

**RESOLUCION NÚMERO 36-CDPC-2008-AÑO-III.- COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (La Comisión). SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO NÚMERO 44-2008.-**Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, veinte de noviembre del año dos mil ocho.

**VISTO:** Para resolver la solicitud de Notificación de la Concentración Económica, presentada por el Abogado Luis de Jesús Sandres Escoto, quien acciona en su condición de apoderado legal de las sociedades mercantiles GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., empresa constituida mediante Escritura Pública número Trescientos Noventa (390), autorizada en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán, por el Notario Máximo Jerez Solórzano, y REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA) empresa constituida mediante Escritura Pública número Setenta y Ocho (78), autorizada en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán, por el Notario José María Matute G., y cuya representación se acredita con las copias fotostáticas de los Testimonios de la Escritura Pública Número Cuarenta y Cuatro (44) y Setenta y Tres (73), documentos debidamente autenticados; diligencia que obra bajo el número 057-NC-09-2008. Sustituye el poder con que actúa en el Abogado Antonio Matamoros Morales, con las mismas facultades.

**CONSIDERANDO (1):** Que el apoderado legal de las sociedades mercantiles GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., empresa inscrita en el Registro Mercantil del Departamento Francisco Morazán, bajo el número Setenta y Tres (63), del Tomo Quinientos Setenta y Uno (571), y REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., empresa inscrita en el Registro Mercantil del Departamento Francisco Morazán, bajo el número Cincuenta y Tres (53), del Tomo Doscientos Cuarenta y Nueve (249), en fecha diez (10) de Septiembre del año dos mil ocho (2008), compareció ante esta Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (en adelante la Comisión), a efecto de realizar la Notificación de la Concentración Económica por efecto de compra de activos comerciales, tal como lo señalan los artículos 13, 16, 52 y 53 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (en adelante la Ley de Competencia) y 13 de su Reglamento.

**CONSIDERANDO (2):** Que la Comisión mediante providencia de fecha once (11) de Septiembre del año dos mil ocho (2008), admitió la solicitud de notificación de la concentración económica por efecto de compraventa de activos comerciales mencionada en el numeral que antecede, operación que, en síntesis se resume de la siguiente manera; cesión de los derechos comerciales adquiridos por la distribución

en Honduras de vehículos de las marcas Mazda y Chevrolet, en los territorios y/o locaciones de distribución o venta convenidos en los contratos de distribución, suscritos entre las empresas Mazda Motor Corporation y GM International Sales LTD, con el agente económico REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA), así como los servicios derivados de la actividad anterior. Asimismo, la referida operación de concentración económica, incluye la adquisición de ciertos activos corporales, como son; los vehículos de las marcas Mazda y Chevrolet, y repuestos originales para estas marcas, que posea en inventario el agente económico REASA, elementos que de forma conjunta alcanzan la cantidad de Noventa y Nueve Millones Ochocientos Treinta Mil Setecientos Lempiras con Cincuenta y Un Centavos (L. 99,830,700.51), cantidad que no incluye vehículos o repuestos en tránsito o no despachados aún por las fábricas. De igual manera, incluye otros bienes corporales, tales como, rotulación publicitaria, equipos, herramientas y mejoras sobre un inmueble ubicado en la ciudad de San Pedro Sula, Departamento de Cortés, activos que serán valorados de acuerdo a los términos y condiciones a establecerse en el Documento Privado de Compraventa de Activos Comerciales y Cesión de Derechos de Distribución. De otra, el agente económico GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., reconocerá a la vendedora (REASA), el pago de la cantidad de Seis Millones de Dolares (US\$. 6,000,000.00), por concepto de “Goodwill” o “Derecho de Llave”, por haber ejercido la distribución de las marcas MAZDA y CHEVROLET, durante los últimos años, y haber posicionado la marca y la calidad de los productos entre los consumidores del país, particularmente en los territorios convenidos con los fabricantes para la distribución de sus marcas.-

Por su parte el compareciente en el plan de la solicitud, manifiesta que las partes acordaron de mutuo propio, que durante los próximos cinco años, a la celebración del instrumento que contendrá la operación de compraventa de activos ya relacionado en autos, el agente económico REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA), no podrá dedicarse a la distribución de los vehículos o repuestos de las marcas negociadas. Sin embargo, la consecución de dicha disposición, contrasta con lo relacionado al producto alcanzado por la cláusula de no competencia contenida en el proyecto de operación de concentración acompañado a la presente solicitud, la que de manera conducente dice; “Prohibiciones de las Vendedoras”, a) La vendedora durante los cinco (5) años siguientes a la celebración de este instrumento, se obligan a no iniciar, realizar, participar o apoyar, directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de cualquier marca, que por su propia naturaleza, ubicación y demás circunstancias pudieran desviar la clientela de la

compradora; lo aquí estipulado se entiende sin perjuicio que la vendedora continúe distribuyendo los vehículos y repuestos de la marca Volkswagen y las marcas que en esta fecha pertenecen al Grupo Volkswagen, siendo estas Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Seat y Skoda”.

**CONSIDERANDO (3):** Que en relación con los extremos planteados por el compareciente, la Ley de Competencia y su Reglamento, tienen incorporado dentro de las previsiones en esta materia, las facultades y atribuciones destinadas a aprobar, prohibir u ordenar medidas condicionales respecto a las operaciones de Concentración Económica, las que de conformidad al artículo 13 de la Ley de Competencia, deberán ser notificadas por los agentes económicos que participan en el mercado, antes de surtir sus efectos, extremo que el compareciente acredita en autos, mediante la copia del proyecto de Escritura Pública de compraventa de activos comerciales y cesión de Derechos de Distribución, el que oportunamente se suscribirá entre los agentes económicos GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., y REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA). De igual manera, el citado estamento legal, establece que las concentraciones económicas podrán ser sometidas a un proceso de verificación e investigación por parte de esta Comisión, incluyendo aquellas que habiéndose perfeccionado o ejecutado en el exterior, tengan efectos económicos en todo o parte del territorio nacional, tal como sucede en el presente caso de autos, lo cual constituye una disposición de orden público, por lo que no pueden eludirse ni modificarse por convención de los particulares, y para los funcionarios es de inexcusable observancia.

**CONSIDERANDO (4):** Que la Ley de Competencia y su Reglamento, incorporan también dentro de sus disposiciones, que los acreedores de dichos beneficios deben previamente cumplir con los requisitos contemplados en los artículos 15 y 22 de su Reglamento, en relación con el artículo 52 del citado cuerpo legal, como es en el caso particular que nos ocupa, la presentación de toda la información y documentación que sirven de fundamento a las pretensiones de los interesados, y la descripción clara y detallada de los hechos y razones en virtud de los cuales, la Comisión deba pronunciarse.- En ese sentido, con basamento en las facultades por ley atribuidas, y en consonancia con el dictamen Número DE-022-2008, emitido por la Dirección Económica, profirió providencia de fecha tres (03) de Octubre del año dos mil ocho (2008), mediante el cual ordenó requerir al compareciente a efecto que, dentro del plazo de ley, procediese a presentar la información y documentación en los términos solicitados, requerimiento que fue cumplimentado por el compareciente,

cuyo extremo se encuentra acreditado en autos, con el escrito presentado en fecha treinta y uno (31) de Octubre del año dos mil ocho (2008).

**CONSIDERANDO (5):** Que la Comisión, de conformidad a lo que establece el párrafo tercero, del artículo 80 del Reglamento de la Ley de Competencia, y con el objeto de evaluar el contenido de la solicitud y documentación de mérito, emitió proveído de fecha treinta y uno (31) de Octubre del año dos mil ocho (2008), mediante el cual requirió la opinión de los respectivos órganos consultivos, adscritos a la Dirección Técnica.

**CONSIDERANDO (6):** Que en cumplimiento a lo ordenado por la Comisión, mediante proveído de fecha treinta y uno (31) de Octubre del año dos mil ocho (2008), la Dirección Económica procedió a efectuar el respectivo análisis económico de la solicitud de concentración económica objeto de las presentes diligencias, para lo cual, emitió el dictamen Número DE-023-2008, de fecha trece (13) de noviembre del año dos mil ocho (2008), en el que, de conformidad a la documentación e información proporcionada por la compareciente, y valoración de los posibles efectos a la libre competencia, determinó que;

1. La distribución de vehículos automóviles nuevos, es un mercado en el que participan 13 distribuidores a nivel nacional, quienes comercializan más de 30 marcas de vehículos, con un nivel de concentración media en el que 70% del mercado está dominado por cuatro empresas líderes en la distribución. (Según información elaborada por Asociación Hondureña de Distribuidores de Vehículos Automotores y Afines (AHDIVA), y proporcionada por el solicitante).
2. Los servicios de venta de piezas de repuesto genuinas y de taller especializado para las marcas Mazda y Chevrolet son un servicio complementario de la venta de vehículos de dichas marcas, lo cual implica que el aumento de precio de alguno de los servicios (Venta de piezas de repuesto genuinas, taller especializado y ventas de vehículos), reducirá tanto, la demanda de la venta de vehículos, como de los servicios de venta de piezas de repuesto genuinas y de taller especializado para las marcas Mazda y Chevrolet.
3. Existen en el país un sin número de comercios de venta de repuestos genuinos de las marcas Mazda y Chevrolet, además de un sin número de comercios de venta de piezas de repuesto que aunque no originales funcionan en las marcas de dichos vehículos. Se puede identificar a priori que no habrá ningún cambio en las participaciones de mercado ya que antes de la operación de concentración la

empresa adquirente no participaba en el mercado de venta de repuestos de las marcas Mazda y Chevrolet.

4. Existen, al igual que los comercios de venta de repuesto para las marcas Mazda y Chevrolet, un sin número de talleres independientes que pueden brindar servicios similares a los del taller oficial, por lo que se puede deducir a priori que las participaciones de mercado en este segmento no van a cambiar de manera significativa.
5. Con la operación de concentración económica notificada, el nivel de concentración en el mercado de distribución de vehículos automóviles nuevos se verá incrementado, sin embargo se mantendrá en un nivel medio al pasar el HHI de 1,492 puntos a 1,730 puntos.
6. No se advierte que con la operación de concentración económica notificada la empresa adquirente (Grupo Q) obtenga una cuota que le permita obtener poder de mercado y usar ese poder unilateralmente para imponer condiciones restrictivas a la libre competencia en el mercado de distribución de vehículos automóviles nuevos importados, tales como, aumentar el precio en forma sostenida sin que los consumidores no puedan derivar su demanda hacia otros distribuidores que ofrezcan productos similares bajo otra marca, aumentar el costo de sus rivales o negar el acceso a un insumo importante ya que se puede observar que existe en el mercado condiciones similares entre los agentes económicos involucrados en la concentración y los competidores, en los costos de distribución del bien, como transporte, aranceles y tiempo de distribución.
7. Se prevé que la operación de concentración económica notificada no cambiará el riesgo estructural existente desde antes de la misma, en función del grado de participación en el mercado de las cuatro empresas líderes del mercado.
8. De acuerdo a lo manifestado por los agentes participantes en la concentración económica, se espera que dicha operación de concentración derive en aumentos en la eficiencia, mismos que serán trasladados al consumidor final.
9. La duración temporal de la cláusula de No Competencia se considera adecuada puesto que permite a la adquirente asegurar la transferencia de la totalidad del valor de los activos y proteger su inversión.
10. En relación a los productos o servicios alcanzados por la Cláusula de No Competencia, la Dirección Económica entiende que la misma no debe exceder de los productos y servicios transferidos objeto de la presente notificación. En ese sentido la cláusula de no competencia pactada por las partes resulta problemática

para el ejercicio de la libre competencia puesto que la misma está condicionada a que la vendedora se abstenga de iniciar, realizar, participar directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de **cualquier marca** y no solamente a las marcas de vehículo **Mazda** y **Chevrolet**.

11. Con referencia al ámbito geográfico establecido en la Cláusula de No Competencia pactada por los participantes, la misma excede el territorio dentro del cual opera la empresa transferida. Sin embargo, parece muy poco probable que REASA, que decide hoy abandonar los dos mercados más atractivos del país, tenga intención de volver en menos de 5 años para instalarse en otro punto de nuestro territorio. Por ello, la Cláusula de No Competencia referida a todo el país difícilmente tenga un efecto concreto mayor que una que estuviera restringida a Tegucigalpa y San Pedro Sula.

12. Con el objeto de fomentar el ejercicio de la libre competencia, la Cláusula de No Competencia pactada entre las partes debe acotarse a las marcas Mazda y Chevrolet quedando a disposición de la vendedora la decisión de iniciar, realizar, participar directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de cualquier otra marca distinta a las marcas Mazda y Chevrolet en cualquier parte del territorio del país.

**CONSIDERANDO (7):** Que con base en la anterior consideración la Dirección Económica, concluyó que con relación a la Cláusula de No Competencia, contenida en el Proyecto de Compraventa de Activos Comerciales y Cesión de Derechos de Distribución, la misma puede ser admitida en los términos pactados por las partes, en referencia a la duración y ámbito geográfico de la misma.- Sin embargo, a lo que respecta a los productos o servicios alcanzados, la misma debe acotarse solamente a las marcas transferidas por la vendedora (REASA). En ese sentido, la Cláusula de No Competencia acordada por las partes debe entenderse como una prohibición a la vendedora para que en el transcurso de los próximos cinco años se abstenga de iniciar, realizar, participar directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de las marcas **Mazda** y **Chevrolet** en cualquier parte del territorio nacional, y no de cualquier marca de vehículo.

**CONSIDERANDO (8):** Que con fecha 20 de Noviembre del año dos mil ocho (2008), la Dirección Legal emitió el respectivo dictamen, en el que se incluye el análisis siguiente: “Que en el Proyecto de Compraventa de Activos Comerciales y Cesión de Derechos de Distribución, se establece en la cláusula *décima* un aparte denominado *“Prohibiciones de la vendedora”*, que entre otras describe una estipulación relacionada con la de *no competir* con la compradora, y que literalmente dice: *“La vendedora durante los últimos cinco (5) años siguientes a la celebración de este Instrumento se obliga a no iniciar, realizar, participar o apoyar, directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de cualquier marca, que por su propia naturaleza, ubicación y demás circunstancias, pudieran desviar la clientela de la compradora; lo aquí estipulado se entiende sin perjuicio de que la vendedora continúe distribuyendo los vehículos y repuestos de la marca VOLKSWAGEN y las marcas que en esta fecha pertenecen al grupo VOLKSWAGEN, siendo éstas Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Seat, y Skoda”*. Sin duda la razón principal de la estipulación antes descrita es protegerse contra el riesgo de una desviación de la clientela (good will). Este concepto sumado al de fama mercantil (ambos también denominados en la literatura mercantil como aviamiento) el Código de Comercio no los define, pero sí los incluye como un factor de la empresa, y/o como un atributo o cualidad de la empresa. En ese sentido, la clientela o fama mercantil involucra un atributo, cualidad o reputación de la empresa, los que al igual que una identificación o secreto industrial, tutelado dentro del régimen de protección contra la competencia desleal, constituyen intereses, pero no son bienes en sentido estricto, esto es, no se satisface ninguna necesidad, lo que no quiere decir que no tenga un valor.

Desde el punto de vista jurídico, el concepto de clientela en el Código de Comercio admite dos acepciones diferentes: primero, como elemento de la empresa, al igual que lo es la fama mercantil (artículo 648 numeral II); y segundo, como parámetro para indicar los actos de competencia desleal. De ahí que el citado cuerpo legal considera la clientela como un elemento de la empresa, y no como un bien en el sentido de cosa, sea corporal o incorporal o un derecho, con una individualidad propia, tal como se desprende del hecho que el artículo 430 del Código de Comercio no hace mención ni de la clientela, ni de la fama mercantil como parte del activo del balance de ejercicios. Por otra parte es una característica el hecho de que no se puede identificar la clientela como el substrato personal que la compone, ya que ésta, en sentido jurídico, corresponde al flujo del público que habitualmente acude a un establecimiento, desligado dicho concepto abstracto de la individualidad propia que los que la constituyen; antes bien, se trata de una exteriorización, de un factor

del aviamiento, o de una cualidad de la empresa y no de un bien inmaterial que pueda ser objeto de un derecho real.

Esas connotaciones presentes en el Código de Comercio fundamentan el hecho de que la competencia desleal supone necesariamente un acto de desviación de la clientela, pues es el público que concurre a adquirir bienes y servicios de una empresa donde claramente se exterioriza el aviamiento, con cuyo derecho se protege no a la clientela como tal, sino a la empresa en su totalidad. En ese sentido cuando se enajena una empresa, la clientela y la fama mercantil, son tomados en consideración como un factor de la empresa, el que no puede ser transferido o gravado individualmente, sino que la transferencia o gravamen tiene que afectar la totalidad de la empresa.

**CONSIDERANDO (9):** Que en el dictamen legal se advierten las implicancias de tipo jurídico que las cláusulas de competencia tienen desde las perspectivas de competencia desleal y de libre competencia, destacando que esta clase de estipulaciones contractuales si bien es cierto pueden convenirse en el marco de la libertad contractual que la Constitución, los Códigos de Comercio y Civil reconocen, garantizan y fomentan, también es cierto que éstas no pueden acordarse si su ejercicio es contrario al interés social, o lesivo a la moral, la salud o la seguridad pública tal como lo establece la Constitución en su artículo 331; o si son contrarias a las leyes, a la moral o al orden público, como lo preceptúa el artículo 1547 del Código Civil; o si está comprendida dentro de algunos de los límites legales que debe observarse en el ejercicio de la libertad contractual, en el sentido de lo prescrito en el artículo 714 del Código de Comercio que dice: *“Las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos en los límites legalmente impuestos”*; de ahí que resulte obligatorio examinar los alcances en que se pretende convenir dicha cláusula, a la luz de lo que se establece en el ordenamiento jurídico aplicable, en particular, la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, cuyo ámbito de aplicación comprende todas las áreas de la actividad económica, aún cuando se encuentren reguladas por sus leyes especiales, reglamentos o resoluciones; además de consagrarse como una ley de orden público y que contra su observancia no pueden alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones comerciales.

En ese contexto es útil verificar el objeto y los efectos, esto es, las implicancias que dicha cláusula pueda tener con respecto a ese ordenamiento jurídico aplicable. Así, si la cláusula de no competencia antes descrita, estuviese en estricto apego a lo que establece el artículo 653 del Código de Comercio, que dice: *“Quien enajena una*

*empresa debe abstenerse, durante los cinco años siguientes a la transmisión, de iniciar una nueva empresa que por su objeto, ubicación y demás circunstancias pueda desviar la clientela de la empresa transmitida*”, resulta razonable admitir su inclusión en el mencionado contrato, pero desde la perspectiva de la libertad contractual establecida en los Códigos de Comercio y Civil, siempre que dicha cláusula no sea contraria, en este caso, a la Ley de Competencia. Aquí cabe preguntarse: Qué dice esta ley con respecto a las prohibiciones de no competencia, o cuál es la situación o los casos en que la mencionada cláusula puede estar en contravención o pueda aceptarse de conformidad con lo que establece la Ley de Competencia; en principio, al primer interrogante, se puede responder que en la ley de competencia no se establecen disposiciones específicas sobre el tratamiento jurídico que debe regir para este tipo de cláusulas. Es decir, en la ley no se tipifican las cláusulas o estipulaciones de no competencia como conductas restrictivas de la competencia.

No obstante, ello no implica que éstas puedan estar o no comprendidas en algunas de las prohibiciones que la ley de competencia establece como anticompetitivas, y por tanto, proceder a aplicar los correctivos de conformidad al procedimiento que la propia ley establece al efecto. En ese sentido, y con esto se responde de alguna manera al otro interrogante, la ley de competencia tipifica dos tipos de conductas o prácticas restrictivas. Una, que comprende a las que son *prohibidas por su naturaleza*, prescritas en el artículo 5 de la Ley, éstas se da entre competidores entre sí; y en un segundo tipo, están las que son *prohibidas según su efecto*, establecidas en el artículo 7 de la ley, estas prácticas se verifican entre empresas no competidoras, es decir, entre dos o más empresas situadas en niveles diferentes del proceso de producción y distribución, también denominadas de carácter “vertical”.

En efecto, este tipo de cláusula puede examinarse en función de las prácticas restrictivas prohibidas por su naturaleza, particularmente, aquellas conductas prohibidas en el artículo 5 No. 2) de la ley, expresadas en contratos, convenios o arreglos entre agentes económicos competidores o competidores potenciales, escritos o verbales, cuyo objeto o efecto fundamental sea *“Restringir, total o parcialmente la producción, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios”*. Así, de la lectura se colige que este tipo de prácticas contiene tres requisitos que la hacen prohibida por su naturaleza o nula de pleno derecho, como son: (1) que se produzca un contrato, convenio o arreglo; (2) que sea entre agentes económicos entre sí, o competidores potenciales; y (3) que el objeto o efecto sea restringir total o parcialmente la producción, distribución, suministro o

comercialización de bienes o servicios. En ese orden, nos preguntamos si la cláusula de no competencia en cuestión podría cumplir esos tres requisitos. El examen implicaría valorar si la estipulación está constituida en un contrato, convenio o arreglo, esto es, si es producto de una convención entre agentes económicos que sean competidores entre sí, y si el objeto o efecto sea restringir total o parcialmente la distribución o comercialización de bienes o servicios. Aquí es pertinente resaltar un aspecto que no parece estar comprendido dentro de los requisitos, y por tanto se constituye en la razón o causa principal que justifica la admisibilidad de la cláusula en estos contratos, y es el relacionado con que la cláusula de no competencia forma parte de un contrato de transferencia de una empresa en la que el vendedor también traspa la clientela (*good will*), garantizando en ese aspecto una protección frente a una eventual desviación de la misma. Por otra parte, tal como ya se apuntó arriba, ni la clientela ni la fama mercantil constituyen una cosa o un bien inmaterial, del que pueda tenerse un derecho real; en consecuencia, se considera aceptable el hecho de que este tipo de cláusulas, en este caso específico, se gestione como parte de los instrumentos de protección viables en el régimen legal contra la competencia desleal, sin que por ello se quiera decir que no se tenga que tutelar otros intereses más allá de los competidores directamente involucrados, por ejemplo los de los consumidores y del propio funcionamiento del sistema competitivo. En otras palabras resulta razonable admitir las cláusulas de no competencia en atención a la libertad contractual, particularmente, en el caso de una transferencia de una empresa, puesto que no implica una renuncia al ejercicio de la actividad mercantil, y siempre que no se infrinjan leyes de orden público, como la ley de competencia. Ese es precisamente el sentido que se desprende de los artículos 714 en relación con el 653 y el 425 del Código de Comercio.

En suma, se puede concluir que la inclusión de cláusulas restrictivas relacionadas con la obligación de no competir se justifica y se considera razonable su admisibilidad, en la medida que cumpla los requisitos comprendidos en el artículo 653 del Código de Comercio, así: que la obligación de abstenerse de competir por parte del vendedor forme parte de un contrato de enajenación de una empresa en la que también se traspa la clientela (*good will*), y cuya obligación de abstenerse a iniciar una nueva empresa no sea mayor que lo razonablemente necesario para proteger el interés o conservar el valor de la empresa adquirida. En ese orden, la norma en mención tal cual está escrita puede decirse que también deja a salvo otros intereses diferentes a los del comprador, puesto que limita el ámbito temporal, el objeto, la ubicación y demás circunstancias que puedan desviar la clientela.

Por último, tomando en consideración lo anteriormente expuesto, y en el mismo sentido de lo planteado en el dictamen económico, resulta procedente hacer las modificaciones de la cláusula Décima apartado II, inciso a) sobre prohibiciones de las vendedoras, en el sentido que se lea en los términos siguientes: Décima: [...] “II Prohibiciones de las Vendedoras: a) La Vendedora durante los cinco (5) años siguientes a la celebración de este Instrumento debe abstenerse de iniciar, realizar, participar o apoyar, directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de las marcas Mazda y Chevrolet, en el mercado geográfico desarrollado por la vendedora, y demás circunstancias, que puedan desviar la clientela de los activos y derechos transmitidos; lo aquí estipulado se entiende sin perjuicio de que la vendedora continúe distribuyendo los vehículos y repuestos de la marca VOLKSWAGEN y las marcas que en esta fecha pertenecen al grupo VOLKSWAGEN, siendo éstas Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Seat, y Skoda”.

**CONSIDERANDO (10):** Que para efectos de dar cumplimiento a la obligación establecida en el artículo 29 del Reglamento de la Ley de Competencia que dice: “En el acto de formalización ante notario mediante el cual se produzca una concentración de las que requiere autorización previa de conformidad a la Ley, dicho funcionario deberá relacionar la resolución de la Comisión en la que se autoriza la misma”, los agentes económicos involucrados en dicha operación, informarán a la Comisión el cumplimiento de dicha obligación, para lo cual deberán cumplimentar ante la Secretaría General de la Comisión, la presentación de la copia debidamente autenticada de la correspondiente escritura pública, y las solemnidades que ley exige para los efectos respectivos.

### **POR TANTO**

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia en el uso de sus atribuciones y en aplicación a lo establecido en los artículos: 1, 80, 96 y 331 de la Constitución de la República; 1, 116, y 122 de la Ley General de la Administración Pública; 1, 3, 4, 13, 14, 19 No. 3), 34, 45, 62 y demás aplicables de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 3, 9, 13, 14, 15, 22, 28 inciso d), 29, 79 y demás aplicables del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 72, 83, 87, 88 y demás aplicables supletoriamente de la Ley de Procedimiento Administrativo; 714, 425, 430, 648 apartado II, 653 y demás aplicables del Código de Comercio, 1547 del Código Civil.

## RESUELVE

**PRIMERO:** Tener por **NOTIFICADO**, en tiempo y forma, el proyecto de concentración económica, consistente en una operación compraventa de activos comerciales entre los agentes económicos GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., (compradora) y REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA), (vendedora), proceso en que el agente económico GRUPO Q HONDURAS S. A. de C. V., adquirirá la cesión de los derechos comerciales adquiridos para la distribución en Honduras de vehículos de las marcas Mazda y Chevrolet, en los territorios y/o locaciones de distribución o venta convenidos en los contratos de distribución, suscritos entre las empresas Mazda Motor Corporation y GM International Sales LTD, con el agente económico REPUESTOS Y AUTOMOVILES S. A. de C. V., (REASA), así como los servicios derivados de dicha actividad. Asimismo, adquirirá activos corporales, como son; los vehículos de las marcas Mazda y Chevrolet, y repuestos originales para estas marcas, que posea en inventario el agente económico REASA. De igual manera, se incluyen otros bienes corporales, tales como, la rotulación publicitaria, equipos, herramientas y mejoras sobre un inmueble ubicado en la ciudad de San Pedro Sula, Departamento de Cortés.

**SEGUNDO: MODIFICAR** la cláusula DÉCIMA apartado II, inciso a) sobre prohibiciones de las vendedoras, en el sentido que se lea en los términos siguientes:

**DECIMA:** [...] “**II PROHIBICIONES DE LAS VENDEDORAS: a) LA VENDEDORA** durante los cinco (5) años siguientes a la celebración de este Instrumento debe abstenerse de iniciar, realizar, participar o apoyar, directa o indirectamente, cualquier negocio o nueva empresa relacionada con la comercialización de vehículos y/o repuestos de las marcas **Mazda y Chevrolet**, en el mercado geográfico desarrollado por la vendedora, y demás circunstancias, que puedan desviar la clientela de los activos y derechos transmitidos; lo aquí estipulado se entiende sin perjuicio de que la vendedora continúe distribuyendo los vehículos y repuestos de la marca VOLKSWAGEN y las marcas que en esta fecha pertenecen al grupo VOLKSWAGEN, siendo éstas Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Seat, y Skoda”.

**TERCERO: AUTORIZAR** el proyecto de operación de concentración económica descrita en el resolutivo primero anterior junto con la modificación de la cláusula DÉCIMA inciso a) apartado II sobre prohibiciones de las vendedoras.

**CUARTO:** Una vez formalizado el acto de la operación de concentración antes relacionada, los agentes económicos involucrados en la solicitud de notificación obligatoria antes descrita, deberán acreditar ante la Secretaría General de la

Comisión, la copia debidamente autenticada de la correspondiente escritura pública, en donde conste la formalización del acto, y las solemnidades que la ley exige para los efectos respectivos, en consonancia con lo que establece el artículo 29 del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia.

**QUINTO:** De conformidad a lo establecido en el artículo 14 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión se reserva la facultad de aplicar las medidas o sanciones legales que correspondan, cuando la notificación y/o verificación previas del descrito proyecto de concentración, haya sido resuelto favorablemente sobre la base de información falsa proporcionada por los agentes económicos involucrados; sin perjuicio de lo establecido en el artículo 121 de la Ley de Procedimiento Administrativo, relativo a la facultad de revocar o modificar cuando desaparecieren las circunstancias que lo motivaron o sobrevinieren otras que, de haber existido a la razón, el acto no habría sido dictado, también podrá revocarlo o modificarlo cuando no fuere oportuno o conveniente a los fines del servicio para el cual se dicta.

**SEXTO:** De conformidad con el artículo 82 del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión dispone que los agentes involucrados en el proyecto de concentración objeto de la presente notificación, publiquen por su cuenta la presente Resolución, en por lo menos un diario de mayor circulación nacional.

**SEPTIMO:** Para los efectos legales correspondientes, instrúyase a la Secretaría General para que proceda a notificar la presente Resolución a los petitionarios.-  
**NOTIFÍQUESE.**

**OSCAR LANZA ROSALES**  
Presidente

**JUAN ÁNGEL DÍAZ LÓPEZ**  
Secretario General