



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO ( **73817** ) DE 2013  
**03 DIC 2013**

*Por la cual se aprueba una operación de integración*

Rad. 13-163878

**VERSIÓN PÚBLICA**

**EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

en ejercicio de sus facultades legales, en especial las previstas en la Ley 155 de 1959, Ley 1340 de 2009, y el numeral 15 del artículo 3 del Decreto 4886 de 2011, y

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que el artículo 9 de la Ley 1340 del 24 de julio de 2009 prevé:

*"Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4º de la Ley 155 de 1959 quedará así: Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a esta Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada.*

*"1. Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.;*

*2. Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.*

*En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación (...)"*

**SEGUNDO:** Que de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, el día 10 de julio de 2013, mediante comunicación radicada con el número 13-163878, las sociedades **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.** y **NEXO TOURS S.A.S**, informaron a esta Entidad una operación consistente en una alianza estratégica entre dichas sociedades en los siguientes términos:

*"La integración económica que se produciría entre **NEXO TOURS S.A.S** y **AVIATUR** sería el resultado de una alianza estratégica mediante la ejecución de un contrato de*

**Rad. No. 13-163878**

*colaboración Empresarial, según el cual en términos generales AVIATUR le presta a NEXO TOURS S.A.S los servicios de back office para la administración de sus ventas y NEXO TOURS S.A.S por su parte desarrollaría la gestión comercial, visita a clientes, consecución de nuevos clientes, negociaciones y demás actividades comerciales<sup>1</sup>.*

**TERCERO:** Que en virtud de lo previsto en el artículo 156 del Decreto Ley No. 19 de 2012, y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, el 15 de julio de 2013<sup>2</sup>, se publicó en la página web de esta Entidad el inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada.

**CUARTO:** Que dentro de los 10 días hábiles siguientes a la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio, los terceros no presentaron ante esta Entidad información con el fin de aportar elementos para el análisis de la operación, todo de conformidad con el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009.

**QUINTO:** Que esta Superintendencia dentro de los 30 días a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, consideró procedente continuar con el procedimiento y, para ello, mediante comunicación radicada con el número 13-163878-2 y 13-163878-3 del 23 agosto de 2013<sup>3</sup>, solicitó a las empresas intervinientes que dentro de los 15 días hábiles siguientes allegaran la información señalada en el anexo No. 2, Guía de Estudio de Fondo de Integraciones Empresariales.

**SEXTO:** Que mediante escrito radicado con el número 13-163878-4 de fecha 03 de septiembre de 2013<sup>4</sup>, las empresas solicitantes atendieron al requerimiento de información fase II, formulada por esta Entidad.

**SEPTIMO:** Que esta Entidad con el fin de complementar y ampliar la información allegada al expediente, el 11 de septiembre de 2013, formuló un requerimiento de información sobre el mercado objeto de la operación a los principales proveedores y competidores<sup>5</sup> de AVIATUR y NEXO TOURS, con el fin de obtener información suficiente para analizar el nivel de competencia en el mercado de tiquetes nacionales, internacionales y porción terrestre.

<sup>1</sup> Folio 1 del Cuaderno Reservado No. 1 del expediente

<sup>2</sup> Folios 246 al 247. Cuaderno Público No 1 de expediente.

<sup>3</sup> Folios 248 al 250. Cuaderno Público No. 1 del expediente.

<sup>4</sup> Folio 251. Cuaderno Público No. 1 del expediente.

<sup>5</sup> El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: COPA AIRLINES COLOMBIA, TRANS AMERICAN AIRLINES, LAN AIRES S.A., EASYFLY S.A., AEROVÍAS NACIONALES DE COLOMBIA S.A. AVIANCA, SERVICIO AEREO A TERRITORIOS NACIONALES - SATENA, AEROLÍNEAS DE ANTIOQUIA S.A. AEROLINEAS ARGENTINAS, AIR CANADA SUCURSAL COLOMBIA, CUBANA DE AVIACIÓN S.A., DELTA AIRLINES INC. SUCURSAL COLOMBIA, DESPEGAR. Folios 166 a 211 del Cuaderno Público No. 1 del expediente 13-170624.

Rad. No. 13-163878

**OCTAVO:** Que esta Entidad con el fin de complementar y ampliar la información allegada al expediente, el 11 de septiembre de 2013, mediante el radicado No. 13-170624-8 al 13-170624-19, formuló un requerimiento de información sobre el mercado objeto de la operación a los principales proveedores y competidores<sup>6</sup> de **AVIATUR** y **NEXO TOURS**, con el fin de obtener información suficiente para analizar el nivel de competencia en el mercado de tiquetes nacionales, internacionales y porción terrestre.

**NOVENO:** Que esta Entidad con el fin de complementar y ampliar la información allegada al expediente, el 11 de septiembre de 2013, mediante el radicado No. 13-168878-5 al 13-168878-16, formuló un requerimiento de información sobre el mercado objeto de la operación a los principales proveedores y competidores<sup>7</sup> de **AVIATUR** y **NEXO TOURS** con el fin de obtener información suficiente para analizar el nivel de competencia en el mercado de tiquetes nacionales, internacionales y porción terrestre.

**DÉCIMO:** Que una vez hechas las anteriores consideraciones y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación de integración informada, en los siguientes términos:

#### 10.1 Intervinientes

##### 10.1.1 NEXO TOURS S.A.S. (En adelante NEXO TOURS)

**NEXO TOURS** "fue constituida mediante Escritura Pública 414 el 24 de Febrero de 1981, inscrito el 9 de marzo de 1981 en la Cámara de Comercio de Cali, con el CIU 6340 (hoy 7911)"<sup>8</sup>. La sociedad tiene como actividad económica principal:

*"(...) la explotación del negocio de agencia de viajes y de turismo, tanto nacional como internacional; el negocio de agencias de representación de compañías de transporte marítimo fluvial, terrestre y aéreo; el negocio de agencia de seguros; y en general todo lo relacionado con la compra, venta, promoción y explotación de productos turísticos, nacionales e internacionales, virtuales y no virtuales, propios y ajenos, a través de su página web o de terceros"*<sup>9</sup>.

<sup>6</sup>El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: COPA AIRLINES COLOMBIA, TRANS AMERICAN AIRLINES, LAN AIRES S.A., EASYFLY S.A., AEROVÍAS NACIONALES DE COLOMBIA S.A. AVIANCA, SERVICIO AEREO A TERRITORIOS NACIONALES - SATENA, AEROLÍNEAS DE ANTIOQUIA S.A. AEROLINEAS ARGENTINAS, AIR CANADA SUCURSAL COLOMBIA, CUBANA DE AVIACIÓN S.A., DELTA AIRLINES INC. SUCURSAL COLOMBIA, DESPEGAR. Folios 166 a 211 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

<sup>7</sup>El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: LUFTHANSA, IBERIA LINEAS AÉREAS DE ESPAÑA, INSEL AIR INTERNATIONAL BV, LACSA LÍNEAS AÉREAS COSTARRICENSES S.A. AIR FRANCE, SPIRIT AIRLINES INC., TACA INTERNATIONAL AIRLINES S.A. SUCURSAL COLOMBIA, TIARA AIR N.V.S.A., UNITED AIRLINES, AEROMEXICO, AEROGAL AEROLINEAS GALAPAGOS, COLOMBIA VIVA VIAJES Y TURISMO. Folios 252 a 299 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente 13-163878.

<sup>8</sup> Folio 3. Cuaderno reservado No. 1 del expediente.

<sup>9</sup> Folio 20. Cuaderno público No. 1 del expediente.

Rad. No. 13-163878

**NEXO TOURS** realiza sus actividades comerciales en la ciudad de Cali. Las principales actividades realizadas por esta sociedad de acuerdo con el nivel de ventas totales durante el año 2012 son las siguientes:

**Tabla No. 1**  
**Participación por producto en las ventas año 2012**

PRODUCTO	% VENTAS
Tiquetes nacionales	38,3%
Tiquetes internacionales	38,5%
Porción terrestre y otros	23,2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Folio 3. Cuaderno reservado No. 1 del expediente.

Las principales cuentas de los estados financieros de **NEXO TOURS** a 31 de diciembre de 2012 se presentan a continuación:

**Tabla No. 2**  
**Cuentas principales de los estados financieros de NEXO TOURS a 31 de diciembre de 2012**

CUENTA	VALOR EN PESOS (\$)
Activos	1.062.156.000
Pasivos	616.467.000
Patrimonio	445.689.000

Fuente: Folio 36. Cuaderno Público No. 1 del expediente.

La composición accionaria de **NEXO TOURS** es la siguiente:

**Tabla No. 3**  
**Composición accionaria de NEXO TOURS**

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN (%)
[Redacted]	[Redacted]
Total	100%

Fuente: Folio 6. Cuaderno Reservado No.1 del expediente.

Rad. No. 13-163878

**10.1.2. AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A. (En adelante AVIATUR)**

**AVIATUR** es una sociedad constituida en la ciudad de Bogotá mediante Escritura pública No. 415 el 6 de febrero de 1957 e inscrita ante la Cámara de Comercio el 13 de febrero de 1957.

Su actividad principal es:

*"(...) la asesoría y gestión de viajes tanto de empresas, como de organismos internacionales y personas naturales en general. Adicionalmente tiene presencia activa en distintos sectores relacionados con el turismo tales como la programación y venta de excursiones nacionales e internacionales, la reservación de hoteles, alquiler de vehículos, cruceros, trenes, organización de convenciones, ferias, seminarios, etc."*<sup>10</sup>.

El objeto social de **AVIATUR** es:

*"(...) la explotación de las actividades relacionadas con el servicio de turismo y especialmente el establecimiento de agencias de viajes en cualquiera de sus modalidades y clases (...)"*<sup>11</sup>.

**AVIATUR** realiza sus actividades en varias ciudades del país. Las principales actividades realizadas por esta sociedad de acuerdo con el nivel de ventas totales de la sociedad durante el año 2012 son las siguientes:

**Tabla No. 4**  
**Participación por producto en las ventas año 2012**

PRODUCTO	% VENTAS
Tiquetes nacionales	36%
Tiquetes internacionales	35%
Porción terrestre y otros	29%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información aportada por las intervinientes.  
Cuaderno reservado No. 1 folio 4.

Las principales cuentas de los estados financieros de **AVIATUR** a 31 de diciembre de 2012 se presentan en la siguiente tabla:

<sup>10</sup> Folio 3. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>11</sup> Según consta en el Certificado de Existencia y Representación Legal. Folio 24. Cuaderno público No 1 del expediente.

Rad. No. 13-163878

**Tabla No. 5**  
**Cuentas principales de los estados financieros de AVIATUR a 31 de diciembre de 2012**

CUENTA	VALOR EN PESOS (\$)
Activos	110.575.708.369
Pasivos	99.540.790.836
Patrimonio	11.034.917.533

Fuente: Información aportada por las intervinientes.  
 Estados financieros. Cuaderno publico No.1, folios 56-57.

La composición accionaria de **AVIATUR** es la siguiente:

**Tabla No. 6**  
**Composición accionaria de AVIATUR**

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN (%)
[REDACTED]	[REDACTED]
Total	100,0%

Fuente: Folio 6. Cuaderno reservado No. 1 de expediente.

En cuanto a las relaciones de control de **AVIATUR**, como se puede observar en el certificado de existencia y representación legal de la empresa, el 6 de enero de 2004, bajo el No. 914220 del libro IX, se constituyó una situación de control entre **GRUPO AVIATUR S.A.** como matriz y **AVIATUR** como subordinada<sup>12</sup>.

### 10.1.3 GRUPO AVIATUR S.A. (En adelante **GRUPO AVIATUR**)

Esta sociedad fue constituida mediante Escritura Pública No. 3001 de la Notaría Cuarta de Bogotá el 14 de junio de 1978, inscrita el 13 de septiembre de 1978.

Su objeto social es:

*"(...) Representar en el territorio Colombiano o fuera de él a compañías de transporte marítimo, aerolíneas, hoteles, alquiler de vehículos y toda clase de compañías o entidades relacionadas con las actividades turísticas, sean éstas nacionales o extranjeras"*<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Según Certificado de Existencia y Representación Legal. Folio 443 Cuaderno Público No 1 del expediente.

<sup>13</sup> Según consta en el certificado de existencia y representación legal de la sociedad **GRUPO AVIATUR S.A.**

Rad. No. 13-163878

Actualmente la sociedad se dedica a invertir en compañías de la industria turística.

Las principales cuentas de los estados financieros del **GRUPO AVIATUR** a 31 de diciembre de 2012, se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla No. 9**  
**Cuentas principales de los estados financieros de GRUPO AVIATUR a 31 de diciembre de 2012**

CUENTA	VALOR EN PESOS (\$)
Activos	186.651.391.424
Pasivos	130.493.062.322
Patrimonio	54.459.821.831
Ingresos operacionales	139.936.057.643

Fuente: Folio 59 Cd. Expediente 13-39812.

La composición accionaria de **GRUPO AVIATUR** es la siguiente:

**Tabla No. 10**  
**Composición accionaria del GRUPO AVIATUR**

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN (%)
[REDACTED]	[REDACTED]
Total	100,0%

Fuente: Información obtenida de certificado de existencia y representación legal. Folios 443 al 446. Cuaderno público No 1 del expediente.

En cuanto a las relaciones de control de la sociedad **GRUPO AVIATUR**, se puede observar, en el certificado de existencia y representación legal, que se configuró grupo empresarial en los términos del artículo 28 de la Ley 222 de 1995<sup>14</sup>, entre **GRUPO AVIATUR** como sociedad matriz y las sociedades subordinadas, que se listan en la siguiente tabla:

<sup>14</sup> Ley 222 de 1995, artículo 28: "Habrá grupo empresarial cuando además del vínculo de subordinación, exista entre las entidades unidad de propósito y dirección. Se entenderá que existe unidad de propósito y dirección cuando la existencia y actividades de todas las entidades persigan la consecución de un objetivo determinado por la matriz o controlante en virtud de la dirección que ejerce sobre el conjunto, sin perjuicio del desarrollo individual del objeto social o actividad de cada una de ellas".

Rad. No. 13-163878

**Tabla No. 11**  
**Sociedades pertenecientes al Grupo Empresarial GRUPO AVIATUR**

SOCIEDAD	CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	OBJETO SOCIAL
GRUPO AVIATUR	6 de septiembre de 1978	Sociedad matriz. Inversión en empresas de la industria turística.
AVIATUR	13 de febrero de 1957	Agencia de viajes y turismo.
MAYATUR S.A.	2 de agosto de 1967	Agencia de viajes y turismo.
OCTOPUS TRAVEL LTDA.	3 de noviembre de 1994	Agencia de viajes y turismo.
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIELOS ABIERTOS LTDA.	23 de julio de 1991	Agencia mayorista y agencia de viajes y turismo.
HOTELES AVIA S.A.	22 de septiembre de 2006	Administración, construcción y operación de hoteles propios o de terceros.
CLIPPERTON LTDA.	22 de abril de 2004 Notaría 25 de Bogotá D.C. Escritura pública: 986	Servicios de hospedaje y hotelería. Remodelación de inmuebles y manufacturas artesanales.
AVIATUR GEMATOUR S.A.S.	19 de junio de 2009	Servicios turísticos generales.
UNIÓN DE REPRESENTACIONES LTDA.	9 de enero de 1987	Representación de las empresas del sector turístico.
REPRESENTACIONES AVIA S.A.S.	22 de octubre de 2009	Representación de empresas del sector turístico.
AVIA CARIBBEAN LTDA.	19 de agosto de 2004 Notaría 25 de Bogotá D.C. Escritura pública: 2.296.	Representación de proveedores turísticos. También realiza actividades de turismo receptivo, tours, cruceros y transporte turístico.
AXA ASISTENCIA COLOMBIA S.A.	22 de septiembre de 1994	Asistencia al viajero, vehículo, hogar y otros.
SERVICIOS MÉDICOS AVIA LTDA.	19 de enero de 2001	Asistencia médica a viajeros.
AGENCIA DE CARGA AVIATUR S.A.	29 de septiembre de 1995	Agencia de carga.
AVIA EXPRESS LTDA.	29 de febrero de 2000	Mensajería especializada.
AGENCIA DE ADUANA AVIATUR S.A.	23 de febrero de 1995	Agencia de aduanas.
DEPÓSITO ADUANERO AVIATUR S.A.	17 de octubre de 1977	Depósito aduanero.
SERVICIOS AVIA LTDA.	10 de enero de 2003	Servicios de zona franca.
USUARIOS DE SERVICIOS AVIA LTDA.	29 de noviembre de 2000	Servicios de zona franca.
LATIN AMERICAN DISTRIBUTION COLOMBIA S.A.	18 de enero de 2008	Importación, exportación, transporte, almacenamiento y distribución de alimentos e insumos.





Rad. No. 13-163878

EMPRESA	ACTIVIDADES ECONÓMICAS												
	Agencia de viajes y turismo	Agencia Mayorista	hyh	rdpt	av	acm	aada	szf	cex	swt	cs	am	hi
LTDA.													

Fuente: Folios 84 al 86. Cuaderno Reservado No 1 del expediente.

Convenciones:

HyH: Hospedaje y turismo.

RDPT: Representación de distintos proveedores turísticos.

AV: Asistencia al viajero (médica y otros).

ACM: Agencia de carga / agencia de mensajería.

AADA: Agencia de aduanas / depósito aduanero.

SZF: Servicios de zona franca.

CEX: Comercio exterior / operaciones de comercio internacional.

SWT: Venta de software turístico.

CS: Corredores de seguros.

AM: Agencia de mercadeo.

HI: Holding de inversión.

### 10.3 Descripción de la operación proyectada

Mediante comunicación radicada con el número de referencia, **AVIATUR** y **NEXO TOURS**, informaron a esta Entidad una operación consistente en una alianza estratégica entre dichas sociedades en los siguientes términos:

*"La integración económica que se produciría entre **NEXO TOURS** y **AVIATUR** sería el resultado de una alianza estratégica mediante la ejecución de un contrato de Colaboración Empresarial, según el cual en términos generales **AVIATUR** le presta a **NEXO TOURS** los servicios de back office para la administración de sus ventas y **NEXO TOURS** por su parte desarrollaría la gestión comercial, visita a clientes, consecución de nuevos clientes, negociaciones y demás actividades comerciales"<sup>15</sup>.*

De acuerdo con lo previsto en la Resolución No.12193 de 2013 del 21 de marzo de 2013, la operación presentada se encuentra sometida al trámite de pre-evaluación previsto en el artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, por cuanto el monto de los activos y de los ingresos operacionales de las intervinientes en el año fiscal inmediatamente anterior, supera los cien mil (100.000) SMMLV y la cuota de participación de las intervinientes en los mercados afectados supera el 20%.

Las intervinientes manifiestan que las empresas se continuarán manejando de manera independiente. Específicamente señalan que:

*"Las partes conservarán sus órganos sociales propios tales como la Asamblea de Accionistas, Junta Directiva, Junta de socios, Gerencia y Representación Legal y demás cargos directivos. De igual forma **NEXO TOURS** puede mantener naturaleza*

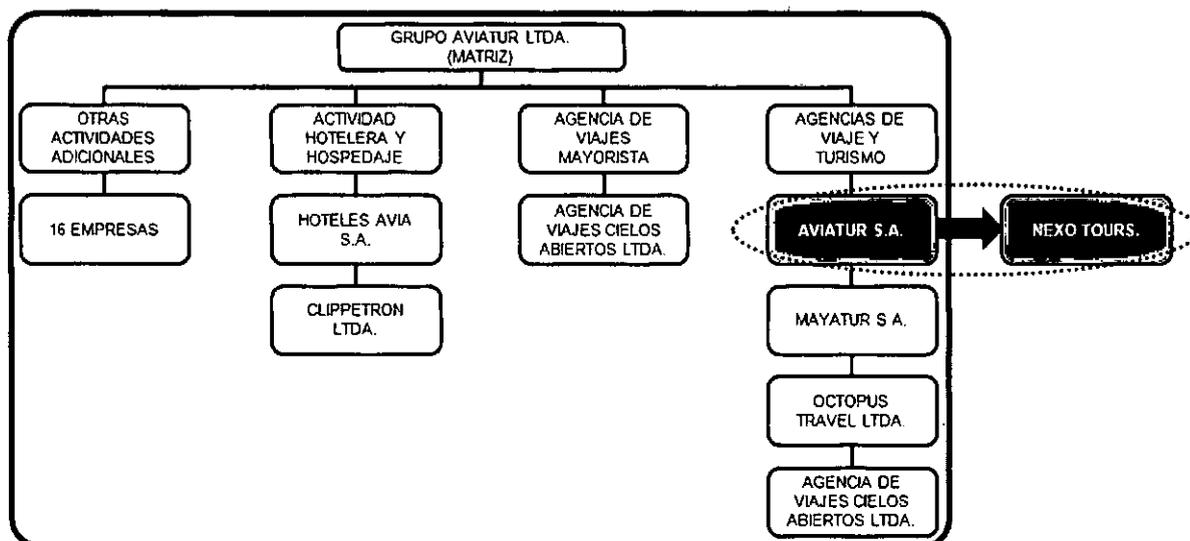
<sup>15</sup> Folio 1. Cuaderno Público No. 1 del expediente.

Rad. No. 13-163878

jurídica como S.A.S. Así mismo, las actividades comerciales de **NEXOTOURS** y **AVIATUR** se manejarán en forma independiente”<sup>16</sup>.

En el siguiente esquema se observa la operación descrita:

Diagrama No. 1. Organigrama de la Operación



Fuente: Elaboración SIC.

Como consecuencia de la operación proyectada, tendrá lugar una integración económica con efectos de tipo horizontal y vertical, por cuanto las empresas que conforman grupo empresarial con el **GRUPO AVIATUR** desarrollan diversas actividades dentro del sector turístico, tanto en los mismos mercados relevantes como en diferentes etapas de la cadena de valor.

#### 10.4. Análisis de la operación

El análisis de la operación de integración de estas sociedades tiene como objetivo considerar cuáles podrían ser los agentes que se verían afectados y los efectos tanto horizontales como verticales de la integración en el mercado de las agencias de viajes y turismo.

##### 10.4.1. Agentes del sector turismo

La cadena de valor del turismo está definida como:

*"El conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio desde su concepción, pasando por las diferentes etapas de producción (que*

<sup>16</sup> Folio 1 al 2. Cuaderno Público No. 1 del expediente.

**Rad. No. 13-163878**

*involucran una combinación de transformación física y los insumos de diferentes servicios) hasta el suministro al consumidor final para su uso*<sup>17</sup>.

A partir de la anterior definición, se tiene que la cadena de valor se encuentra conformada por diversos eslabones, a saber: i) proveedores de insumos, los cuales se encuentran conformados por empresas de transporte, hoteles, excursiones nacionales e internacionales, alquiler de vehículos, cruceros, trenes, organización de convenciones, ferias, seminarios, entre otros; ii) el eslabón de transformación que es conformado por todo tipo de productos que el turista consumirá durante el transcurso de su viaje como las actividades de esparcimiento, entre otros, y, por último, iii) el eslabón de comercialización que comprende a los intermediarios de la cadena como lo son las agencias de viajes, los servicios de guía turístico, entre otros.

Asimismo, el turismo es definido como:

*"(...) todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (...)"*<sup>18</sup>.

De acuerdo a lo previsto en la Ley 300 de 1996, en la actividad turística participa un sector oficial, un sector mixto y un sector privado, todos los cuales conforman el sector del turismo en Colombia.

En particular, el sector privado está conformado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico. Es prestador de servicios turísticos:

*"(...) toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a los que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo"*<sup>19</sup>.

Por su parte, el Decreto 502 de 1997 y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 prevén la naturaleza y funciones de los prestadores de servicios turísticos en particular.

En el mercado de las agencias de viajes se encuentran tres tipos de agentes: (i) agencias de viajes y turismo<sup>20</sup>, (ii) mayoristas y (iii) operadores. De acuerdo con cifras reportadas por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) en enero de 2012, en el Diagrama No. 2 se observa que las agencias de

<sup>17</sup> El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América latina: los casos de Brasil y México. Vivianne Venture- Días. Working Paper No. 138 Septiembre 2011, pág. 23.

<sup>18</sup> Definición del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponible en: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/index.php>.

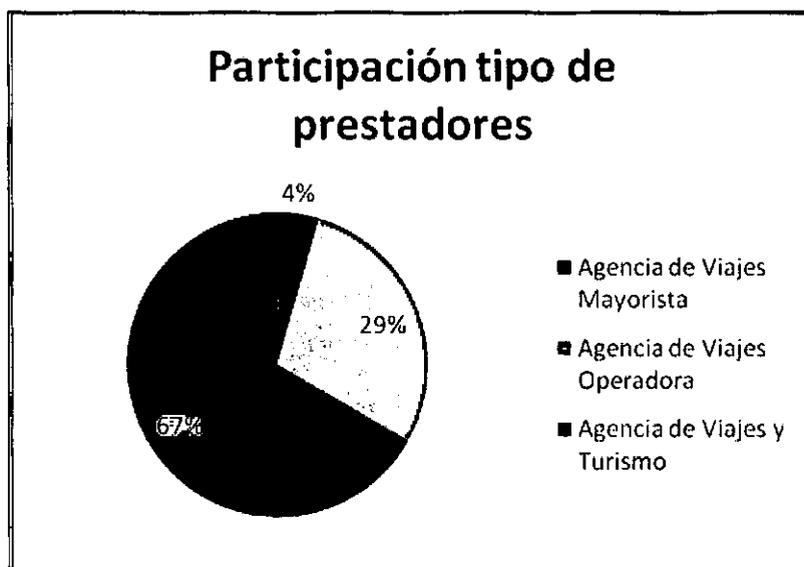
<sup>19</sup> Registro Nacional de Turismo: Creado por la Ley 300 de 1996, cuya inscripción es obligatoria para todos los prestadores de servicios turísticos en Colombia.

<sup>20</sup> Decreto 502 de 1997.

Rad. No. 13-163878

viajes y turismo tuvieron una participación del 67%, seguidas de las agencias de viajes operadoras con el 29% y las agencias de viajes mayoristas con el 4%.

**Diagrama No. 2**  
**Participación por tipo de prestadores a enero de 2012**



Fuente: Compendio de estadísticas turísticas de ANATO, 2012.

De acuerdo a la Ley 300 de 1996, se entiende por agencias de viajes y turismo las:

*"(...) empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios"<sup>21</sup>.*

Las actividades comerciales que prestan las agencias de viajes y turismo, se basan en la organización y venta de los diferentes planes turísticos, la reservación de planes y alojamiento, la prestación y asesoría al viajero con relación a la documentación requerida para diferentes planes, la reserva o cupos de tiquetes nacionales e internacionales por medio de diferentes tipos de transporte y la operación de turismo receptivo<sup>22</sup>. Estas agencias cobran una comisión y una tarifa administrativa (costo de expedición del tiquete), la cual es establecida por la Aeronáutica Civil.

Conforme el artículo 4 del Decreto 502 de 1997, las agencias de viajes operadoras

<sup>21</sup> Artículo 84 de la Ley 300 de 1996.

<sup>22</sup> El Viceministerio de Turismo estableció tres fuentes de información para este rubro. La primera fuente es la información de los viajeros extranjeros incluyendo nacionales residentes en otro país que pasan por la zona de integración fronteriza y son reportados ante el DAS (Departamento Administrativo de Seguridad). Fuente: Comportamiento de los viajes y el turismo en Colombia y el mundo. XIV Congreso Nacional de Agencias de Viajes.

Rad. No. 13-163878

---

se definen de la siguiente forma:

*"(...) empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos".*

Las principales actividades comerciales que realizan este tipo de agencias son la operación y logística en el territorio nacional de planes turísticos programados por agencias de viajes, tanto nacionales como extranjeras, la organización de planes turísticos que son operados por ellos mismos por medio de su infraestructura, la prestación de servicios de transporte, la prestación de servicios de guía a los turistas a través de personal capacitado e inscrito en el Registro Nacional de Turismo, entre otras actividades.

Las agencias de viajes mayoristas son definidas como: *"(...) empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos"*<sup>23</sup>.

Las principales actividades comerciales que realizan estas agencias son fundamentalmente la programación y organización de planes turísticos tanto nacionales como internacionales, con el fin de que estos sean ejecutados por las agencias de viajes. Igualmente, estas agencias promueven el turismo hacia Colombia con planes atractivos y cómodos para los extranjeros. Estos planes son ejecutados por las agencias de viajes operadoras a nivel nacional. Otra actividad importante a realizar por estas agencias es la reserva y contratación de alojamiento y otros servicios adicionales para que luego sean vendidos por las agencias de viajes.

Ahora bien, aunque este tipo de agencias no pueden vender directamente al consumidor final, no están excluidas de su responsabilidad en la relación con las agencias de viajes que realizan el proceso de venta hacia el consumidor, conforme lo previsto en el parágrafo del artículo 7 del Decreto 502 de 1997.

Finalmente se debe considerar también la figura de la agencia de viajes consolidadora como prestadora de servicios turísticos, aunque no se encuentra definida como una categoría independiente dentro de la normatividad de los prestadores de servicios turísticos. Cualquier agencia de viajes (de turismo o mayorista) puede desarrollar la labor de consolidación, siempre que se encuentre inscrita en el Registro Nacional de Turismo (RNT). No existe ningún requerimiento legal adicional para que una agencia de viajes y turismo sea también una agencia consolidadora. Éstas pueden comercializar sus productos entre sí, a cambio de una comisión.

Asimismo, se encontró que las agencias consolidadoras venden a otras agencias de viajes y turismo sus productos. Sobre el particular, se tiene lo siguiente:

---

<sup>23</sup> Artículo 6 del Decreto 502 de 1997.

**Rad. No. 13-163878**

*"Normalmente las agencias que no tienen licencia IATA<sup>24</sup> acuden a agencias que sí la tienen para que les expidan los tiquetes internacionales requeridos por sus clientes, aunque (también) pueden requerir otro tipo de productos. La agencia que tiene la licencia IATA (**consolidadora**) comparte la comisión que recibe de la aerolínea en el porcentaje que convenga con la otra agencia (...). La agencia que consolida puede suscribir contratos de corretaje con las agencias a quienes les venden y les participan, parte de la comisión. Con las aerolíneas celebran contratos de agencia comercial".<sup>25</sup> (Negrillas y subrayado fuera del texto).*

La descripción anterior ilustra el papel integrador de las agencias de viajes en general en el sector turístico. Éstas comercializan los paquetes turísticos organizados por las agencias mayoristas y ejecutados por las agencias operadoras. También se encargan de reservar alojamiento con los hoteles y servicios con los concesionarios de parques naturales, así como de vender los destinos ofrecidos por las aerolíneas. Las agencias consolidadoras actúan como proveedores de tiquetes y demás servicios turísticos que comercializan las agencias de viajes y turismo de menor tamaño.

Realizada la descripción anterior e identificadas las actividades económicas de las empresas intervinientes, se procede a analizar los efectos horizontales y verticales que serían consecuencia de la operación proyectada.

#### **10.4.2 Proveedores**

Según las intervinientes "[l]as principales aerolíneas, agencias mayoristas u operadoras y hoteles son los proveedores de los productos que vende cualquier agencia de viajes"<sup>26</sup>. Los principales proveedores de **AVIATUR** corresponden a aerolíneas (tanto nacionales como internacionales), hoteles, proveedores de activos fijos y de tarjetas de asistencia, operadores, agencias de viajes administradas, transportadores, restaurantes y participación en concesiones, entre otros. Por su parte, **NEXO TOURS** posee la facultad de acceder a todos los proveedores y productos pero con la realización del presente proyecto de integración "*podrá acceder a una gama de servicios amplia con posibilidad de desarrollar nuevos **productos** facilitando una mayor competencia*"<sup>27</sup>. (Negrillas fuera del texto).

<sup>24</sup> Las agencias que cuentan con Licencia IATA (International Air Transport Association) tienen la capacidad de expedir tiquetes aéreos directamente, sin necesidad de acudir a la aerolínea prestadora del servicio.

<sup>25</sup> Expediente Alianza Estratégica Aviatur S.A. y Balboa Viajes y Turismo Ltda., No. Radicación 09-88641.

<sup>26</sup> Folio 14. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>27</sup> Folio 14. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

Rad. No. 13-163878

#### 10.4.3 Clientes

En 2012 **AVIATUR** ha concentrado sus ventas en clientes corporativos, tales como SATENA, VISA INC., NUEVA EPS S.A., PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO, BAYER S.A, ORGANIZACIÓN TERPEL S.A, EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN E.S.P<sup>28</sup>, entre otros. En relación a los servicios ofrecidos por **AVIATUR** se puede mencionar que el porcentaje de ventas de pasajes es del 78.82% para personas jurídicas y el 21.18% para personas naturales y de los otros servicios es de 65,12% de personas jurídicas y el 34.88% de personas naturales<sup>29</sup>.

En consecuencia, se puede deducir que:

La actividad principal de **AVIATUR** es la consecución de viajes corporativos.

Al respecto esta sociedad manifiesta:

*"(...) Debido al fenómeno de la globalización que se viene presentado a nivel mundial, para las multinacionales, la decisión de contratar un agente de viajes ya no depende de su filial en el país sino que en muchos casos la decisión ha pasado a ser tomada a nivel regional, e incluso muchas veces a nivel mundial"<sup>30</sup>.*

Por su parte, los clientes de **NEXO TOURS** son tanto personas naturales (20,98%), como corporativos (79,02%), como se mencionan a continuación: COLTUR PERUANA DE TURISMO S.A, TURISMO MUNDIAL, PARIS TOURS, REPRESENTACIONES TURISTICAS ALTA CALIDAD S.A, MUNDIAL DE CRUCEROS, entre otros<sup>31</sup>.

#### 10.4.4 Efectos horizontales: agencias de viajes y turismo

##### 10.4.4.1 Mercado relevante

###### 10.4.4.1.1 Mercado de producto

El mercado de producto corresponde a los productos o servicios ofrecidos por las empresas intervinientes, en este caso **AVIATUR** y **NEXO TOURS** y aquellos que los consumidores consideran como sustitutos de éstos, según sus características intrínsecas, precio y uso.

**NEXO TOURS** ofrece:

<sup>28</sup>Folio 241. CD. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>29</sup>Folio 241. CD. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>30</sup>Folio 7. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>31</sup>Folios 105 al 191 Cuaderno No 1, reservado del expediente.

**Rad. No. 13-163878**

*"Tiquetes aéreos, hoteles, vehículos, trenes, tarjetas de asistencia, paquetes turísticos no propios, convenciones, grupos peregrinación, asesorías de documentación y pagina web"<sup>32</sup>.*

Por su parte, **AVIATUR** ofrece:

*"(...) venta de tiquetes de aerolíneas nacionales e internacionales, cruceros, reservas hoteleras, excursiones, alquiler de vehículos, turismo receptivo, congresos y convenciones"<sup>33</sup>.*

En el año 2012, las ventas de pasajes nacionales e internacionales de **AVIATUR** alcanzaron una participación conjunta del 71% del total de las ventas, mientras que los otros servicios registraron un 29%. Para **NEXO TOURS** las ventas de pasajes nacionales e internacionales representaron el 71% de sus ventas y los demás servicios, el 29%.

En términos generales, los productos ofrecidos por las agencias de viajes pueden dividirse y analizarse como:

- Tiquetes nacionales.
- Tiquetes internacionales.
- Otros productos: Éstos pueden ser comercializados por la mayoría de agencias de viajes y turismo. Entre ellos se encuentran los servicios de porción terrestre, reconfirmación de reservas, tarjetas de asistencia médica, alquiler de vehículos, registro programas de millas, información de tarifas, convenios corporativos con aerolíneas y excursiones, entre otros.

Respecto de los precios y comisiones, es relevante indicar que tanto las tarifas de los tiquetes aéreos en rutas nacionales e internacionales como las comisiones que las aerolíneas le reconocen a las agencias de viajes por la venta de tiquetes al usuario final se encuentran reguladas por la Aeronáutica Civil<sup>34</sup>. Con respecto al precio de los boletos aéreos, la Aeronáutica Civil regula la tarifa de éstos, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 260 de 2004<sup>35</sup>.

<sup>32</sup>Folio 7. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>33</sup>Folio 7. Cuaderno reservado No 1 del expediente.

<sup>34</sup>La Resolución No. 3596 de 2006 de la Aeronáutica Civil prevé que la negociación de la comisión que las aerolíneas le otorgan a las agencias por la venta de tiquetes nacionales e internacionales se podrá convenir libremente entre las partes siempre y cuando ésta no sea inferior al 1% del valor del precio del pasaje. Esta misma resolución ordena que los comercializadores de tiquetes -bien sean las aerolíneas o las agencias de viajes y turismo- cobren una Tarifa Administrativa (TA) no reembolsable por la expedición de tiquetes, cuando éste se vende de manera directa al pasajero. La TA depende del rango tarifario en el que se ubique el precio del tiquete. Por otra parte, el artículo 1° de la Resolución 3299 de 2007 prevé que "(...) las empresas de transporte aéreo nacional de pasajeros, podrán fijar libremente las tarifas, siempre y cuando dichas tarifas no sean superiores a las que la Aeronáutica Civil haya aprobado a otra(s) aerolínea(s) en el nivel máximo.

<sup>35</sup>Numerales 10, 14, 15 y 16 del artículo 5 del Decreto 260 de 2004.

Rad. No. 13-163878

En cuanto a las comisiones recibidas por **AVIATUR**, éstas se distribuyen como se observa a continuación:

**Tabla No. 13**  
**Comisiones Tiquetes Nacionales BSP<sup>36</sup>**

AEROLINEA	COMISIÓN
LAN CHILE	1%
AVIANCA	1%
COPA O AEROREPUBLICA	1%
SAM	1%

Fuente: Folio 241.CD, Cuaderno Reservado No. 1 del expediente.

**Tabla No. 14**  
**Principales comisiones Tiquetes Internacionales**

AEROLINEA	COMISIÓN
QUANTAS AIRWAYS	6%
CUBANA	6%
ASERCA	6%

Fuente: Folio 241.CD, Cuaderno Reservado No. 1 del expediente.

Los precios de los demás servicios turísticos (entre ellos, los de porción terrestre, las tarjetas de asistencia médica y el alquiler de carros) son fijados libremente por los proveedores, de acuerdo a su nivel de oferta y demanda.

Con respecto a las comisiones que las agencias de viajes reciben por la comercialización de los demás servicios turísticos, éstas dependen del poder de negociación de los intermediarios<sup>37</sup>.

#### 10.4.4.1.2. Conclusión mercado relevante de producto

Teniendo en cuenta lo expuesto en este documento, los tiquetes nacionales, los tiquetes internacionales y los demás servicios turísticos configuran tres mercados relevantes de producto diferenciados.

<sup>36</sup> Plan de Facturación y Liquidación (Por sus siglas en inglés BSP). BSP - Plan de Facturación y Liquidación de IATA. La IATA actualmente provee servicios para la liquidación de transacciones financieras entre agentes de viajes y compañías aéreas. Este servicio consolida las cantidades adeudadas por los agentes de viajes y las cantidades a pagar a cada compañía aérea y permite generar la liquidación a través de una simple transacción financiera para cada participante. Información tomada de: [https://www.bsplink.iata.org/bsplink14/entrada/BSPL\\_S\\_PI.html](https://www.bsplink.iata.org/bsplink14/entrada/BSPL_S_PI.html), consultada el 22 de agosto de 2013.

<sup>37</sup> Folio 14. Expediente No. 12-122613 Aviatur S.A.-Cortés & Cia.

**Rad. No. 13-163878****10.4.4.1.3 Mercado geográfico**

El mercado geográfico corresponde a la zona en la cual las empresas intervinientes comercializan los productos o servicios relevantes y cuyas condiciones de competencia son semejantes.

**NEXO TOURS** presta sus servicios directamente al consumidor final desde su única oficina ubicada en la ciudad de Cali<sup>38</sup>. Por su parte, **AVIATUR** cuenta con 273 oficinas distribuidas en el territorio nacional de la siguiente manera: 24 oficinas principales, 52 sucursales, 59 oficinas de cuentas comerciales, 9 oficinas en aeropuertos, 129 agencias-organización<sup>39</sup>. Es relevante mencionar que **AVIATUR** cuenta con 63<sup>40</sup> contratos de colaboración mediante la prestación de servicios de back-office en el 2012 y lo corrido año 2013.

Teniendo en cuenta la existencia de las agencias de viajes consolidadoras, es posible que una agencia venda sus productos en un lugar geográfico distinto al que se encuentra ubicada físicamente, gracias a que otra puede comercializarlos y cobrar una comisión en contraprestación<sup>41</sup>. Lo anterior permite que una agencia de viajes y

<sup>38</sup> Folio 105. Cuaderno reservado No. 1 del expediente.

<sup>39</sup> Folio 10. Cuaderno reservado No. 1 del expediente

<sup>40</sup> Información consolidada aportada por las intervinientes y extraída, de diferentes expedientes e investigaciones de la SIC. Los contratos de colaboración vigentes son los siguientes: BALBOA VIAJES Y TURISMO LTDA., BLUE TOURS VIAJES, TURISMO Y REPRESENTACIONES, BCM VIAJES Y TURISMO E.U., AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO EXPLORER TOURS LTDA., CAFÉ Y TURISMO LTDA., CASANARE TOUR LTDA., CASA DEL TURISMO BOGOTÁ, CITY TOURS VIAJES Y TURISMO E.U., CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR DE CALDAS, COMPENSAR, DISTRIBUCIONES Y SERVICIOS TRAVEL PLUS, ECODESTINOS VIAJES Y TURISMO E.U., ENLACES VIAJES Y TURISMO LTDA., ENTERPRISE TRAVEL AGENCY LTDA., EXTUR LTDA., FANTRAVEL LTDA., GAMA TOURS VIAJES Y TURISMO S.A., TURISMO GIRU LTDA., HAMON TORRES Y CÍA. LTDA., IBEROTUR VIAJES Y TURISMO E.U., INVERSIONES MARÍA TERESA BOTERO S.A.S., INVERSIONES TURÍSTICAS LTDA., JAVETURISMO VIAJES S.A., JONNY'S TOUR, JTR REPRESENTACIONES TURÍSTICAS LTDA., LOGISTICS & TRAVEL S.A.S., LÍDER TOURS BOGOTÁ LTDA., (HOY TRAVEL IN LTDA.), MI VIAJE, NAYITUR LTDA., NIKO TRAVEL LTDA., NTC TURISMO S.A., OIT, OPEN TRIP REPRESENTACIONES LTDA., PERTOURS OPERADORES DE MÉXICO LTDA., PUNTO DE FUGA S.A.S, AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ROKA LTDA., SALOM LUNA LTDA., STAR WORLD LATINOAMÉRICA LTDA., TRAVEL ADVISOR E.U., TRAVESÍAS ANYTUR LTDA., TURISCOL LTDA., TURISMO ABORDO LTDA., TURISMO MAYA LONDOÑO LTDA., TURISMO MEGA E.U., VALLETOURS, VIAJES ANTARES Y CÍA. LTDA., VIAJES ATLAS LTDA., VIAJES DELTA LTDA., VIAJES Y EXCURSIONES TURÍSTICAS EJECUTIVOS TOURS, VIAJES HERMES LTDA., VIAJES OGANESOFF CALI S.A., VIAJES PREMIER LTDA., VIAJES ROCITUR LTDA., VIAJES VIEJO Y NUEVO MUNDO E.U., VIAJES AERO MEDELLÍN L'ALIANXA S.A., VIAJES ARAUCA LTDA., VIAJES AERODINÁMICOS LTDA., VÍAS LTDA., VIAJES UNIVERSO, CORTÉS Y CÍA. LTDA., VICTORIA EXPRESS LTDA., CARVAJAL SERVICIOS S.A., AVIATUR-TURANDINA.

<sup>41</sup> Según consta en el expediente Alianza Estratégica Aviatur y Casa del Turismo, No. Radicación 10-023151, folio 407 - los 3 principales clientes de la agencia de viajes y turismo Octopus Travel LTDA. (Grupo Empresarial AVIATUR) son otras agencias de viajes y turismo. Asimismo, las intervinientes declaran, en el mismo expediente. Folio 14 Cuaderno Reservado No 1, que AVIATUR vende sus productos a través de otras agencias y concede una comisión en contraprestación.

Rad. No. 13-163878

turismo pueda, indirectamente, vender sus servicios en cualquier lugar del territorio nacional, sin importar si cuenta o no con oficinas en él.

Con fundamento en lo anterior, los servicios de agencias de viajes y turismo tienen un alcance nacional, que comprende todo el territorio del país en el cual una agencia puede, a través de la intermediación de otras agencias, vender el portafolio de productos que ofrece a sus clientes.

#### 10.4.4.1.4 Conclusión sobre el mercado relevante

Con fundamento en lo expuesto en los puntos anteriores, se concluye que las agencias de viajes comercializan diferentes servicios entre los cuales se encuentran los tiquetes de avión, la porción terrestre o alojamiento y el alquiler de carros<sup>42</sup>. En el mismo sentido, las agencias de viajes son distribuidoras de servicios turísticos. Éstas son intermediarias que cobran una comisión por la comercialización de los productos, configurándose como un canal de distribución entre los productores de los servicios (aerolíneas, hoteles y demás) y el consumidor final<sup>43</sup>.

Por lo expuesto, este Despacho delimitará los mercados relevantes en los que operan los intermediarios a nivel nacional de la siguiente forma:

- Mercado de tiquetes aéreos nacionales.
- Mercado de tiquetes aéreos internacionales.
- Mercado de otros servicios turísticos.

#### 10.4.4.2 **Análisis de estructura del mercado nacional**

##### 10.4.4.2.1 Mercado de tiquetes aéreos nacionales e internacionales

- Tiquetes internacionales

<sup>42</sup> En el año 2007, la Comisión Europea indicó que "ha encontrado en decisiones anteriores que las agencias de viajes proveen varios servicios a los consumidores y viajeros de negocios, tales como reservas de vuelos, reservas de hoteles, alojamientos y otros servicios relacionados". Ver caso No. COMP7M.4601-KARSTADTQUELLE/MYTRAVEL. Comisión Europea, 2007. Pág.7. En el mismo año, la Comisión Europea definió el mercado relevante de las agencias de viajes como los servicios que éstas ofrecen, en particular, "*Las agencias de viajes son comercializadores que prestan distintos servicios a los consumidores y a los viajeros de negocios, tales como vuelos, sean chárter o regular, reservas de hoteles y otros tipos de alojamiento, alquiler de coches, cambio de divisas, seguros de viajes y otros servicios conexos (...)*" Ver Caso No. M.1524 AIRTOURS/FIRST CHOICE. Comisión Europea, 1999. pág. 10.

<sup>43</sup> Al respecto ver:

Bilotkach et al. "Distribution of Airline Tickets: A Tale of Two Market Structures". Junio 2009. Pág. 2.  
Echeverry et al. "El Mercado de Tiquetes Aéreos en Colombia. Evaluación del Papel de las Agencias de Viajes en la Promoción de la Competencia". Agosto de 2009.

**Rad. No. 13-163878**

Como se anotó anteriormente, las ventas de los tiquetes nacionales e internacionales se ha considerado un rubro importante dentro de los ingresos de las agencias de viajes y turismo. En Colombia, las primeras 50 agencias de viajes cuentan con una participación del 79,84% en dicho mercado. El 20,16% restante está representado por 3.703 agencias, para un total aproximado de 3.753 agencias entre las cuales 850<sup>44</sup> son las que se encuentran afiliadas a la IATA<sup>45</sup>. La estructura del mercado les permite expedir tiquetes aéreos por medio de un Plan de Facturación y Liquidación (Por sus siglas en inglés BSP), el cual ha sido implementado por las compañías aéreas, a través de la IATA, para la facturación y liquidación de los tiquetes emitidos por las agencias de viajes.

La tabla No. 15 muestra las participaciones de las intervinientes y de las principales agencias de viajes y aerolíneas en la venta de tiquetes internacionales. El total de las ventas de tiquetes internacionales reportadas corresponden a la suma de las ventas directas realizadas por las aerolíneas en el país a través del canal de página web, de puntos de venta físicos o por medio de línea telefónica de ventas y el total reportado de ventas del sistema BSP que muestra las ventas de las agencias, generando un total sobre el cual se calcula la participación de las intervinientes y de sus competidores.

**Tabla No. 15**  
**Ventas acumuladas a diciembre de 2012**

AEROLINEA	VALOR (EN PESOS)	PARTICIPACIÓN (%)
AVIATUR	██████████	[10%-20%]
AVIANCA	██████████	[0%-10%]
COPA AIRLINES	██████████	[0%-10%]
DESPEGAR.COM	██████████	[0%-10%]
BTI TRAVEL CLUB	██████████	[0%-10%]
CARLSON WAGONLIT TRAVEL	██████████	[0%-10%]
VIAJES GALEON	██████████	[0%-10%]
DELTA	██████████	[0%-10%]
EXPRESO VIAJES Y TURISMO	██████████	[0%-10%]
GLOBAL TOURIST MARKET	██████████	[0%-10%]
WORLD TOURS	██████████	[0%-10%]

<sup>44</sup> Folio 11. Cuaderno Reservado No 1 del expediente.

<sup>45</sup> Las agencias afiliadas a la IATA son las más relevantes en el mercado pues el trámite de una licencia IATA exige que la empresa cuente con un capital mínimo que varía entre los USD15.000 (para ciudades de menos de 500 mil habitantes) y los USD30.000 (Cali, Medellín, Barranquilla) o los USD40.000 (Bogotá). Dado lo anterior, la licencia IATA es un filtro que separa a las grandes y medianas agencias de viajes y turismo, de las pequeñas que no tienen una importancia significativa en el mercado, y antes las cuales las primeras actúan como agencias consolidadoras. Información aportada por las intervinientes. Folio 15. Cuaderno Reservado No 1 del expediente.

## Rad. No. 13-163878

VIAJES FALABELLA		[0%-10%]
VIAJES GEOMUNDO		[0%-10%]
MUNDIAL DE VIAJES		[0%-10%]
CIRCULAR DE VIAJES		[0%-10%]
SWISS ANDINA TURISMO		[0%-10%]
IBERIA		[0%-10%]
TRAFALGAR TOURS		[0%-10%]
OVER AEROVIAJES PACÍFICO DE BOGOTÁ		[0%-10%]
LUFTHANSA		[0%-10%]
NEXOTOURS		[0%-10%]
JURISTOUR'S		[0%-10%]
Otras agencias de viajes y aerolíneas		[30%-40%]

Fuente: Información recolectada de los requerimientos de información. Folio 241 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del expediente.

Es importante mencionar que se tuvo en cuenta la participación de las principales aerolíneas que operan a nivel internacional para hallar las cuotas de participación, dado que éstas realizan ventas de tiquetes internacionales directamente.

Las principales aerolíneas que cuentan con alta participación son **AVIANCA** con un [0%-10%], seguida de **COPA AIRLINES** con un [0%-10%]. Con relación a **AVIATUR**, esta agencia cuenta con una participación de venta de tiquetes internacionales del [10%-20%] siendo el líder del mercado, mientras **NEXO TOURS** cuenta con una participación del [0%-10%], lo cual evidencia un mercado que se encuentra atomizado.

Tabla No. 16  
Índices de concentración. Año 2012

	Antes de la operación	Después de la operación
HHI	1.549,80	1.551,14
Líder	[10%-20%]	[10%-20%]
CR2	[20%-30%]	[20%-30%]

Fuente: Elaborado por SIC.

El mercado presenta actualmente un HHI<sup>46</sup> de 1.549,80 puntos, lo que muestra que la concentración se encuentra entre el rango de 1000-1800 siendo un mercado

<sup>46</sup> El índice de Herfindahl y Hirschman, conocido como HHI, se determina mediante la suma de los valores al cuadrado de las participaciones en las ventas en el mercado de todas las empresas de la industria. Es decir:  $HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$ . Mientras mayor sea el valor del HHI, mayor será el grado de poder de monopolio de la industria. Una vez calculado el valor del índice, se pueden definir tres categorías dependiendo de la concentración. Un mercado no será concentrado cuando el HHI es menor que 1000; será moderadamente concentrado, cuando el indicador se encuentre entre 1000 y 1800; y se habla de una industria altamente concentrada, cuando el HHI supere este último valor. Por lo tanto, a partir de 1800 puntos, el mercado afectado puede considerarse como significativamente concentrado; algunos académicos han sugerido que a esta conclusión sólo debería llegarse a partir de niveles de 2500 puntos. Ver.: Viscusi et al (1998) "Economics of Regulation and Antitrust", MIT Press. Fourth Edition, Pág. 215.

Rad. No. 13-163878

atomizado y cuenta con una estructura de competencia. Tras la operación, el índice no variaría sustancialmente dado que la participación de **NEXO TOURS** es de [0%-10%] en el segmento de tiquetes internacionales, por lo cual con la operación no se generaría un cambio representativo para la participación de **AVIATUR** la cual es de [10%-20%]. La cuota conjunta de la empresa líder y la segunda empresa con mayor participación es [20%-30%], lo cual evidencia un mercado atomizado. Adicionalmente, se puede observar, a través de estos indicadores, que la operación de integración proyectada no reportaría un cambio sustancial en la estructura del mercado. El Líder y el CR2 tampoco reportan ningún cambio sustancial en la participación después de la integración como se puede observar en la tabla No. 16.

- Tiquetes nacionales

Para efectos del análisis de la integración que se encuentra en estudio, la Superintendencia de Industria y Comercio requirió a 23 aerolíneas la información de ventas directas realizadas de tiquetes nacionales para el año 2012 y teniendo en cuenta esta información, se calculó el total de ventas realizado por todas las aerolíneas sin importar el canal de venta. Con base a esta información se calculó la participación de las intervinientes en estudio y de sus competidores para este mercado.

Con base en la información aportada por la intervinientes y la información remitida por parte de las aerolíneas, de ventas totales de tiquetes nacionales, **AVIATUR** cuenta con una participación en el mercado del [10%-20%] mientras que **NEXO TOURS** representa menos del 1% de las ventas.

Tabla No. 17  
Ventas acumuladas a diciembre de 2012

AEROLÍNEA	VALOR (EN PESOS)	PARTICIPACIÓN (%)
AVIANCA		[20%-30%]
AVIATUR		[10%-20%]
LAN AIRES		[0%-10%]
COPA AIRLINES		[0%-10%]
SATENA		[0%-10%]
DESPEGAR.COM		[0%-10%]
EASYFLY		[0%-10%]
AEROLÍNEAS DE ANTIOQUIA		[0%-10%]
NEXOTOURS		[0%-10%]
JURISTOUR'S		[0%-10%]
Otras agencias de viajes y aerolíneas		[40%-50%]

Fuente: Información recolectada de los requerimientos de información. Folio 241.  
Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del expediente.

**Rad. No. 13-163878**

Para este análisis se tuvo en cuenta la participación de las principales aerolíneas que operan a nivel nacional para hallar las cuotas de participación.

Las principales aerolíneas que cuentan con alta participación son **AVIANCA** con un [20%-30%] seguida de **LAN AIRES** con un [0%-10%]. Con relación a **AVIATUR**, esta cuenta con una participación de venta de tiquetes nacionales del [10%-20%] mientras **NEXO TOURS** cuenta con una participación del [0%-10%], lo cual evidencia que es un mercado que se encuentra igualmente atomizado.

**Tabla No. 18.**  
**Índices de concentración. Año 2012.**

	Antes de la operación	Después de la operación
HHI	757,01	757,68
Líder	[20%-30%]	[20%-30%]
CR2	[30%-40%]	[30%-40%]

Fuente: Elaborado por SIC.

El segmento de tiquetes nacionales presenta actualmente un HHI de 757,01 puntos, lo que muestra que la concentración es baja. Tras la operación, el índice no variaría sustancialmente dado que la participación de **NEXO TOURS** es de [0%-10%], teniendo un HHI después de la operación de 757,68, lo cual muestra que con la operación no se generaría un cambio representativo para la participación de **AVIATUR** la cual es de [10%-20%].

#### 10.4.4.2.2 Mercado de otros servicios turísticos

El mercado de otros servicios turísticos no cuenta con cifras oficiales, por lo que se compilaron las ventas de las principales agencias de viajes y turismo en el país. Este sector lo comprenden las ventas de porción terrestre<sup>47</sup>, el turismo receptivo, hoteles, las tarjetas de asistencia, entre otros diversos servicios.

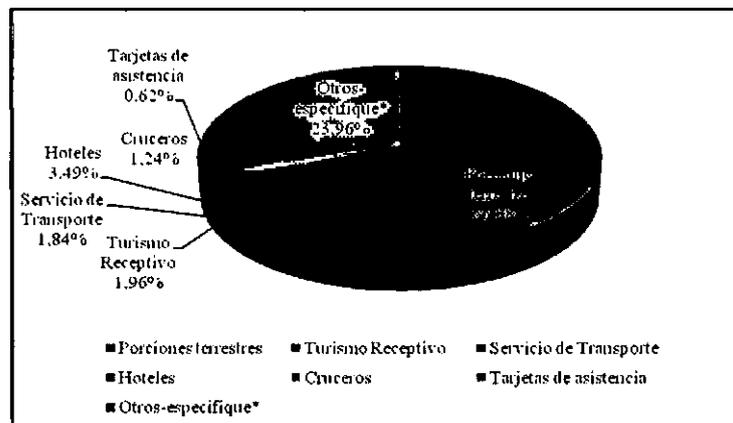
Los diagramas No. 3 y 4 presentan las participaciones por producto en el total de las ventas de otros servicios turísticos para los años 2010 y 2011.

Como se observa en los diagramas, tanto para el año 2010 como para el año 2011, las porciones terrestres son el servicio turístico con mayor participación alcanzando el 66.88% y el 47.03% respectivamente, seguido del servicio de hoteles con una participación del 3.49% para el año 2010 y un 5.02% para el año 2011, seguido del turismo receptivo con una participación del 1.96% para el 2010 y del 2.69% para el 2011, entre otros.

<sup>47</sup> Se entiende por porciones terrestres los servicios relacionados con congresos en Colombia, en el exterior, aeropuerto, documentación, vacunas, servicios sociales y de salud, productos promocionales, entre otros servicios.

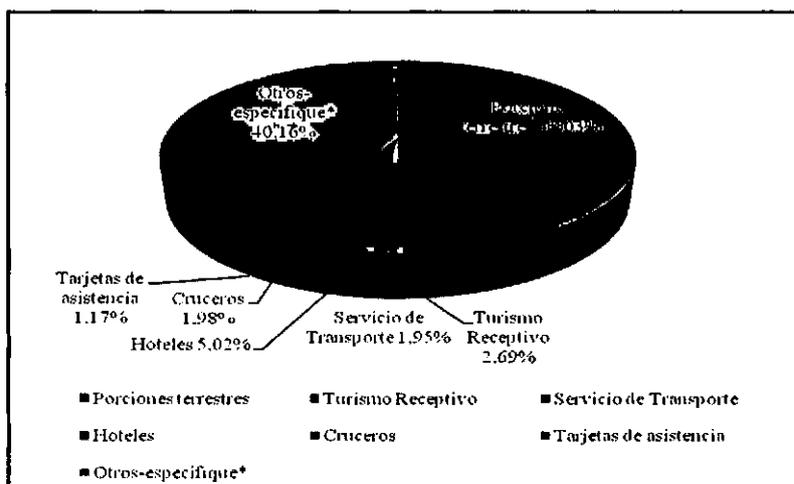
Rad. No. 13-163878

**Diagrama 3.**  
**Otros servicios turísticos. Año 2010**



Fuente: Información aportada por terceros.  
Expediente No. 12-83975. Cálculos propios.

**Diagrama 4.**  
**Otros servicios turísticos. Año 2011**



Fuente: Información aportada por terceros.  
Expediente No. 12-83975 cálculos propios.

De acuerdo con lo anterior, cabe analizar que las porciones terrestres han disminuido su participación dentro de la prestación de otros servicios turísticos, en contraste con otros servicios que han venido ganando participación como es el caso de los hoteles, del turismo receptivo, del servicio de transporte, entre otros.

La tabla No. 19 muestra las ventas de otros servicios turísticos de 40 agencias de viajes con su respectiva participación con relación a los servicios de porciones terrestres. Se puede observar que **AVIATUR** concentra el [50%-60%] del mercado de servicios turísticos, seguida por **Expreso viajes y turismo S.A.S.** que cuenta con una participación del [10%-20%] y **Viajes Veracruz** que cuenta con un [0%-10%] Por su parte, **NEXO TOURS** cuenta con una participación en el mercado del [0%-10%].

Rad. No. 13-163878

**Tabla No. 19**  
**Ventas acumuladas a diciembre de 2012<sup>48</sup>**

Agencia	Valor (\$)	Participación (%)
AVIATUR		[50%-60%]
EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXPRESO S.A.S		[10%-20%]
VIAJES VERACUZ		[0%-10%]
NOMADAS LALIANXA		[0%-10%]
OVER ZEPPELIN		[0%-10%]
PULLMAN TOURS		[0%-10%]
SANTUR LALIANXA		[0%-10%]
AGENTUR		[0%-10%]
JURISTOUR'S		[0%-10%]
PROMOTORA NEPTUNO		[0%-10%]
TURISMO AL VUELO		[0%-10%]
AGENCIA DE VIAJES AZ		[0%-10%]
CARLSON WAGONLIT TRAVEL		[0%-10%]
NEXO TOURS		[0%-10%]
CIRCULAR DE VIAJES		[0%-10%]
ANDES TOURS		[0%-10%]
OVER OPTIMA		[0%-10%]
VIAJES ZEPPELIN		[0%-10%]
OSSA Y ASOCIADOS S.A		[0%-10%]
MUNDIAL DE VIAJES		[0%-10%]
VIAJAR LIMITADA		[0%-10%]
VIAJES MOLITUR		[0%-10%]
VIAJES CALITOUR		[0%-10%]
VIAJES COUNTRY		[0%-10%]
VIAJES FALABELLA		[0%-10%]
OVER TURISMO INTERNACIONAL		[0%-10%]
ALESTUR		[0%-10%]
PANTURISMO		[0%-10%]
VIAJES LANTA		[0%-10%]
WORLD TOURS		[0%-10%]
BCD TRAVEL		[0%-10%]
AEROVIAJES PACIFICO		[0%-10%]
LANTA LALIANXA		[0%-10%]
CONTACTOS SAS		[0%-10%]
VIAJES GALEON		[0%-10%]
EXPLORA.COM		[0%-10%]
SUBATOURS		[0%-10%]
RECIO TURISMO		[0%-10%]
TOUREXITO SAS		[0%-10%]
DESPEGAR		[0%-10%]
TOTAL		100%

Fuente: Información recolectada de los requerimientos de información. Folio 241.  
Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del expediente.

<sup>48</sup> Superintendencia de Industria y Comercio, "Estudio sectorial de Agencias de Viajes y Turismo"; No. de expediente 12-83975; Delegatura para la Protección de la Competencia; Grupo de Integraciones Empresariales; Bogotá, Octubre de 2012.

**Rad. No. 13-163878**

A continuación se muestran los índices de concentración del mercado de los otros servicios turísticos. Para este análisis se tuvo en cuenta las cuotas de participación de cada agencia de viajes dentro del total de ventas. El análisis de los índices de concentración se tuvo en cuenta la ausencia de la totalidad de los datos en el cálculo representa un mayor impacto para el índice HHI que lo que lo es para la participación de estas grandes agencias en el mercado<sup>49</sup>. La tabla No.20 presenta dichos índices:

**Tabla No. 20**  
**Índices de concentración. Año 2011**

	Antes de la operación	Después de la operación
HHI	3.138,05	3.270,13
Líder	[50%-60%]	[50%-60%]
CR2	[60%-70%]	[60%-70%]

Fuente: Elaboración SIC

A la luz de lo explicado en el párrafo anterior, se encuentra que el mercado presenta actualmente un HHI de 3.138,05 puntos, lo que muestra un alto grado de concentración y una estructura de competencia en el mercado caracterizado por el dominio de algunas agencias, especialmente de **AVIATUR**. Tras la operación, el índice variaría dado que la participación de **NEXO TOURS** en el segmento de otros servicios turísticos es de [0%-10%]. Por lo tanto, con la operación se generaría un cambio para **AVIATUR** en este segmento de otros servicios turísticos. Las cuotas de la empresa líder y la de la segunda con mayor participación (**EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXPRESO S.A.S**) suman el [60%-70%]. No obstante lo anterior, existe un gran número de agencias de viajes en el país (aproximadamente 5.000) lo que demuestra que no existen barreras a la entrada de esta actividad, como se expone más adelante en este estudio.

Adicionalmente, se puede observar a través de estos indicadores que la operación de integración proyectada no reportaría ningún cambio sustancial en la estructura del mercado. El Líder y el CR2 no reportan cambios sustanciales en la participación después de la integración pasando de [50%-60%] a [50%-60%]. Es importante tener en cuenta que ante la inclusión de las 3.715 agencias restantes en el mercado las participaciones se reducirían considerablemente.

De acuerdo con la información aportada, se señala que a nivel local el mayor porcentaje de las agencias de viajes se localizan en Bogotá<sup>50</sup>.

<sup>49</sup> Superintendencia de Industria y Comercio, "Estudio sectorial de Agencias de Viajes y Turismo"; No. de expediente 12-83975; Delegatura para la Protección de la Competencia; Grupo de Integraciones Empresariales; Bogotá, Octubre de 2012.

<sup>50</sup> Información aportada por las intervinientes, folios 164 y 165, expediente No. 12-122613, Aviatour S.A.-Cortés y Cia.

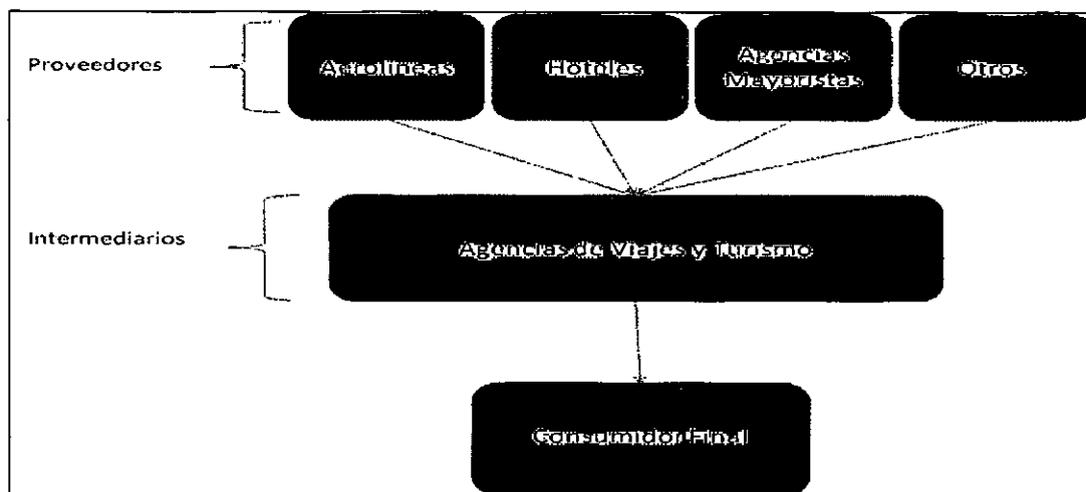
Rad. No. 13-163878

### 10.5. Efectos verticales

Para evaluar la existencia de efectos verticales en la operación bajo estudio, se tendrán en cuenta las sociedades del **GRUPO AVIATUR** que desarrollan actividades relacionadas con el turismo y que proveen servicios que son comercializados por las agencias de viajes, para atender las necesidades de los viajeros de placer o de negocios.

En el siguiente diagrama se ilustra la relación entre los proveedores, las agencias de viajes y el consumidor final.

**Diagrama No. 3**  
**Relación entre proveedores, intermediarios y consumidor final**



Elaborado por SIC.

Como se observa en el diagrama anterior, entre los proveedores se encuentran las aerolíneas, los hoteles y las agencias mayoristas, los cuales, a través de la intermediación de las agencias de viajes y turismo, ofrecen sus servicios al consumidor final.

Para este caso en particular, la participación de **NEXO TOURS** en el sector de agencias de viajes no es significativa, por lo que los efectos verticales derivados de la operación entre ésta y el negocio de la administración de concesiones de parques naturales de **AVIATUR** no son preocupantes. Igualmente, la posibilidad de limitar el acceso a proveedores no es factible, ya que **NEXO TOURS** no puede garantizar el volumen de ventas que actualmente las concesiones obtienen por medio de distintas agencias que no hacen parte del **GRUPO AVIATUR**<sup>51</sup>.

<sup>51</sup> Folio 345 CD.Expediente *Alianza Estratégica Aviatur y Casa del Turismo* No. Radicación 10-023151

Rad. No. 13-163878

---

#### 10.6. Barreras de entrada

Para participar en el mercado de turismo existen algunos requisitos de carácter regulatorio que no constituyen una barrera a la entrada. A continuación se exponen a manera de ilustración los más relevantes.

Para que una empresa pueda prestar los servicios de turismo, debe estar inscrita en el Registro Nacional de Turismo regulado por la Ley 300 de 1996 y reglamentado por el Decreto 504 de 1997, como se mencionó anteriormente. De lo contrario, si presta el servicio sin dicha inscripción, será sancionada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de conformidad con lo regulado por el artículo 72 de la Ley 300 de 1996<sup>52</sup>.

Según la normatividad establecida por la IATA en la Resolución No. 808, las agencias de viajes deben contar con un capital mínimo, requerimientos tecnológicos (es decir, contar con la infraestructura de los sistemas de reserva Amadeus, Sabre, Galileo, entre otros), requerimientos legales, la inscripción al Registro Nacional del Turismo (RNT) y las contribuciones parafiscales destinadas al turismo (la cual corresponde al 2,5 por mil de los ingresos operacionales), entre otros, para poder constituirse como agencia de viajes y prestar los servicios a los clientes<sup>53</sup>.

Un aspecto a mencionar es la posibilidad con la que cuentan las agencias de viajes de afiliarse a la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo-ANATO, la cual es la encargada de asociar a las agencias de viajes a nivel nacional. El total de las agencias que se encuentran afiliadas a la IATA en Colombia es de aproximadamente 651 agencias. De éstas se encuentran afiliadas a ANATO 331 agencias, lo cual corresponde a un 50,84% de cobertura por parte de ANATO<sup>54</sup>. Esto da una aproximación de la importancia de este tipo de asociaciones para las agencias de viajes, dado que les da una representación como gremio en las decisiones establecidas por el Gobierno y en las políticas encaminadas para el fortalecimiento del sector del turismo.

El marco normativo de las agencias de viajes ha permitido que éstas puedan contar con herramientas útiles para poder ofrecer los productos y servicios, y con unos mecanismos que garanticen la libre competencia, transparencia e igualdad en las condiciones de venta de tiquetes aéreos entre los actores, y generar así beneficios para el consumidor con relación a la variedad e información de los productos que sea

---

<sup>52</sup> Modificado por el artículo 47 de la Ley 1429 de 2010.

<sup>53</sup> Fondo de Promoción Turística Colombia es una cuenta a través de la cual se manejan los recursos para la promoción y la competitividad del turismo. La Entidad administradora del Fondo es un consorcio denominado Promotor. Superintendencia de Industria y Comercio, "Estudio sectorial de Agencias de Viajes y Turismo"; No. de expediente 12-83975; Delegatura para la Protección de la Competencia; Grupo de Integraciones Empresariales; Bogotá, Octubre de 2012.

<sup>54</sup> , Folio 876. Información aportada por ANATO. Expediente No. de radicación 12-083975.

**Rad. No. 13-163878**

clara y suficiente para las agencias de viajes que entren a competir en el mercado nacional.

**DÉCIMO PRIMERO:** Evaluada la información relevante respecto de la operación objeto del presente estudio, esta Superintendencia comprobó que:

Con relación al análisis de la operación proyectada entre **AVIATUR S.A.** y **NEXO TOURS**, se puede concluir del análisis de la información allegada por las intervinientes y por los terceros que la operación no afecta los servicios ofrecidos por las demás agencias de viaje, ni afecta la estructura del mercado de manera significativa. Así pues, se concluye que no existen posibles restricciones a la libre competencia en los mercados afectados, ni posibilidades de limitación de acceso a proveedores turísticos como consecuencia de los efectos verticales producto de la integración estudiada.

Con fundamento en los efectos horizontales podemos mencionar que el análisis de las agencias de viaje evidenció que los mercados relevantes son: tiquetes nacionales, tiquetes internacionales y servicios turísticos. Éstos se encuentran atomizados y se comportan en un ámbito de libre competencia. Por lo tanto, de conformidad con los supuestos contenidos en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, la operación proyectada no amerita ninguna objeción.

En mérito de lo expuesto en este documento, esta Superintendencia,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** No objetar ni someter a condicionamientos la integración empresarial proyectada entre **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.** y **NEXO TOURS**

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar personalmente el contenido de la presente Resolución a **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.** y **NEXO TOURS S.A.S.**, entregándoles copia de la misma e informándole que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

**NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Dada en Bogotá, D.C., a los **03 DIC 2013**

El Superintendente de Industria y Comercio,

  
**PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO**

**Rad. No. 13-163878**

---

Notificación:

**AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.**

Representante Legal

Doctor

**JEAN CLAUDE BESSUDO**

C.C. 79.773.401

Carrera 11N° 82 – 01 piso 4

Bogotá, D.C.

**NEXO TOURS S.A.S**

Representante Legal

Doctora

**REMEDIOS BORRERO DE VICTORIA**

C.C. 29.083.994

Av 8 a Norte No 21-05

Cali

Elaboró: Maria Helena Pedreros

Revisó: Melba Castro, Carolina Liévano, Germán Bacca

Aprobó: Felipe Serrano.