Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

3

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
FOLIO
Nº 974

BUENOS AIRES, 13 ENE 2009

VISTO el Expediente Nº S01:0192357/2008 del Registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, y

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 58 de la Ley Nº 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de la Ley Nº 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS.

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6º a 16 y 58 de dicha ley.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido Artículo 8º de la Ley Nº 25.156 con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo en el extranjero, consistente en un aumento de la participación accionaria de la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE en la empresa VOLKSWAGEN AG desde aproximadamente el TREINTA COMA SEIS POR

CIENTO (30,6 %) a más del CINCUENTA POR CIENTO (50 %) de las acciones a través de una serie de adquisiciones en el mercado de valores.

Que este incremento en la participación de la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE en la empresa VOLKSWAGEN AG se decidió en la reunión extraordinaria del Directorio de la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE el día 3 de marzo de 2008.

Que de esta manera la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE adquiere el control exclusivo de la empresa VOLKSWAGEN AG.

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración económica conforme a lo establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 y su Decreto Reglamentario N° 89 de fecha 25 de enero de 2001.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios total de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES ($ 200.000.000) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que la operación de concentración económica que se notifica no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior autorizar la operación de concentración económica notificada, consistente en un aumento de la participación accionaria

de la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE en la empresa VOLKSWAGEN AG desde aproximadamente el TREINTA COMA SEIS POR CIENTO (30,6 %) a más del CINCUENTA POR CIENTO (50 %) de las acciones a través de una serie de adquisiciones en el mercado de valores, que tendrá como consecuencia que la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE tenga el control exclusivo de la empresa VOLKSWAGEN AG, de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y es parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Autorízase la operación de concentración notificada, consistente en un aumento de la participación accionaria de la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE en la empresa VOLKSWAGEN AG desde aproximadamente el TREINTA COMA SEIS POR CIENTO (30,6 %) a más del CINCUENTA POR CIENTO (50 %) de las acciones a través de una serie de adquisiciones en el mercado de valores, que tendrá como consecuencia que la empresa PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE tenga el control exclusivo de la empresa VOLKSWAGEN AG, de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

FOLIO 917

Nº 25.156.

ARTICULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen Nº 700 de fecha 25 de noviembre de 2008 emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, que en VEINTITRES (23) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTICULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION Nº 3 - -

Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

MINISTERIO DE EC. FOLIO Nº 918

Expediente N° S01:0192357/2008 (Conc. N°704) DP/PDP-DO-LB-YD

DICTAMEN CONC. N° 700

BUENOS AIRES, 5 NOV 2009

SEÑOR SECRETARIO:

Elevo para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita por el Expediente N° S01:0192357/2008 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, caratulado **"PORSCHE AUTOMOBIL SE Y VOLKSWAGEN AG S/ NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156 (CONC. 704)"**.

I. DESCRIPCION DE LA OPERACION Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

LA OPERACIÓN:

1. La operación de concentración económica notificada se produjo en el extranjero y consiste en un aumento de la participación accionaria de **PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE** (en adelante PORSCHE) en **VOLKSWAGEN AG** (en adelante VW) desde aproximadamente el 30,6% a más del 50% de las acciones a través de una serie de adquisiciones en el mercado de valores. Este incremento en la participación de PORSCHE en VW se decidió en la reunión extraordinaria del Directorio de PORSCHE el día 3 de marzo de 2008. De esta manera PORSCHE adquiere el control exclusivo de VW.
2. Atento que las acciones del objeto de esta concentración se encuentran dispersas entre gran cantidad de tenedores, entre los cuales se encuentran como accionistas mayoritarios la Compradora y el Estado de Baja Sajonia, y habiéndose canalizado la operación a través de una oferta pública, esta Comisión Nacional entiende que en la presente operación esos tenedores pueden ser dispensados de notificar, recayendo las obligaciones correspondientes sobre la empresa objeto de la "oferta recomendada".

LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES:

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

EL OBJETO:

3. VW, es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de Alemania, que se dedica a producir y comercializar automóviles, camiones y buses, como así también a realizar inversiones en otras sociedades cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Frankfurt, siendo sus accionistas: PORSCHE AUTOMÓVIL HOLDING SE (30,6%), ESTADO DE BAJA SAJONIA (LAND NIEDERSACHSEN), incluyendo HANNOVERSCHE BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT MBH (20,10%), Público Inversor (43%), UBS AG (3,40%) y DWS INVESTMENTS (2,90%).
4. Las sociedades controladas por esta empresa en Argentina son:
5. VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A. (en adelante VW ARGENTINA), es una sociedad constituida conforme las leyes de Argentina dedicada a la fabricación, importación y comercialización de vehículos, camiones y autobuses, bajo las marcas VOLKSWAGEN, AUDI y SEAT. Estos productos llegan a los consumidores a través de una red nacional de distribuidores. De manera accesoria a la venta de vehículos, VW ARGENTINA ofrece accesorios y servicios financieros y además provee servicios de venta de vehículos y repuestos originales, así como un servicio mecánico integral post-venta para el automóvil. Esta sociedad es controlada de manera indirecta por VW a través de SEAT S.A. con el 99,9% de las acciones. VW ARGENTINA tiene una participación de 99,99 % en VOLKSWAGEN CREDIT COMPANIA FINANCIERA S.A.(en adelante VW CREDIT) y VOLKSWAGEN S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS (en adelante VW AHORROS).
6. SEAT S.A., es una subsidiaria de VW que desarrolla su actividad principal fuera de nuestro país. Esta empresa fabrica, importa y comercializa vehículos bajo la marca SEAT.
7. VW S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS es una sociedad que está autorizada para desarrollar actividades de asociación de capital de conformidad con un sistema conocido como "plan de ahorro para fines determinados" para la compra de automotores VW, e inscripta bajo el N° 3722, Libro 85, Tomo "A", de Sociedades Anónimas.
8. VW CREDIT es una sociedad constituida en la República Argentina que actúa como entidad financiera de conformidad con las disposiciones de la Ley Nº 21.526. Su objeto

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN
FOLIO
Nº 180

consiste en otorgar préstamos a consumidores y concesionarios para la compra de automotores y, con relación a los concesionarios, para capital de trabajo y compra de repuestos.

LAS COMPRADORAS:

9. PORSCHE, es una compañía constituida y vigente conforme las leyes de Alemania dedicada a la participación societaria en otras empresas. Las acciones ordinarias con derecho a voto son exclusivamente de titularidad de las familias PORSCHE y PIECH y las acciones preferidas sin derecho a voto de PORSCHE cotizan en la bolsa de Frankfurt. Los titulares de las acciones ordinarias son :FERDINAND PIECH GMBH GRUNWALD (13,16%), HANS- MICHEL PIECH GMBH, GRUNWALD (13,16%), FAMILIAS PORSCHE-DAXER-PIECH BETEILIGUNG GMBH, GRUNWALD (25,67%), PORSCHE GMBH STUTTGART (23,57%), FAMILIAS PORSCHE BETEILIGUNG GMBH, GRUNWALD (24,44%). PORSCHE controla de manera directa a PORSCHE AG con el 100% del capital social.
10. Dr. Ing. c. F. PORSCHE AG (en adelante "PORSCHE AG), su actividad comercial se concentra en el desarrollo, la producción, y la venta de vehículos deportivos Premium, cuya gama de productos comprende los autos deportivos "911", "Cayman" y "Cayenne".
11. El volumen de negocios de PORSCHE en Argentina está representado por las ventas de vehículos a su distribuidor local exclusivo, NORDENWAGEN S.A. con sede en Vicente López, Provincia de Buenos Aires.
12. NORDENWAGEN S.A. es una sociedad dedicada a la importación y distribución independiente de vehículos, accesorios y repuestos marca PORSCHE en Argentina y Uruguay. Además brinda servicios adicionales de reparación y de post-venta. Entre esta sociedad y PORSCHE existe un vínculo netamente comercial sustentado en el contrato de importación suscripto por ambas firmas. Esta sociedad no está vinculada a PORSCHE ni es controlada por esta.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

13. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración económica conforme a lo establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 y su Decreto Reglamentario N° 89/2001.
14. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.
15. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios total de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES ($200.000.000) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. PROCEDIMIENTO

16. Con fecha 20 de mayo de 2008, los apoderados de PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE y VOLKSWAGEN AG, presentaron el respectivo Formulario F1 previsto en la Resolución SDCyC Nº 40/2001 a fines de notificar la operación de concentración económica en los términos del artículo 8º de la Ley Nº 25.156.
17. Tras analizar la información presentada, el día 2 de junio de 2008 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes notificantes que previo a todo proveer debían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC Nº 40/2001 (B.O. 22/02/2001) y que hasta tanto dieran cumplimiento a ello, no comenzaría a correr el plazo previsto por el artículo 13 de la Ley Nº 25.156.
18. El día 6 de junio de 2008 las partes efectuaron una presentación mediante la cual brindaron cierta información y acompañaron determinada documentación, tras lo cual esta Comisión Nacional consideró que la información presentada se hallaba incompleta, haciéndole saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley Nº 25.156.
19. En fecha 14 de julio de 2008 las empresas notificantes efectuaron una presentación a través de la cual acompañaron copia debidamente traducida del acta de reunión extraordinaria del directorio en la cual se decidió el aumento de la participación accionaria de PORSCHE en VW y copia traducida de la resolución adoptada por la autoridad de aplicación de defensa de la competencia de BRASIL y EEUU.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN
FOLIO Nº 982

20. El día 15 de julio de 2008 esta Comisión Nacional ordenó agregar las presentaciones efectuadas y pasar las actuaciones a despacho.
21. En fecha 18 de julio de 2008 esta Comisión Nacional consideró que la información presentada se hallaba incompleta, por lo que se procedió a efectuar las pertinentes observaciones al Formulario F1 de notificación, haciéndoles saber a las partes que el plazo previsto por el artículo 13 de la Ley Nº 25156 comenzó a correr el día hábil posterior al 15 de julio de 2008 y que quedaba suspendido hasta tanto las partes dieran total respuesta a lo solicitado. Las partes quedaron notificadas de esta providencia en fecha 21 de julio de 2008.
22. El día 18 de julio de 2008 las partes efectuaron una presentación, mediante la cual acompañaron un organigrama actualizado del que surge la estructura de control de las empresas notificantes, tras lo cual esta Comisión Nacional ordenó agregar la presentación efectuada y pasar las actuaciones a despacho.
23. En fecha 30 de julio de 2008 las empresas notificantes efectuaron una presentación mediante la cual acompañaron copia debidamente traducida del comunicado de prensa emitido por la Comisión Europea autorizando la operación de concentración económica notificada. El día 31 de julio de 2008 esta Comisión Nacional ordenó el pase de las actuaciones a despacho.
24. En fecha 19 de agosto de 2008 las partes efectuaron una presentación por la cual aportaron determinada información y documentación, tras lo cual esta Comisión Nacional ordenó pasar las actuaciones a despacho.
25. El día 3 de septiembre de 2008, esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones al Formulario F1 presentado, las cuales fueron notificadas a las partes con fecha 4 de septiembre de 2008.
26. Con fecha 23 de septiembre de 2008, las firmas notificantes dieron cumplimiento parcial a lo solicitado.
27. El día 24 de septiembre de 2008, las partes de la operación adjuntaron una copia del informe de prensa emitido por PORSCHE de donde surge que el 16 de septiembre incrementó en un 4,89 % su participación accionaria en VW, alcanzando así una tenencia accionaria del 35,14% en esta última sociedad, informando que ello le permitiría a

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO 983

PORSCHE obtener una mayoría estable en la asamblea anual de accionistas de VW, circunstancia que bajo las leyes de alemanas le conferiría el control de facto sobre VW.

28. Con fecha 2 de octubre de 2008, esta Comisión Nacional realizó nuevas observaciones al Formulario F1 presentado, las cuales fueron notificadas a las partes con fecha 3 de octubre de 2008.
29. En ese mismo acto, en uso de las facultades emergentes del Artículo 24 inciso b) de la Ley N° 25.156, esta Comisión Nacional citó a prestar Declaración Testimonial al Gerente de Ventas o su equivalente de la empresa CAR ONE para y al Gerente de Ventas o su equivalente de la empresa MERCEDES BENZ ARGENTINA .S.A.
30. Lucen a fs. 922 y 940 el Acta de Incomparecencia en relación a la firma CAR ONE.
31. Asimismo, luce a fs. 937/939 el Acta de Declaración Testimonial tomada al Gerente de Comercialización de Automóviles de MERCEDES BENZ ARGENTINA S.A.
32. El día 14 de octubre de 2008, las partes notificantes dieron cumplimiento a lo solicitado.
33. El día 12 de noviembre de 2008 esta Comisión Nacional requirió a las partes notificantes la presentación en soporte magnético de la que fuera efectuada con fecha 14 de octubre, en atención a que la misma resultaba de imposible lectura, lo cual fue cumplimentado con fecha 21 de noviembre de 2008.
34. Por último, con fecha 18 de noviembre de 2008 las firmas notificantes presentaron información complementaria.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA.

35. La presente operación de concentración económica consiste en el aumento de la participación de PORSCHE AUTOMOBILE HOLDING SE ("PORSCHE") en VOLKSWAGEN AG ("VW"), pasando de un 30, 6% a más del 50%. Como consecuencia de dicha operación PORSCHE asumirá el control exclusivo de VW, y específicamente en Argentina, controlará a la subsidiaria VOLKSWAGEN ARGENTINA SA ("VW ARGENTINA").

I.1 Naturaleza de la Operación

36. PORSCHE AG es una sociedad alemana que se dedica a la producción y comercialización de vehículos deportivos Premium. Si bien no posee subsidiarias en Argentina, opera a través de un distribuidor local exclusivo[1], quien resulta responsable de importar los vehículos desde el puerto de Hamburgo, Alemania, hasta el país. Además de automóviles, el distribuidor comercializa repuestos y accesorios marca PORSCHE y brinda servicios de reparación y post venta.
37. Por su parte, VW es una firma alemana que produce y comercializa automóviles, camiones y buses. Su subsidiaria, VWA, fabrica, importa y comercializa vehículos bajo las marcas Volkswagen, Audi y Seat.
38. A su vez, VW ARGENTINA controla a VOLKSWAGEN S.A. DE AHORROS PARA FINES DETERMINADOS ("VW AHORROS") y a VOLKSWAGEN CREDIT COMPAÑÍA FINANCIERA S.A. ("VW CREDIT"), siendo el objeto de constitución de la primera, el desarrollo de actividades de asociación de capital bajo el sistema conocido como plan de ahorro, mediante el cual el consumidor puede realizar la compra de automotores de las marcas comercializadas por VOLKSWAGEN ARGENTINA.
39. Por su parte, VW CREDIT es una entidad financiera que otorga préstamos a consumidores y concesionarios para destinarlos a la compra de automotores, y en el caso de concesionarios, para capital de trabajo y compra de repuestos.
40. Los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas aprobados por la Resolución 164/2001 de la SECRETARÍA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, (en adelante "Los Lineamientos"), determinan que las operaciones de concentración económica pueden ser de naturaleza horizontal, vertical o de conglomerado.
41. Se dice que una operación de concentración económica entre empresas es de naturaleza horizontal en aquellos casos en que las firmas participantes de la operación actúan en un mismo mercado como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos.

[1] NORDENWAGEN S.A.

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

FOLIO Nº 985

42. En principio cabe decir que la toma de control de PORSCHE sobre VW, implica la existencia de relaciones de naturaleza horizontal entre ambas firmas, en función de que tanto la primera como segunda comercializan automóviles en la República Argentina.

I.2 Definición del mercado relevante

43. Los Lineamientos establecen que a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.

44. El marco metodológico para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Referido al mercado del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio[2].

45. A tales efectos, Los Lineamientos establecen que deben incluirse dentro del mercado, aquellos productos que los consumidores consideran sustitutos en función de sus características, precios y el objeto de su consumo.

46. En relación con el mercado geográfico, el test define como mercado relevante a la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.

I.2.1 Mercado Relevante de Producto

47. Tal como se mencionara anteriormente, tanto PORSCHE AG como VW ARGENTINA tienen como actividad principal la comercialización de vehículos automotores.

48. Los vehículos comercializados por PORSCHE AG en Argentina son los automóviles modelos: "911", "Bóxer", "Cayman" y "Cayenne". A su vez, cada uno de estos automóviles presenta distintas versiones, siendo veintitrés los modelos ofrecidos por la compradora.

[2] El aumento de precios considerado va del 5% al 10%.

49. Por su parte, entre los modelos que VW ARGENTINA comercializa en el país se encuentran el VW Gol, VW Gol Country, VW Polo Classic, VW Fox, VW Crossfox, VW Beetle, VW Vento, VW Bora, VW Golf, Seat Ibiza, Seat Cordoba, Seat Toledo, Audi A3, , Audi A4, Audi A5, , Audi A6 y VW Passat.
50. Cada uno de los modelos ofrecidos por las firmas involucradas, puede ubicarse en distintos segmentos de mercado, en función de las características del vehículo (tamaño, oportunidades de consumo, precio del vehículo, detalles de diseño y medidas de seguridad, tamaño del motor, etc.), según la clasificación que se considere oportuna. En este sentido, la categoría de segmentos utilizada en un caso particular, puede presentar divergencias con respecto a otro, originándose las mismas, en los criterios elegidos.
51. Es así que una primera distinción podría configurarse en la necesidad primaria que el vehículo satisfaría. A partir de ello, se podría arribar a tres categorías distintas: automóviles, vehículos de carga y utilitarios puesto que responden a tres tipos de demanda distintas.
52. A su vez, dentro cada categoría, es plausible realizar una subsegmentación, que será subjetiva en función de las distintas variables a considerar. Es posible entonces , que se observe el caso de que productos que formarían parte de un mismo grupo o segmento, al tomar como punto de análisis variables específicas, se encuentren discriminados en distintos estratos en función de otras características.
53. En ocasiones anteriores, esta Comisión Nacional ha concluido que el mercado de vehículos automotores presenta características de diferenciación vertical, donde los bienes son considerados diferentes y existe unanimidad entre los consumidores en cuanto a cuál de ellos es mejor, y a la vez se observa diferenciación horizontal donde dentro de determinado rango los bienes son considerados diferentes, sin que haya unanimidad entre los consumidores en cuanto a cuál de ellos es mejor[3]
54. En función de ello, cuando el objeto de estudio es un mercado relevante con presencia de productos diferenciados, es pertinente realizar la división de dicho mercado considerando las particularidades de cada caso específico, sin perjuicio de que exista un criterio recurrente en decisiones anteriores.

55. En concordancia con lo ya dicho, la Comisión Europea ("CE") ha considerado para el análisis de diversas operaciones de concentraciones económicas en el mercado automóviles[4], la segmentación obrante en el cuadro Nº 1, dado que la industria automotriz se servía de la misma para la clasificación de cada modelo producido.

Cuadro Nº 1

Segmentación del mercado de Automóviles, Comisión Europea, Año 1999

Segmento	Tipo de Automóvil
A	Autos Mini
B	Autos pequeños
C	Autos Medianos
D	Autos Grandes
E	Autos ejecutivos
F	Autos de lujo
S	Autos deportivos/coupés deportivas/convertibles
M	Automultiproposito
J	Vehículos utilitarios deportivos (SUVs)

Fuente: Caso No IV/M.1326

56. Aún así, la CE determinó que los límites entre los segmentos no se encontraban del todo definidos, dada la existencia de factores tales como precio, imagen y la cantidad de accesorios adicionales (tales ABS, Airbag, cierre centralizado, etc.).
57. En otros casos[5], la CE determinó que si bien el mercado de vehículos de pasajeros se podía subdividir en base de un número de criterios objetivos tales como el tamaño del motor o de la longitud de coches, conformando distintos mercados relevantes de producto, las particularices del caso, no requerían una definición final, por lo que ésta fue dejada abierta, tomándose en cuenta solamente, la división entre vehículos para pasajeros y vehículos comerciales livianos.

[3] Ver Dictamen Nº 422 con fecha 8 de julio de 2003, Exp. Nº 9008-E-JuzF1IME (C. 507)
[4] Ver Case No IV/M.1326 – TOYOTA/DAIHATSU. Este caso implicó la adquisición del negocio de Daihatsu, vinculado a la fabricación de vehículos de pasajeros, por parte de Toyota.
[5] Ver Decisions of 14 March 1994, Case no IVM.416 – BM/Rover; Decision of 24 May 1996, Case no IV/M.741-Ford/Mazda; Decision of 22 December 1997, Case no IV/M.1036-Chrysler/Distributors, Decision of 22 July 1998, Case no M.1204-Daimler-Benz/Chrysler.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN
FOLIO Nº 880

58. Por su parte, en Brasil, el Consejo Administrativo de Defensa Económica ("CADE") en el marco del análisis de la operación que da origen al presente dictamen, definió a los mercados de producto como: i) Mercado Nacional de Automóviles y ii) Mercado Nacional de Vehículos Comerciales Ligeros[6], arribando a la conclusión de que la superposición horizontal no resultaba preocupante como para modificar las condiciones de competencia. Asimismo, el análisis por segmento de mercado arrojó que existía complementariedad entre las líneas de producto[7].

59. Retomando la operación entre PORSCHE y VW, las partes han presentado un informe sobre el mercado automotor en el país[8], realizado por la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina ("ACARA"), en el cual figuran las ventas mayoristas y minoristas por marca, como así también las participaciones de cada modelo de automóvil por segmento. En este caso, las categorías de segmentos considerados son las siguientes:

6 La base para dicha segmentación con las respectivas participaciones de mercado de las firmas que actúan cada categoría, se corresponde con el Anuario da Industria Automobilística Brasileira, 2007.
7 Ver Fj 528
8 "Anuario 2007, Mercado Automotor de la República Argentina", Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN H. ATAEF
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN
FOLIO
Nº 189

Cuadro Nº 2

Segmentación del mercado de Automóviles, ACARA, Año 2007

SEGMENTO BASE DE GAMA
Económicos
Hatchbacks
Sedanes
Familiares
MEDIANOS
Sedanes
Hatchbacks
Familiares
Monovolúmenes
Monovolúmenes Compactos
Multiproposito Livianos
Citroën Berlingo
Peugeot Partner
Renault Kangoo
ALTA Y LUJO
Berlinas
Monovolúmenes
Sedanes
UTILITARIOS DEPORTIVOS
Utilitarios Deportivos
Utilitarios deportivos de lujo
Minibus
COMERCIALES LIVIANOS
Furgones y Pick Ups Base de Gama
Furgones medianos
Pick up medianas
COMERCIALES: CAMIONES
Camiones livianos
Camiones medianos
Camiones semipesados
CAMIONES Y BUSES
Camiones pesados
Buses urbanos
Buses larga distancia

Fuente: CNDC, en base al Informe Anuario 2007, Mercado Automotor de la República Argentina, ACARA

60. En el primer segmento mencionado en el cuadro Nº 2, "Base de Gama" se ubican los vehículos de bajo costo, y de menor tamaño. En el mismo se encuentran modelos tales como "Volkswagen Gol" (posicionado en el subsegmento: Hatchbacks).
61. El siguiente segmento "Medianos" se compone por automóviles medianos de costo promedio. En esta categoría se pueden ubicar modelos del estilo "Volkswagen Passat" (subsegmento: Sedanes).
62. En "Alta y Lujo", tal como su nombre lo indica, se ubican los modelos de alta gama, entre los que se mencionan el modelo "Audi A6" (subsegmento: Sedanes).
63. En la categoría "Utilitarios Deportivos", se posicionan aquellos vehículos de pasajeros que combinan la capacidad de carga de una camioneta pick-up con el espacio para transporte de pasajeros de una mini-van y las prestaciones de manejo de un vehículo todo terreno. En base al informe mencionado, el modelo "PORSCHE Cayenne" se ubicaría en este segmento (específicamente en la subcategoría: Utilitarios Deportivos de Lujo).
64. El segmento "Comerciales Livianos" se compone por vehículos utilitarios pequeños y de bajo costo, vans medianas y pick ups, como por ejemplo el modelo "VW Saveiro".
65. El siguiente segmento, tal como se señala en su denominación, corresponde a camiones comerciales del estilo "VW 13-180" (Camión Liviano).
66. En lo que se refiere al segmento, "Camiones y Buses", las firmas generalmente producen el chasis del vehículo, quedando a cargo de empresas carroceras, la producción de la carrocería. En este segmento, se encuentra, por ejemplo, el chasis "VW 17-210 OD".
67. Como conclusión de lo descripto anteriormente, y teniendo en cuenta las subjetividades que existen al seleccionar los criterios para segmentar un mercado de productos diferenciados, esta Comisión Nacional considera la segmentación en la confección de informe efectuado por ACARA, resulta pertinente a los fines del análisis de la presente operación de concentración económica, no obstante lo cual, en caso de que el rigor analítico lo requiera, se realizaran consideraciones adicionales, al margen de las categorías ya definidas.
68. En función de la segmentación obrante en el cuadro Nº 2, las firmas involucradas presentarían superposición en segmento "Alta y Lujo", específicamente en el subsegmento "Sedanes de Lujo", a través de la comercialización de los "Audi A4", "Audi A6", "Audi TT",

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

"PORSCHE 911", "PORSCHE Cayman" y "PORSCHE Boxster" y en el subsegmento "Utilitarios de Lujo" perteneciente al segmento "Utilitarios Deportivos", por ubicarse en el mismo, los modelos "VW Touareg", "Audi Q7" y "PORSCHE Cayenne".

I.2.2 Definición de mercado geográfico relevante

69. Al momento de definir la dimensión geográfica del mercado relevante, es necesario considerar las posibilidades de sustitución del lado de la demanda, como así también de la oferta. Esto es para el primer caso, las facilidades con las que un consumidor puede abastecerse del producto de proveedores que operan en otras áreas, y en el segundo caso, la posibilidad que el proveedor del bien pueda ofrecerlo en áreas distintas a las que opera de manera habitual.
70. En un principio, cabe señalar que, VW ARGENTINA distribuye y comercializa la totalidad de sus productos a través de una red nacional de concesionarios oficiales, quienes, además de vender los vehículos, comercializan repuestos originales y prestan un servicio mecánico integral de post-venta.
71. Las concesionarias que comercializan los vehículos y accesorios bajo las marcas Volkswagen, Seat y Audi, se localizan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Entre Ríos, Misiones, Santa Fe, Chaco, Formosa, Córdoba, La Pampa, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Neuquén, San Juan, La Rioja, Catamarca, Tucumán, Salta y Jujuy.
72. Por otra parte y tal como ya se adelantó, PORSCHE comercializa sus productos en argentina, a través de un distribuidor exclusivo, Nordenwagen, quien se encarga tanto de la importación como de la comercialización de los vehículos al país.
73. Los locales comerciales de Nordenwagen son dos, y se localizan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y el la localidad de Vicente López, provincia de Buenos Aires.
74. Es necesario tener en cuenta que la compra de un vehículo requiere una inversión alta y de un tiempo considerable para evaluar la decisión de compra, por lo que un consumidor que demande este tipo de producto, previamente realizará un proceso de recopilación de información respecto del mismo sobre precios, lugares de compra y características técnicas que hagan a su conveniencia.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

FOLIO Nº 992

75. En relación al área que un consumidor tendrá en cuenta en su decisión, se debe mencionar que un automóvil es altamente trasladable a lo largo de todo el país, sin que esto afecte a la viabilidad de la compra. Por último, las posibilidades de acceso a la información que brindan los medios de comunicación, como ser los sitios webs de las concesionarias, como así también la posibilidad de realizar compras mediante transacciones bancarias, permiten que las distancias se acorten aún más.
76. Por el lado de la oferta, y teniendo a consideración que el traslado de un vehículo a regiones distintas de su comercialización habitual no resulta inviable económicamente , es posible que un oferente de automóviles acceda a zonas en las que generalmente no participa, sin enfrentarse a restricciones que impidan la consumación de la venta.
77. En conclusión, la dimensión geográfica del mercado relevante a definir, asume un carácter nacional[9].

I.3 Efectos de la operación sobre el nivel de concentración del mercado

Alta y Lujo: Sedanes de Lujo

78. En el presente apartado se analizarán las participaciones de mercado por modelo en los subsegmentos en los que las empresas PORSCHE AG y VW ARGENTINA presentan superposición, a fin de determinar si como consecuencia de la presente operación económica, se generan cambios significativos en las condiciones del mercado, que tengan potencialidad suficiente para generar perjuicios al interés económico general.

1. [9] Sin perjuicio de lo indicado, cabe aclarar que los segmentos contemplados conforman un mercado de importación, es decir que cada uno de los automóviles que los integran son vehículos que no se producen a nivel nacional9, sino que por el contrario son importados desde distintos países.

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Cuadro Nº 3

Participaciones de mercado en el subsegmento Sedanes de Lujo, en unidades, por modelo. Año 2007

Segmento Alta y Lujo **Sub segmento: Sedanes de lujo**				
M-Benz Clase E	M-Benz	901	21,10%	
M-Benz Clase C	M-Benz	81	1,90%	
Honda Legend	Honda	60	1,41%	
Audi A4	**Audi**	**1050**	**24,59%**	
Audi A6	**Audi**	**150**	**3,51%**	
Audi TT	**Audi**	**58**	**1,36%**	**30,89%**
911	**Porsche**	**32**	**0,75%**	
Boxster	**Porsche**	**12**	**0,28%**	
Cayman	**Porsche**	**17**	**0,40%**	
Otros		244	5,71%	
Mini Cooper	BMW	380	8,90%	
BMW Serie 3	BMW	1140	26,70%	
BMW Serie 5	BMW	145	3,40%	
Total Unidades Vendidas		**4270**	**100,00%**	

Fuente, CNDC en base a Anuario 2007, ACARA.

79. Es posible concluir, a partir del cuadro Nº 3, que en primer lugar y tal como se señala en el mismo, la participación de la compradora pasará de ser 1,43% a 30,89%. Si bien la variación del porcentaje resulta significativa a primera vista, es válido destacar que en lo que se refiere a las condiciones de mercado, las mismas no se verán afectadas puesto que anteriormente a la operación, la participación conjunta de los modelos comercializados por VW ARGENTINA ya ocupaban el segundo puesto, siendo BMW la firma con mayor participación, y aún después de consumarse la concentración, el ranking de participaciones no sufrirá modificación alguna.

80. En segundo lugar, al considerar el índice Herfindahl-Hirschman ("HHI")[10] el mismo previo a la operación, resulta ser de 2.954 puntos, versus un HHI posterior de 3.038 puntos, sufriendo una variación de 84 puntos.

[10] Este índice se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de todas las empresas que participan en el mercado y tiene la ventaja de otorgarle mayor peso relativo a las participaciones de las empresas mayores. El HHI oscila entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopólico).

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

3
MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

994

81. En este sentido, la literatura económica[11] plantea que si el Índice HHI oscila entre 0 y un valor menor a 1.000 el nivel de concentración es bajo. Si dicho índice varía entre 1.000 y 1.800 puntos, se considera una concentración media, y por último, si el nivel de concentración se encuentra representado por un HHI superior a los 1.800 puntos, dicho nivel es altamente concentrado.
82. Adicionalmente, si la variación ocurrida entre el Índice HHI previo a la operación y el posterior, en un mercado altamente concentrado es inferior a los 100 puntos, la concentración no tendría potencialidad para afectar al mercado desde el punto de vista de la defensa de la competencia.
83. Siguiendo este razonamiento, es posible concluir que el segmento en cuestión ya presentaba una estructura altamente concentrada con anterioridad a la operación bajo análisis, y que la variación del grado de concentración como consecuencia de la misma, no resulta significativa, y que por otro lado, no se generarán modificaciones en la estructura del mercado.
84. Puesto que de concretarse la presente operación de concentración no se producirá variaciones significativas en la estructura del segmento analizado, esta Comisión Nacional entiende, que la toma de control de VW ARGENTINA por parte de PORSCHE, no tiene entidad suficiente para generar un perjuicio al interés económico general.

Utilitarios Deportivos: Utilitarios de Lujo

85. Durante el año 2007, los modelos comercializados por VW ARGENTINA obtuvieron una participación de 20,83% en el volumen de unidades vendidas, ocupando el tercer puesto en el ranking de participaciones. En primer lugar se encuentra BMW con una participación del 41,16% y en el segundo puesto se ubica Mercedes Benz con una participación del 22,56%.

[11] Ver U.S Departament of Justice and The Federal Trade Comission. 1992. Horizontal Merger Guidelines, Sección 1.51, disponible en http:// www.usdoj.gov/atr/public/guideline/horiz_book/hmg1.html

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

FOLIO Nº 995

Cuadro Nº 4

Participaciones en el subsegmento Utilitarios de Lujo, en unidades, por modelo. Año 2007

Segmento Utilitarios Deportivos Sub segmento: Utilitarios de lujo				
VW Touareg	**Volkswagen**	**84**	**8,54%**	
Audi Q7	**Audi**	**121**	**12,30%**	**27,13%**
Porsche Cayenne	**Porsche**	**62**	**6,30%**	
M-Benz Clase ML	M-Benz	222	22,56%	
BMW X5	BMW	247	25,10%	
BMW X3	BMW	158	16,06%	
Otros		90	9,15%	
Total Unidades Vendidas		**984**	**100,00%**	

Fuente, CNDC en base a Anuario 2007, ACARA.

86. Del cuadro Nº 4 se desprende que la participación de PORSCHE AG en el subsegmento Utilitarios de Lujo, ascendería a 27, 13%, desplazando a Mercedes Benz del segundo puesto.
87. Al calcularse el HHI se observa que la variación del mismo, como consecuencia de la concentración, es de 262 puntos, toda vez que el HHI previo a la concentración es de 2.760 puntos y el posterior de 3.022 puntos.
88. En principio, si la variación ocurrida entre el Índice HHI previo a la operación y el posterior es superior a los 100 puntos representaría un incremento significativo en los niveles de concentración del mercado relevante.
89. En relación a los niveles de concentración, los Lineamientos expresan que, la existencia de un elevado grado de concentración en el mercado relevante, o de un incremento significativo en el mismo como consecuencia de la operación económica, es una condición necesaria, pero no suficiente, para que la operación sea objetada.
90. Por otro lado, se debe señalar que si bien PORSCHE pasaría a ocupar el segundo lugar en el ranking de participaciones, desplazando a Mercedes Benz, el primer puesto es ocupado por BMW, con una participación pronunciadamente mayor al del resto de los competidores.
91. De lo anterior es posible concluir que las condiciones de competencia en dicho mercado no se verán afectadas toda vez que, en primer lugar si bien se produce un intercambio de

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA
FOLIO 996

posiciones en el mercado, los modelos a adquirir por la compradora ya ocupaban una posición cercana al segundo competidor.

I.3.1 Consideraciones adicionales sobre la segmentación de mercado.

92. Como se ha mencionado, la segmentación de un mercado puede responder a diversos factores, tales como características del producto, precio, oportunidades de consumo, etc. Ahora bien, la selección de los criterios a utilizar al momento de segmentar el mercado, trae implícita la posibilidad de caer en la sobre o subestimación de las actuaciones de los participantes de dichos segmentos.
93. De esta forma, en el apartado anterior se ha considerado el escenario más estricto desde el punto de vista de la defensa de la competencia, es decir los competidores directos de las firmas involucradas en el segmento Utilitarios Deportivos de Lujo. Ahora bien, es posible adoptar un criterio más amplio en función de los atributos que refieren a los distintos modelos que integran el resto de los subsegmentos (en particular el de Utilitarios Deportivos).
94. El primer escenario analizado consistió en un subconjunto de un segmento mayor. Al analizar los modelos que integran el resto de los subsegmentos, se observa que existe un modelo de vehículo, Jeep Grand Cherokee, que se ubica en el subsegmento "utilitarios deportivos" pero que resulta ser competidora de los vehículos ubicados en el subsegmento "utilitarios deportivos de lujo", aunque el mencionado modelo se comercialice a un precio inferior que el resto de los modelos del primer subsegmento.
95. Esto es así, puesto que en los segmentos de alta gama, los atributos que hacen a la competencia entre modelos, tienen que ver más con el diseño, el nivel de equipamiento del vehículo, la configuración del producto y sus prestaciones, y no tanto con lo referente al valor del vehículo.
96. En un mercado como el de utilitarios deportivos de lujo, los efectos unilaterales no son preocupantes dado que la concentración resultante alcanza el 27%. En lo que concierne al hecho de que la oferta esté concentrada en pocas empresas (el 90% de la oferta es explicada por cuatro firmas antes de la operación y por tres luego de la misma) cabe indicar que la alta diferenciación por marcas, modelos, prestaciones y adicionales, que

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATABEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO Nº 997

constituyen variables especialmente valoradas por los consumidores de estos vehículos tornan improbables los efectos coordinados contrarios a la competencia.

97. En este sentido es válido citar al gerente de ventas de Mercedes Benz Argentina, quien, al ser preguntado sobre los competidores del modelo Mercedes Benz Clase ML, ubicado en el subsegmento utilitarios deportivos de lujo, mencionó que "...El competidor directo es la x5 de BMW, y otros como PORSCHE CAYENNE, GRAND CHEROKEE y el AUDI Q7..."[12]. A su vez, explicó que "...En un segmento de alta gama el precio no tiene tanta influencia como en los segmentos más económicos...". Por último, al ser preguntado sobre si el precio del vehículo influye significativamente en la decisión de compra del consumidor, dijo que "...En ese segmento (en el que compiten los modelos mencionados) no es tan determinante el precio..."

98. Adicionalmente, entonces, es posible considerar al vehículo Jeep Grand Cherokee, como un nexo entre ambos subsegmentos y por tanto analizar un escenario más amplio que incluya, a los modelos que integran de ambos segmentos.

99. A continuación se presenta un cuadro con las participaciones del segmento "Utilitarios Deportivos", considerando como un único mercado que incluye a los subsegmentos "Utilitarios Deportivos" y "Utilitarios Deportivos de Lujo". En función del tamaño promedio de los vehículos ubicados en el subsegmento restante ("Minibús") se ha decidido no incluirlo en el presente cálculo.

[12] Audiencia a Fs 937

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cuadro Nº 5

Participaciones en los subsegmentos Utilitarios deportivos y Utilitarios de Lujo, en unidades, por modelo. Año 2007

Segmento Utilitarios Deportivos Sub segmentos: Utilitarios Deportivos y Utilitarios de lujo			
Audi Q7	**Audi**	**121**	**0,12%**
BMW X5	BMW	247	0,24%
BMW X3	BMW	158	0,15%
Chevrolet Blazer	Chevrolet	4918	4,75%
Honda CRV	Honda	21106	20,40%
Hyundai Tucson	Hyundai	4918	4,75%
Jeep G. Cherokee	Jeep	5328	5,15%
Jeep Compass	Jeep	4201	4,06%
kia Sorento	Kia	4610	4,46%
M-Benz Clase ML	M-Benz	222	0,21%
Nissan X-Terra	Nissan	5123	4,95%
Nissan X-Trail	Nissan	5635	5,45%
Porsche Cayenne	**Porsche**	**62**	**0,06%**
Suzuki G. Vitara	Suzuki	6250	6,04%
Toyota Sw4	Toyota	21311	20,60%
VW Touareg	**Volkswagen**	**84**	**0,08%**
Otros		19148	18,51%
Total Unidades Vendidas		**103442**	**100,00%**

Fuente, CNDC en base a Anuario 2007, ACARA.

100. Del cuadro anterior se desprende que al considerar ambos subsegmentos como una unidad de análisis, las participaciones de los modelos involucrados disminuyen considerablemente, esto es 0,26%. Ello se debe a la incorporación de modelos que en el escenario anterior no fueron tenidos en cuenta. Por otro lado, se incorporan marcas comercializadas por otros grupos económicos, lo que lleva a que las participaciones en conjunto también disminuyan.

101. Al considerar las participaciones por marca, y específicamente la participación conjunta de las firmas involucradas (ver Cuadro Nº 6), junto con el cálculo del HHI, se observa que las características del segmento varían en relación al analizado en base al cuadro Nº 4, dado que deja de ser un mercado altamente concentrado para pasar a ser un mercado con

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO Nº 899

un nivel medio de concentración. A su vez, la variación del mismo, como consecuencia de la concreción de la operación es ínfima.

Cuadro Nº 6

Participaciones en los subsegmentos Utilitarios deportivos y Utilitarios de Lujo, en unidades, por marca. Año 2007

Marcas	Paticipación
Toyota	20,60%
Honda	20,40%
Otros	18,51%
Nissan	10,40%
Jeep	9,21%
Suzuki	6,04%
Chevrolet	4,75%
Hyundai	4,75%
Kia	4,46%
BMW	0,39%
Audi+ Volkswagen+Porsche	**0,26%**
M-Benz	0,21%
Total	100,00%
HHI Previo	1477,86
HHI Posterior	1477,88

Fuente, CNDC en base a Anuario 2007, ACARA.

102. Por lo indicado los efectos de la presente operación no despiertan preocupación desde el punto de vista de la competencia ya sea que se considere un mercado de automóviles utilitarios de lujo o bien que este segmento forme parte de un mercado más amplio que además incluya a los utilitarios deportivos, hipótesis esta última que no puede descartarse a partir de la evidencia testimonial recabada en el expediente.

V. CLAUSULAS CON RESTRICCIONES ACCESORIAS

103. Habiendo analizado el Acta de Directorio de la reunión extraordinaria realizada en PORSCHE con fecha 3 de noviembre de 2007 no se advierte que exista ningún punto del que resulte una restricción a la competencia en el mercado involucrada en la presente operación.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

1000

VI. CONCLUSIONES:

104. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que de los elementos reunidos y de las constancias de autos no se desprende que los mismos tengan entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia, ocasionando un perjuicio para el interés económico general.

105. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR DEL MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCIÓN, autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en un aumento de la participación accionaria de PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE en VOLKSWAGEN AG desde aproximadamente el 30,6% a más del 50% de las acciones a través de una serie de adquisiciones en el mercado de valores, que tendrá como consecuencia que PORSCHE tenga el control exclusivo de VOLKSWAGEN AG, de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13 inciso a) de la Ley Nº 25.156.

DIEGO PABLO POVOLO
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Dr. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

HUMBERTO GUARDIA MENDONCA
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA