



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Expediente N° S01:0046555/2014 (Conc. 1125) LD-CA

DICTAMEN N° 1331

BUENOS AIRES,

22 SEP 2016

Dra. MARIA VICTORIA D...
SECRETARIA LETR...
COMISION NACIONAL
DEFENSA DE LA COMPE

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0046555/2014 del registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado "TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. y HOOVER UNIVERSAL INC. S/NOTIFICACIÓN ARTICULO 8° LEY 25.156 (CONC. 1125)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I.1. LA OPERACIÓN

1. La operación que se notifica se produce en la República Argentina y consiste en la transacción por medio de la cual TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. (en adelante "TBA") adquirió de HOOVER UNIVERSAL INC. (en adelante "HOOVER") la totalidad de sus cuotas en el capital social de MASTER TRIM DE ARGENTINA S.R.L. (en adelante "MASTER TRIM") equivalente al 49% de total de las mismas en dicha sociedad.
2. En virtud de la presente operación HOOVER efectuó una oferta, con fecha 28 de febrero de 2014, dirigida a TBA, la cual fue aceptada en la misma fecha. Ello conforme surge de fs.440 y siguientes.
3. En virtud de dicha oferta se celebra el Acuerdo de Compraventa de Cuotas, mediante el cual TBA compró a HOOVER la totalidad de sus cuotas y la estructura de propiedad de MASTER TRIM pasó a ser: i) TOYOTA TSUSHO CORPORATION INC.: 80.000 cuotas (2%), y ii) TBA: 3.920.000 cuotas (98%).
4. Previo a la operación notificada la composición accionaria era: i) TOYOTA TSUSHO CORPORATION INC.: 80.000 cuotas (2%), y ii) TBA: 1.960.000 cuotas (49%) y



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ
SECRETARÍA LEYTRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

HOOVER: 1.960.000 cuotas (49%).

5. Conforme el Acuerdo de Compraventa de Cuotas celebrado el cierre de la operación tuvo lugar el 28 de febrero de 2014.

I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES

POR LA PARTE COMPRADORA

6. TBA es una sociedad debidamente constituida y vigente conforme las leyes de Estados Unidos. Como sociedad extranjera, se encuentra inscripta en la INSPECCIÓN GENERAL DE JUSTICIA (en adelante "IGJ") a los efectos del artículo 123 de la Ley N° 19.550. Es una compañía dedicada al desarrollo del espacio interior de automóviles, funcionando como proveedor de sistemas de interiores para fabricantes de automóviles. Proporciona sistemas integrados para el espacio interior de automóviles tales como: asientos, paneles de las puertas, cabezas de cartel (es decir, headliners o revestimientos interiores para techos), alfombras de piso y otros componentes. Tiene su sede en los Estados Unidos de América, y es a su vez controlada por TOYOTA BOSHOKU CORPORATION, con sede en Japón. TBA no comercializa Productos Involucrados en Argentina, sino que su actividad en el país se limita a ser titular de cuotas sociales de MASTER TRIM y TB SEWTECH DE ARGENTINA SRL (en adelante "TB SEWTECH").
7. TOYOTA BOSHOKU CORPORATION, es una empresa constituida en Japón que cotiza en la bolsa de Tokyo. TOYOTA MOTOR CORPORATION posee cerca de un 40% de su capital social (dicho porcentaje fluctúa diariamente debido al movimiento del mercado pero según lo informado nunca alcanza ni se acerca al 50%).
8. TOYOTA MOTOR CORPORATION es una empresa japonesa que se dedica a la fabricación de vehículos. Los accionistas con una participación mayor al 5% son (i) JAPAN TRUSTEE SERVICES BANK, LTD. (10,7%) y (ii) TOYOTA INDUSTRIES CORPORATION (6,7%), según surge del sitio oficial de la empresa: http://www.toyota.global.com/investors/stock_information_ratings/outline.html
9. De acuerdo a lo informado en las presentes actuaciones por el apoderado de



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VÉI
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

TOYOTA ARGENTINA S.A. (que no es parte en estas actuaciones, pero ha sido consultado por esta Comisión Nacional), su controlante es la empresa TOYOTA MOTOR CORPORATION. Asimismo conforme lo informado no existe en el país un "GRUPO TOYOTA". Sin perjuicio de ello informan todas las compañías que incluyen "TOYOTA" en su denominación social y que desarrollan actividades en Argentina:

10. TOYOTA ARGENTINA S.A.: empresa cuya actividad principal es la fabricación y venta de automóviles y vehículos utilitarios.
11. TOYOTA BOSHOKU ARGENTINA S.R.L.: empresa cuya actividad principal es LA fabricación y venta de autopartes.
12. TOYOTA TSUSHO ARGENTINA S.A.: empresa cuya actividad principal es brindar servicios logísticos y fabricación y venta de autopartes.
13. TOYOTA COMPAÑÍA FINANCIERA: empresa cuya actividad principal es brindar servicios financieros.
14. TOYOTA PLAN ARGENTINA S.A. DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS: empresa cuya actividad principal es brindar servicios financieros.
15. TOYOTA MATERIAL HANDLING MERCOSUR S.A.: empresa cuya actividad principal es el desarrollo, fabricación y venta de equipamiento y sistemas logísticos.
16. TOYOTA TSUSHO CORPORATION INC es una empresa japonesa miembro del Grupo Toyota. TOYOTA TSUSHO CORPORATION INC tiene en Argentina una filial llamada TOYOTA TSUSHO ARGENTINA S.A. a través de la cual opera una planta de doblado de tubos de líquido de freno, líquido de embrague y combustible para la industria automotriz. Las tareas que realizan en la planta son, entre otras, la recepción y control de calidad del material recto, el proceso de doblado y chequeo final de los tubos y la preparación y despacho del material terminado. A su vez, a partir de 2010 incorporaron nuevos procesos dentro de la planta como el ensamble de palancas de freno de mano y tubos compuestos. La empresa TOYOTA TSUSHO ARGENTINA S.A. también ofrece servicios de logística para la producción a sus clientes.



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARÍA VICTORIA L...
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL
DEFENSA DE LA COMPE

POR LA PARTE VENDEDORA

17. HOOVER es una sociedad debidamente constituida y vigente conforme las leyes de Estados Unidos. Como sociedad extranjera, HOOVER, se encuentra inscrita en la IGJ a los efectos del artículo 123 de la Ley N° 19.550, que al igual que TBA, no comercializa Productos Involucrados en Argentina y su actividad comercial en el país se limita a participar en sociedades locales.

POR EL OBJETO

18. MASTER TRIM es una sociedad debidamente constituida y vigente de conformidad con las leyes de la República Argentina que de acuerdo a su objeto social se encuentra dedicada al diseño, desarrollo, fabricación, industrialización armado, integración y ensamblaje, comercialización, importación y exportación de partes, componentes, conjuntos y subconjuntos, elaborados o semielaborados para la industria automotriz. Su actividad principal consiste en la producción de sets de asientos, manuales, eléctricos, con y sin Air Bag Lateral, de tela y/o cuero y paneles de puerta, de plástico inyectado, con ornamentos de tela y/o cuero para los vehículos marca Toyota modelo IMV Hilux en sus versiones simple cabina, doble cabina y SUV. MASTER TRIM es la sociedad controlante de TB SEWTECH, ello conforme surge de fs. 568.
19. TB SEWTECH, es una sociedad constituida el 7 de abril de 2014 e inscrita ante la IGJ (luego de la presentación del formulario F1 en este procedimiento). Su objeto social es la "realización de la actividad textil consistente en la producción de fundas para interiores de automóviles, incluyendo asientos, paneles de puertas y techos, y otros revestimientos interiores, incluyendo esta actividad el corte y costura de los materiales; la compra, venta, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos mencionados en el punto anterior y de sus componentes". TB SEWTECH se encuentra en una etapa preparatoria y no ha comenzado aún su producción y actividad comercial según declaran bajo juramento las partes de la operación.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ v.r.
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

20. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
21. 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.
22. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y los objeto de las operaciones, a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000.-) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. EL PROCEDIMIENTO

23. El día 10 de marzo de 2014 las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación en forma conjunta del Formulario F1 de notificaciones.
24. Luego de varias presentaciones en relación a lo establecido por la Resolución SDCyC N° 40/01, con fecha 5 de mayo de 2014 tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, formulando observaciones al F1 haciéndoseles saber que el plazo previsto en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 comenzó a correr el día hábil posterior al 28 de abril de 2014 y que hasta tanto no dieran cumplimiento a lo solicitado quedaría suspendido dicho plazo. Dicho proveído fue notificado a las partes el mismo 5 de mayo de 2014.
25. Finalmente, con fecha 15 de septiembre de 2016, las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado y reanudando el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

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

IV. 1. Naturaleza de la operación



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VÉR
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

26. Como fuera mencionado previamente, la presente operación de concentración consiste en la adquisición por parte de TBA del 49% del capital social de la empresa MASTER TRIM, antes en manos de la empresa HOOVER.
27. Como resultado de la implementación de la transacción, TBA, que ya poseía el 49% del capital social de la empresa objeto, pasaría a ser propietaria del 98% del capital social y derechos de voto en MASTER TRIM, mientras que la empresa TOYOTA TSUSHO CORPORATION INC mantendría el 2% del capital social y derechos de voto que ya tenía en la empresa.
28. El grupo comprador se encuentra activo en el país a través de la empresa TOYOTA ARGENTINA que, en última instancia se encuentra controlada por la empresa TOYOTA MOTOR CORPORATION. TOYOTA ARGENTINA se dedica a la fabricación de vehículos automotores y comercializa vehículos fabricados en la Argentina y productos importados con la marca "Toyota". En el país se fabrican los vehículos de marca "Toyota" de la línea IMV (Innovative Multipurpose Vehicle), que son las "Toyota Pick-up Hilux" y el vehículo "SW4", un vehículo utilitario deportivo. Estos productos se comercializan en Argentina y se exportan a otros países. En el país también se comercializan productos "Toyota" que son importados que provienen de Brasil y Japón que se comercializan bajo los modelos "Etios", "Corolla", "Prius", "86", "Camry", "RAV4", "Land Cruiser Prado" y "Land Cruiser 200".
29. La empresa objeto, MASTER TRIM, es una firma argentina cuya actividad económica consiste en la producción de sets de asientos, manuales, eléctricos, con y sin Air Bag Lateral, de tela y/o cuero y paneles de puerta, de plástico inyectado, con ornamentos de tela y/o cuero para los vehículos marca TOYOTA modelo "IMV Hilux" en sus versiones simple cabina, doble cabina y SUV. MASTER TRIM a su vez, es la sociedad controlante de la empresa TB SEWTECH.
30. TB SEWTECH es una sociedad argentina que, según su objeto social se dedica a la realización de la actividad textil consistente en la producción de fundas para interiores de automóviles, incluyendo asientos, paneles de puertas y techos, y otros revestimientos interiores, incluyendo esta actividad el corte y costura de los materiales; la compra, venta, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos mencionados y de sus componentes. Sin embargo, según lo



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

*Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VE.
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA*

informado por las partes TB SEWTECH se encuentra en una etapa preparatoria y no ha comenzado aún su producción y actividad comercial.

31. Con anterioridad a la presente operación, MASTER TRIM era proveedora de TOYOTA ARGENTINA, produciendo para esta última, asientos y paneles de puerta para el vehículo "Pick Up Hilux" en todas sus variantes y el vehículo "SW4". A su vez, entre junio de 2010 y octubre de 2012 MASTER TRIM produjo y exportó al Brasil paneles de puerta para General Motors do Brasil, para ser utilizados en el vehículo "Chevrolet Cobalt". No obstante, esta operatoria no fue reanudada luego de octubre de 2012.
32. De acuerdo a lo informado por las partes, los componentes fabricados por MASTER TRIM son funcionales para modelos de automóviles de marca "Toyota", dado que los mismos se fabrican para un modelo determinado de vehículo y, por tanto, deben cumplir estrictamente con los diseños y especificaciones técnicas de la terminal, y no son en sí mismo, adaptables para ser utilizados en automóviles de otras marcas o de distintos modelos de la misma marca.
33. Asimismo, aunque MASTER TRIM y TB SEWTECH cuentan con la capacidad para desarrollar componentes funcionales para otros modelos y marcas, tales diseños y especificaciones son propiedad del cliente, ninguna de las empresas se encuentra jurídicamente habilitada para utilizarlos, ni siquiera con modificaciones para destinarlos a otras marcas.
34. Por otro lado, MASTER TRIM no posee un acuerdo de exclusividad con TOYOTA ARGENTINA S.A, pero es la única empresa a la cual provee de componentes.
35. En virtud de lo hasta aquí informado, y dado que –mas allá de lo alegado por las partes de la operación- el grupo adquirente controla –o al menos tiene influencia sustancial en forma indirecta en- la empresa TOYOTA ARGENTINA que opera en Argentina en el mercado "aguas abajo" de elaboración y comercialización de automóviles, y que la empresa objeto MASTER TRIM opera en el mercado "aguas arriba" de producción de autopartes –específicamente asientos y paneles de puerta- que provee a TOYOTA ARGENTINA para ciertos modelos de automóviles que la firma produce en el país, la operación bajo análisis viene a reforzar una relación vertical preexistente.

IV. 2. Definición del mercado relevante



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Mercado "aguas abajo": producción y comercialización de vehículos automotores

36. El mercado automotriz se caracteriza por la diferenciación de los productos que lo conforman, y en función de ello, es posible segmentarlo según distintos criterios y características del vehículo tales como tamaño, oportunidades de consumo, precio del vehículo, detalles de diseño y medidas de seguridad, tamaño del motor, etc.
37. Conforme a análisis previos efectuados por esta Comisión Nacional en materia de relaciones horizontales de integración entre empresas dedicadas a la actividad bajo estudio¹, cada uno de los modelos ofrecidos por las firmas involucradas, puede ubicarse en distintos segmentos de mercado, en función de las características del vehículo indicados. La categoría de segmentos utilizada en un caso particular, puede presentar divergencias con respecto a otro, originándose las mismas, en los criterios elegidos.
38. Es así que una primera distinción podría configurarse en la necesidad primaria que el vehículo cubriría. 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 distintos.
39. 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.
40. Con respecto a esto, y de conformidad con precedentes relevantes de la Comisión Europea², el mercado de vehículos podría ser segmentado de la siguiente manera:

A: mini autos

B: autos pequeños

C: autos medianos

D: autos grandes


¹ Ver Resolución SCI N° 03/2009, Dictamen CNDC N° 700/2008 en Expediente N° S01:0192357/2008 (Conc. N°704) caratulado "PORSCHE AUTOMOBIL SE Y VOLKSWAGEN AG S/ NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156 (CONC. 704)".

² Caso N° IV/M.1452 - FORD/VOLVO; Caso N° IV/M.1519 - RENAULT/NISSAN; Fall N° COMP/M.5250 - PORCHE/VOLKSWAGEN.



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL


Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

E: autos ejecutivos

F: autos de lujo

S: coupés sport

M: autos multifunción; y

J: autos deportivos y utilitarios o SUVs

41. Por último teniendo en cuenta que los vehículos automotores se comercializan en todo el territorio argentino, se considerará como marco de análisis el informe sobre el mercado automotor en el país³, realizado por la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (en adelante "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:


³ "Anuario 2011, Mercado Automotor de la República Argentina", Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina.



Ministerio de Producción
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA EJECUTIVA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cuadro N° 1: Segmentación del Mercado de Automóviles

AUTOS GAMA PEQUEÑOS
Gama Pequeño Económico
Gama Pequeño Hatchback
Gama Pequeño Sedan
Gama Pequeño Station Wagon
Gama Pequeño Premium
Gama Pequeño Monovolumen
AUTOS GAMA MEDIANOS
Gama Mediano Sedan
Gama Mediano Hatchback
Gama Mediano Station Wagon
Gama Monovolumen Mediano
Gama Mediano Premium
Gama Mediano Multiespacio
AUTOS GAMA GRANDES
Gama Grandes Sedan
Gama Grandes Station Wagon
Gama Grandes Premium
AUTOS GAMA GRANDES PREMIUM
Gama Grandes Monovolumen
Gama Premium
UTILITARIOS DEPORTIVOS
Gama Utilitario Deportivo 4x4
Gama Utilitario Deportivo 4x2
UTILITARIOS DEPORTIVOS Y COMERCIALES LIVIANOS
Gama Utilitario Deportivo de Lujo
Gama Comercial Liviano Minibus
COMERCIALES LIVIANOS
Gama Pequeños Pick Up Furgón
Furgón Mediano
Pick-Up Mediana Grande
CAMIONES LIVIANOS, MEDIANOS Y SEMI-PESADOS
Camión Liviano
Camión Mediano
Camión Semipesado
CAMIONES Y BUSES COMERCIALES PESADOS
Camión Pesado
Bus Urbano
Bus Larga Distancia

Fuente: CNDC, en base al Informe Anuario 2013, Mercado Automotor de la República Argentina, ACARA

42. Del cuadro anterior, es posible observar que existen nueve segmentos de mercado, los cuales a su vez, se encuentran subsegmentados.



Ministerio de Producción
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER.
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

43. De acuerdo a lo informado por la partes, dado que la segmentación efectuada por ACARA no realiza un distinguo entre las distintas versiones de un mismo modelo, podrían diferenciarse distintos vehículos de un mismo modelo como pertenecientes a distintos segmentos del mercado de vehículos de pasajeros por su nivel de equipamiento, en cuyo caso un vehículo base (con el menor equipamiento correspondiente a ese modelo) podría pertenecer a un segmento, y otro vehículo del mismo modelo con mayor equipamiento podría pertenecer a otro.
44. Los modelos que TOYOTA ARGENTINA importa al país para su comercialización, se clasifican de la siguiente manera:

Cuadro Nº 2: Productos importados comercializados por TOYOTA ARGENTINA según segmento de mercado

Producto Toyota	Segmento en el que se comercializa
ETIOS	Autos Gama Pequeños: Gama Pequeño Hatchback y Gama Pequeño Sedan
COROLLA	Autos Gama Medianos: Gama Mediano Sedan
PRIUS	Autos Gama Medianos: Gama Mediano Hatchback
86	Autos Gama Medianos: Gama Mediano Premium
Camry	Autos Gama Grandes: Gama Grandes Sedan
RAV4	Utilitarios Deportivos: Gama Utilitarios Deportivo 4x4 y Gama Utilitario Deportivo 4x2
LAND CRUISER PRADO	Utilitarios Deportivos: Gama Utilitarios Deportivo 4x4 y Gama Utilitario Deportivo 4x2
LAND CRUISER 200	Utilitarios Deportivos: Gama Utilitarios Deportivo 4x4 y Gama Utilitario Deportivo 4x2

Fuente: CNDC, en base al información aportada por las partes en el marco del presente expediente

2
 R

45. Dado que la empresa MASTER TRIM provee a TOYOTA ARGENTINA asientos y paneles de puerta para los dos modelos que TOYOTA ARGENTINA fabrica en el país, el vehículo "Hilux" en todas sus variantes y el vehículo "SW4", y puesto que el vehículo Hilux pertenece al segmento de "Comerciales Livianos" y al subsegmento "Pick-up Mediana Grande" y el vehículo SW4 pertenece al segmento de "Utilitarios Deportivos", particularmente a los subsegmentos "Gama Utilitario Deportivo 4x4" y "Gama Utilitario Deportivo 4x2", esta Comisión considera pertinente ahondar en el análisis de dichos subsegmentos de mercado para medir los efectos que la presente operación pudiera tener en la competencia.

✓ Mercado "aguas arriba": producción y comercialización de autopartes

r

ef



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VEIG
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 46. Los vehículos están compuestos de una enorme cantidad de partes individuales. Los fabricantes de vehículos compran algunas de estas autopartes por separado, o bien adquieren "módulos" -también referidos como commodities- los cuales son piezas de automóvil más grandes que se componen de varias autopartes (por ejemplo, una puerta).
- 47. En decisiones anteriores, esta Comisión ha considerado que cada componente constituye un mercado relevante de producto separado.⁴ Asimismo, la Comisión Europea ha considerado que –al menos desde el punto de vista de la demanda- cada componente normalmente constituye un mercado de producto relevante separado.⁵
- 48. En los últimos años el sector autopartista ha sufrido importantes cambios en su estructura. Este cambio se dirigió a externalizar procesos productivos que antes se realizaban hacia el interior de la firma, dando como resultado una proliferación de las relaciones verticales en el sector.
- 49. La relación entre el sector autopartista y las terminales automotrices es enfocada como relaciones verticales entre actividades que antes se desarrollaban por una sola firma, y que involucra una cantidad de activos específicos que hacen económicamente necesario el establecimiento de vínculos contractuales como salvaguarda de las inversiones realizadas.
- 50. Así, la industria autopartista ha evolucionado de manera significativa hacia el aumento de componentes que las terminales adquieren de las autopartistas. Los nuevos modelos de producción de la industria han acentuado la tercerización de la fabricación de autopartes.
- 51. Dado que la actividad de MASTER TRIM es la de producción y comercialización de los componentes de asientos y paneles de puerta para los modelos de TOYOTA "Hilux" y "SW4", esta Comisión considera pertinente ahondar en el análisis de ambos

⁴ Ver Resolución SCI N° 31/00, Dictamen CNDC N°34/2000, *Emplast S.A./Delphi L'Em Argentina S.A.*, 30 de marzo de 2000; Resolución SCI N° 100/2000, Dictamen CNDC N°73/2000, *Automotive Sealing Systems S.A./Dunlop Argentina S.A.*, 5 de julio de 2000; Dictamen CNDC N°148/2000, *Arvinmeritor Inc./Meritor Automotive Inc. y Arvin Industries Inc.*, 30 de octubre de 2000 y Resolución SCI N° 127/2008, Dictamen CNDC N°666/2008, *Ricardo Rafael D'Amato/Bertrand Faure Argentina S.A. y PAB S.A.*, 21 de mayo de 2008.

⁵ Ver por ejemplo, los siguientes casos de la Comisión Europea: M.5617 – *GM/Delphi Corporation* del 02/10/2009, M.5221 – *Kenwood/JVC/Holdco* del 19/08/2008, M.4878 – *Continental/Siemens/VDO* del 29/11/2007, M.3972 – *TRW Automotive/Dalphi Metal Espagne* del 12/10/2005, M.1332 – *Thompson/Lucas* del 21/12/1998.



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ V.
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

mercados de autopartes para medir los efectos que la presente operación pudiera tener en la competencia.

Mercado geográfico de producción y comercialización de vehículos automotores y de autopartes

52. En un principio, cabe señalar que, TOYOTA 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.
53. Según lo informado por las partes, TOYOTA ARGENTINA posee una red de 48 concesionarios oficiales que, sumado a sus 35 sucursales, totalizan 83 bocas de venta en todo el país. De las concesionarias que comercializan los vehículos y accesorios bajo la marca Toyota, 16 se localizan en la provincia de Buenos Aires (sin contar el Gran Buenos Aires), 22 en Capital Federal y Gran Buenos Aires, una en Catamarca, tres en Chaco, cuatro en Chubut, cinco en Córdoba, una en Corrientes, dos en Entre Ríos, una en Jujuy, una en La Rioja, dos en La Pampa, tres en Mendoza, dos en Misiones, una en Neuquén, tres en Río Negro, dos en Salta, una en San Juan, una en San Luis, dos en Santa Cruz, seis en Santa Fe, una en Santiago del Estero, dos en Tierra del Fuego y una en Tucumán.
54. En relación al área que un consumidor tendría 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.
55. Por el lado de la oferta, y teniendo en 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.
56. En conclusión, la dimensión geográfica del mercado relevante de vehículos automotor de pasajeros (sin importar al segmento al que pertenezca), asume un carácter nacional.



*Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERGARA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

57. Por su parte, MASTER TRIM provee componentes, tanto para la producción de unidades originales como para repuestos a TOYOTA ARGENTINA para los modelos que se producen nacionalmente ("Hilux" y "SW4"). Aquellos componentes que se destinan a repuestos –el 1,85% de los componentes producidos por MASTER TRIM– son comercializados por TOYOTA ARGENTINA a través de su red de concesionarios oficiales. Dado que, como ya ha sido analizado, TOYOTA ARGENTINA posee una red nacional de distribución y comercialización, y que posee bocas de venta en todas las provincias del país, los componentes de MASTER TRIM que son asignados a repuestos se comercializan a nivel nacional.

58. Asimismo, aunque TOYOTA ARGENTINA comercializa vehículos importados y elaborados localmente en Argentina, podría considerarse una dimensión geográfica más amplia que la ya definida. Sin embargo, dado que lo que se encuentra en análisis es la relación vertical entre MASTER TRIM como proveedora de componentes y TOYOTA ARGENTINA, y esta relación únicamente se circunscribe a los modelos que TOYOTA ARGENTINA produce en el país –que son los únicos para los cuales MASTER TRIM funciona como proveedor– esta Comisión Nacional considera que resulta oportuno para el análisis de la presente operación, la adopción de una dimensión geográfica de carácter nacional.

IV.3. Relaciones verticales entre la producción y comercialización de autopartes (asientos y paneles de puertas) y la industria automotriz (subsegmento "Pick Up Mediana Grande" del segmento "Comerciales Livianos" y subsegmentos "Utilitario Deportivo 4x4" y "Utilitario Deportivo de 4x2" del segmento "Utilitarios Deportivos").

Participaciones en el mercado "aguas arriba" de autopartes

59. Como ya ha sido mencionado, la empresa objeto fabrica y provee a TOYOTA ARGENTINA de asientos y paneles de puertas para la producción de sus modelos "Hilux" y "SW4" que pertenecen a los segmentos del mercado de vehículos de automotores "Comerciales Livianos" y "Utilitarios Deportivos".

60. De forma de analizar la relación vertical referida, resulta pertinente analizar las participaciones de mercado de MASTER TRIM en el mercado de asientos y en el mercado de paneles de puerta.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 61. De acuerdo a lo informado por las partes, no existen estadísticas disponibles en relación al volumen de producción total de categorías de asientos, paneles de puerta y tapicería de puerta por separado, puesto que el volumen de producción de estos componentes se miden por "kits" o conjuntos de estos tres componentes, por vehículo.
- 62. Los competidores principales de MASTER TRIM en los tres rubros son las empresas JCI y Faurecia. Según lo informado por las partes, JCI se encuentra principalmente activa en la producción de asientos, mientras que produce paneles de puerta y tapicería de puerta para repuestos y no para unidades originales. Por su parte, Faurecia se encuentra activa en la producción de los tres componentes ya mencionados.
- 63. En función de la información presentada, la empresa objeto posee una participación del 13,32% en asientos, paneles de puerta y tapicería de puerta. Por su parte, sus principales competidores, superan su participación de mercado, siendo 18,22% aquella correspondiente a Faurecia y 29,2% la que corresponde a JCI. La participación de mercado conjunta de los tres componentes que produce MASTER TRIM no le otorgan a la empresa objeto poder de mercado, por lo que no revisten una preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia.

Cuadro N° 3: Participación de mercado según volumen de MASTER TRIM y sus competidores en asientos, paneles de puerta y tapicería de puerta. Año 2014.

Asientos, paneles de puerta y tapicería de puerta	
Empresas	2014
Master Trim	13,32%
JCI	29,20%
Faurecia	18,22%
Otros	39,25%
Total	100%

Fuente: CNDC, en base a estimaciones realizadas por las partes en función del volumen de producción de autopartes informado por ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores) y presentada en el marco del presente expediente

2
A

- 64. Por su parte, atento a que MASTER TRIM solo provee las autopartes que fabrica a TOYOTA ARGENTINA y que esta terminal automotriz sólo adquiere los componentes



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

asientos, paneles y tapicería de puerta de la firma objeto, existe una relación técnica entre las cantidades de vehículos elaborados por TOYOTA ARGENTINA en el país y las cantidades de cada autopartes involucrada que dichos vehículos requieren. Por tal motivo se estima que las participaciones de MASTER TRIM en los mercados de autopartes que fabrica no deberían diferir sustancialmente de las participaciones de TOYOTA ARGENTINA en los mercados aguas debajo de vehículos automotores.

Participaciones en el mercado "aguas abajo" de vehículos automotores

65. Como ya ha sido mencionado, TOYOTA ARGENTINA comercializa vehículos automotores en Argentina. La mayoría de los vehículos que comercializa son importados, produciendo en el país únicamente dos modelos "Hilux" y "SW4" que pertenecen a los segmentos del mercado de vehículos de automotores "Comerciales Livianos" y "Utilitarios Deportivos".
66. La empresa adquirente compra a MASTER TRIM los componentes asientos y paneles de puertas para los dos modelos que fabrica en el país. Es la única empresa de la cual TOYOTA ARGENTINA adquiere estos componentes y estas autopartes son fabricadas con características especiales para los dos modelos TOYOTA mencionados.
67. Resulta pertinente analizar las participaciones de mercado de TOYOTA ARGENTINA en el subsegmento "Pick Up Mediana Grande" del segmento "Comerciales Livianos" y en los subsegmentos "Utilitario Deportivo 4x4" y "Utilitario Deportivo de 4x2" del segmento "Utilitarios Deportivos", que son los subsegmentos del mercado de vehículos de automotores que fabrica localmente y para los cuales la empresa adquiere componentes de automóviles.
68. Se analizarán las participaciones de mercado por subsegmentos dado que, en caso de no presentarse ningún problema de competencia en el mercado más reducido, tampoco lo habría en el ampliado.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER,
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Cuadro N° 4: Participación de mercado según facturación de TOYOTA ARGENTINA y sus competidores en el subsegmentos de "Gama Utilitario Deportivo 4x4" del segmento de "Utilitarios Deportivos". Años 2012, 2013 y 2014.

		Gama Utilitario Deportivo 4x4			
		Modelo	2012	2013	2014
Toyota	Hilux y SW4		24,8%	24,7%	
	RAV4		9,8%	7,6%	7,1%
	Chevrolet Captiva		-	4,5%	8,7%
	Ford Kuga		9,3%	8,3%	7,9%
	VW Tiguan		6,9%	9,0%	7,3%
Jeep	Jeep Grand Cherokee		3,1%	5,6%	5,9%
	Jeep Compass		-	4,8%	3,5%
	Jeep Patriot		3,9%	5,2%	-
	Peugeot 4008		-	-	5,8%
Renault	Renault Koleos		7,0%	4,9%	4,8%
	Renault Duster		10,6%	-	-
	Honda CRV		8,4%	5,0%	4,6%
	Hyundai Santa Fe		3,5%	-	-
	Otros		24,0%	30,6%	31,4%
Total			100%	100%	100%

Fuente: CNDC, en base al información de los Anuarios de ACARA aportada por las partes en el marco del presente expediente



Ministerio de Producción
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

Cuadro N° 5: Participación de mercado según facturación de TOYOTA ARGENTINA y sus competidores en el subsegmentos de "Gama Utilitario Deportivo 4x2" del segmento de "Utilitarios Deportivos". Años 2012, 2013 y 2014.

Gama Utilitario Deportivo 4x2				
	Modelo	2012	2013	2014
	Filix SWC	2,2%	2,1%	2,8%
	Chevrolet Captiva	3,2%	2,6%	7,0%
	Ford Kuga	-	1,2%	5,3%
	Honda CRV	21,5%	16,6%	13,3%
	Chery Tiggo	26,2%	25,8%	37,9%
Hyundai	Hyundai Tucson	11,2%	16,4%	7,4%
	Hyundai Santa Fe	5,7%	-	-
	Renault Koleos	7,0%	4,7%	3,8%
Citroën	Citroën C4	-	-	1,5%
	Citroën C4 Aircross	-	-	1,3%
	Kia Sportage	2,2%	5,0%	-
	Subaru XV	-	1,7%	-
	Jeep Patriot	1,7%	-	-
	Otros	-	1,5%	3,2%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: CNDC, en base al información de los Anuarios de ACARA aportada por las partes en el marco del presente expediente

Cuadro N° 6: Participación de mercado según facturación de TOYOTA ARGENTINA y sus competidores en el subsegmentos de "Pick Up Mediana Grande" del segmento de "Comerciales Livianos". Años 2012, 2013 y 2014.

Comerciales Livianos				
Pick Up Mediana Grande				
	Modelo	2012	2013	2014
	Toyota Hilux	36,4%	36,2%	36,2%
	Ford Ranger	25,5%	26,9%	24,5%
	VW Amarok	22,9%	20,8%	24,5%
	Chevrolet S10	11,9%	13,6%	7,3%
	RAM 1500	-	-	1,8%
	Mitsubishi L200	0,6%	0,4%	0,3%
	Nissan Frontier	2,2%	1,9%	0,3%
	Otros	0,5%	0,2%	0,3%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: CNDC, en base a la información de los Anuarios de ACARA aportada por las partes en el marco del presente expediente



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

69. Tal como se observa en los cuadros precedentes TOYOTA ARGENTINA no posee una participación elevada en los subsegmentos de "Utilitarios Deportivos", "Gama Utilitario Deportivo 4x4" y "Gama Utilitario Deportivo 4x2". Por su parte, la empresa cuenta con una participación de mercado significativa en el subsegmento "Pick Up Mediana Grande", que ha ascendido en los últimos tres años hasta alcanzar 41% en 2014. No obstante, en dicho mercado cuenta con la competencia de dos empresas automotrices importantes que presentan una posición consolidada en el segmento en cuestión, Ford y Volkswagen.
70. Sin perjuicio de todo lo indicado debe tenerse en cuenta que con anterioridad a la presente operación ni TOYOTA ARGENTINA era demandante de otros proveedores de las autopartes que MASTER TRIM fabrica, ni esta empresa abastecía de estos componentes a otras terminales automotrices. Por lo tanto la presente operación no le otorga a TOYOTA ARGENTINA la capacidad de cerrar una fuente de abastecimiento independiente de autopartes a otras terminales automotrices ya que el objeto no se desempeñaba en tal carácter con anterioridad a la presente operación.
71. Del mismo modo tampoco TOYOTA ARGENTINA demandaba a terceros autopartistas los productos que proveía MASTER TRIM por lo que tampoco la presente operación le otorga a la firma adquiriente la capacidad de cerrar la compra de autopartes a competidores de MASTER TRIM.
72. En virtud de todo lo hasta aquí analizado, esta Comisión considera que la presente operación no constituye una preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia, ni en el mercado "aguas arriba" de autopartes ni en el mercado "aguas abajo" de vehículos, por lo que no reviste un perjuicio al interés económico general.

V. CLAUSULAS DE RESTRICIONES ACCESORIAS A LA COMPETENCIA

73. Habiendo analizado la documentación aportada en la presente operación, esta Comisión Nacional advierte la presencia de una cláusula en el Contrato de Accionistas, de fecha 26 de septiembre de 2003, entre HOOVER UNIVERSAL, INC. ARACO AMERICA INC. y TOYOTA TSUSHO CORP., identificada como 10.6. Confidencialidad. Dicha cláusula prevee un plazo a partir de la fecha del Contrato y durante los cinco años posteriores a la finalización del mismo.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERU.
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

74. En principio, las partes tienen la facultad de arribar a acuerdos que regulen recíprocamente sus derechos y obligaciones, incluso en esta materia, y lo acordado constituiría la expresión del ejercicio de su libertad de comerciar libremente. No obstante, las restricciones accesorias que pueden encontrarse alcanzadas por el artículo 7 de la Ley, son aquellas que se constituyen en barreras a la entrada al mercado y siempre que dicha barrera tenga la potencialidad de resultar perjuicio para el interés económico general.
75. Tal como se desprende de la Sección IV de la Resolución SCyDC N° 164/2001 "Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas", las barreras a la entrada cobran importancia en el análisis de una operación notificada cuando la misma produce o fortalece una posición de dominancia en el mercado, por cuanto se entiende que la amenaza del ingreso de nuevos competidores constituye un freno a la capacidad de las empresas existentes en el mercado de subir sus precios.
76. Por ello, las cláusulas con restricciones accesorias deben considerarse en el marco de la evaluación integral de los efectos que la operación notificada tendría sobre la competencia, tal como ha sido explícitamente recogido como fundamento de la decisión revocatoria de la Resolución SC N°63/2012 realizada por la Cámara Civil y Comercial Federal – Sala 1 en la Causa 25.240/15/CA2⁶.
77. En este contexto es en el cual la autoridad debe analizar y considerar los criterios de necesidad, vinculación, duración, partes involucradas y las respectivas definiciones de los mercados geográfico y del producto afectados por la operación notificada.
78. Sobre lo que hace a los sujetos, la prohibición de competir debe estar dirigida a los sujetos que resultan salientes de la operación notificada, o a sus dependientes directos o empleados jerárquicos, o familiares directos (en caso de que sean

⁶ Dicha sentencia explica que "la operación informada no afecta la competencia y que, si el acuerdo principal no representa una preocupación o un peligro para la competencia ni para el interés económico general, la misma suerte debería correr para las cláusulas accesorias de dicho contrato".



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERZA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

personas jurídicas) pero no puede extenderse a quienes no se relacionan o vinculan en forma inmediata con el objeto de transferencia.

79. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales, ha considerado que un plazo razonable es aquel que permite al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión. Dicho plazo puede variar según las particularidades de cada operación y de los mercados afectados.
80. Con referencia al ámbito geográfico se entiende que debe circunscribirse a la zona en donde hubiera el vendedor introducido sus productos o servicios antes del traspaso.
81. En cuanto al contenido, la restricción sólo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la o las empresas o parte de la o las empresas transferidas, ya que no resulta razonable, desde el punto de vista de la competencia, extender la protección brindada por este tipo de cláusulas a productos o servicios que el vendedor no transfiere o no comercializa.
82. No obstante, los lineamientos establecidos en los puntos precedentes, y tal como lo ha señalado reiteradamente esta Comisión Nacional, el análisis de este tipo de restricciones debe efectuarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado y sobre la base de un análisis caso por caso.
83. Asimismo, las objeciones contra las restricciones accesorias deben fundarse con la misma rigurosidad con que se fundamente cualquier objeción al acuerdo que instrumenta la operación notificada, quedando a cargo de esta Comisión proveer evidencia suficiente para encuadrar el acuerdo y/o las cláusulas de restricciones accesorias en el artículo 7 de la Ley, al atribuirles por objeto o efecto restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general. En ese mismo sentido también se ha expresado el fallo precitado⁷.

⁷ Causa 25.240/15/CA2.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

84. Cabe destacar que la autorización sin subordinaciones de una operación de concentración económica instrumentada a través de una venta, implica que –en ese caso concreto- no existen objeciones en cuanto a la salida de la parte vendedora de un mercado determinado. Por ello, tampoco puede haber objeciones en dichos casos cuando el contrato se complementa con restricciones accesorias que impiden el reingreso de la parte vendedora, siempre que se respeten los parámetros antes indicados.
85. En este expediente, y según se ha expuesto en la sección precedente, la Comisión no ha encontrado elementos de preocupación sobre la operación notificada, por cuanto la operación y la estructura de la oferta en los mercados afectados no se verá sustancialmente alterada.
86. Por tanto, siguiendo la línea de razonamiento descrita en los párrafos precedentes, en el caso bajo análisis, la operación notificada no presenta ningún elemento de preocupación desde el punto de vista de defensa de la competencia, por lo cual, las restricciones accesorias a dicha operación impuestas a la parte vendedora, por sí mismas no tienen potencial entidad como para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

VI. CONCLUSIONES

87. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.
88. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por medio de la cual TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. adquiere de HOOVER UNIVERSAL INC. la totalidad de las cuotas en el capital social de MASTER TRIM DE



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERON
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ARGENTINA S.R.L., equivalente al 49% del capital social de dicha sociedad, todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.

H
R

89. Elévese el presente Dictamen al Señor Secretario de Comercio, previo paso por la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN para su conocimiento.

MARTINA DISCAN
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

Maria Fernanda Viecens
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

ESTEBAN M. GRECO
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

EDUARDO STORDEUR (h)
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2016 - Año del Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Buenos Aires,

Referencia: EXP-S01:0046555/2014 DICTAMEN N° 1331

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 23 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION
ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564
Date: 2016.09.27 17:06:12 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA -
GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR,
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT
30715117564
Date: 2016.09.27 17:04:27 -03'00'



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2016 - Año del Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional

Resolución

Número:

Referencia: EXP-S01:0046555/2014 - OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

VISTO el Expediente N° S01:0046555/2014 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, procedesu presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada el día 10 de marzo de 2014 consiste en la transacción por medio de la cual la firma TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. adquirió de la firma HOOVER UNIVERSAL INC. La totalidad de sus cuotas en el capital social de la firma MASTER TRIM DE ARGENTINA S.R.L., equivalente al CUARENTA Y NUEVE POR CIENTO (49 %) del total de las mismas en dicha sociedad.

Que dicha operación se llevó a cabo a través de una oferta efectuada por la firma HOOVER UNIVERSAL INC., el día 28 de febrero de 2014, a la firma TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC., la cual fue aceptada en la misma fecha.

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración económica conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

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

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y el objeto de la operación en la REPÚBLICA ARGENTINA asciende a la suma de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) superando el umbral establecido en el Artículo 8° de la Ley N

° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que, en virtud del análisis realizado, la 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 en el expediente citado en el Visto no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la citada Comisión Nacional aconseja al señor Secretario de Comercio autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por medio de la cual la firma TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. Adquiere de la firma HOOVER UNIVERSAL INC. la totalidad de las cuotas en el capital social de la firma MASTER TRIM DE ARGENTINA S.R.L., equivalente al CUARENTA Y NUEVE POR CIENTO (49 %) del total de las mismas en dicha sociedad, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

Que en las actuaciones mencionadas en el Visto, la Comisión Nacional ha manifestado que se ha tenido en cuenta en su instrucción, un criterio de razonabilidad en la interpretación de las normas que se aplican con respecto al plazo establecido en el Anexo I, apartado E, punto VI de la Resolución N° 40 de fecha 22 de febrero 2001 de la ex SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA, no significando ello un desentendimiento del control de la operación sujeta a control, y evitar así un dispendio administrativo innecesario.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 1331 fecha 22 de septiembre de 2016 de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, incluyéndose como Anexo de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13, 18, 21 y 58 de la Ley N° 25.156 y los Decretos Nros. 89 de fecha 25 de enero de 2001, 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones; y 718 de fecha 27 de mayo de 2016.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorízase la operación de concentración económica por medio de la cual la firma TOYOTA BOSHOKU AMERICA INC. adquiere de la firma HOOVER UNIVERSAL INC. la totalidad de sus cuotas en el capital social de la firma MASTER TRIM DE ARGENTINA S.R.L., equivalente al CUARENTA Y NUEVE POR CIENTO (49 %) del total de las mismas en dicha sociedad, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérase al Dictamen N° 1331 de fecha 22 de septiembre de 2016 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN que, como Anexo IF-2016-01709516-APN-SECC#MP, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a las partes interesadas.

ARTÍCULO 4°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by BRAUN Miguel
Date: 2016.11.16 12:28:09 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA -
GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, ou=AR,
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT
30715117564
Date: 2016.11.16 12:28:18 -03'00'