).



comprenden la comercialización de partes y repuestos, así como los servicios de postventa, que abarcan el mantenimiento, el servicio técnico, entre otros<sup>17</sup>.

32. Finalmente, los servicios conexos son aquellos que se encuentran fuera de la cadena de valor del vehículo, tales como el financiamiento, la comercialización de seguros vehiculares, entre otros.

#### 5.1.1.2. Actividades que realizan los agentes económicos involucrados en la Operación de Concentración en el Perú

##### a) Sobre las actividades que realizan los agentes económicos del grupo económico de las Solicitantes (en adelante, las Compañías Inchcape) en el Perú

33. De acuerdo con lo señalado por las Solicitantes en la Solicitud de Autorización, las Compañías Inchcape operan en los siguientes niveles de la cadena de valor de vehículos:

- (i) venta mayorista autos nuevos;
- (ii) venta minorista de autos nuevos<sup>18</sup>;
- (iii) venta minorista de autos usados;
- (iv) provisión de servicios de mantenimiento y venta de repuestos<sup>19</sup>; e
- (v) intermediación para el financiamiento de autos y venta de seguros<sup>20</sup>.

34. Todas estas actividades son realizadas en función a las siguientes cinco (5) marcas que las Compañías Inchcape representan: BMW, Mini, Subaru, BYD y DFSK.

##### b) Sobre las actividades que realizan las Compañías Derco en el Perú

35. Conforme a lo señalado por las Solicitantes en la Solicitud de Autorización, las Compañías Derco operan en los siguientes niveles de la cadena de valor de vehículos:

- (i) venta mayorista autos nuevos;

<sup>17</sup> En OECD (2019) "How are the digital technologies changing innovation? Evidence from agriculture, the automotive industry and retail". Disponible en: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/67bbcafe-en.pdf?expires=1669774254&id=id&accname=quest&checksum=DDE94E212782EDD86D9ADF95668B4CA2>. Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.

<sup>18</sup> Conforme a lo señalado en el Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización, las Compañías Inchcape cuentan con [Información confidencial] puntos de venta, [Información confidencial] de los cuales son propiedad de dichas empresas.

<sup>19</sup> Conforme a lo señalado en el Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización, las actividades de las Compañías Inchcape se realizan en [Información confidencial] sus puntos de venta, [Información confidencial].

<sup>20</sup> Conforme a lo señalado en el Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización, las actividades de intermediación de las Compañías Inchcape [Información confidencial]. Esto impide, por ejemplo, que alguna de las empresas de Inchcape pueda intermediar en el financiamiento o venta de seguros para autos vendidos en los concesionarios de las Compañías Derco.



- (ii) venta minorista de autos nuevos<sup>21</sup>;
- (iii) venta minorista de autos usados;
- (iv) provisión de servicios de mantenimiento y venta de repuestos<sup>22</sup>;
- (v) intermediación para el financiamiento de autos y venta de seguros<sup>23</sup>; y
- (vi) provisión servicios de conversión a gas.

36. Todas estas actividades son realizadas en función a las siguientes ocho (8) marcas que las Compañías Derco representan: Mazda, Suzuki, Renault, Citroën, JAC, Changan, Great Wall y Haval.
37. De esta manera, las actividades de la cadena de valor de vehículos en las que participan tanto las Compañías Inchcape como las Compañías Derco son las siguientes:

**Cuadro 1**  
**Actividades de la cadena de valor de vehículos en las que participan las Compañías Inchcape y las Compañías Derco**

Actividad	Compañías Inchcape	Compañías Derco
Fabricación y comercialización de vehículos	No participa	No participa
Importación y distribución mayorista de vehículos nuevos	Participa	Participa
Comercialización minorista de vehículos nuevos	Participa	Participa
Comercialización minorista de vehículos usados	Participa	Participa
Provisión de servicios de mantenimiento y Comercialización de partes y repuestos	Participa	Participa
Servicios conexos: prestación de servicios financieros	Participa	Participa
Servicios conexos: conversión a gas	No participa	Participa

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

**Fuente:** Solicitud de Autorización.

38. Conforme a lo señalado en el Cuadro 1, las actividades en las que coinciden las Compañías Inchcape y las Compañías Derco son las siguientes:
- Importación y distribución mayorista de vehículos nuevos.
  - Comercialización minorista de vehículos nuevos.

<sup>21</sup> [Información confidencial].

<sup>22</sup> En la Solicitud de Autorización, los Solicitantes han declarado que las Compañías Derco cuentan con [Información confidencial] puntos de atención denominados "Derco Center" habilitados para realizar servicio técnico.

<sup>23</sup> Conforme a lo señalado en el Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización, las Compañías Derco [Información confidencial] Sociedad de Créditos Automotrices S. A. C., que se dedica a contactar y/o referir a entidades crediticias o financieras con clientes finales para el financiamiento de estos últimos para la compra minorista de autos, pudiendo celebrar cualquier acto o contrato que directa o indirectamente permita tal objetivo.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

- Comercialización minorista de vehículos usados.
- Provisión de servicios de mantenimiento y comercialización de partes y repuestos.
- Servicios conexos: prestación de servicios financieros.

#### 5.1.1.2. Mercados involucrados

39. Para analizar los posibles efectos que la Operación de Concentración podría tener sobre el mercado automotriz, es importante definir los mercados involucrados en los que participarían las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, estos son: (i) Importación y distribución mayorista de vehículos nuevos, (ii) Comercialización minorista de vehículos nuevos, (iii) Comercialización minorista de vehículos usados, (iv) Provisión de servicios de mantenimiento y comercialización de partes y repuestos y, (v) Prestación de servicios financieros.
40. Cabe señalar que, a partir de las actividades descritas, de la información presentada por la Solicitante y los antecedentes recabados en el presente procedimiento, se evidencia que no es necesario realizar una definición precisa sobre los mercados involucrados. Ello, en la medida que las conclusiones respecto a los potenciales riesgos a la competencia no varían bajo la delimitación de mercado más conservadora y estricta posible.

##### a) Importación y distribución mayorista de vehículos nuevos<sup>24</sup>

41. Conforme a lo señalado por las Solicitantes, las Compañías Inchcape y las Compañías Derco solo coinciden respecto al mercado de vehículos nuevos y no de vehículos usados. Asimismo, se ha identificado que ni Compañías Inchcape ni Compañías Derco han realizado importaciones de vehículos usados. Por lo tanto, a nivel mayorista, solo se analizará el mercado para vehículos nuevos.
42. En el mercado de importación y distribución de vehículos nuevos a nivel mayorista, las empresas evalúan su posicionamiento en base a la clasificación de mercado realizada por la Asociación Automotriz del Perú – AAP (en adelante, la AAP)<sup>25</sup>.
43. Al respecto, la AAP segmenta los vehículos considerando los siguientes criterios<sup>26</sup>:
- (i) Según su peso: en vehículos livianos y pesados.

<sup>24</sup> Como se ha señalado en párrafos precedentes, los distribuidores mayoristas de vehículos nuevos son las mismas empresas que realizan la importación y representación de la marca, por lo que una adecuada definición del mercado involucrado es a partir de la distribución mayorista.

<sup>25</sup> De acuerdo con lo señalado en las entrevistas [Información confidencial].

<sup>26</sup> Esta segmentación también es utilizada en la jurisprudencia internacional. Al respecto, la Fiscalía Nacional Económica considera una división por el peso y, a su vez, una subdivisión por tipo de carrocería en la operación de concentración GAC/ Coseche. Al respecto, consultar: Rol FNE F200-2019, disponible en: [https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2019/08/inap\\_F200\\_2019.pdf](https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2019/08/inap_F200_2019.pdf). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.



- (ii) Según su carrocería: El mercado se segmenta según el uso particular de los vehículos<sup>27</sup>
- 44. Sobre la base de lo indicado, la APP agrupa a los vehículos livianos conforme a los siguientes tipos de carrocería: (i) automóviles (SW, sedan, hatchback, coupé y convertible), (ii) SUV<sup>28</sup>, (iii) pick-up y (iv) camionetas (multipropósito, microbús, panel y ambulancia)<sup>29</sup>.
- 45. Por otro lado, la APP agrupa a los vehículos pesados conforme a los siguientes tipos de carrocería: (i) buses (minibús y ómnibus) y (ii) camiones (chasis cabinado, baranda, volquete, furgón, cisterna y otros).
- 46. Así la segmentación de la APP se realizaría de la siguiente manera:

**Cuadro 2**  
**Segmentación de vehículos según los criterios de peso y carrocería**

Peso	Segmento	Carrocerías que la conforman
Liviano	Automóvil	SW
		Sedan
		Hatchback
		Coupé
		Convertible
	SUV	SUV
	Pick up	Pick up
	Camionetas	Multipropósito
		Microbús
		Panel
Ambulancia		
Pesado	Buses	Minibús
		Ómnibus
	Camiones	Cabinado
		Baranda
		Volquete

<sup>27</sup> Al respecto, ver: Resolución Directoral 4848-2006-MTC. Clasificación vehicular y estandarización de las características registrables vehiculares. Disponible en: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/70BB89715784FCC505257E05007DD33F/\\$FILE/RD\\_4848\\_2006\\_MTC15\\_Clasificaci%C3%B3nVehicular.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/70BB89715784FCC505257E05007DD33F/$FILE/RD_4848_2006_MTC15_Clasificaci%C3%B3nVehicular.pdf). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.

En dicho documento se indica, por ejemplo, que el vehículo SUV *“por su configuración (altura libre del piso, ángulos de ataque, ventral y de salida) generalmente puede ser utilizado en carreteras en mal estado o fuera de ellas. Generalmente de tracción 4x4, pero puede ser de 4x2.”*

<sup>28</sup> Vehículo deportivo utilitario, por sus siglas en inglés, SUV (*Sports Utility Vehicle*).

<sup>29</sup> Asociación Automotriz del Perú (2021) Venta e Inmatriculación de Vehículos Nuevos 2021. Disponible en: [https://aap.org.pe/estadisticas/ventas\\_inmatriculaciones\\_vehiculos\\_nuevos/venta-e-inmatriculacion-de-vehiculos-nuevos-2021/](https://aap.org.pe/estadisticas/ventas_inmatriculaciones_vehiculos_nuevos/venta-e-inmatriculacion-de-vehiculos-nuevos-2021/). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

		Furgón
		Cisterna
		Otros

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Asociación Automotriz del Perú – AAP

47. De acuerdo con la información contenida en la Solicitud de Autorización, el informe elaborado por Apoyo Consultoría del 4 de octubre de 2022 presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización (en adelante, el Informe Económico de Apoyo Consultoría) y la base de datos Veritrade sobre importación nacional de vehículos, se observa que, a nivel mayorista, las compañías involucradas en la Operación de Concentración se superponen en los segmentos SUV, automóviles y camionetas.
48. En esa misma línea, en la investigación de mercado se ha evidenciado que las empresas que participan en el mercado evalúan su posición en el mercado a partir de dichas segmentaciones; adicionalmente que no se ha evidenciado sustitución entre dichos segmentos que indiquen que conforman un solo mercado y, finalmente, la jurisprudencia internacional define de manera similar los mercados<sup>30</sup>.
49. A partir de esta segmentación se puede definir el mercado de producto como los propios segmentos, a saber: (i) el mercado de SUV, (ii) el mercado de automóviles y (iii) el mercado de camionetas.
50. Con respecto al ámbito geográfico de los mercados involucrados, esta Comisión considera que, en línea con lo señalado por la jurisprudencia internacional y el análisis de mercado realizado, el alcance es a nivel nacional en el mercado de distribución mayorista de vehículos nuevos<sup>31</sup>.
51. En consecuencia, los mercados involucrados serían: (i) el mercado mayorista de SUV nuevos, (ii) el mercado mayorista de automóviles nuevos y (iii) el mercado mayorista de camionetas nuevas, todos de alcance nacional.

## b) Comercialización minorista de vehículos nuevos

<sup>30</sup> Al respecto, consultar la siguiente jurisprudencia:

- Comisión Europea (Unión Europea): Case M.9462- EMIL FREY GROUP / AUTOCOMMERCE / AVTO TRIGLAV / AC-MOBIL, Case M.10412 - SCANIA SVERIGE / DIN BIL SVERIGE / BILMETRO, Case M.8099- NISSAN / MITSUBISHI.
- Fiscalía Nacional Económica (Chile): F226-2019- Mitsubishi/ Bergé, F288-2021- Mitsui & Co/ Tajamar, F296-2021- Índigo/ Ditec.

<sup>31</sup> De acuerdo con lo señalado por la jurisprudencia en países en los que no existe fabricación de vehículos (casos de la Fiscalía Nacional Económica), las empresas mayoristas se encargan de la importación y poseen la exclusividad en la comercialización mayorista a nivel nacional. Estas empresas encargan a sus filiales la distribución minorista o celebran contratos de concesión con concesionarios, asignándoles un área geográfica y el derecho de comercialización de la marca.

En efecto, de acuerdo con los contratos entre las Compañías de Derco y concesionarios, presentados en la Solicitud de Autorización, [Información confidencial] lo cual reafirma la premisa de que el mercado mayorista es de alcance nacional.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

52. En cuanto a la actividad de comercialización a nivel minorista, la investigación de mercado ha evidenciado que, al igual que en las actividades a nivel mayorista, las empresas participantes del mercado segmentan sus vehículos según una clasificación realizada por la AAP.
53. Esto es, para vehículos livianos lo segmentan en: (i) automóviles (SW, sedan, hatchback, coupé y convertible), (ii) SUV, (iii) pick-up y (iv) camionetas (multipropósito, microbús, panel y ambulancia).

Para los vehículos pesados lo conforman los siguientes segmentos: (i) buses (minibús y ómnibus) y (ii) camiones (chasis cabinado, baranda, volquete, furgón, cisterna y otros).

54. Al respecto, con base en la información contenida en la Solicitud de Autorización y el Informe Económico de Apoyo Consultoría, se observa que las Compañías Inchcape y la Compañías Derco coinciden respecto a los vehículos livianos en los siguientes segmentos: (i) automóviles, (ii) SUV y (iii) camionetas.
55. En esa misma línea, en la investigación de mercado se ha evidenciado que las empresas que participan en el mercado evalúan su posición en el mercado a partir de dichas segmentaciones; adicionalmente que no se ha evidenciado sustitución entre dichos segmentos que indiquen que conforman un solo mercado y, finalmente, la jurisprudencia internacional define de manera similar los mercados<sup>32</sup>.
56. A partir de esta segmentación se puede definir el mercado de producto como los propios segmentos, a saber: (i) el mercado minorista de SUV, (ii) el mercado minorista de automóviles y (iii) el mercado minorista de camionetas.
57. Con respecto al ámbito geográfico, esta Comisión considera que, en línea con lo señalado por la jurisprudencia internacional y la investigación de mercado realizada, el alcance puede ser nacional o regional<sup>33</sup>; sin embargo, las conclusiones sobre los riesgos sobre la competencia no cambian si se considera un alcance regional en lugar de nacional<sup>34</sup>. Por tanto, es plausible considerar un ámbito nacional para el mercado minorista de vehículos nuevos.

<sup>32</sup> Al respecto, consultar la siguiente jurisprudencia:

- Comisión Europea (Unión Europea): Case M.9462- EMIL FREY GROUP / AUTOCOMMERCE / AVTO TRIGLAV / AC-MOBIL, Case M.10412 - SCANIA SVERIGE / DIN BIL SVERIGE / BILMETRO, Case M.8099- NISSAN / MITSUBISHI.
- Fiscalía Nacional Económica (Chile): F226-2019- Mitsubishi/ Bergé, F288-2021- Mitsui & Co/ Tajamar, F296-2021- Indigo/ Ditec.

<sup>33</sup> En algunos casos analizados por la jurisprudencia extranjera también se ha considerado un alcance regional del mercado de comercialización minorista. Al respecto, revisar:

- Fiscalía Nacional Económica (Chile): Rol FNE F200-19. Informe de Aprobación GAC/Coseche.
- Comisión Europea (Unión Europea): Case M.9839 - VGRD/Auto Wichert Assets

<sup>34</sup> El análisis a nivel regional concluye que existe traslape en tres (3) mercados: (i) el mercado minorista de SUV nuevos, (ii) el mercado minorista de automóviles nuevos y (iii) el mercado minorista de camionetas nuevas. Asimismo, el mercado de





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

58. En consecuencia, los mercados involucrados serían: (i) el mercado minorista de SUV nuevos, (ii) el mercado minorista de automóviles nuevos y (iii) el mercado minorista de camionetas nuevas, todos de alcance nacional.

**c) Comercialización minorista de vehículos usados**

59. Respecto a la comercialización minorista de vehículos usados, es importante señalar que la jurisprudencia internacional distingue el mercado de comercialización minorista de vehículos nuevos del mercado de comercialización minorista de vehículos usados<sup>35</sup>. Las razones que justificarían esta distinción son las siguientes:

- (i) la diferencia en precios existente entre ambos productos;
- (ii) el mayor gasto en mantenimiento y reparación el que incurren los consumidores de autos usados; y
- (iii) la existencia de diversos agentes que no están autorizados para comercializar autos usados<sup>36</sup>.

Sin embargo, cabe precisar que, tal como ocurre en los mercados de venta mayorista y minorista de vehículos nuevos, en el caso de comercialización minorista de vehículos usados también es adecuado utilizar los criterios de segmentación de la AAP. En ese sentido, en el caso del mercado de comercialización minorista de vehículos usados también se evidencia traslape en los segmentos de automóviles, SUV y camionetas.

60. Con respecto al ámbito geográfico, las conclusiones sobre los riesgos sobre la competencia no cambian si se considera un alcance regional en lugar de un alcance nacional<sup>37</sup>. Por tanto, es plausible considerar un ámbito nacional para el mercado minorista de vehículos usados.
61. Por consiguiente, los mercados involucrados son: (i) el mercado minorista de SUV usadas, (ii) el mercado de automóviles usados y (iii) el mercado de camionetas usadas, en todos de alcance nacional.

---

mayor importancia relativa es el mercado minorista de camionetas nuevas en la región Lima (incluye Lima provincias, Lima metropolitana y Callao), en donde la participación conjunta se encuentra entre el 20% -25%. Cabe resaltar que la región Lima es representativa de las ventas nacionales en el mercado minorista de camionetas nuevas (las ventas de la región Lima representa entre el 60%-70% de las ventas totales), por lo que las conclusiones sobre los riesgos no cambian si el alcance es a nivel nacional.

<sup>35</sup> Case M.970.Volvo Cars/Uppland Motor. Regulation (EC) No 139/2004 Merger Procedure (29/10/2020). Disponible en: [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202048/m9720\\_113\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202048/m9720_113_3.pdf). Fecha de última visita: 10 de diciembre de 2022.

<sup>36</sup> Conforme a lo señalado en la página 22 del Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización.

<sup>37</sup> Al igual que en el mercado de vehículos nuevos, las ventas del mercado de vehículos usados se concentran en Lima. Al respecto, en el Anexo 16.1 (Reporte total transferencias en el registro de propiedad vehicular de la SUNARP para los años 2019 y 2020) presentado por las Solicitantes en su Solicitud de Autorización, se observa que, en el mercado de vehículos nuevos, las ventas del mercado de vehículos usados se concentran en Lima [Información confidencial]. Por tanto, las conclusiones sobre los riesgos no cambian si el alcance es a nivel nacional.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

#### d) Servicio de mantenimiento y venta de repuestos

62. De acuerdo con los resultados de la investigación realizada del mercado de servicios de mantenimiento y venta de repuestos y, a lo afirmado por competidores y clientes, esta Comisión ha identificado que los repuestos, son exclusivos de las marcas que comercializa cada compañía<sup>38 39</sup>.
63. Cabe resaltar que los concesionarios pueden proveer el servicio de mantenimiento y/o vender repuestos exclusivamente a los clientes que poseen autos de las marcas de su portafolio<sup>40</sup>.
64. A partir de ello, el mercado de producto se puede definir a partir de cada marca. Lo cual implica que las empresas que representan marcas distintas a las comercializadas por Compañías Inchcape como las que representan las marcas de las Compañías Derco no ejercerían presión competitiva, y viceversa.
65. En consecuencia, no existiría traslape entre las actividades que realizan las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, toda vez que cada una de ellas realiza servicios de mantenimiento y comercializa exclusivamente los repuestos de las marcas de los vehículos que comercializa.

#### e) Servicios de prestación de servicios financieros

66. El servicio conexo de prestación de servicios financieros consiste en el otorgamiento de opciones de financiamiento para la adquisición de vehículos a los clientes. En el caso de las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, su rol se limita a intermediar entre entidades financieras y los consumidores finales; es decir, no proveen financiamiento directamente a los adquirentes de los vehículos.

Con respecto a las Compañías Derco, se observa que la empresa Sociedad de Créditos Automotrices S.A.C.<sup>41</sup> se dedica a la intermediación financiera para la adquisición de vehículos de las marcas de las Compañías Derco y además de vehículos de las marcas comercializadas por Automotores Gildemeister-Perú S.A.,

<sup>38</sup> De acuerdo con lo señalado en las encuestas realizadas a las empresas General Motors Perú S.A, Aventura Motors EIRL, Automotores Pakatnamu S.A.C, Gacsá Peru S.A.C., Automotriz Lavagna S.A., Autoland S.A., Corporación de Empresas Automotrices S.A.C, Automotores Gildemeister Perú S.A, KLM Group S.A.C y Representaciones e Inversiones P&B S.A.C.

<sup>39</sup> Cabe señalar que en la investigación de mercado se ha observado que existiría algún grado de sustitución entre los repuestos de diferentes marcas, por ejemplo, entre los repuestos de las marcas, por ejemplo, entre los repuestos de las marcas Hyundai y Kia o entre las marcas Haval y Great Wall. Esto ocurre debido a que la casa matriz de la fabricante es la misma. Sin perjuicio de ello, respecto a las marcas que representan las partes involucradas en la Operación de Concentración, se ha identificado que no existe traslape entre las fabricantes.

<sup>40</sup> En la página 16 del Informe Económico elaborado por Apoyo Consultoría, presentado como Anexo 16 de la Solicitud de Autorización se señala [Información confidencial].

<sup>41</sup> Conforme a lo señalado en la página 17 de la Solicitud de Autorización, la empresa Sociedad de Créditos Automotrices S.A.C. [Información confidencial].



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A. (en adelante, en conjunto, Automotores Gildemeister) [Información confidencial].<sup>42</sup>

67. Por el lado de las Compañías Inchcape, se observa que las empresas Inchcape Latam Perú S.A., Inchcape Motors Perú S.A. y Autocar del Perú S.A. captan el servicio de financiamiento a través de entidades financieras para sus propios clientes, por lo cual obtienen una comisión.

Conforme a lo señalado en la Solicitud de Autorización, el servicio ofrecido por las mencionadas empresas se ejecutaría de la siguiente manera:

*“(...) contactan al cliente para solicitar información pertinente con la cual inicia una evaluación sobre sus necesidades, luego realiza la simulación del financiamiento con una entidad financiera y después se vuelve a contactar al cliente para realizar la propuesta de financiamiento.*

*(...)*

*Opera bajo una modalidad distinta de intermediación financiera. Las empresas del COMPRADOR celebran acuerdos directamente con bancos o financieras para que estos ofrezcan sus créditos de manera directa en sus pisos de venta. Dichas entidades financieras (tales como el Banco de Crédito del Perú, BBVA, entre otros), otorgan tasas a las cuales se les agrega un fee, lo cual constituye un ingreso adicional (residual) para EL COMPRADOR”<sup>43</sup>*

68. De esta manera, respecto al servicio de prestación de servicios financieros, las empresas de intermediación financiera de cada una de las partes intervinientes de la Operación de Concentración brindan únicamente servicios de intermediación financiera para la adquisición de vehículos de sus marcas<sup>44</sup>.
69. Las empresas de intermediación financiera se encuentran ubicadas dentro los concesionarios vinculados de las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, ofreciendo sus servicios a los consumidores finales que se acercan a adquirir las marcas de las mencionadas compañías. Sin embargo, dichas empresas de intermediación no competirían, en la medida que la oferta de sus servicios depende de la adquisición de un vehículo de alguna de las marcas de las Compañías Inchcape o las Compañías Derco. Así, el servicio de intermediación financiera está directamente vinculado a la adquisición de los vehículos comercializados bajo las marcas de Compañías Inchcape o las Compañías Derco, respectivamente.
70. En efecto, si un consumidor pretende adquirir un vehículo de una marca comercializada por Compañías Derco únicamente podrá acceder al servicio de

<sup>42</sup> Página 42 de la Solicitud de Autorización.

<sup>43</sup> Páginas 22 y 32 de la Solicitud de Autorización.

<sup>44</sup> Con excepción de Sociedad de Créditos Automotrices S.A.C. quien presta además servicios para la adquisición de vehículos de marcas que comercializa Automotores Gildemeister [Información confidencial]. Sin embargo, ello no afecta las conclusiones sobre la no existencia de traslape en este mercado.



intermediación financiera que brinda Sociedad de Créditos Automotrices S.A.C. y no podrá acceder a los servicios que brindan las Compañías Inchcape y viceversa. Por lo señalado, no se evidencia traslape en este mercado.

71. En base a lo indicado, finalmente los mercados involucrados sobre los cuales se analizará los posibles riesgos sobre la competencia se restringen a los siguientes:

**Cuadro 3**  
 **Mercados involucrados**

Producto	Ámbito geográfico
1. Mercado mayorista de SUV nuevos 2. Mercado mayorista de automóviles nuevos 3. Mercado mayorista de camionetas nuevas	Nacional
4. Mercado minorista de SUV nuevos 5. Mercado minorista de automóviles nuevos 6. Mercado minorista de camionetas nuevas	Nacional
7. Mercado minorista de SUV usados 8. Mercado minorista de automóviles usados 9. Mercado minorista de camionetas usadas	Nacional

**Elaboración:** Comisión de Libre Competencia

**Fuente:** Las Solicitantes

### 5.1.1.3. Efectos horizontales<sup>45</sup>

72. Conforme a lo señalado en el acápite anterior, existe un total de nueve (9) mercados involucrados, de los cuales tres (3) pertenecen al segmento mayorista de vehículos nuevos, tres (3) al segmento minorista de vehículos nuevos y tres (3) al segmento minorista de vehículos usados.
73. Al respecto, un primer elemento que se evalúa para señalar si existe o no preocupaciones sobre la competencia es el índice de concentración o también

<sup>45</sup> En la presente sección se realizará un análisis en base a una definición conservadora del mercado. En caso se consideren otros escenarios, las conclusiones no variarán.



llamado Índice de Herfindahl e Hirschman – IHH<sup>46</sup> (en adelante, el índice IHH) y las participaciones conjuntas de las empresas involucradas<sup>47</sup>.

74. Cabe resaltar que para estimar las participaciones de cada uno de los mercados mayoristas y la identificación de los agentes del mercado se utiliza la información de importaciones, el cual es una aproximación de las ventas a nivel mayorista debido a que en el Perú no existe fabricación de vehículos y únicamente se importan.
75. Sobre la base de estos indicadores, esta Comisión ha determinado que cinco (5) de los nueve (9) mercados involucrados en la Operación de Concentración no generarían preocupaciones, conforme a lo siguiente:

**[Continúa en la siguiente página]**

<sup>46</sup> Cabe señalar que el índice IHH se calcula sumando las cuotas de mercado de cada una de las empresas concurrentes elevadas al cuadrado. Así, por ejemplo, un mercado en el que concurren cuatro agentes A, B, C y D con cuotas de mercado de 40%, 20%, 20% y 20% respectivamente, tiene un Índice IHH de 2800 ( $40^2 + 20^2 + 20^2 + 20^2 = 2800$ ). Este índice proporciona una señal de cuán concentrado es el mercado bajo análisis luego de la operación de concentración. Se considera tanto el valor del IHH después de la operación de concentración como la variación del IHH que se origina como producto de dicha operación, variación que reflejará el cambio en el grado de concentración del mercado.

Dicho criterio es recogido también por otras agencias de competencia en sus guías para la evaluación de operaciones de concentración horizontales, ver, por ejemplo: Horizontal Merger Guidelines, Federal Trade Commission—Department of Justice (2010) y Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontal de Chile, Fiscalía Nacional Económica (2012).

De acuerdo con dichas guías, de presentarse los índices de concentración comprendidos en los siguientes supuestos no existiría preliminarmente un riesgo a la competencia:

- (i) Inferior a un IHH de 1500 (índice expresivo de un mercado no concentrado).
- (ii) Superior a un IHH de 1500 e inferior a un IHH de 2500 (índice expresivo de un mercado moderadamente concentrado), con una variación proyectada del IHH (o  $\Delta$ IHH) menor a 200; y
- (iii) Superior a un IHH de 2500 (índice expresivo de un mercado altamente concentrado), con una variación proyectada del IHH (o  $\Delta$ IHH) menor a 100.

<sup>47</sup> Véase las Resoluciones de la Comisión Resolución 098-2021/CLC-INDECOPI y Resolución 045-2022/DLC-INDECOPI. 21/55



**Cuadro 4**  
**Porcentaje de participación conjunta e índice IHH luego de la Operación de Concentración en los mercados involucrados en el año 2021**

Mercado involucrado	Participación conjunta	IHH luego de la operación de concentración <sup>3/</sup>	ΔIHH
Mercado minorista de SUV nuevos <sup>1/</sup>	[9-13]%	[340-345]	[75-80]
Mercado minorista de automóviles nuevos <sup>1/</sup>	[4-8]%	[315-320]	[10-15]
Mercado minorista de SUV usados <sup>2/</sup>	< 1%		< 1
Mercado minorista de automóviles usados <sup>2/</sup>	< 1%		< 1
Mercado minorista de camionetas usadas <sup>2/</sup>	< 1%		< 1

**Notas:**

1/ Para la estimación se utilizó la base de datos la AAP de vehículos nuevos provista por la Solicitante como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización, la cual que contiene únicamente información de unidades vendidas.

2/ Para su estimación se utilizaron tres (3) bases de datos provista por la Solicitante: i) la base de AAP de venta de vehículos usados, ii) base de ventas de vehículos usados de Inchcape y iii) base de ventas de vehículos usados de Compañías Derco. Asimismo, se utilizó la base de datos de Veritrade para realizar una aproximación del tamaño de cada uno de los mercados. Cabe resaltar que para la estimación de las participaciones en cada mercado involucrado se consideró dos datos: i) las ventas por mercado de Inchcape y Derco, y (ii) una aproximación del tamaño total de cada uno de los mercados de venta minorista de autos usados a partir de la base de Veritrade.

3/ Los espacios vacíos significan que no se cuenta con información para calcular el IHH del mercado.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

**Fuente:** Bases de datos presentadas por la Solicitante en el formulario de Notificación: Anexo 16.1, pestañas “BD Inchcape usados”, “BD Derco usados”, “AAP usados” y Veritrade.

76. Cabe resaltar que en los mercados minoristas de SUV nuevos y minoristas de automóviles nuevos se observa que el IHH da cuenta de un mercado poco concentrado y que además existen empresas que pueden ejercer presión competitiva.
77. En efecto, en el mercado minorista de SUV nuevos participan, entre otros, los siguientes concesionarios: Autoland S.A. (el cual comercializa marcas como Kia, Ford, Mazda, Suzuki, Nissan, entre otras), Automotores Gildemeister (el cual comercializa marcas como Hyundai, Geely, Baic, Jinbei, entre otras), GACSA Perú S.A.C. (el cual comercializa marcas como Nissan, Hyundai, Geely, JAC, Chevrolet, Changan, Suzuki, entre otras).
78. Así también en el mercado de automóviles participan, entre otros, los siguientes concesionarios: Autoland S.A. (el cual comercializa marcas como Kia, Nissan, Suzuki, Mazda, MG Chery, entre otras), Automotores Gildemeister (el cual comercializa marcas como Hyundai, Geely, entre otras), Mitsui Automotriz S.A., Autoespar S.A., Grupo Pana S.A. y Autonor Nor Oriente S.A.C. (el cual comercializa la marca Toyota).



79. En ese sentido, habiendo descartado preocupaciones en cinco (5) de los nueve (9) mercados identificados, la Comisión considera que únicamente se deben realizar un análisis más profundo de los siguientes cuatro (4) mercados involucrados:

- (i) Mercado mayorista de SUV nuevos
- (ii) Mercado mayorista de automóviles nuevos
- (iii) Mercado mayorista de camionetas nuevas
- (iv) Mercado minorista de camionetas nuevas

80. A continuación, se analizará con mayor detalle estos cuatro (4) mercados involucrados a fin de identificar si generan preocupaciones a la competencia.

**a. Venta mayorista de SUV nuevos**

**a.1. Análisis estructural**

81. Las marcas de las partes involucradas en la Operación de Concentración en este mercado son doce (12):

- De las Compañías Inchcape: DFSK, BMW, Mini y Subaru.
- De las Compañías Derco: JAC, Changan, Suzuki, Mazda, Renault, Haval, Great Wall y Citroën.

82. Asimismo, este mercado está compuesto por un total de cincuenta y cuatro (54) marcas, las cuales son importadas por un total de veintisiete (27) empresas distintas conforme al siguiente detalle:

**Cuadro 5**  
**Empresas competidoras y marcas en el mercado de venta mayorista de vehículos livianos SUV nuevos**

Empresa	Marcas
<b>Compañías Derco</b>	JAC
	Changan
	Suzuki
	Mazda
	Renault
	Haval
	Great wall
	Citroën
<b>Automotores Gildemeister<sup>1/</sup></b>	Hyundai
	Geely
	Baic
	Volvo
	Jinbei
	Mahindra



Empresa	Marcas
	Brilliance
	Land rover
	Jaguar
Toyota del Perú S.A.	Toyota
	Lexus
Compañías Inchcape <sup>2/</sup>	DFSK
	Subaru
	BMW
	Mini
Astara – SK Bergé <sup>3/</sup>	Kia
	Mitsubishi
	MG
Euro Motors S.A.	Volkswagen
	Audi
	Porsche
	Lamborghini
	Seat
	Bentley
General Motors Perú S.A.	Chevrolet
Plaza Motors S.A.C.	Chery
Nissan Perú S.A.C.	Nissan
Honda del Perú S.A.	Honda
Ford Perú S.R.L.	Ford
Diveimport <sup>4/</sup>	Jeep
	Mercedes Benz
	Maxus
	Fiat
	Dodge
Altos Andes S.A.C.	Jetour
	Ssang yong
	FAW
	FAW Bestune
Dongfeng Motor Peru S.A.C., Import Export Pak Pacific Motor S.R.L. y Pacifico Motors Perú S.A.C.	Dongfeng
Ambacar S.A.C.	Soueast
	SWM
Automotores Francia Perú S.A.C.	Peugeot
Faga Motors S.A.	Changhe
Cris Car E.I.R.L. y Premier Motor S.A.	Keyton





Empresa	Marcas
NT Marketing S.A.C.	Land rover
Ladrinorte S.A.C.	Infiniti

**Notas:**

Se consideraron aquellos vehículos nuevos, nuevos armados y nuevos semiarmedos. Asimismo, se consideraron únicamente aquellas importaciones realizadas por personas jurídicas. No se consideraron importaciones de personas naturales, arzobispados, Policía Nacional, diócesis, asociaciones civiles, embajadas, entre otros, quienes representaron el 0.12% de las ventas en valor y 0.05% en volumen.

1/ Se consideraron tres (3) razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A., Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A.

2/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Inchcape: Autocar del Perú S. A., Inchcape Latam Perú S.A. y Inchcape Motors Perú S.A.

3/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Astara – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C., MC Autos del Perú S.A. y South Pacific Motor Perú S.A.C.

4/ Se consideraron dos razones sociales del grupo Diveimport: Andes Motor Perú S.A.C. y Diveimport S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

83. En este mercado, la participación combinada de las partes involucradas en la Operación de Concentración en el año 2021 es de 28.76% en valor de ventas y 34.01% en valor de volumen.

Asimismo, el índice IHH post Operación de Concentración presenta un valor 1379 en valor y 1635 en volumen, indicando un mercado moderadamente concentrado con un cambio de IHH de 484 puntos luego de la Operación de Concentración.

84. Antes de la Operación de Concentración, la empresa que ocupa el primer lugar en participación en el mercado son las Compañías Derco, las cuales comercializan ocho (8) marcas. Asimismo, se observa que después de la Operación de Concentración, la empresa resultante (Compañías Inchcape y Compañías Derco) seguiría ocupando el primer lugar en participación en el mercado y que en lugar de ocho (8) marcas, ahora concentraría un total de doce (12) marcas.
85. Sin embargo, si se desagregan las marcas comercializadas por la empresa resultante de la Operación de Concentración y se analiza la importancia de cada una de dichas marcas por ventas y unidades vendidas del año 2021, se evidencia que la empresa competidora Toyota del Perú S.A. ocupa el primer lugar con su marca Toyota (valor: 11.56% y volumen: 10.14%), seguido de la marca de Automotores Gildemeister con Hyundai (valor: 8.37% y volumen: 7.05%), conforme a lo siguiente:

**[Continúa en la siguiente página]**



**Cuadro 6**  
**Participaciones del mercado de venta mayorista de vehículos livianos SUV nuevos**

Empresa/Marca	En valor			En volumen		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Derco</b>	<b>15.49%</b>	<b>15.98%</b>	<b>18.26%</b>	<b>21.25%</b>	<b>21.99%</b>	<b>23.88%</b>
Mazda	6.35%	5.23%	4.36%	6.02%	4.54%	3.58%
Changan	1.94%	3.24%	3.59%	3.51%	5.16%	5.15%
JAC	2.52%	2.14%	3.47%	5.09%	3.88%	5.42%
Suzuki	0.49%	2.32%	2.93%	0.68%	4.12%	4.76%
Renault	2.22%	1.12%	1.57%	2.87%	1.42%	1.96%
Haval	1.03%	0.90%	1.51%	1.40%	1.16%	1.66%
Great wall	0.56%	0.62%	0.53%	1.31%	1.36%	1.10%
Citroën	0.39%	0.41%	0.29%	0.36%	0.34%	0.26%
<b>Automotores Gildemeister <sup>1/</sup></b>	<b>16.90%</b>	<b>18.89%</b>	<b>12.65%</b>	<b>15.90%</b>	<b>18.62%</b>	<b>12.12%</b>
Hyundai	10.64%	10.99%	8.37%	11.23%	11.09%	7.05%
Geely	0.78%	1.01%	1.78%	1.31%	1.71%	2.87%
Volvo	2.42%	2.94%	1.35%	1.05%	1.18%	0.53%
Baic	0.10%	0.69%	0.65%	0.19%	1.17%	0.98%
Jinbei	0.32%	1.34%	0.28%	0.53%	2.05%	0.40%
Mahindra	0.16%	0.15%	0.11%	0.25%	0.34%	0.21%
Land rover	1.58%	0.83%	0.08%	0.45%	0.21%	0.02%
Jaguar	0.28%	0.22%	0.02%	0.10%	0.07%	0.01%
Brilliance	0.34%	0.33%	0.02%	0.61%	0.58%	0.03%
<b>Toyota del Perú S.A.</b>	<b>12.74%</b>	<b>11.47%</b>	<b>11.70%</b>	<b>11.02%</b>	<b>9.87%</b>	<b>10.17%</b>
Toyota	12.36%	11.26%	11.56%	10.91%	9.82%	10.14%
Lexus	0.38%	0.21%	0.14%	0.12%	0.05%	0.03%
<b>Inchcape <sup>2/</sup></b>	<b>12.04%</b>	<b>11.12%</b>	<b>10.49%</b>	<b>11.60%</b>	<b>9.96%</b>	<b>10.12%</b>
DFSK	2.76%	3.16%	4.51%	4.60%	4.67%	6.49%
Subaru	5.18%	4.62%	3.09%	5.07%	3.93%	2.46%
BMW	4.10%	3.33%	2.72%	1.92%	1.36%	1.07%
Mini	0.00%	0.00%	0.17%	0.00%	0.00%	0.10%
<b>Astara – SK Bergé <sup>3/</sup></b>	<b>9.77%</b>	<b>9.10%</b>	<b>8.49%</b>	<b>9.58%</b>	<b>8.69%</b>	<b>7.97%</b>
Kia	4.73%	5.56%	4.92%	4.36%	5.20%	4.53%
Mitsubishi	4.19%	2.55%	2.47%	4.03%	2.21%	2.09%
MG	0.86%	0.99%	1.10%	1.19%	1.28%	1.35%
<b>Euro Motors S.A.</b>	<b>8.16%</b>	<b>8.58%</b>	<b>7.65%</b>	<b>7.08%</b>	<b>7.45%</b>	<b>6.60%</b>
Volkswagen	5.26%	5.68%	5.91%	5.74%	6.00%	5.98%
Audi	2.09%	1.46%	1.12%	0.98%	0.71%	0.51%
Porsche	0.64%	0.74%	0.38%	0.16%	0.17%	0.09%
Lamborghini	0.03%	0.25%	0.20%	0.00%	0.02%	0.01%
Bentley	0.02%	0.00%	0.04%	0.00%	0.00%	0.00%
Seat	0.02%	0.37%	0.01%	0.02%	0.38%	0.00%
<b>General Motors Perú S.A.</b>	<b>2.10%</b>	<b>3.19%</b>	<b>5.63%</b>	<b>2.48%</b>	<b>3.84%</b>	<b>5.62%</b>
Chevrolet	2.10%	3.19%	5.63%	2.48%	3.84%	5.62%
<b>Nissan Peru S.A.C.</b>	<b>3.96%</b>	<b>4.18%</b>	<b>4.59%</b>	<b>3.53%</b>	<b>3.80%</b>	<b>4.40%</b>



Nissan	3.96%	4.18%	4.59%	3.53%	3.80%	4.40%
<b>Honda del Perú S.A.</b>	<b>3.60%</b>	<b>3.29%</b>	<b>4.36%</b>	<b>3.23%</b>	<b>2.94%</b>	<b>3.68%</b>
Honda	3.60%	3.29%	4.36%	3.23%	2.94%	3.68%
<b>Ford Perú S.R.L.</b>	<b>3.52%</b>	<b>3.84%</b>	<b>4.12%</b>	<b>3.50%</b>	<b>3.18%</b>	<b>2.80%</b>
Ford	3.52%	3.84%	4.12%	3.50%	3.18%	2.80%
<b>Plaza Motors S.A.C.</b>	<b>1.72%</b>	<b>1.77%</b>	<b>4.09%</b>	<b>3.09%</b>	<b>2.64%</b>	<b>5.20%</b>
Chery	1.72%	1.77%	4.09%	3.09%	2.64%	5.20%
<b>Diveimport <sup>4/</sup></b>	<b>7.48%</b>	<b>5.66%</b>	<b>3.98%</b>	<b>4.75%</b>	<b>3.51%</b>	<b>2.52%</b>
Jeep	3.79%	3.15%	2.02%	2.64%	1.99%	1.49%
Mercedes Benz	3.16%	1.99%	1.54%	1.48%	1.02%	0.67%
Maxus	0.00%	0.00%	0.19%	0.00%	0.00%	0.18%
Dodge	0.30%	0.35%	0.17%	0.17%	0.19%	0.07%
Fiat	0.24%	0.17%	0.06%	0.47%	0.31%	0.11%
<b>Altos Andes S.A.C.</b>	<b>0.63%</b>	<b>0.66%</b>	<b>1.33%</b>	<b>0.61%</b>	<b>0.62%</b>	<b>1.61%</b>
Jetour	0.00%	0.00%	1.02%	0.00%	0.00%	1.26%
Ssang yong	0.63%	0.66%	0.25%	0.61%	0.62%	0.24%
FAW	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	0.00%	0.10%
FAW Bestune	0.00%	0.00%	0.002%	0.00%	0.00%	0.003%
otras 14 empresas con menos de 1% de participación en valor en el 2021	1.89%	2.27%	2.64%	2.39%	2.90%	3.31%
Participación combinada			28.76%			34.01%
IHH antes de la operación de concentración			996			1,141
IHH post operación de concentración			1,379			1,625
Cambio de IHH			383			484

**Notas:**

En esta sección se utilizará la misma base con los ajustes realizados y mencionados en el cuadro anterior.

1/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A., Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A.

2/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Inchcape: Autocar del Perú S. A., Inchcape Latam Perú S.A. y Inchcape Motors Perú S.A.

3/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Astará – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C., MC Autos del Perú S.A. y South Pacific Motor Perú S.A.C.

4/ Se consideraron dos razones sociales del grupo Diveimport: Andes Motor Perú S.A.C. y Diveimport S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

**a.2. Cercanía competitiva**

86. Otro elemento importante para analizar los posibles efectos unilaterales de una operación de concentración es la cercanía competitiva entre los agentes económicos involucrados. Una operación de concentración entre empresas que comercializan productos que son sustitutos más cercanos podría generar mayores riesgos que otra operación donde los productos ofertados son sustitutos más lejanos.

87. En el presente caso se ha utilizado un análisis cualitativo a fin de evaluar la cercanía competitiva entre las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, considerando



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

para tales efectos la información recabada durante la investigación de mercado realizada en el presente procedimiento, la información aportada por los actores del mercado, bases de datos, reportes internos proporcionados por las partes, entre otros<sup>48</sup>.

88. El análisis cualitativo consiste en identificar si existe un monitoreo entre las empresas que forman parte de la Operación de Concentración. En la Solicitud de Autorización y los documentos internos se evidencia que dentro de las marcas monitoreadas por las Compañías Derco no se encuentran las marcas que comercializa Compañías Inchcape.

Adicionalmente, conforme a lo señalado en la Solicitud de Autorización y a lo informado por otros agentes en el marco del análisis de mercado realizado, existe una diferenciación entre marcas de origen distinto al chino.

89. Sin embargo, los resultados de la investigación de mercado no son concluyentes respecto a si existe una segmentación adicional entre marcas de origen chino y marcas de origen no chino<sup>49</sup> para, a partir de ello, identificar si existe una mayor o no cercanía competitiva entre las empresas involucradas en la Operación de Concentración.
90. De otro lado, se observa que en este mercado las empresas realizan un análisis de sus competidores considerando una segmentación más detallada, esto es, según las dimensiones del vehículo. En efecto, los agentes del mercado segmentan este mercado en tres (3) categorías adicionales: SUV compacto o pequeño, SUV mediano y SUV largo<sup>50</sup>. En tal sentido, esta segmentación puede utilizarse para identificar si

<sup>48</sup> La cercanía competitiva entre dos o más productos puede analizarse de manera cualitativa y cuantitativa. El análisis cualitativo permite determinar el grado de cercanía competitiva entre los productos que son comercializados por las empresas involucradas en la operación de concentración, esta información es obtenida de los estudios de marketing, documentos internos de las partes, opiniones de las empresas competidoras, entre otras.

El análisis cuantitativo se evalúa mediante la estimación de razones de desvío, la cual se puede calcular mediante participaciones de mercado, encuestas, estimaciones econométricas, experimentos naturales, entre otros. En caso se cuente con información de márgenes de las partes, es posible utilizar estos márgenes y las razones de desvío para estimar índices de presión al alza de precios como el Upward Pricing Pressure (UPP), Gross Upward Pricing Pressure Index (GUPPI), Illustrative Price Rise (IPR) y Compensating Marginal Cost Reduction (CMCR), los cuales se utilizan para cuantificar un potencial efecto unilateral de la operación de concentración.

<sup>49</sup> En base a quince (15) respuestas de los concesionarios encuestados a la pregunta “Según su experiencia, califique qué tan reemplazables son los vehículos livianos SUV que su empresa y/o grupo económico representan con vehículos livianos SUV de marcas chinas” se ha identificado que existe la tendencia de diferenciar a los vehículos entre aquellos de origen chino y de cualquier otro origen.

En efecto, el 50% de concesionarios consultados señalaron que los vehículos de marcas chinas dentro de este segmento son o “muy reemplazables” o “totalmente reemplazables”, mientras que el 33% señaló que son “algo reemplazables”. Solo el 20% indicó que son “poco reemplazables”. Sin embargo, se observa un sesgo ya que los concesionarios que comercializan marcas chinas han respondido de manera afirmativa a la sustitución, mientras que los concesionarios que no comercializan marcas chinas han respondido de manera negativa a la sustitución.

<sup>50</sup> La clasificación está basada en las dimensiones del vehículo SUV. Este tipo de segmentaciones ha sido mencionado por diferentes agentes [Información confidencial].

Asimismo, se ha podido identificar segmentaciones por dimensiones en los siguientes documentos:



existe una mayor o no cercanía competitiva entre las empresas involucradas en la Operación de Concentración.

91. Asimismo, conforme a lo señalado en el Informe Económico de Apoyo Consultoría y el Informe realizado por Arellano, adjunto como Anexo 16.2 de la Solicitud de Autorización (en adelante, el Informe Arellano), los atributos más valorados por los consumidores [Información confidencial].
92. De lo anterior, considerando un escenario conservador, se realizará un análisis de cercanía que distingue el origen de las marcas (origen chino y origen distinto al chino), y por segmento de SUV (SUV compacto o pequeño, SUV mediano y SUV largo).

**(i) Origen chino**

93. De acuerdo con la investigación de mercado realizada, se ha podido identificar que existen empresas que competirían de forma más cercana a las Compañías Derco, las cuales participan en todos los segmentos del mercado de SUV. En efecto, empresas como Automotores Gildemeister<sup>51</sup> con la marca Geely, Plaza Motors S.A.C. con la marca Chery y Astara – SK Bergé con la marca MG<sup>52</sup> compiten al igual que las Compañías Derco en todos los segmentos del mercado de SUV. A diferencia de las Compañías Inchcape que solo participan en el subsegmento SUV compacto y mediano.
94. Del mismo modo, si se analiza la cercanía competitiva a partir del precio se observa que existen otras empresas que son más cercanas a las Compañías Inchcape. Así, en el subsegmento SUV compacto, existen marcas como Geely y Baic (comercializadas por Automotores Gildemeister) y Chery (comercializada por Plaza Motors S.A.C.) que tienen una menor distancia en precios respecto a la marca DFSK (comercializada por Compañías Inchcape).

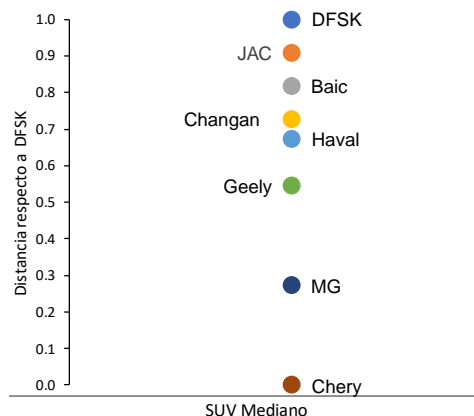
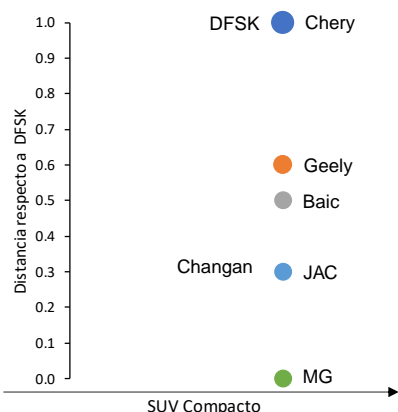
**Gráfico 3**

**Cercanía en precios de la marca DFSK respecto al resto de las marcas de origen chino en el año 2022**

- 
- Nissan “Comprehensive Suv Size Chart”. Disponible en: [https://www-asia.nissan-cdn.net/content/dam/Nissan/AU/Files/Brochures/SUVUTE/SUV\\_Size\\_Chart.pdf](https://www-asia.nissan-cdn.net/content/dam/Nissan/AU/Files/Brochures/SUVUTE/SUV_Size_Chart.pdf). Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Office of Scientific and Technical Information (OSTI) del Departamento de Energía de Estados Unidos. “An Analysis of the Impact of Sport Utility Vehicles in the United States”. Disponible en: <https://www.osti.gov/biblio/763236>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.

<sup>51</sup> Se consideran las siguientes razones sociales: Automotores Gildemeister-Perú S.A., Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A.

<sup>52</sup> Se consideraron las siguientes razones sociales del grupo Astara (Sk Bergé): Kia Import Perú S.A.C., MC Autos del Perú S.A. y South Pacific Motor Perú S.A.C.



**Nota:** La marca Haval únicamente participa en el segmento SUV mediano. La marca Great Wall participó hasta el 2021 del segmento SUV compacto. A partir de información de aduanas se identifica que en el 2022 ya no se ha realizado importaciones de dicha marca para este segmento.

Asimismo, la forma de calcular la cercanía en los precios respecto a DFSK es mediante la siguiente fórmula:  $\left[1 - \left(\frac{|p_{DFSK} - p_j|}{\text{Max } |p_{DFSK} - p_j|}\right)\right]$ , donde j es una empresa distinta a DFSK.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web empresas competidoras en el mercado<sup>53</sup> y base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.

95. En cuanto al segmento de vehículos SUV mediano, se observa que el precio de la marca JAC, comercializada por Compañías Derco, se encuentra más cercano al precio de la marca DFSK, comercializada por Compañías Inchcape; sin embargo, la marca más importante para las Compañías Derco en este segmento sería la marca Changan, cuyo precio es menos cercano al de la marca DFSK que otras empresas. Así, si se toma como punto de referencia el precio de la marca Changan, existen otras marcas que tienen una menor distancia de precio respecto a Changan, en contraste con la distancia de DFSK a Changan, tal como ocurre con las marcas Baic y Geely, que son comercializadas por una empresa competidora, Automotores Gildemeister.

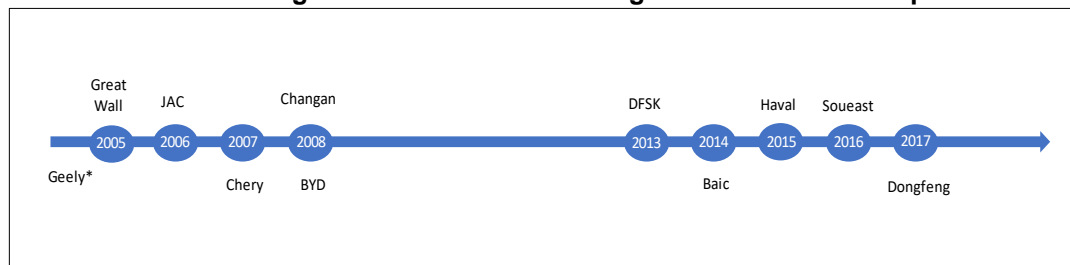
<sup>53</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Changan: <https://www.changan.com.pe/auto/new-cs15> / <https://www.changan.com.pe/auto/cs55/> / <https://www.changan.com.pe/auto/uni-t> / <https://www.changan.com.pe/auto/cs35-plus#versiones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- JAC: <https://www.jac.pe/auto/js2> / <https://www.jac.pe/auto/js3> y <https://www.jac.pe/auto/js4> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Geely: <https://www.autocosmos.com.pe/catalogo/vigente/geely>
- DFSK: [https://www.dfsk.com.pe/dfsksite/docs/20220913/20220913151448/500\\_glory\\_ssuv\\_ft.pdf](https://www.dfsk.com.pe/dfsksite/docs/20220913/20220913151448/500_glory_ssuv_ft.pdf); <https://www.dfsk.com.pe/glory-560> y <https://www.dfsk.com.pe/glory-580>.
- Chery: <https://www.chery.com.pe/uploads/docs/fichas-tecnicas-nuevas/ft-tiggo2-sep-2022.pdf> y <https://www.chery.com.pe/modelos/tiggo7pro>
- Baic: <https://baic.pe/modelo/new-x35/>; <https://baic.pe/modelo/new-x55/>
- MG: [https://www.mgmotors.com.pe/uploads/modelos/mg-zx/pdf/ficha-tecnica\\_ZX\\_1.pdf](https://www.mgmotors.com.pe/uploads/modelos/mg-zx/pdf/ficha-tecnica_ZX_1.pdf)
- Soueast: <https://www.ambacar.pe/cotizar-fin/>



96. Finalmente, también se ha podido observar que si se mide la experiencia de las marcas considerando el número de años que tienen en el mercado, existen marcas más cercanas a DFSK como Baic (comercializada por Automotores Gildemeister), Soueast (comercializada por Ambacar S.A.C.) y Dongfeng (comercializada por Dongfeng Motor Perú S.A.C.) que ingresaron al mercado en el 2014, 2016 y 2017, respectivamente.

**Gráfico 4**  
**Evolución del ingreso de las marcas de origen chino al mercado peruano**



(\*) La marca Geely se retiró del mercado en el año 2016 y reingresó en el año 2018.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

**Fuente:** Páginas web de empresas competidoras en el mercado.<sup>54</sup>

97. En consecuencia, se observa que existe una mayor cercanía competitiva de las partes involucradas en la Operación de Concentración con empresas distintas a la operación de concentración que entre ellas. Por consiguiente, no se evidenciaría riesgo importante sobre la competencia.

**(ii) Origen distinto al chino**

<sup>54</sup> Se consultaron las siguientes marcas:

- Great Wall: <https://mundotuerca.com.pe/webmt3/great-wall-cumple-con-exito-diez-anos-en-el-peru/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- JAC: <https://www.businesswire.com/news/home/20160930005373/es/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Chery: <https://www.chery.com.pe/empresa/institucional> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Changan: <https://www.nitro.pe/mercado-motor/changan-fue-la-marca-de-mayor-crecimiento-en-el-mercado-automotriz-peruano-en-el-2014.html> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- BYD: <https://www.nitro.pe/moda-auto/s6-la-primera-suv-de-byd-ya-se-encuentra-en-el-peru.html#:~:text=Cabe%20resaltar%20que%20en%20el,ha%20logrado%20en%20pocos%20a%C3%B1os> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- DFSK: <https://mundotuerca.com.pe/webmt3/dfsk-lanza-su-primera-suv-glory-en-peru/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Baic: <https://baic.pe/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Haval: <https://mundotuerca.com.pe/webmt3/primer-ano-de-haval-en-peru/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Shineray: <https://www.ambacar.pe/historia/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Soueast: <https://www.ambacar.pe/historia/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Dongfeng: <https://www.linkedin.com/company/dongfeng-motor-per%C3%BA/?originalSubdomain=pe> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Geely: <https://gestion.pe/economia/empresas/geely-regresa-competir-mercado-peruano-despues-dos-anos-nndc-247024-noticia/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.



98. Con base en los documentos presentados por las Solicitantes de las Compañías Derco<sup>55</sup>, que comercializa las marcas Suzuki y Mazda, se advierte que sus principales competidores son las marcas Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Volkswagen (comercializada por Euro Motors S.A.), Kia (comercializada por Astara – SK Bergé), Nissan (comercializada por Euro Motors S.A.) y Toyota (comercializada por Toyota del Perú S.A.). Así, se desprende que las Compañías Derco no consideran como sus principales competidores a las marcas de las Compañías Inchcape, tales como Subaru, Mini o BMW.
99. De la misma manera, de la documentación interna presentada por una de las empresas consultadas durante la investigación de mercado, se observa que las marcas que dicha empresa considera como sus competidoras son Suzuki y Mazda (comercializadas por Compañías Derco), Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Kia (comercializada por Astara – SK Bergé), Nissan (comercializada por Nissan Perú S.A.C.), Chevrolet (comercializada por General Motors Perú S.A.), Honda (comercializada por Honda del Perú S.A.), Volkswagen (comercializada por Euro Motors S.A.), entre otras, pero no se identifica a las marcas Subaru, Mini o BMW de las Compañías Inchcape.
100. De otro lado, en cuanto a la cercanía competitiva analizada a partir de la distancia en precios, se observa que existe una menor distancia de las marcas de empresas que no forman parte de la Operación de Concentración frente a las marcas de las partes involucradas en la Operación de Concentración.
101. Efectivamente, tal como se muestra en el Gráfico 5, existen algunas marcas que son más próximas en precios a la marca Subaru de las Compañías Inchcape que las marcas comercializadas por las Compañías Derco (Renault, Mazda, Suzuki y Citroën). Así, por ejemplo, en uno de los modelos de la marca Subaru, SUV Mediano – Modelo 1<sup>56</sup>, la marca Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister) tiene una mayor proximidad que la marca Mazda y, adicionalmente, las marcas como Kia, Mitsubishi, Toyota y Honda son más cercanas a la marca Subaru que la marca Suzuki. Lo mismo ocurre en el caso de SUV Mediano-Modelo 2, las marcas más cercanas a Subaru son Nissan, Toyota, Mitsubishi, Honda, entre otras, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

**[Continúa en la siguiente página]**

### Gráfico 5

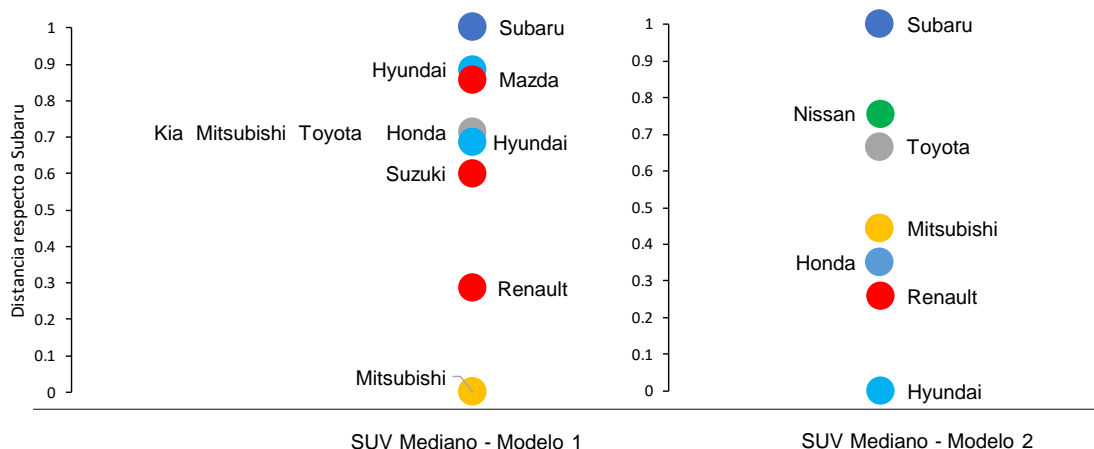
<sup>55</sup> Informe de Arellano, presentado por las Solicitantes como Anexo 16.2 de la Solicitud de Autorización.

<sup>56</sup> Dentro del SUV mediano se observa que Subaru posee diferentes modelos, cada uno con diferente rango de precios. El SUV mediano-2 tiene un rango de precios superior al SUV mediano-1.





**Cercanía en precios de la marca Subaru respecto al resto de las marcas de origen distinto al chino en el año 2022**



**Nota:** La comparación se ha realizado sobre Subaru toda vez que la participación de la marca Mini en este mercado fue de 0.1% en el año 2021 y la marca BMW tiene niveles de precios por encima del rango de las marcas que se está analizando.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web de empresas competidoras en el mercado<sup>57</sup> y la base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.

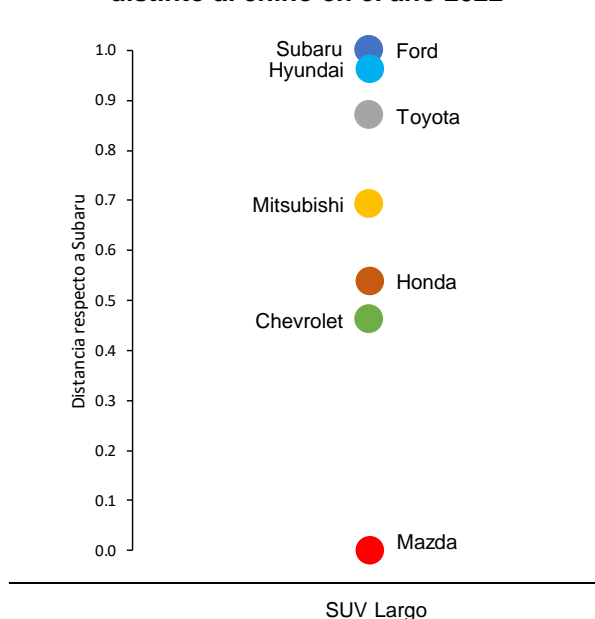
<sup>57</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Suzuki: <https://www.suzuki.com.pe/auto/nuevo-s-presso#especificaciones> / <https://www.suzuki.com.pe/auto/xl7#especificaciones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Changan: <https://www.changan.com.pe/auto/new-cs15/> / <https://www.changan.com.pe/auto/cs55https://www.changan.com.pe/auto/uni-t/> / <https://www.changan.com.pe/auto/cs35-plus#versiones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- JAC : <https://www.jac.pe/auto/js2https://www.jac.pe/auto/js3https://www.jac.pe/auto/js4https://www.autocosmos.com.pe/cat> [alogo/vigente/geelyhttps://www.dfsk.com.pe/dfsksite/docs/20220913/20220913151448/500\\_glory\\_ssuv\\_ft.pdfhttps://www.dfsk.com.pe/glory-560https://www.dfsk.com.pe/glory-580https://www.chery.com.pe/uploads/docs/fichas-tecnicas-nuevas/ft-tiggo2-sep-2022.pdfhttps://www.chery.com.pe/modelos/tiggo7prohttps://baic.pe/modelo/new-x35/](https://www.dfsk.com.pe/dfsksite/docs/20220913/20220913151448/500_glory_ssuv_ft.pdfhttps://www.dfsk.com.pe/glory-560https://www.dfsk.com.pe/glory-580https://www.chery.com.pe/uploads/docs/fichas-tecnicas-nuevas/ft-tiggo2-sep-2022.pdfhttps://www.chery.com.pe/modelos/tiggo7prohttps://baic.pe/modelo/new-x35/) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Mazda: [https://autoland.com.pe/mazda/cx-3/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=brand&utm\\_content=sitelink&qclid=Cj0KCQiAyracBhDoARIsACGFcS4LDbYjEetL05U7qe9SvWw-GeTzz\\_Q6fwZyBQaoPeZrP812lGoigu8QaAuwHwEALw\\_wcB/](https://autoland.com.pe/mazda/cx-3/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=brand&utm_content=sitelink&qclid=Cj0KCQiAyracBhDoARIsACGFcS4LDbYjEetL05U7qe9SvWw-GeTzz_Q6fwZyBQaoPeZrP812lGoigu8QaAuwHwEALw_wcB/) / <https://www.mgmotors.com.pe/modelos/mg-rx5> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- MG: [https://www.mgmotors.com.pe/uploads/modelos/mg-zx/pdf/ficha-tecnica\\_ZX\\_1.pdf](https://www.mgmotors.com.pe/uploads/modelos/mg-zx/pdf/ficha-tecnica_ZX_1.pdf) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Chevrolet: <https://www.chevrolet.com.pe/camionetas/groove-suv-deportivo/especificaciones/> / <https://www.chevrolet.com.pe/camionetas/captiva-camioneta-suv/especificaciones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Hyundai: <https://hyundai.pe/modelos/venue/especificaciones/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Kia: <https://www.kiaonlinestore.pe/sonet>; <https://www.kia.com.pe/showroom/all-new-carens.html> / <https://www.kia.com.pe/showroom/all-new-sportage.html> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Nissan: <https://www.nissan.pe/vehiculos/nuevos/nissan-kicks-2022/precios.html/> / <https://www.nissan.pe/vehiculos/nuevos/xtrail.html> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Toyota: <https://www.ambacar.pe/cotizar-fin/> / <https://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/camioneta-toyota-avanza/> / <https://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/camioneta-rushhttps://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/camioneta-corolla-cross/> /



102. De la misma manera, tal como se muestra en el Gráfico 6, existen marcas que son más cercanas en precios a la marca Subaru que las marcas comercializadas por las Compañías Derco en el segmento SUV largo. En efecto, las marcas Ford (comercializada por Ford Perú S.R.L.), Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Toyota (comercializada por Toyota del Perú S.A.), Mitsubishi (comercializada por Astara – SK Bergé), Honda (comercializada por Honda del Perú S.A.) y Chevrolet (comercializada por General Motors Perú S.A. se encuentran más cerca de la marca Subaru que cualquiera de las marcas comercializadas por las Compañías Derco.

**Gráfico 6**  
**Cercanía en precios de la marca Subaru respecto al resto de las marcas de origen distinto al chino en el año 2022**



**Nota:** La comparación se ha realizado sobre Subaru toda vez que la marca BMW tiene niveles de precios por encima del rango de las marcas que se está analizando y la marca Mini no participa en este subsegmento

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web empresas competidoras en el mercado<sup>58</sup> y base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.

<https://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/camioneta-rav4> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.

- Honda: <https://autos.honda.com.pe/wrv/#2> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Renault: <https://www.renault.pe/auto/new-captur> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Subaru: <https://www.subaru.com.pe/all-new-xv> / <https://www.subaru.com.pe/all-new-forester/> / <https://www.subaru.com.pe/new-forester-eboxer> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.

<sup>58</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Suzuki: <https://www.suzuki.com.pe/auto/xl7> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.



103. Finalmente, se observa que existen marcas como Hyundai y Kia que participan en los tres segmentos del mercado de SUV, lo cual podría darles una mayor cercanía competitiva a las marcas comercializadas por las Compañías Derco que la marca comercializada por las Compañías Inchcape. En ese sentido, se cuenta con evidencia de que existen competidores que pueden ejercer rivalidad competitiva a la empresa producto de la Operación de Concentración.
104. En conclusión, se puede advertir que la Operación de Concentración generaría cambios estructurales en el mercado; sin embargo, existen otras marcas, tanto en una segmentación por origen como por tamaño de la SUV, que tienen una importante participación en el mercado y ejercerían presión competitiva, por lo que no se evidenciaría riesgos sobre la competencia.
- b. Venta mayorista de automóviles nuevos (SW, coupé, hatchback, sedán, convertible)**
- b.1. Análisis estructural**
105. Un primer elemento que permite identificar los posibles efectos unilaterales que una operación de concentración podría generar en un determinado mercado es el análisis de las participaciones de los agentes involucrados. Tal evaluación inicial permitirá dimensionar preliminarmente la relevancia de los agentes involucrados en el mercado analizado.
106. Según la definición realizada en la sección anterior, las marcas de la Solicitante dentro de este mercado involucrado son diez (10): BMW, BYD, Mini y Subaru de las Compañías Inchcape; y Changan, Citroën, Great Wall, Mazda, Renault y Suzuki de las Compañías Derco. Asimismo, este mercado está compuesto por un total de treinta y dos (32) marcas que son importadas por un total de diecinueve (19) empresas de acuerdo con el siguiente detalle:

[Continúa en la siguiente página]

- 
- Hyundai: <https://hyundai.pe/modelos/palisade/especificaciones/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Kia: <https://www.kia.com.pe/showroom/new-sorento/features.html> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Mazda: <https://www.mazda.pe/auto/mazda-cx-9> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Chevrolet: <https://www.chevrolet.com.pe/camionetas/traverse-suv/especificaciones-versiones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Toyota: [https://www.toyotaperu.com.pe/sites/default/files/CATALOGO\\_LC\\_PRADO\\_PERU\\_1.pdf](https://www.toyotaperu.com.pe/sites/default/files/CATALOGO_LC_PRADO_PERU_1.pdf) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Subaru: <https://www.subaru.com.pe/evoltis> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Honda: <https://autos.honda.com.pe/pilot/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Ford: <https://autoland.com.pe/ford/explorer/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Mitsubishi: <https://www.mitsubishi-motors.com.pe/suv/new-montero-sport> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.

**PERÚ**Presidencia  
del Consejo de Ministros**INDECOPI****VERSIÓN PÚBLICA**

**Cuadro 7**  
**Empresas y marcas en el segmento venta mayorista de vehículos livianos**  
**automóviles nuevas (SW, coupé, hatchback, sedán, convertible)**

<b>Empresas</b>	<b>Marca</b>
<b>Toyota del Perú S.A.</b>	Toyota
<b>Automotores Gildemeister <sup>1/</sup></b>	Hyundai
	Jaguar
<b>Astara – SK Bergé <sup>2/</sup></b>	Kia
	MG
<b>Derco</b>	Suzuki
	Renault
	Mazda
	Changan
	Great wall
	Citroën
<b>Nissan Perú S.A.C.</b>	Nissan
<b>General Motors Perú S.A.</b>	Chevrolet
<b>Euro Motors S.A.</b>	Volkswagen
	Porsche
	Seat
	Bentley
<b>Inchcape <sup>3/</sup></b>	BMW
	BYD
	Subaru
	Mini
<b>Plaza Motors S.A.C.</b>	Chery
<b>Diveimport S.A.</b>	Fiat
	Mercedes Benz
<b>Cayman S.A.C.</b>	Azelli
<b>Honda del Perú S.A.</b>	Honda
<b>Ambacar S.A.C.</b>	Soueast
<b>Automotores Francia Perú S.A.C.</b>	Peugeot
<b>Dongfeng Motor Perú S.A.C. y FCR Trading Perú S.A.C.</b>	Dongfeng
<b>Premium Brands S.A.C</b>	Aston
<b>Exclusive Car Rental S.A.C.</b>	CC
<b>C&amp; R Usa Cars Import S.A.C.</b>	Ford

Notas:

Se consideraron aquellos vehículos nuevos, nuevos armados y nuevos semiarmados. Asimismo, se consideraron únicamente aquellas importaciones realizadas por personas jurídicas. No se consideraron importaciones de personas naturales, arzobispados, Policía Nacional, diócesis, asociaciones civiles, embajadas, entre otros, quienes representaron el 0.12% de las ventas en valor y 0.05% en volumen.

1/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A., Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A.

36/55



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

2/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Astara – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C. y South Pacific Motor Perú S.A.C.

3/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Inchcape: Autocar del Perú S. A., Inchcape Latam Perú S.A. y Inchcape Motors Perú S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

107. En este mercado, la participación combinada de las partes involucradas en la Operación de Concentración en el año 2021 es de 13.07% en valor de ventas y 12.77% en valor de volumen.

Asimismo, el índice IHH post Operación de Concentración presenta un valor de 1 836 en valor y 1 796 en volumen, indicando un mercado moderadamente concentrado con un cambio de IHH de 44 puntos luego de la Operación de Concentración.

108. Otra de las características que presenta este mercado es que después de la Operación de Concentración se observa que las Compañías Derco seguirían ocupando el cuarto lugar en participación, por detrás de Toyota del Perú S.A. con la marca Toyota, Automotores Gildemeister con la marca Hyundai<sup>59</sup> y el grupo económico Astara – SK Bergé con la marca Kia<sup>60</sup>. Estas tres (3) empresas concentran el 66.40% de las ventas de este mercado, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**[Continúa en la siguiente página]**

<sup>59</sup> La marca Jaguar tiene menos de 1% de participación.

<sup>60</sup> La marca MG tiene menos de 1% de participación.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

VERSIÓN PÚBLICA

**Cuadro 8**  
**Participaciones de mercado del segmento venta mayorista vehículos livianos: automóviles nuevos (SW, coupé, hatchback, sedán, convertible)**

Empresa/Marca	En valor			En volumen		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Toyota del Perú S.A.</b>	<b>20.58%</b>	<b>25.37%</b>	<b>29.45%</b>	<b>18.09%</b>	<b>22.87%</b>	<b>27.18%</b>
Toyota	20.41%	25.35%	29.45%	18.03%	22.86%	27.18%
Lexus	0.17%	0.02%	0.00%	0.06%	0.01%	0.00%
<b>Automotores Gildemeister <sup>1/</sup></b>	<b>18.66%</b>	<b>17.82%</b>	<b>20.03%</b>	<b>20.08%</b>	<b>20.20%</b>	<b>21.82%</b>
Hyundai	17.43%	16.87%	20.01%	19.62%	19.79%	21.82%
Jaguar	0.18%	0.07%	0.02%	0.05%	0.02%	0.00%
Volvo	0.51%	0.30%	0.00%	0.17%	0.09%	0.00%
Mini	0.51%	0.50%	0.00%	0.23%	0.22%	0.00%
Geely	0.01%	0.07%	0.00%	0.01%	0.08%	0.00%
Land rover	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<b>Astara – SK Bergé <sup>2/</sup></b>	<b>19.06%</b>	<b>15.68%</b>	<b>16.70%</b>	<b>20.43%</b>	<b>16.45%</b>	<b>17.40%</b>
Kia	18.07%	14.51%	15.81%	19.38%	15.19%	16.58%
MG	0.85%	1.06%	0.90%	0.87%	1.13%	0.82%
Mitsubishi	0.15%	0.11%	0.00%	0.18%	0.13%	0.00%
<b>Derco</b>	<b>13.49%</b>	<b>10.22%</b>	<b>9.07%</b>	<b>16.15%</b>	<b>12.40%</b>	<b>10.70%</b>
Suzuki	3.37%	3.18%	4.39%	4.70%	4.20%	5.75%
Renault	4.64%	2.08%	1.75%	5.46%	2.60%	2.38%
Mazda	2.91%	2.07%	1.96%	2.14%	1.34%	1.28%
Changan	0.00%	0.13%	0.61%	0.00%	0.19%	0.88%
Great wall	1.88%	2.52%	0.23%	2.92%	3.80%	0.32%
Citroën	0.28%	0.10%	0.14%	0.27%	0.08%	0.10%
JAC	0.42%	0.13%	0.00%	0.65%	0.19%	0.00%
<b>Nissan Perú S.A.C.</b>	<b>7.01%</b>	<b>8.93%</b>	<b>8.74%</b>	<b>6.73%</b>	<b>8.29%</b>	<b>8.15%</b>
Nissan	7.01%	8.93%	8.74%	6.73%	8.29%	8.15%
<b>General Motors Perú S.A.</b>	<b>6.37%</b>	<b>7.08%</b>	<b>4.72%</b>	<b>7.80%</b>	<b>8.41%</b>	<b>5.21%</b>
Chevrolet	6.37%	7.08%	4.72%	7.80%	8.41%	5.21%
<b>Inchcape <sup>3/</sup></b>	<b>4.41%</b>	<b>4.90%</b>	<b>3.99%</b>	<b>2.74%</b>	<b>2.76%</b>	<b>2.07%</b>
BMW	2.53%	3.38%	2.62%	0.94%	1.22%	0.90%
BYD	0.61%	0.66%	0.44%	0.91%	0.96%	0.63%
Subaru	1.27%	0.86%	0.62%	0.90%	0.59%	0.41%
Mini	0.00%	0.00%	0.32%	0.00%	0.00%	0.13%
<b>Euro Motors S.A.</b>	<b>5.64%</b>	<b>6.04%</b>	<b>3.75%</b>	<b>4.60%</b>	<b>5.47%</b>	<b>4.20%</b>
Volkswagen	3.70%	4.67%	3.47%	3.91%	4.92%	4.17%
Porsche	0.26%	0.22%	0.19%	0.03%	0.03%	0.02%
Seat	0.06%	0.40%	0.03%	0.03%	0.22%	0.01%
Bentley	0.04%	0.00%	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%

38/55



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Audi	1.58%	0.66%	0.00%	0.64%	0.30%	0.00%
Lamborghini	0.00%	0.09%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<b>Diveimport S.A.</b>	<b>2.98%</b>	<b>1.88%</b>	<b>2.10%</b>	<b>1.49%</b>	<b>0.88%</b>	<b>1.20%</b>
Fiat	0.52%	0.22%	0.56%	0.58%	0.26%	0.69%
Mercedes Benz	2.46%	1.66%	1.54%	0.91%	0.62%	0.51%
<b>Plaza Motors S.A.C.</b>	<b>0.81%</b>	<b>1.26%</b>	<b>1.05%</b>	<b>1.22%</b>	<b>1.80%</b>	<b>1.45%</b>
Chery	0.81%	1.26%	1.05%	1.22%	1.80%	1.45%
Otras 9 empresas con menos de 1% de participación en el 2021						0.62%
<b>Participación combinada</b>			13.07%			12.77%
<b>IHH antes de la operación de concentración</b>			1,764			1,752
<b>IHH post operación de concentración</b>			1,836			1,796
<b>Cambio de IHH</b>			72			44

**Notas:**

Se consideraron aquellos vehículos nuevos, nuevos armados y nuevos semiarmados. Asimismo, se consideraron únicamente aquellas importaciones realizadas por personas jurídicas. No se consideraron importaciones de personas naturales, arzobispados, Policía Nacional, diócesis, asociaciones civiles, embajadas, entre otros, quienes representaron el 0.12% de las ventas en valor y 0.05% en volumen.

1/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A., Maquinaria Nacional S.A. y Motor Mundo S.A.

2/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Astara – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C. y South Pacific Motor Perú S.A.C.

3/ Se consideraron tres razones sociales del grupo Inchcape: Autocar del Perú S. A., Inchcape Latam Perú S.A. y Inchcape Motors Perú S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

**b.2. Cercanía competitiva**

109. Siguiendo el mismo análisis realizado para el mercado de vehículos SUV nuevos, en el presente caso se tomará en cuenta la cercanía competitiva entre los agentes económicos involucrados en la Operación de Concentración. Una operación de concentración entre empresas que comercializan productos que son sustitutos más cercanos es potencialmente más dañina que otra en que los productos ofertados por ambas son sustitutos más lejanos.
110. En el presente caso se ha utilizado un análisis cualitativo a fin de evaluar la cercanía competitiva entre las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, considerando para tales efectos la información recabada durante la investigación de mercado realizada en el presente procedimiento, la información aportada por los actores del mercado, bases de datos, reportes internos proporcionados por las partes, entre otros.
111. En ese sentido, al igual que en el análisis de SUV nuevos, se realizará un análisis conservador que distingue el origen del vehículo, por lo que se analizará los vehículos de marcas chinas de manera separada a las de las marcas distintas a las chinas.
112. Asimismo, siguiendo un análisis conservador, es posible realizar una segmentación más precisa por carrocería sedán y carrocería hatchback, que suman casi el 100% de las unidades vendidas dentro de este segmento. Cabe resaltar que se identifica la

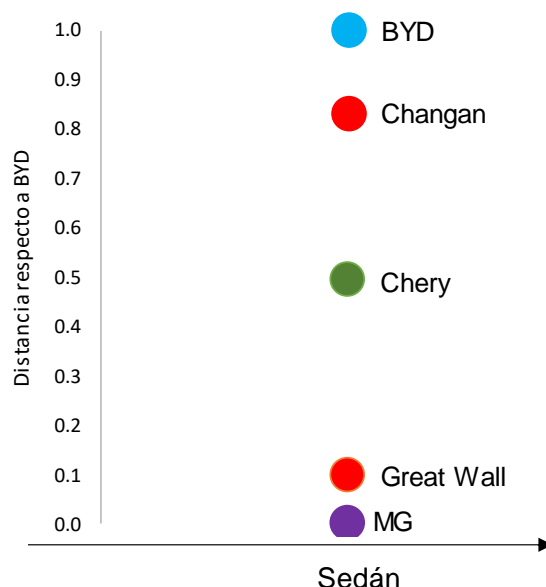


comercialización de marcas de origen chino por parte de los agentes involucrados en la Operación de Concentración son BYD (comercializada por las Compañías Inchcape) y las marcas Great Wall y Changan (comercializadas por las Compañías Derco).

**(i) Origen chino**

- 113. De la investigación de mercado se observa que en este mercado involucrado las marcas de origen chino solo participan en el segmento de sedan. Asimismo, las empresas involucradas en la Operación de Concentración participan en dicho segmento junto a otras empresas.
- 114. De otro lado, desde un análisis de cercanía a partir del precio se ha podido identificar que la marca BYD de las Compañías Inchcape y la marca Changan de las Compañías Derco se encuentran cercanas competitivamente que respecto a otras empresas.

**Gráfico 7**  
**Cercanía de los precios de BYD respecto al resto de las marcas de origen chino, 2022**



**Nota:** Se consideró el precio de la versión más económica y los modelos más vendidos en el año 2021 de acuerdo con la base de AAP.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web de empresas competidoras en el mercado<sup>61</sup> y la base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización

<sup>61</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Chery: <https://intermotorsperu.com/chery-arrizo3-detalle> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Great Wall: <http://expomotor.pe/listings/great-wall-voleex-c30/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Changan: <https://www.changan.com.pe/auto/new-alsvin> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- MG: <https://www.mgmotors.com.pe/modelos/new-mg5> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- BYD: <http://expomotor.pe/listings/byd-new-f3/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.





115. Sin embargo, conforme a la información recabada en el análisis de mercado realizado, la marca Chery (comercializada por Plaza Motors S.A.) es la de mayor venta entre las marcas de origen chino. Las ventas de la marca Chery representan más del doble de las ventas de la marca BYD (comercializada por Compañías Inchcape), más del 50% de las ventas de Changan (comercializada por Compañías Derco) y más de cuatro veces las ventas de la marca Great Wall (comercializada por Compañías Derco). En ese sentido, se cuenta con evidencia de que existen competidores que pueden ejercer rivalidad competitiva a la entidad concentrada producto de la Operación de Concentración.
116. Con respecto a la experiencia de las marcas en el mercado, se observa que la marca Chery ingresó en el año 2007. Con respecto a las marcas de la entidad concentrada producto de la Operación de Concentración, se observa que Great Wall ingresó en el año 2005, mientras que BYD y Changan ingresaron en el año 2008. Por tanto, la marca Chery sería cercana a las marcas de las empresas involucradas (Compañías Inchcape y Compañías Derco) en la Operación de Concentración.
117. En consecuencia, las marcas comercializadas por las Compañías Inchcape y las marcas comercializadas por Compañías Derco son cercanas respecto a precios. Sin embargo, si tomamos en cuenta la cercanía respecto a experiencia en el mercado, se observa que existe un competidor importante (la marca Chery comercializada por Plaza Motors S.A.) que ejerce presión competitiva sobre dichas marcas e incluso es la más importante entre las marcas de origen chino en este mercado.

**(ii) Origen distinto al chino**

118. Con respecto a las marcas de origen distinto al chino se observa que las marcas comercializadas por las Compañías Inchcape y las Compañías Derco coinciden en los segmentos de Sedán, Hatchback y Convertible, junto con la marca Chevrolet comercializada por la empresa General Motors S.A. Sin embargo, a partir de la información obtenida del mercado, se desprende que un 99% del mercado de automóviles nuevos medido en función al volumen de venta corresponde a los segmentos Sedán y Hatchback, por lo que el análisis se concentrará en dichos segmentos.
119. Con base en los documentos presentados en la Solicitud de Autorización respecto a las Compañías Derco<sup>62</sup>, las cuales comercializan las marcas Suzuki, Renault, Citroën y Mazda, se advierte que sus principales competidores son las marcas Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Volkswagen (comercializada por Euro Motors S.A.), Kia (comercializada por Astara – SK Bergé), Nissan (comercializada por Nissan Perú S.A.C.) y Toyota (comercializada por Toyota del Perú S.A.). Así, se desprende que las Compañías Derco no consideran como sus principales competidores a las marcas de las Compañías Inchcape, tales como Subaru, Mini o BMW.

<sup>62</sup> Informe de Arellano, presentado por las Solicitantes como Anexo 16.2 de la Solicitud de Autorización.



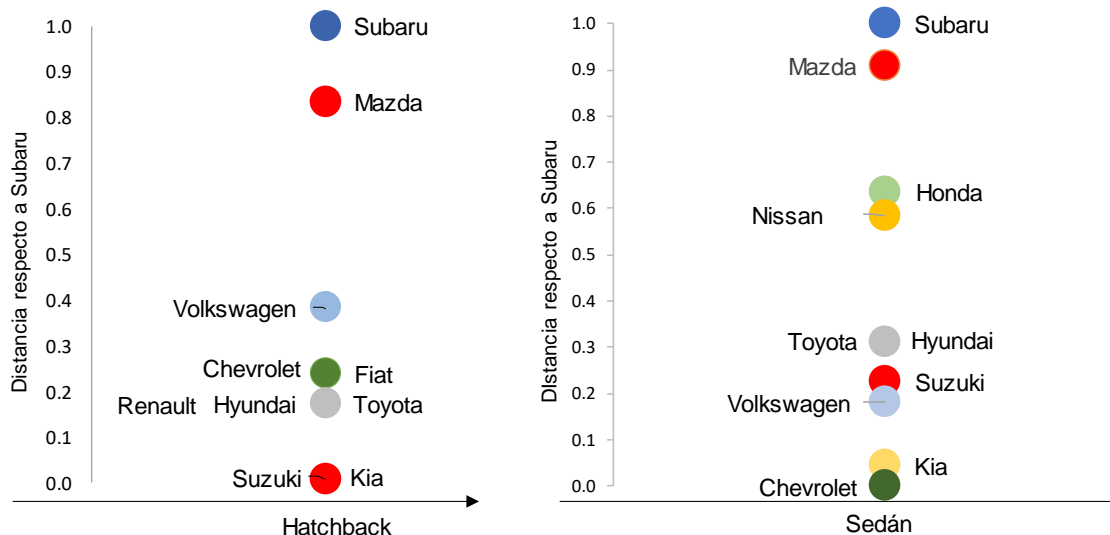
120. De la misma manera, de los documentos presentados por una de las empresas consultadas durante la investigación de mercado, se observa que las marcas que dicha empresa considera como sus competidoras son Suzuki (comercializada por Compañías Derco), Mazda (comercializada por Compañías Derco), Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Kia (comercializada por Astara – SK Bergé), Nissan (comercializada por Nissan Perú S.A.C.), Chevrolet (comercializada por General Motors Perú S.A.), Honda (comercializada por Honda del Perú S.A.), Volkswagen (comercializada por Euro Motors S.A.), entre otras, pero no se identifica a las marcas Subaru, Mini o BMW de las Compañías Inchcape (tanto para sedán como hatchback).
121. De otro lado, tal como se desprende del Gráfico 8, la marca Mazda, comercializada por Compañías Derco, es la más cercana en cuanto a precios a la marca Subaru comercializada por Inchcape. Sin embargo, dentro las marcas comercializadas por las Compañías Derco aquella con mayor venta es la marca Suzuki, seguida por la marca Renault y luego Mazda. Por parte de las marcas de las Compañías Inchcape, se encuentra la marca Subaru y luego la marca Mini. Ello es importante toda vez que la marca Suzuki, se encuentra más cercana, con respecto a precios, a otras marcas como Toyota, Hyundai y Kia de la misma manera como lo está la marca Renault (tanto para sedán como hatchback).
122. Asimismo, es importante indicar que, en ambos tipos de segmentos, las marcas Toyota (comercializada por Toyota del Perú S.A.), Hyundai (comercializada por Automotores Gildemeister), Kia (comercializada por Astara – SK Bergé) y Nissan (comercializada por Nissan Perú S.A.C.) fueron las más comercializadas durante el 2021, representando más del 75% de las ventas en el segmento sedán; mientras que en el segmento Hatchback, Hyundai, Kia y Toyota representan más del 65% de las ventas (en volumen)

**[Continúa en la siguiente página]**



Gráfico 8

Cercanía en precios de la marca Subaru respecto al resto de las marcas de origen distinto al chino en el año 2022



**Nota:** La comparación se ha realizado sobre Subaru, toda vez que la participación de la marca Mini en este mercado fue de 0.13% en el año 2021 y la marca BMW tiene niveles de precios por encima del rango de las marcas que se está analizando. Asimismo, no se ha podido encontrar precios de Renault y Citroën en carrocería sedán.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web de empresas competidoras en el mercado<sup>63</sup> y base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.

<sup>63</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Toyota: <https://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/carro-etios> / <https://www.toyotaperu.com.pe/listado-modelos-toyota/auto-agya>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Hyundai: <https://gildemeister-retail.pe/cotiza-aqui/verna-gl-at-le/cotizar/> / [https://gildemeister-retail.pe/cotiza-aqui/?utm\\_source=google\\_search&utm\\_medium=cpl&utm\\_campaign=automotores\\_venta\\_retail\\_aon&utm\\_term=brand&utm\\_content=gildemeister&qclid=Cj0KCQiA1sucBhDgARIsAFoytUtFecFWsRmlySvWwkGuY2msL2IDcJJlAe7DDHuaNGFqUHWV8\\_KdRk1saAlWPEALw\\_wcB](https://gildemeister-retail.pe/cotiza-aqui/?utm_source=google_search&utm_medium=cpl&utm_campaign=automotores_venta_retail_aon&utm_term=brand&utm_content=gildemeister&qclid=Cj0KCQiA1sucBhDgARIsAFoytUtFecFWsRmlySvWwkGuY2msL2IDcJJlAe7DDHuaNGFqUHWV8_KdRk1saAlWPEALw_wcB). Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Kia: <https://www.kia.com.pe/showroom/soluto.html> y <https://www.kia.com.pe/showroom/new-picanto.html> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Nissan: <https://www.nissan.pe/vehiculos/nuevos/nuevo-versa> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Chevrolet: [https://www.chevrolet.com.pe/bypass/master\\_tools/content/chevrolet/lat-am/peru-quantum-tools/nscwebsite/es/home/vehicules-n02/cars/prisma/features-and-specs/trims.html](https://www.chevrolet.com.pe/bypass/master_tools/content/chevrolet/lat-am/peru-quantum-tools/nscwebsite/es/home/vehicules-n02/cars/prisma/features-and-specs/trims.html) / <https://www.chevrolet.com.pe/autos/joy-black-hatchback>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Volkswagen: <https://www.volkswagen.com.pe/es/modelos/gol.html> / <https://vwstore.pe/producto/vehiculo/volkswagen-gol/>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Suzuki: <https://www.suzuki.com.pe/auto/dzire> y <https://www.suzuki.com.pe/auto/all-new-celerio> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Mazda: <https://www.mazda.pe/auto/all-new-mazda3-sedan> y <https://www.mazda.pe/auto/all-new-mazda3-sport>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- BMW: <https://www.inchcapemotors.com.pe/bmw/serie-2> y <https://www.inchcapemotors.com.pe/bmw/serie-1>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

123. De otro lado, respecto a la experiencia de las marcas, de la investigación de mercado se desprende que las marcas de origen distinto al chino en su mayoría tienen un importante número de años en el mercado peruano, por lo que no existiría una marcada diferencia entre las marcas comercializadas por las partes involucradas en la Operación de Concentración con respecto al resto de empresas. Sin perjuicio de ello, como se ha señalado en párrafos precedentes, la marca más reconocida por su experiencia en el mercado es Toyota.
124. En conclusión, se puede advertir que la Operación de Concentración no generaría cambios estructurales en el mercado, toda vez que existirían otras empresas competidoras cuyas marcas tienen una mayor participación de mercado, lo cual ejercería presión competitiva y no reforzaría la participación de las partes involucradas en la Operación de Concentración en este mercado, por lo que no se generarían riesgos sobre la competencia.
- c. Venta mayorista de camionetas nuevas (multipropósito, microbús, panel, ambulancias)**
- c.1. Análisis estructural**
125. Según la definición realizada en la sección anterior, las marcas de la Solicitante dentro de este mercado involucrado son cinco (5): DFSK de las Compañías Inchcape; y Changan, Suzuki, JAC y Renault de las Compañías Dercos. Asimismo, este mercado está compuesto por un total de treinta (30) marcas, que son importadas por un total de veintiocho (28) empresas de acuerdo con el siguiente detalle:

[Continúa en la siguiente página]

- 
- Subaru: <https://www.subaru.com.pe/all-new-impieza-sedan/>  
[https://www.subaru.com.pe/subaru/site/edic/base/port/\\_p\\_formulario\\_cotizador.html?id\\_modelo=20190411154641&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=sem\\_conversiones\\_xv&utm\\_content=aon\\_nuevos\\_branded&subaru.com.pe&qclid=Cj0KCQiA1sucBhDgARIsAFoytUtelFSYEjgdMwyp\\_cFrvG-UAsJBBzIqK9-F70S6gEqhkMthzhVysaAiM4EALw\\_wcB](https://www.subaru.com.pe/subaru/site/edic/base/port/_p_formulario_cotizador.html?id_modelo=20190411154641&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=sem_conversiones_xv&utm_content=aon_nuevos_branded&subaru.com.pe&qclid=Cj0KCQiA1sucBhDgARIsAFoytUtelFSYEjgdMwyp_cFrvG-UAsJBBzIqK9-F70S6gEqhkMthzhVysaAiM4EALw_wcB). Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Honda: <https://www.japanautos.com.pe/autos/>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Renault: <https://www.chevrolet.com.pe/autos/onix-turbo-hatchback>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Fiat: <https://www.fiat.com.pe/modelos/mobi/>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Mercedes Benz: <https://www.mercedes-benz.com.pe/modelo?hatchback/compactos>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
  - Mini: <https://www.inchcapemotors.com.pe/mini/legales-modelos>. Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

**Cuadro 9**  
**Empresas y marcas en el segmento de venta mayorista de camionetas nuevas**  
**(multipropósito, microbús, panel, ambulancias)**

Empresa	Marca
Derco <sup>1/</sup>	Changan
	Suzuki
	JAC
	Renault
Toyota del Perú S.A.	Toyota
General Motors Perú S.A.	Chevrolet
Astara – SK Bergé <sup>2/</sup>	Mitsubishi
	Kia
Inchcape <sup>3/</sup>	DFSK
Automotores Gildemeister <sup>4/</sup>	Hyundai
	Jinbei
Nissan Perú S.A.C.	Nissan
Ambacar S.A.C.	Shineray
	SWM
Premier Motor S.A.	Keyton
Diveimport <sup>5/</sup>	Mercedes Benz
	Maxus
Diamante del Pacífico S.A.	Foton
	King long
Plaza Motors S.A.C.	Chery
Dongfeng Motor Peru S.A.C.	Dongfeng
Altos Andes S.A.C.	KYC
Faga Motors S.A.	Changhe
T y T Import S.A.C.	Fighter
Import Export Pak Pacific Motor S.R.L.	Dongfeng
	Chana
	Victory
Pacífico Motors Perú S.A.C.	King long
	Chana
	Wuling
Cris Car E.I.R.L.	Keyton
Import Export Medina E.I.R.L., ADJ'S Pro Perú E.I.R.L., Import-Export Shammah E.I.R.L. e Imp & Exp Franpar S.A.C.	Victory
Pak-Star International E.I.R.LTDA.	Kingstar
	Victory
Gaz Autos Latinoamérica S.A.C.	GAZ



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

**Winy Car S.R.L.**

Kingone

**Notas:**

Se consideraron aquellos vehículos nuevos, nuevos armados y nuevos semiarmados. Asimismo, se consideraron únicamente aquellas importaciones realizadas por personas jurídicas. No se consideraron importaciones de personas naturales, arzobispados, Policía Nacional, diócesis, asociaciones civiles, embajadas, entre otros, quienes representaron el 0.12% de las ventas en valor y 0.05% en volumen.

1/ Para Compañías Derco se consideró dos razones sociales: Automotriz Latinoamericana S.A.C. y Derco Perú S.A.

2/Se consideraron dos razones sociales del grupo Astará – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C. y MC Autos del Perú S.A.

3/ Para Compañías Inchcape se consideró la razón social de Autocar del Perú S. A.

4/Se consideraron dos razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A. y Motor Mundo S.A.

5/ Se consideraron dos razones sociales del grupo Diveimport: Andes Motor Perú S.A.C. y Diveimport S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

126. En este mercado, la participación combinada de las partes involucradas de la Operación de Concentración en el año 2021 es de 35.94% en valor de ventas y 42.27% en volumen. El IHH presenta un valor superior a 1500, indicando un mercado moderadamente concentrado con un cambio de IHH de 372 puntos luego de la Operación de Concentración.
127. Se observa además que, después de la Operación de Concentración, las Compañías Derco seguirían ocupando el primer lugar en participación y pasarían de representar cuatro (4) marcas a representar cinco (5). Asimismo, si se analiza la importancia de las marcas por unidades vendidas del año 2021, la marca Changan de Compañías Derco ocupa el primer lugar con una participación de 21.76%, seguido de la marca Chevrolet de General Motors Perú S.A. con 21.17%, la marca Toyota de Toyota del Perú S.A. con 12.12%, la marca DFSK de las Compañías Inchcape con 9.07%, la marca Suzuki de las Compañías Derco con 7.91%, entre otros, de acuerdo con el siguiente detalle:

**[Continúa en la siguiente página]**



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

VERSIÓN PÚBLICA

**Cuadro 10**  
**Participaciones de mercado del segmento venta mayorista vehículos livianos**  
**camionetas nuevas (multipropósito, microbús, panel, ambulancias)**

Empresa/Marca	En valor			En volumen		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Derco <sup>1/</sup></b>	<b>26.14%</b>	<b>25.48%</b>	<b>29.67%</b>	<b>30.10%</b>	<b>28.96%</b>	<b>33.20%</b>
Changan	10.94%	12.71%	16.42%	17.44%	18.57%	21.76%
Suzuki	7.28%	6.67%	7.91%	7.96%	6.61%	7.91%
JAC	2.97%	2.98%	3.68%	2.88%	2.64%	2.95%
Renault	4.94%	3.10%	1.65%	1.82%	1.13%	0.58%
<b>Toyota del Perú S.A.</b>	<b>24.47%</b>	<b>21.32%</b>	<b>20.25%</b>	<b>15.04%</b>	<b>13.00%</b>	<b>12.12%</b>
Toyota	24.47%	21.32%	20.25%	15.04%	13.00%	12.12%
<b>General Motors Peru S.A.</b>	<b>9.26%</b>	<b>9.89%</b>	<b>17.41%</b>	<b>13.37%</b>	<b>14.11%</b>	<b>21.17%</b>
Chevrolet	9.26%	9.89%	17.41%	13.37%	14.11%	21.17%
<b>Astara – SK Bergé <sup>2/</sup></b>	<b>5.35%</b>	<b>7.48%</b>	<b>6.87%</b>	<b>5.08%</b>	<b>6.65%</b>	<b>5.98%</b>
Mitsubishi	4.92%	7.27%	6.77%	4.78%	6.55%	5.94%
Kia	0.42%	0.21%	0.09%	0.30%	0.09%	0.04%
<b>Inchcape <sup>3/</sup></b>	<b>6.14%</b>	<b>6.18%</b>	<b>6.27%</b>	<b>9.86%</b>	<b>8.91%</b>	<b>9.07%</b>
DFSK	6.14%	6.18%	6.27%	9.86%	8.91%	9.07%
<b>Automotores Gildemeister <sup>4/</sup></b>	<b>9.02%</b>	<b>9.33%</b>	<b>4.38%</b>	<b>6.65%</b>	<b>7.60%</b>	<b>3.05%</b>
Hyundai	7.33%	6.25%	4.28%	4.83%	3.67%	2.90%
Jinbei	1.14%	2.79%	0.10%	1.06%	3.54%	0.15%
Baic	0.52%	0.30%	0.00%	0.74%	0.39%	0.00%
<b>Nissan Perú S.A.C.</b>	<b>4.45%</b>	<b>4.19%</b>	<b>3.41%</b>	<b>2.32%</b>	<b>1.90%</b>	<b>1.48%</b>
Nissan	4.45%	4.19%	3.41%	2.32%	1.90%	1.48%
<b>Ambacar S.A.C.</b>	<b>1.09%</b>	<b>2.06%</b>	<b>2.56%</b>	<b>1.88%</b>	<b>3.36%</b>	<b>4.00%</b>
Shineray	1.09%	2.06%	2.48%	1.88%	3.36%	3.90%
SWM	0.00%	0.00%	0.08%	0.00%	0.00%	0.10%
<b>Premier Motor S.A.</b>	<b>0.78%</b>	<b>1.34%</b>	<b>1.92%</b>	<b>1.26%</b>	<b>2.20%</b>	<b>2.83%</b>
Keyton	0.57%	1.34%	1.92%	1.06%	2.20%	2.83%
<b>Diveimport <sup>5/</sup></b>	<b>2.96%</b>	<b>2.90%</b>	<b>1.86%</b>	<b>1.10%</b>	<b>0.99%</b>	<b>0.64%</b>
Mercedes Benz	2.35%	2.10%	1.28%	0.77%	0.59%	0.36%
Maxus	0.61%	0.79%	0.58%	0.33%	0.40%	0.28%
<b>Diamante del Pacifico S.A.</b>	<b>3.80%</b>	<b>4.16%</b>	<b>1.68%</b>	<b>3.67%</b>	<b>4.11%</b>	<b>1.30%</b>
Foton	3.05%	3.78%	1.41%	2.88%	3.73%	1.09%
King long	0.75%	0.38%	0.26%	0.79%	0.38%	0.20%
<b>Plaza Motors S.A.C.</b>	<b>1.16%</b>	<b>1.44%</b>	<b>1.32%</b>	<b>2.12%</b>	<b>2.43%</b>	<b>2.16%</b>
Chery	1.16%	1.44%	1.32%	2.12%	2.43%	2.16%
Otras 16 empresas con menos de 1% de participación en valor en el 2021						2.99%

47/55



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

<b>Participación combinada</b>	35.94%			42.27%
<b>IHH antes de la operación de concentración</b>	1,730			1,859
<b>IHH post operación de concentración</b>	2,102			2,461
<b>Cambio de IHH</b>	372			602

**Notas:**

Se consideraron aquellos vehículos nuevos, nuevos armados y nuevos semiarmados. Asimismo, se consideraron únicamente aquellas importaciones realizadas por personas jurídicas. No se consideraron importaciones de personas naturales, arzobispados, Policía Nacional, diócesis, asociaciones civiles, embajadas, entre otros, quienes representaron el 0.12% de las ventas en valor y 0.05% en volumen.

1/ Para Compañías Derco se consideró dos razones sociales: Automotriz Latinoamericana S.A.C. y Derco Perú S.A.

2/Se consideraron dos razones sociales del grupo Astara – SK Bergé: Kia Import Perú S.A.C. y MC Autos del Perú S.A.

3/ Para Compañías Inchcape se consideró la razón social de Autocar del Perú S. A.

4/Se consideraron dos razones sociales del grupo Automotores Gildemeister: Automotores Gildemeister-Perú S.A. y Motor Mundo S.A.

5/ Se consideraron dos razones sociales del grupo Diveimport: Andes Motor Perú S.A.C. y Diveimport S.A.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Veritrade

128. Se observa que la Solicitante comercializará dos (2) de las marcas de origen chino más vendidas dentro de este segmento de mercado (Changan y DFSK), las cuales en conjunto tienen una participación de 30.83% en volumen y 22.69% en valor. Asimismo, otras marcas de origen chino que, al igual que Changan y DFSK, han ganado participación de mercado en los últimos años como es el caso de la marca Shineray de Ambacar S.A.C.
129. Sin embargo, cabe señalar que existen otras marcas de origen distinto al chino que tienen precios similares a los precios de las marcas comercializadas por las Compañías Inchcape y las Compañías Derco y que además tienen una participación de mercado similar, lo cual podrían ejercer presión competitiva. Este análisis se realizará a continuación.

**c.2. Cercanía competitiva**

130. Siguiendo el mismo análisis realizado para los mercados anteriores, en el presente caso se tomará en cuenta la cercanía competitiva entre los agentes económicos involucrados en la Operación de Concentración. Una operación de concentración entre empresas que comercializan productos que son sustitutos más cercanos es potencialmente más dañina que otra en que los productos ofertados por ambas son sustitutos más lejanos.
131. En el presente caso se ha utilizado un análisis cualitativo a fin de evaluar la cercanía competitiva entre las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, considerando para tales efectos la información recabada durante la investigación de mercado realizada en el presente procedimiento, la información aportada por los actores del mercado, bases de datos, reportes internos proporcionados por las partes, entre otros.





132. En ese sentido, se realizará un análisis conservador que distinga el origen del vehículo, por lo que se analizará los vehículos de marcas chinas de manera separada a las de las marcas distintas a las chinas. Esto debido a que lo encontrado por la investigación de mercado no es conclusivo. Sin embargo, dado que únicamente Compañías Inchcape participa en este mercado con la marca DFSK, de origen chino, el análisis de cercanía competitiva solo correspondería dentro de este segmento.
133. Asimismo, es posible realizar una segmentación por carrocería, multipropósito y microbús, que suman casi el 100% de las unidades vendidas dentro de este mercado.
134. De lo anterior, considerando un escenario conservador, se realizará un análisis de cercanía competitiva de las marcas chinas por carrocería.
135. Al respecto, la investigación de mercado muestra que las empresas involucradas en la operación de concentración coinciden en dos segmentos de este mercado, a saber, microbús y multipropósito. De igual manera existen otras marcas que también participan de ambos segmentos como Chery, Shineray (comercializada por Ambacar S.A.C.) y Jinbei (comercializada por Automotores Gildemeister), por lo que estas marcas también podrían ser igual de cercanos competitivamente.
136. En cuanto a la cercanía por el lado del nivel de precios en el segmento multipropósito se ha podido identificar que existen otras empresas cuyos precios son más cercanos a los precios de las Compañías Inchcape que de las Compañías Derco. Así, en este segmento, existen marcas como Shineray (comercializada por Ambacar S.A.C.), Victory (comercializada por diferentes empresas como Import Export Medina E.I.R.L., ADJ'S ProPerú E.I.R.L., Import-Export Shammah E.I.R.L. e Imp & Exp Franpar S.A.C.) y Jinbei (comercializada por Automotores Gildemeister) que tienen una menor distancia en precios respecto a la marca DFSK.

**[Continúa en la siguiente página]**

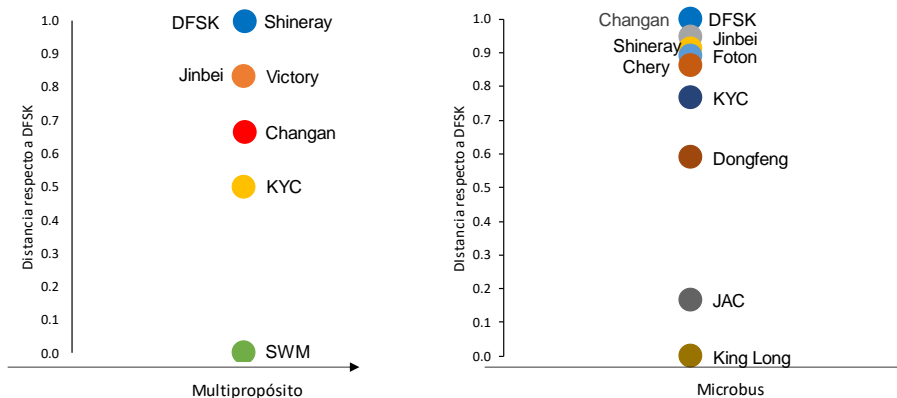


PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

**Gráfico 9**  
**Cercanía de los precios de DFSK respecto al resto de las marcas de origen chino, 2022**



**Nota:** Se consideró el precio de la versión más económica y los modelos más vendidos en el año 2021 de acuerdo a la base de AAP.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Páginas web de empresas competidoras en el mercado<sup>64</sup> y base de datos de la AAP presentada por las Solicitantes como Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.

137. Respecto a la carrocería microbús se ha podido identificar que no solo Changan es cercana en precios a DFSK, sino que, existen marcas como Jinbei (comercializada por Automotores Gildemeister), Shineray (comercializada por Ambacar S.A.C.), Foton (comercializada por Diamante del Pacífico S.A.), KYC (comercializada por AltoAndes S.A.C.) y Chery (comercializada por Plaza Motors S.A.C.) que tienen distancia similar en precios que Changan.

<sup>64</sup> Se consultaron los precios de las siguientes marcas:

- Changan: <https://www.changan.com.pe/auto/new-van> y <https://www.changan.com.pe/auto/grand-supervan> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- DFSK: [https://www.dfsk.com.pe/dfs/site/docs/20220912/20220912082446/dfs\\_minivan\\_k07s.pdf](https://www.dfsk.com.pe/dfs/site/docs/20220912/20220912082446/dfs_minivan_k07s.pdf) / <https://www.dfsk.com.pe/c37-> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022. [2022.megavan?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=dfs\\_ sembranded\\_c37\\_extensioesdesitio\\_noviembre21\\_conversiones&utm\\_content=nuevos\\_sitioweb\\_c37\\_sem\\_keywords\\_todos&gclid=Cj0KCQiAyracBhDoARIsACGFcS78usYYn1CafXAGAop1I43lcwQ07RHHaO2TCqvO4IoR8hK7rPalPdMaAvcXEALw\\_wcB](https://www.dfsk.com.pe/megavan?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=dfs_ sembranded_c37_extensioesdesitio_noviembre21_conversiones&utm_content=nuevos_sitioweb_c37_sem_keywords_todos&gclid=Cj0KCQiAyracBhDoARIsACGFcS78usYYn1CafXAGAop1I43lcwQ07RHHaO2TCqvO4IoR8hK7rPalPdMaAvcXEALw_wcB) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Jinbei: <https://www.autocosmos.com.pe/catalogo/2022/jinbei/f50/16l-confort/165072#especificaciones> y <https://www.autocosmos.com.pe/catalogo/2022/jinbei/haise/economy/165076#especificaciones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Shineray: <https://www.ambacar.pe/autos-nuevos/shineray/van/x30-8-pasajeros/> y <https://www.ambacar.pe/autos-nuevos/shineray/van/x30l-11-pasajeros/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- SWM: <https://www.ambacar.pe/autos-nuevos/swm/otro/mpv-multiproposito-x2/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- KYC: [https://altosandes.cdn.prismic.io/altosandes/4691918c-87c3-4352-8d93-eb7d6f86ea23\\_KYC+New+V3+Panel.pdf](https://altosandes.cdn.prismic.io/altosandes/4691918c-87c3-4352-8d93-eb7d6f86ea23_KYC+New+V3+Panel.pdf) / [https://altosandes.cdn.prismic.io/altosandes/8454f603-d023-4c67-8890-4fbb8f610dcf\\_KYC+New+V3+Pasajeros.pdf](https://altosandes.cdn.prismic.io/altosandes/8454f603-d023-4c67-8890-4fbb8f610dcf_KYC+New+V3+Pasajeros.pdf) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Victory: [http://www.daiichimotors.com.pe/victory/modelos/ficha\\_tecnica/ficha\\_tecnica\\_victory\\_moche\\_ii.pdf](http://www.daiichimotors.com.pe/victory/modelos/ficha_tecnica/ficha_tecnica_victory_moche_ii.pdf) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Chery: [https://www.chery.com.pe/docs/fichas\\_tecnicas/q22.pdf](https://www.chery.com.pe/docs/fichas_tecnicas/q22.pdf) Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Dongfeng: <https://www.autocosmos.com.pe/catalogo/2022/dongfeng/m3/16l/164855#especificaciones> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- Foton: <https://foton.pe/minivan/nueva-minivan-px-long-luxury/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.
- JAC: <https://www.jac.pe/auto/nueva-refine> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

138. Sin perjuicio de lo anterior, si no se considera la diferenciación entre marcas de origen chino y distinto al chino, se observa que, dentro del segmento multipropósito, existe una marca de origen diferente a las marcas de origen chino, marca Chevrolet de General Motors Perú S.A., quien tiene una mayor participación que DFSK, y que posee un precio similar a los niveles de Shineray y Jinbei, por lo que podría ejercer una presión competitiva efectiva en el mercado.
139. Finalmente, en cuanto a la experiencia en el mercado peruano (año de ingreso), una marca como Shineray (2016) es más similar a DFSK (2013) que Changan (2008). Por su parte Jinbei (2007) es una marca que está más cerca a Changan (2008)<sup>65</sup>.
140. En conclusión, se puede advertir que la Operación de Concentración generaría cambios estructurales en el mercado, sin embargo, existen otras marcas que se encuentran más cercanas competitivamente y que tienen una importante participación de mercado y que podrían ejercer presión competitiva, por lo que no generaría un riesgo importante sobre la competencia en el mercado mayorista de camionetas nuevas.

**d. Venta minorista de camionetas nuevas (multipropósito, microbús, panel, ambulancias)**

**d.1. Análisis estructural**

141. Las empresas minoristas o concesionarios se encargan de la venta de vehículos a los consumidores finales; estas pueden pertenecer al mismo grupo económico de las empresas mayoristas o suscribir contratos con las empresas mayoristas. Así, las marcas que se comercializan dentro de este mercado son las mismas mencionadas anteriormente en el segmento de venta mayorista de camionetas nuevas (multipropósito, microbús, panel, ambulancias).
142. Para estimar las participaciones dentro de este mercado se utiliza la información provista por las Solicitantes, la cual consiste en una base de datos con el número de unidades compradas a distribuidores mayoristas de la AAP<sup>66</sup>.
143. Con base en dicha información, la participación combinada de las partes involucradas en la Operación de Concentración en el año 2021 es *[menor al 25%]* en volumen. Asimismo, el IHH presenta un valor de *[menor a 500]*, lo que refleja un mercado desconcentrado con un cambio de IHH de *[menor a 200]* puntos luego de la Operación de Concentración, lo cual indica que la Operación de Concentración no modifica la característica del mercado.

<sup>65</sup> Automundo. "Los minibuses de Jinbei H2L y Haise Long son ideales para transporte público y privado", 4 de abril del 2017. Disponible en: <https://automundo.pe/los-minibuses-de-jinbei-h2l-y-haise-long-son-ideales-para-transporte-publico-y-privado/> Fecha de última revisión: 10 de diciembre de 2022.

<sup>66</sup> Anexo 16.1 de la Solicitud de Autorización.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

144. Otra de las características que presenta este mercado es que después de la Operación de Concentración, las Compañías Derco seguirían ocupando el primer lugar en participación y que pasarían a representar cuatro (4) marcas a cinco (5) marcas. Sin embargo, se observa que la participación de mercado está distribuida entre diversos concesionarios, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**Cuadro 11**

**Participaciones de mercado del segmento venta minorista de camionetas nuevas (multipropósito, microbús, panel, ambulancias) en volumen en los años 2019 al 2021**

Segmento camioneta	En volumen		
	2019	2020	2021
<b>Derco <sup>1/</sup></b>	<b>[12-16]%</b>	<b>[13-17]%</b>	<b>[13-17]%</b>
Changan	[5-9]%	[6-10]%	[7-11]%
Suzuki	< 5%	< 5%	< 5%
JAC	< 5%	< 5%	< 5%
Citroën	< 1%	< 1%	< 1%
Renault	< 1%	< 1%	< 1%
<b>Autofondo S.A.C. <sup>2/</sup></b>	<b>[2-6]%</b>	<b>[2-6]%</b>	<b>[3-7]%</b>
Chevrolet	[2-6]%	[2-6]%	[3-7]%
<b>Inchcape <sup>3/</sup></b>	<b>[1-4]%</b>	<b>[2-5]%</b>	<b>[2-6]%</b>
DFSK	[1-4]%	[2-5]%	[2-6]%
<b>Gacsa Perú S.A.C. <sup>4/</sup></b>	<b>[1-4]%</b>	<b>[2-5]%</b>	<b>[3-6]%</b>
Changan	< 1%	< 5%	< 5%
Chevrolet	< 1%	< 1%	< 5%
Suzuki	< 1%	< 1%	< 1%
Nissan	< 1%	< 1%	< 1%
JAC	< 1%	< 1%	< 1%
Citroën	< 1%	< 1%	< 1%
Mitsubishi	< 1%	< 1%	< 1%
Jinbei	< 1%	< 1%	< 1%
Hyundai	< 1%	< 1%	< 1%
Kia	< 1%	< 1%	< 1%
Chery	< 1%	< 1%	< 1%
Peugeot	< 1%	< 1%	< 1%
<b>Autoniza S.A.C.</b>	<b>&lt; 1%</b>	<b>&lt; 1%</b>	<b>&lt; 5%</b>
Chevrolet	< 1%	< 1%	< 5%
<b>Grupo Robert S.A.C. <sup>5/</sup></b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>
Changan	< 5%	< 5%	< 5%
Renault	< 1%	< 1%	< 1%
Suzuki	< 1%	< 1%	< 1%
Citroën	< 1%	< 1%	< 1%
<b>Ambacar S.A.C.</b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>



Shineray	< 5%	< 5%	< 5%
SWM	< 1%	< 1%	< 1%
<b>Automotores Pakatnamu S.A.C.</b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>	<b>&lt; 5%</b>
Changan	< 1%	< 5%	< 5%
Suzuki	< 1%	< 1%	< 1%
JAC	< 1%	< 1%	< 1%
Citroën	< 1%	< 1%	< 1%
Otras 97 empresas con menos de 3% de participación en valor en el 2021			[48-53]%
<b>Participación combinada</b>			[18-22]%
<b>IHH antes de la operación de concentración</b>			< 500
<b>IHH post operación de concentración</b>			< 680
<b>Cambio de IHH</b>			< 200

- 1/ Se consideraron todos los Derco Center y concesionarios de la red Derco (dentro de diferentes distritos de la ciudad de Lima, como Ate, San Isidro, Surquillo, Chorrillos, Plaza Norte, entre otros, así como en diferentes calles como Los Frutales, La Marina, Republica de Panamá, entre otros)
- 2/ Se consideraron todos los concesionarios de la red Autofondo (Plaza Norte, La Molina, Santa Anita, Naranjal y San Miguel)
- 3/ En el caso de Compañías Inchcape se consideró la razón social de Autocar del Perú S. A. con diferentes sedes dentro de la ciudad de Lima como Independencia y Ate.
- 4/ Para Gacsa Perú S.A.C. se consideró la razón social de Gacsa Perú S.A.C. y Wigo Motors.
- 5/ Se consideró una razón social del Grupo Robert: Resersur S.A.C.

**Elaboración:** Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**Fuente:** Asociación Automotriz del Perú – AAP

## d.2. Cercanía competitiva

145. Siguiendo el mismo análisis realizado para los mercados anteriores, en el presente caso se tomará en cuenta la cercanía competitiva entre los agentes económicos involucrados en la Operación de Concentración. Una operación de concentración entre empresas que comercializan productos que son sustitutos más cercanos es potencialmente más dañina que otra en la cual los productos ofertados por ambas partes son sustitutos más lejanos.
146. En el presente caso se ha utilizado un análisis cualitativo a fin de evaluar la cercanía competitiva entre las Compañías Inchcape y las Compañías Derco, considerando para tales efectos la información recabada durante la investigación de mercado realizada en el presente procedimiento, la información aportada por los actores del mercado, bases de datos, reportes internos proporcionados por las partes, entre otros.
147. En base a la investigación realizada, se ha identificado que el consumidor final, al momento de adquirir un vehículo selecciona en primer lugar la marca del vehículo (para lo cual considera una serie de factores, entre ellas, el precio) y luego acude al concesionario que comercializa dicha marca. En ese sentido, se analizará en primer lugar la cercanía competitiva de precios entre las marcas competidoras en el mercado y luego la cercanía competitiva de los concesionarios.



148. Con respecto a la cercanía competitiva de precios entre las marcas competidoras en el mercado. Según lo analizado en el mercado anterior (venta mayorista de camionetas nuevas), si bien los precios de las marcas de las Compañías de Derco son cercanos a los precios de la marca de las Compañías de Inchcape, también existen otras marcas (ya sea de origen chino o de origen distinto al chino) cuyos precios son cercanos.

En efecto, las marcas cuyos precios son cercanos a los precios de las marcas de las Compañías Inchcape y las Compañías Derco son las siguientes:

- Marcas de origen chino: Jinbei (comercializada por Automotores Gildemeister), Shineray (comercializada por Ambacar S.A.C.), Foton (comercializada por Diamante del Pacifico S.A.), KYC (comercializada por Alto Andes S.A.C.) y Chery (comercializada por Plaza Motors S.A.C.).
- Marcas de origen distinto al chino: Chevrolet (comercializada por General Motors Perú S.A.)

Todas estas marcas podrían ejercer una presión competitiva efectiva en el mercado. Por lo tanto, el consumidor final podrá elegir entre una variedad de marcas con precios cercanos.

149. Luego, se evalúa la cercanía competitiva de los concesionarios, en la cual se revisa las coincidencias en las marcas que comercializan los concesionarios. Al respecto, es importante tomar en consideración que, en el mercado minorista, los diferentes concesionarios pueden comercializar una misma marca; por ejemplo, los concesionarios Gacsa Perú S.A.C., Automotores Pakatnamu S.A.C., Grupo Robert S.A.C. y Compañías Derco comercializan todos la marca Changan.

En la medida que existan más coincidencias en las marcas entre los concesionarios, el consumidor podrá identificar que dichos concesionarios presentan similares ofertas y, por tanto, podrían ejercer mayor presión competitiva en comparación de los concesionarios que no coinciden en las marcas que comercializan.

150. Al respecto se puede evidenciar que, las Compañías Inchcape a nivel minorista solo comercializan la marca DFSK, por lo que no existe coincidencia con las marcas que comercializa las Compañías Derco a nivel minorista que son Changan, Suzuki, JAC, Citroën y Renault.
151. Sin embargo, existen otras empresas minoristas que también comercializan las marcas que comercializan las Compañías Derco y, por tanto, serían más cercanos competitivamente a las Compañías Derco a nivel minorista de lo que sería las Compañías Inchcape. En efecto, según el Cuadro 11 se desprende que la empresa Gacsa Perú S.A.C. coincide con las Compañías Derco en las marcas Changan, Suzuki, JAC y Citroën. Del mismo modo, la empresa Grupo Robert S.A.C. coincide en la comercialización de las marcas Changan, Suzuki, Renault y Citroën y la empresa Automotores Pakatnamu S.A.C. que comercializa las marcas Changan, Suzuki, JAC y Citroën.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

152. En conclusión, se puede advertir que la Operación de Concentración no generaría cambios estructurales en el mercado y, adicionalmente, existen otras empresas más cercanas competitivamente que las empresas involucradas en la Operación de Concentración. Por tanto, la materialización de esta operación de concentración no genera mayores riesgos a la competencia.

## VI. CONCLUSIONES

153. Conforme a lo señalado y, en atención al numeral 21.5 del artículo 21 de la Ley 31112<sup>67</sup>, la Comisión considera que la operación de concentración empresarial notificada por las Solicitantes corresponde ser aprobada en la medida que no genera serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos significativos de la competencia en los mercados peruanos en los que participan los agentes económicos involucrados.

Estando en lo previsto en la Constitución Política del Perú, la Ley que establece el Control Previo de Operaciones de Concentración Empresarial, el Reglamento de la Ley que establece el Control Previo de Operaciones de Concentración Empresarial y el Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la Comisión de Defensa de la Libre Competencia;

### RESUELVE:

Autorizar la operación de concentración empresarial notificada por INCHCAPE PLC, INCHCAPE AUTOMOTRIZ CHILE S.A. e ÍNDIGO CHILE HOLDINGS SPA con fecha 4 de octubre de 2022; y, en consecuencia, dar por finalizado el procedimiento.

**Con el voto favorable de los señores miembros de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia: Lucio Andrés Sánchez Povis, Nancy Aracelly Laca Ramos y María del Pilar Cebrecos González.**

**Lucio Andrés Sánchez Povis**  
**Presidente**

<sup>67</sup> **Ley 31112, Ley que aprueba el Control Previo de las Operaciones de Concentración Empresarial**  
**Artículo 21.- Procedimiento aplicable al trámite de la solicitud de autorización de la operación de concentración empresarial**

(...) 21.5 Si la Comisión concluye que la concentración empresarial cuya autorización se solicita no está comprendida dentro del ámbito de aplicación de la norma o no genera serias preocupaciones en cuanto a ocasionar efectos restrictivos significativos de la competencia en el mercado, lo declara mediante resolución, dando por concluido el procedimiento o autorizando la operación, según corresponda.