



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 12752 DE 2020

(02/04/2020)

“Por la cual se aprueba una operación de integración”

Rad. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009 dispone que:

“Artículo 4. (Modificado por el artículo 9, Ley 1340 de 2009). 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 la 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 o;

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 dispuesto en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, a través de comunicación radicada con el No. 19-240710-0 del 18 de octubre de 2019¹, **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.S. – AVIATUR S.A.S.**, (en adelante **AVIATUR**) y **MARS TRAVEL S.A.S.**, (en adelante **MARS TRAVEL**), informaron a esta Entidad la intención de realizar una operación de integración empresarial mediante la figura jurídica de alianza estratégica por medio de la ejecución de un contrato de colaboración empresarial.

¹ Folios 1 al 96 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente. Entiéndase que en el presente acto administrativo cuando se hace referencia al “Expediente”, el mismo corresponde al radicado con el No. 19-240710.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

TERCERO: Que en cumplimiento de lo previsto en el artículo 156 del Decreto 19 de 2009 y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, mediante oficio radicado con el No. 19-240710-1 del 22 de octubre de 2019², se ordenó la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada, en la página web de esta Superintendencia³.

CUARTO: Que dentro de los treinta (30) días hábiles a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, esta Superintendencia consideró procedente continuar con el estudio de fondo de la integración, para lo cual, mediante comunicaciones radicadas con los Nos. 19-240710-2⁴ y 19-240710-3⁵ del 2 de diciembre de 2019, informó a **AVIATUR** y **MARS TRAVEL** (en adelante y de manera conjunta, las **INTERVINIENTES**) que se daba paso a la segunda fase del trámite presentado y solicitó información complementaria necesaria para comprender la dimensión, estructura, características, tamaño y otras condiciones de los mercados involucrados en la operación proyectada, de conformidad con lo previsto en la Resolución No. 10930 de 2015.

La información requerida fue allegada en su totalidad mediante oficios Nos. 19-240710-33⁶ y 19-240710-34 del 23 de diciembre de 2019⁷, 19-240710-86 del 28 de enero de 2020⁸, 19-240710-181⁹, 19-240710-186¹⁰ y 19-240710-197¹¹ del 13, 19 y 26 de febrero de 2020, respectivamente. Por tal razón, el plazo al cual se refiere el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, empezó a contar a partir del **26 de febrero de 2020**.

QUINTO: Que en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 1340 de 2009, mediante comunicación radicada con el No. 19-240710-4 del 9 de diciembre de 2019¹² esta Entidad requirió al **MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO** (en adelante, **MINCOMERCIO**), con el fin de que, de considerarlo pertinente, emitiera concepto técnico frente a la operación informada por las **INTERVINIENTES** a esta Superintendencia. **MINCOMERCIO** allegó información mediante oficio No. 19-240710-32 del 23 de diciembre de 2019¹³.

SEXTO: Que con el fin de obtener elementos adicionales para el análisis de la operación propuesta, esta Superintendencia mediante oficios Nos. 19-240710-5¹⁴ y 19-240710-6¹⁵ del 9 de diciembre de 2019, 19-240710-36 y 19-240710-37 del 27 de diciembre de ese mismo año, formuló sendos requerimientos de información al **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE**

² Folios 100 y 101 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/pdf/AVIATUR-MARS.pdf>. Consulta 3 de marzo de 2020.

⁴ Folios 103 y 104 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁵ Folios 105 y 106 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁶ Folio 186 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁷ Folios 187 y 188 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁸ Folios 317 y 318 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁹ Folios 396 y 397 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁰ Folios 407 y 408 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹¹ Folios 444 y 445 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹² Folios 69 y 70 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹³ Folios 183 al 185 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁴ Folio 107 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁵ Folio 108 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

ESTADÍSTICA - DANE (en adelante, **DANE**), **ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO – ANATO** (en adelante, **ANATO**), **CONFEDERACIÓN COLOMBIANA DE CÁMARAS DE COMERCIO – CONFECÁMARAS** (en adelante **CONFECÁMARAS**) y **FONDO NACIONAL DE TURISMO – FONTUR** (en adelante **FONTUR**), respectivamente.

El **DANE** allegó información mediante oficio No. 19-240710-7 del 16 de diciembre de 2019¹⁶, **ANATO** respondió a través de comunicación No. 19-240710-31 del 20 de diciembre de 2019¹⁷, **CONFECÁMARAS** y **FONTUR** se pronunciaron mediante respuestas Nos. 19-240710-72¹⁸ y 19-240710-73¹⁹ del 17 de enero de 2020.

SÉPTIMO: Que con el fin de complementar y ampliar la información allegada al Expediente, esta Superintendencia mediante oficios Nos. 19-240710-8 al 19-240710-30 del 16 de diciembre de 2019 formuló requerimientos de información sobre el mercado objeto de la transacción a las principales aerolíneas nacionales e internacionales que realizan operaciones en Colombia²⁰. Las empresas requeridas aportaron información entre el 7 de enero y 7 de febrero de 2020²¹.

OCTAVO: Que en virtud de la información recopilada, esta Superintendencia formuló requerimientos de información a los principales competidores²² de las **INTERVINIENTES** con el fin

¹⁶ Folios 110 y 111 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁷ Folios 178 al 182 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

¹⁸ Folios 282 y 283 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

¹⁹ Folio 284 al 286 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

²⁰ El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: **AEROVÍAS DEL CONTINENTE AMERICANO S.A. - AVIANCA S.A.**, (en adelante, **AVIANCA**), **EMPRESA AÉREA DE SERVICIOS Y FACILITACIÓN LOGÍSTICA INTEGRAL S.A. - EASYFLY S.A.**, (en adelante, **EASYFLY**), **LATAM AIRLINES GROUP S.A.**, **SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **LATAM**), **SERVICIO AÉREO A TERRITORIOS NACIONALES S.A. – SATENA S.A.**, (en adelante, **SATENA**), **COMPAÑÍA DE AVIACIÓN – COPA COLOMBIA- AEROREPÚBLICA Y/O WINGO** (en adelante, **AEROREPÚBLICA**), **AEROLÍNEAS ARGENTINAS S.A.**, (en adelante, **AEROLÍNEAS ARGENTINAS**), **AEROVÍAS DE MÉXICO S.A. DE C.V. – AEROMÉXICO SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **AEROMÉXICO**), **FAST COLOMBIA S.A.S. - VIVA AIR** (en adelante, **VIVA COLOMBIA**), **AIR CANADÁ SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **AIR CANADÁ**), **AIR EUROPA LÍNEAS AÉREAS S.A.**, (en adelante, **AIR EUROPA**), **SOCIEDAD AIR FRANCE S.A.**, (en adelante, **AIR FRANCE**), **AMERICAN AIRLINES INC.**, **SUCURSAL COLOMBIANA** (en adelante, **AMERICAN AIRLINES**), **AVIOR AIRLINES COLOMBIA CA** (en adelante, **AVIOR AIRLINES**), **CUBANA DE AVIACIÓN SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **CUBANA DE AVIACIÓN**), **DELTA AIRLINES INC.**, **SUCURSAL DE COLOMBIA** (en adelante, **DELTA AIRLINES**), **IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA S.A.**, **SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **IBERIA**), **ABC AEROLÍNEAS S.A. DE C.V. SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **ABC AEROLÍNEAS**), **JETBLUE AIRWAYS CORPORATION SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **JETBLUE**), **DEUTSCHE LUFTHANSA AKTIENGESELLSCHAFT** (en adelante, **LUFTHANSA**), **SPIRIT AIRLINES INC.**, (en adelante, **SPIRIT**), **TURKISH AIRLINES INC.**, **SUCURSAL COLOMBIA** (en adelante, **TURKISH**) y **UNITED AIRLINES INC.**, (en adelante, **UNITED AIRLINES**). Folios 112 al 177 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

²¹ Folios 200 al 383 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

²² Empresas requeridas: **DESPEGAR COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **DESPEGAR**), **SERVINCLUIDOS LTDA** (en adelante, **SERVINCLUIDOS**), **PRICE RES S.A.S.**, (en adelante, **PRICE RES**), **TOUR VACATION HOTELES AZUL S.A.S.**, (en adelante, **TOUR VACATIONS HOTELES AZUL**), **TRAVEL CLUB LTDA**, **BCD TRAVEL O BTI COLOMBIA** (en adelante, **BTI COLOMBIA**), **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO FALABELLA S.A.S.**, (en adelante, **FALABELLA**), **ÉXITO VIAJES Y TURISMO S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES ÉXITO**), **CARLSON WAGONLIT COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **CARLSON COLOMBIA**), **EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXPRESO S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES Y TURISMO EXPRESO**), **SUBATOURS S.A.S.**, (en adelante, **SUBATOURS**), **ATRÁPALO COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **ATRÁPALO**), **GEMA TOURS S.A.**, (en adelante, **GEMA TOURS**), **SOUTH NET TURISMO COLOMBIA LTDA**, (en adelante, **SOUTH NET TURISMO**), **CWT E-CENTER COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **CWT COLOMBIA**), **VIAJES EL CORTE INGLÉS COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES EL CORTE INGLÉS**), **ORGANIZACIÓN SORRENTO & HOTELES S.A.S.**, (en adelante, **ORGANIZACIÓN SORRENTO**), **CONTACTOS S.A.S.**, (en adelante, **CONTACTOS**), **PANAMERICANA DE VIAJES S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES PANAMERICANA**), **FUNDACIÓN PARQUE DE LA CULTURA CAFETERA** (en adelante, **AGENCIA PARQUE DE LA CULTURA**), **DE UNA COLOMBIA TOURS S.A.S.**, (en adelante, **COLOMBIA TOURS**), **COLAÉREO S.A.S.**, (en adelante, **COLAÉREO**), **VIAJES**

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

de complementar y ampliar la información obrante en el Expediente. Las empresas requeridas allegaron la información solicitada en fechas que transcurrieron entre el 18 de febrero del 2020 y el 16 de marzo del mismo año²³.

NOVENO: Que de acuerdo con lo ordenado en el artículo 4 del Decreto 491 del 28 de marzo de 2020, la notificación o comunicación de los actos administrativos se realizará por medios electrónicos, a la dirección electrónica que aparezca informada por los solicitantes del procedimiento administrativo. Lo anterior, hasta tanto permanezca vigente la Emergencia Sanitaria declarada por el Ministerio de Salud y de la Protección Social, con ocasión de la enfermedad coronavirus COVID-19.

DÉCIMO: Que de acuerdo con el párrafo tercero del artículo 1 de la Resolución No. 12169 del 31 de marzo de 2020, no se suspenden términos para aquellas solicitudes de autorización de integraciones empresariales en curso, respecto de las cuales se haya recopilado toda la información necesaria para que el Superintendente de Industria y Comercio adopte la correspondiente decisión final, en los términos de la Ley 1340 de 2009.

DÉCIMO PRIMERO: 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 se pronunciará respecto de la operación de integración informada, en los siguientes términos:

CIRCULAR S.A.S., (en adelante, **VIAJES CIRCULAR**), **GRUPO SAN GERMÁN EXPRESS S.A.S.**, (en adelante, **GRUPO SAN GERMÁN**), **GBT TRAVEL SERVICES COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **GBT TRAVEL**), **GRUPO WELCOME S.A.**, (en adelante, **GRUPO WELCOME**), **AGENCIA DE VIAJES GLOBAL BLUE REPRESENTACIONES S.A.**, (en adelante, **VIAJES GLOBAL BLUE**), **PURE COLOMBIA TRAVEL S.A.S.**, (en adelante, **COLOMBIA TRAVEL**), **INVERSIONES VIAJES Y VIAJES S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES Y VIAJES**), **TURISMO INTERNACIONAL DEL ORIENTE S.A.S.**, (en adelante, **TURISMO INTERNACIONAL**), **CRUCEROS TURISMO DE COLOMBIAS.A.S.**, (en adelante, **TURISMO DE COLOMBIA**), **A LUGARES Y DESTINOS MAYORISTAS DE TURISMO S.A.**, (en adelante, **MAYORISTAS DE TURISMO**), **DISCOVERY FUN DESTINATIONS S.A.S.**, (en adelante, **FUN DESTINATIONS**), **BESTRAVEL SERVICES LTDA**, (en adelante, **BESTRAVEL SERVICES**), **INVERSIONES AGUIAR S.A.S.**, (en adelante, **INVERSIONES AGUIAR**), **TURISMO AL VUELO S.A.S.**, (en adelante, **TURISMO AL VUELO**), **VIAJAR LIMITADA L"ALIANXA** (en adelante, **L"ALIANXA**), **SANTANDEREANA DE TURISMO L"ALIANXA S.A.S.**, (en adelante, **SANTANDEREANA DE TURISMO**), **PROMOTORA DE TURISMO BELISARIO MARÍN S.A.S.**, (en adelante, **TURISMO BELISARIO MARÍN**), **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GOLDTOUR S.A.S.**, **OFF BOUND ADVENTURES S.A.S.**, (en adelante, **OFF BOUND ADVENTURES**), **STRATEGIC POINTS S.A.S.**, (en adelante **STRATEGIC POINTS**), **VIAJES AGENTUR S.A.**, (en adelante **VIAJES AGENTUR**), **CONOCEMOS NAVEGANDO S.A.S.**, (en adelante **CONOCEMOS NAVEGANDO**), **EXCURSIONES AMISTAD S.A.S.**, (en adelante **EXCURSIONES AMISTAD**), **TURISMO MARVAM S.A.**, (en adelante, **TURISMO MARVAM**), **AEROVIAJES PACÍFICO DE BOGOTÁ S.A.**, (en adelante, **VIAJES PACÍFICO BOGOTÁ**), **PASSIÓN COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **PASSIÓN COLOMBIA**), **COMERCIALIZADORA JE TOURS S.A.S.**, (en adelante, **JE TOURS**), **TRAFALGAR TOURS LTDA** (en adelante, **TRAFALGAR TOURS**), **GRUPO TURÍSTICO COLOMBIANO OVER S.A.**, (en adelante, **GRUPO OVER**), **TOURÉXITO S.A.S.**, (en adelante, **TOURÉXITO**), **OSSA ASOCIADOS S.A.**, **VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL** (en adelante, **GRUPO NOBEL**), **VIAJES ZEPPELIN S.A.**, (en adelante, **VIAJES ZEPPELIN**), **VIANORTE L"ALIANXA S.A.S.**, (en adelante, **VIANORTE L"ALIANXA**), **RENO TURISMO S.A.S.**, (en adelante, **RENO TURISMO**), **INVERSIONES AÉREAS INVERSA LTDA** (en adelante, **INVERSA**), **VIAJES VERACRUZ L"ALIANXA S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES VERACRUZ**), **COLOMBIANA DE COMERCIO S.A.**, **CORBETA S.A.**, **Y/O ALKOSTO S.A.**, (en adelante, **CORBETA**), **IMPULSADORA HOTELERA Y TURÍSTICA LTDA**, **HOTURIS LTDA** (en adelante, **HOTURIS**), **RECIO TURISMO S.A.**, (en adelante, **RECIO TURISMO**), **FROSC COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **FROSC COLOMBIA**), **NOVATOURS LTDA**, (en adelante, **NOVATOURS**), **SUPER DESTINO S.A.S.**, (en adelante, **SUPER DESTINO**), **COOPERATIVA DE TRABAJADORES DE AVIANCA** (en adelante, **COPAVAL**), **VHC TRAVEL VIAJES CHAPINERO S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES CHAPINERO**), **ALMUNDO.COM S.A.S.**, (en adelante, **ALMUNDO.COM**), **VISIÓN TOURS S.A.S.**, (en adelante, **VISIÓN TOURS**), **VIAJES AÉREOS ARMENIA LTDA** (en adelante, **VIAJES ARMENIA**), **GRUPO VDT COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **GRUPO VDT**), **SWISS ANDINA TURISMO S.A.**, (en adelante, **ANDINA TURISMO**), **OCTOPUS TRAVEL LTDA** (en adelante, **OCTOPUS TRAVEL**), **EUROCONTINENTES AGENCIA DE VIAJES LTDA** (en adelante, **EUROCONTINENTES**), **GRUPO WAYIU S.A.S.**, (en adelante **GRUPO WAYIU**), **REGATA VIAJES Y TURISMO S.A.S.**, (en adelante, **REGATA**), **PROMOTORA GEO DE SERVICIOS S.A.S.**, (en adelante, **GEO SERVICIOS**), **EL CLAN VIAJES Y TURISMO LTDA** (en adelante, **VIAJES Y TURISMO EL CLAN**), **ANDES TOURS S.A.**, (en adelante, **ANDES TOURS**), **VIAJES EUPACLA L"ALIANXA S.A.S.**, (en adelante, **VIAJES EUPACLA**).

²³ Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 al 4 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

11.1. EMPRESAS INTERVINIENTES

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

AVIATUR es una sociedad colombiana identificada con NIT: 860.000.018-2 con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C. Fue constituida mediante Escritura Pública No. 415 en la Notaría 7 de Bogotá el 6 de febrero de 1957 e inscrita el 13 del mismo mes y año con el No. 36.449 del Libro respectivo en el Registro Mercantil²⁴.

Como se observa en el Certificado de Existencia y Representación Legal de **AVIATUR** expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, su objeto social abarca, entre otras, las siguientes actividades:

“El objeto social de la sociedad versará sobre 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, el cumplimiento de todo o parte de las funciones mismas y en especial la promoción de turismo nacional e internacional (...)”²⁵.

Particularmente, **AVIATUR** señaló que su actividad principal consiste en la asesoría y gestión de viajes tanto a nivel empresarial, como de organismos internacionales y personas naturales en general. Del mismo modo, indicó que tiene presencia activa en diferentes sectores relacionados con el turismo, como la programación y venta de excursiones a nivel nacional e internacional, reservación de hoteles, alquiler de vehículos, cruceros, trenes, organización de convenciones, ferias y seminarios, entre otros²⁶. Los códigos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) correspondientes a las actividades de **AVIATUR** se presentan a continuación:

Tabla No. 1
CIIU actividades de AVIATUR

CIIU	ACTIVIDADES ECONÓMICAS
5511	Alojamiento en hoteles
7911	Agencias de viajes
7912	Operadores turísticos
8230	Organización de convenciones y eventos comerciales

Fuente: Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 12 de marzo de 2020.

En la siguiente tabla se muestra la composición accionaria de **AVIATUR**:

Tabla No. 2
Composición accionaria de AVIATUR

ACCIONISTA	% PARTICIPACIÓN
TOTAL	100%

Fuente: GIE-SIC²⁷. Folio 3 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁴ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 12 de marzo de 2020.

²⁵ Id.

²⁶ Folio 2 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁷ **GIE-SIC:** Grupo Integraciones Empresariales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

De conformidad con el artículo 28 de la Ley 222 de 1995, **AVIATUR** forma parte del grupo empresarial [REDACTED], quien participa principalmente en los mercados de: viajes y turismo, carga y logística, y hotelería²⁸. Esta sociedad señala que no ejerce control sobre ninguna otra empresa, en los términos del Decreto 2153 de 1992²⁹.

El valor de los activos totales e ingresos operacionales de **AVIATUR** con corte a 31 de diciembre de 2018 se presenta a continuación.

Tabla No. 3
Estados financieros AVIATUR – 2018

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	175.325.493.566
Ingresos operacionales	121.527.037.091

Fuente: **GIE-SIC**: Anexo CD, Folio 97 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

11.1.2. MARS TRAVEL S.A.S.

MARS TRAVEL es una persona jurídica domiciliada en la ciudad de Medellín en el departamento de Antioquia, identificada con NIT 900.954.364-4, constituida mediante documento privado del 15 de marzo de 2016, registrado en la Cámara de Comercio de Medellín el 18 de ese mismo mes y año con el No. 5503 del Libro No. 9³⁰. Sus actividades económicas se encuentran catalogadas con los códigos CIU 7911 y 7912³¹.

Como consta en su Certificado de Existencia y Representación Legal, en el objeto social de **MARS TRAVEL**, se encuentra el desarrollo, entre otras, de las siguientes actividades:

“(…) [A]sesoramiento, venta y comercialización de porciones terrestres en alojamiento de hoteles nacionales e internacionales, paquetes de planes nacionales e internacionales, tarjetas de asistencias médicas nacionales e internacionales, cruceros, receptivos nacionales e internacionales, alquiler de autos nacionales e internacionales, venta de tiquetes aéreos nacionales e internacionales (…)³².”

De otra parte, las **INTERVINIENTES** manifestaron que **MARS TRAVEL** se encuentra activo en el ofrecimiento de paquetes turísticos que incluyen: tiquetes internacionales, habitaciones hoteleras, traslados, tarjetas de asistencia, tours y en general cualquier servicio turístico dentro y fuera del país³³.

En cuanto a su composición accionaria, **MARS TRAVEL** informa que su principal accionista es [REDACTED] con el [REDACTED]% de participación³⁴. De otro lado, declara que no pertenece a ningún grupo empresarial y que ninguna empresa ejerce control sobre ella en los

²⁸ Folio 3 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁹ *Ibíd.*

³⁰ Folio 2 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³¹ *Ídem.*

³² Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 12 de marzo de 2020.

³³ Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁴ Folio 3 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

términos del artículo 45 del Decreto 2153 de 1992³⁵. Finalmente, señala que no tiene inversiones diferentes al sector turismo³⁶.

En la tabla presentada a continuación se muestra la información de activos totales e ingresos operacionales de **MARS TRAVEL** con corte a 31 de diciembre de 2018:

Tabla No. 4
Estados financieros MARS TRAVEL - 2018

CUENTA	VALOR (COP \$)
Activos	425.300.000
Ingresos operacionales	347.881.574

Fuente: Folios 72 y 73 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

11.2. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de integración proyectada fue informada por las **INTERVINIENTES** en los siguientes términos:

“La integración económica que se produciría entre MARS TRAVEL 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 MARS TRAVEL los servicios de back office para la administración de sus ventas y MARS TRAVEL por su parte desarrollaría la gestión comercial, visita a clientes, consecución de clientes, negociaciones y demás actividades comerciales propias de su objeto social”³⁷.

Las **INTERVINIENTES** aclararon que no pretenden fusionarse, sino ejecutar una alianza estratégica que conlleva una integración económica. Tanto **MARS TRAVEL** como **AVIATUR** continuarán subsistiendo como personas jurídicas independientes³⁸, por lo cual señalaron que:

“AVIATUR conservará sus órganos sociales propios tales como la Asamblea de Accionistas, Junta Directiva, Junta de socios, Gerencia y Representación Legal y demás cargos directivos y MARS TRAVEL seguirá operando como establecimiento de comercio. De igual forma MARS TRAVEL puede mantener su naturaleza jurídica como persona jurídica. Así mismo, las actividades comerciales de MARS TRAVEL y AVIATUR se manejarán en forma independiente”³⁹.

11.3. DEBER DE INFORMAR LA OPERACIÓN PROYECTADA

El régimen de control previo o *ex ante* de integraciones empresariales busca evaluar los efectos económicos que se producirían como resultado de una integración de dos o más agentes en el mercado, con el fin de evitar que se presente una restricción indebida de la competencia y en consecuencia se reduzca el bienestar de los consumidores.

Al aplicar dicho régimen, esta Entidad debe evaluar si los efectos en el mercado originados en virtud de una integración ameritan su objeción, su autorización sujeta al cumplimiento de condiciones encaminadas a preservar la competencia en el mercado, o su autorización pura y simple.

³⁵ Ídem.

³⁶ Ídem.

³⁷ Folio 1 reverso del Cuaderno Reservado No.1 del Expediente.

³⁸ Ídem.

³⁹ Ídem.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

El artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, establece que las empresas que proyecten llevar a cabo operaciones para efectos de adquirir el control de una o varias empresas, cualquiera sea la forma jurídica con la cual se manifieste, tendrán el deber de informarlas previamente a esta Superintendencia, siempre que se cumplan los siguientes dos supuestos:

- *Supuesto subjetivo*: cuando las empresas intervinientes se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor.
- *Supuesto objetivo*: cuando en conjunto o individualmente consideradas, las empresas intervinientes superen el monto establecido para ingresos operacionales o para activos totales, para el año anterior a la operación.

En consecuencia, las empresas que pretendan llevar a cabo un proceso de integración empresarial, en cualquiera de sus formas jurídicas, y cuya situación se enmarque en los supuestos previstos en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, deberán informar previamente la operación a esta Superintendencia.

11.3.1. Verificación de supuestos

a) Configuración de integración empresarial:

De conformidad con lo señalado por las **INTERVINIENTES** y dado que se afirma que **AVIATUR** y **MARS TRAVEL** continuarían subsistiendo como personas jurídicas independientes aun después de la operación proyectada, esta Superintendencia considera procedente determinar si la “alianza estratégica” que pretende adelantarse constituye una integración empresarial.

Para tal fin, la Superintendencia de Industria y Comercio en su “*Cartilla sobre la aplicación de las normas de competencia a los acuerdos de colaboración entre competidores*”⁴⁰, determinó los requisitos que deben cumplirse para que un acuerdo entre competidores constituya una operación de integración. Estos requisitos son:

- (i) La operación tiene vocación de permanencia y resulta en la eliminación de un competidor, o en una potencial reducción sustancial de la competencia frente al mismo.
- (ii) El negocio que resulta de la operación debe tener plenas funciones en el mercado.

En relación con la necesidad de “permanencia” a que se refiere el numeral (i) anterior, esta Superintendencia resalta que la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES** se perfeccionaría mediante la suscripción de un “Contrato de Colaboración Empresarial”⁴¹, cuya vigencia sería de [REDACTED]

[REDACTED]⁴². En este sentido, se encuentra verificada la vocación de permanencia de la operación.

En cuanto a la eliminación de un competidor del mercado, o una potencial reducción sustancial de la competencia frente al mismo, esta Superintendencia encuentra que, según la información allegada al Expediente, no se eliminaría en estricto sentido ningún competidor, pues tanto **MARS TRAVEL** como **AVIATUR** continuarán siendo personas jurídicas independientes.

⁴⁰ https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/CARTILLA_ACUERDOS%2019-03-2015.pdf

⁴¹ Folio 1 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴² Folio 185 (CD Anexo C) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

No obstante lo anterior, al acceder a la administración conjunta de los servicios de *back office*⁴³, entendiéndolos como un elemento esencial en el comportamiento estratégico de las **INTERVINIENTES**, por contar con información sensible del negocio de ambas empresas, se presentaría una potencial reducción de la competencia entre las mismas.

En efecto, el objeto del contrato abarca la determinación de las obligaciones de las **INTERVINIENTES** [REDACTED]⁴⁴. (Subrayado fuera del texto original).

Así, las **INTERVINIENTES** pretenden desarrollar de manera colaborativa la operación comercial de **MARS TRAVEL**, lo cual implica necesariamente la reducción sustancial de la competencia entre ellas, pese a que continuarían como personas jurídicas independientes.

En segundo lugar, en el modelo de contrato aportado por las **INTERVINIENTES**, en la cláusula segunda, se utiliza la expresión "(...) [REDACTED] (...) [REDACTED]", para referirse a la actividad conjunta con **MARS TRAVEL**. Asimismo, en la citada cláusula, se dispone un mecanismo de liquidación o distribución de las utilidades que resulten del desarrollo del mencionado acuerdo⁴⁵.

Adicionalmente, de la cláusula cuarta del modelo de contrato, en la cual se listan las obligaciones de las **INTERVINIENTES**, se resalta lo siguiente:

[REDACTED]

(...)⁴⁶.

Además, la cláusula sexta del modelo de contrato señala lo siguiente:

"(...) [REDACTED]
[REDACTED] (...) "⁴⁷.

⁴³ Los servicios de *Back Office* consisten en la estructura sistematizada a través de la cual se desarrolla la operación contable y administrativa del negocio, teniendo en cuenta que involucra elementos tales como: administradores de redes, usuarios, intranet y correos electrónicos, manejos de las bases de datos, desarrollo y ejecución del software, manejo y operación de los servidores y en general todo el soporte tecnológico de la actividad empresarial. Para este caso, **AVIATUR** realiza todo el desarrollo contable y administrativo a través del "Sistema Bolívar", con el que maneja la facturación, balances, personal, nómina, solicitudes de usuarios, proveeduría, entre otros.

⁴⁴ Folio 185 (CD Anexo C) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴⁵ Íd.

⁴⁶ Íd.

⁴⁷ Íd.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

En relación con la atención de los clientes de **MARS TRAVEL**, las cláusulas séptima y octava del modelo de contrato señalan que estos serán atendidos y facturados por **AVIATUR**, y que los pagos realizados por los mismos serán recibidos en la cuenta bancaria de **AVIATUR**⁴⁸.

Respecto de la participación que debe cumplirse para efecto del cumplimiento del contrato entre las partes, se hace referencia a:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

⁴⁸ íd.

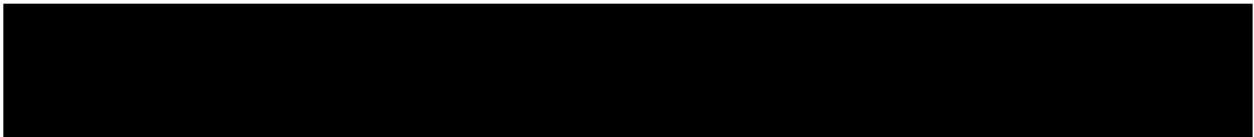
Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA



Finalmente, en la cláusula décima sexta del modelo de contrato, se expresa lo siguiente:



Por lo anterior, esta Superintendencia encuentra que el contrato que suscribirían las **INTERVINIENTES** reduce la competencia entre **AVIATUR** y **MARS TRAVEL**, pese a que ambas continuarán siendo personas jurídicas independientes. En este sentido, se encuentra verificado el primer criterio considerado por esta Entidad como necesario para que un acuerdo entre competidores configure una operación de integración.

En relación con el numeral (ii) presentado anteriormente, consistente en que el negocio que resulta de la operación deba tener plenas funciones en el mercado, esta Superintendencia considera que la administración conjunta de los servicios de *back office* por parte de las **INTERVINIENTES** garantiza que estas cuenten con plenas facultades para actuar en el mercado como agencias no rivales entre sí.

Con todo lo anterior, se encuentra probado que la transacción se configura como una operación de integración empresarial.

b) Supuesto subjetivo

Para el caso concreto, se observa que las partes desarrollan de manera coincidente actividades relacionadas con los servicios que prestan las agencias de viajes y turismo, con los cual se encuentra verificado el supuesto subjetivo, establecido en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

c) Supuesto objetivo

El artículo primero de la Resolución No. 93503 del 27 de diciembre de 2018 fija *“a partir del 1 de enero de 2019 y hasta el 31 de diciembre de 2019, en SESENTA MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (60.000 SMLMV), los ingresos operacionales y los activos totales que se tendrán en cuenta para efectos de lo previsto en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009”*.

Así, en concordancia con el Decreto 2451 del 27 de diciembre de 2018 (que fijó el salario mínimo legal mensual a partir del 1 de enero de 2019 en ochocientos veintiocho mil ciento dieciséis pesos

⁴⁹ Íd.

⁵⁰ Íd.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

(\$828.116.00), el valor del umbral objetivo para el año 2019, será de cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis millones novecientos sesenta mil pesos (\$49.686.960.000).

En consecuencia, las empresas que pretendan llevar a cabo un proceso de integración empresarial, en cualquiera de sus formas jurídicas, y cuya situación se enmarque en los supuestos previstos en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, deberán informar previamente la operación a esta Superintendencia.

De acuerdo con la información presentada en las tablas Nos. 3 y 4, para la vigencia fiscal del año anterior, las **INTERVINIENTES** reportaron activos totales por valor de \$175.750.793.566 e ingresos operacionales por valor de \$121.874.918.665.

Acorde con lo anterior, tanto por el valor conjunto de activos totales, como por el valor total de ingresos operacionales, para el caso concreto se cumple el supuesto objetivo contemplado en el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, que impone a las **INTERVINIENTES** la obligación de informar la operación proyectada a la Superintendencia de Industria y Comercio.

11.3.2. Conclusión sobre el deber de informar la operación

De conformidad con lo expuesto en el numeral 11.3.1 del presente acto administrativo, con la verificación de los supuestos subjetivo y objetivo se configura el deber de informar la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES**, con el fin de someterla al procedimiento administrativo para la autorización de integraciones empresariales.

11.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

La definición del mercado relevante para el análisis de una operación de integración empresarial es primordial para identificar el escenario en el que las fuerzas competitivas tienen lugar. Además, permite calcular las cuotas de cada competidor, pues para esto es necesario contar con una aproximación del tamaño total del mercado. Por lo anterior, el mercado relevante es un marco de referencia para analizar los efectos sobre la competencia de una operación de integración⁵¹.

Las participaciones de mercado de las empresas intervinientes en la operación de integración, así como la de sus competidores, resultan una herramienta fundamental para detectar posibles efectos restrictivos de la competencia que pudieran derivarse de la misma, sean estos unilaterales y/o coordinados, pues dicho indicador guarda relación con el poder de mercado que tiene cada oferente.

Al determinar el mercado relevante es necesario definir el mercado de producto y el mercado geográfico, de tal forma que puedan establecerse los efectos de una integración entre dos o más de los competidores.

En la definición del mercado de producto debe tenerse presente la sustituibilidad al nivel de la demanda, pues deben identificarse aquellos productos (si los hay) hacia los cuales los consumidores pudieran desviar su demanda en caso de un incremento en los precios o una reducción en la calidad de los productos por parte de un determinado oferente.

⁵¹ Para lograr una adecuada definición del mercado relevante, esta Superintendencia se apoyará en los lineamientos diseñados por la Red Internacional de la Competencia (ICN, por sus siglas en inglés). Ver ICN Merger Working Group: Investigation and Analysis Subgroup, "ICN Merger Guidelines Workbook" (documento preparado para la Quinta Reunión Anual del ICN, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 16 de abril, 2006). Disponible en el siguiente enlace: https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2018/05/MWG_MergerGuidelinesWorkbook.pdf (Consulta 5 de noviembre de 2019).

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

Si bien algunas autoridades de competencia en otras jurisdicciones tienen en cuenta la sustituibilidad de la oferta al momento de definir el mercado relevante, esta Superintendencia toma en consideración dicho concepto en caso de requerir un análisis de barreras de entrada y competencia potencial.

Con la dimensión geográfica del mercado relevante, busca reconocerse el área de influencia que tienen las empresas intervinientes en la operación de integración, pues si enfrentaran alguna barrera que impida o dificulte que sus productos lleguen a alguna zona determinada, deberá entenderse que en dicha área no son competidores activos.

Es decir, el análisis de competencia debe limitarse a las zonas en las cuales las empresas intervinientes ejercen una competencia efectiva, pues sería dicha condición la que podría verse afectada con la operación.

En definitiva, el mercado relevante comprende todos aquellos bienes o servicios considerados sustitutos desde el punto de vista de la demanda, y bajo determinadas circunstancias, el mercado podría ampliarse atendiendo a consideraciones de sustituibilidad desde el punto de vista de la oferta.

Acorde con lo anterior, este Despacho procederá a definir el mercado relevante por la operación proyectada, delimitando primero el mercado producto y, luego, el mercado geográfico, así como la relación de sustituibilidad entre los distintos productos ofrecidos y demandados.

11.4.1. Mercado de producto

La delimitación del mercado producto abarca todos los bienes y servicios que son considerados como intercambiables o sustituibles desde el punto de vista del consumidor, en razón a sus características, su precio, usos y cantidades vendidas. La determinación de los bienes que integran el mercado producto debe hacerse desde el punto de vista del consumidor, ya que es él quien con sus decisiones define la competencia efectiva entre productores.

De este modo, el mercado producto deberá incluir aquellos productos hacia los cuales se trasladarían los consumidores ante incrementos pequeños no transitorios y significativos en el precio de cualquiera de los productos ofrecidos por las empresas a integrarse, permaneciendo el precio de los demás productos constante.

Por tanto, el punto de partida comporta la identificación de las actividades económicas desarrolladas por las empresas que hacen parte de la operación proyectada, siendo estas en las cuales se anularía la competencia entre las partes como resultado de la misma. Una vez definido lo anterior, se pueden identificar los productos y/o servicios desarrollados por las intervinientes en la operación.

A continuación, se presenta la descripción de los productos involucrados en la operación proyectada, con el fin de identificar si existen bienes sustitutos de los mismos o si por el contrario corresponden en sí mismos a un solo mercado. Para efectos del análisis de sustituibilidad, la descripción de los productos afectados se realizará desde el punto de vista de sus características y usos en el mercado colombiano.

11.4.1.1. Actividades económicas desarrolladas por las INTERVINIENTES

Tal y como se indicó anteriormente, las **INTERVINIENTES** se encuentran activas en el mercado de servicios turísticos en Colombia al proveer sus servicios como agencias de viajes. En concreto, son intermediarios entre los proveedores de servicios turísticos (aerolíneas, hoteles, etc.) y los consumidores finales.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

De acuerdo con la información obrante en el Expediente, **AVIATUR** tiene como actividad principal la asesoría y gestión de viajes de empresas, organismos internacionales y personas naturales. A su vez, cuenta con presencia en diversos sectores del 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, entre otros⁵².

Por su parte, **MARS TRAVEL** es una agencia de viajes que ofrece paquetes turísticos que incluyen tiquetes internacionales, habitaciones hoteleras, traslados, tarjetas de asistencia, tours y cualquier servicio turístico dentro del país en el exterior⁵³.

Según las **INTERVINIENTES**, **MARS TRAVEL** considera necesario adecuarse a la tendencia del mercado, buscando acuerdos y alianzas regionales y globales con agencias de viajes que tengan presencia nacional, como es el caso de **AVIATUR**. Lo anterior en virtud de permanecer en el mercado a través de la oferta de nuevos productos, accediendo a nuevos clientes y ampliando la calidad de los servicios ofrecidos a sus clientes⁵⁴.

Las **INTERVINIENTES** informaron que están en capacidad de ofrecer de manera coincidente **tiquetes aéreos, porción terrestre y otros servicios turísticos**⁵⁵, los cuales aplican para destinos nacionales e internacionales y que son presentados de acuerdo con la variedad de proveedores en el mercado, dentro de los que se incluyen aerolíneas, hoteles, operadores, mayoristas, entre otros.

Acorde con lo anterior, esta Superintendencia ha reconocido en múltiples oportunidades⁵⁶, que el mercado relevante para efectos del análisis de operaciones como la que se evalúa en esta oportunidad, abarca todo el territorio nacional e involucra los siguientes productos: **(i)** tiquetes nacionales, **(ii)** tiquetes internacionales, y **(iii)** otros servicios turísticos. Lo anterior sin perjuicio de que en el futuro esta Superintendencia pueda determinar cambios en esta definición de mercado.

De acuerdo con lo anterior, la operación de integración proyectada generaría efectos horizontales en los siguientes mercados:

Tabla No. 5
Mercados en los que participan las INTERVINIENTES

MERCADO	AVIATUR	MARS TRAVEL
Comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional	X	X
Comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional	X	X
Comercialización de paquetes y servicios turísticos	X	X

Fuente: Construcción **GTIE-SIC**.

A continuación, esta Superintendencia presentará los aspectos generales del sector turístico en Colombia para posteriormente describir los servicios prestados por las **INTERVINIENTES** con el fin de identificar si existen sustitutos cercanos a estos servicios o si, por el contrario, corresponden en sí mismos a un solo mercado.

⁵² Folio 2 reverso del Cuaderno Reservado de Intervenientes No. 1 del Expediente.

⁵³ Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervenientes No. 1 del Expediente.

⁵⁴ Folio 4 reverso y 5 del Cuaderno Reservado de Intervenientes No. 1 del Expediente.

⁵⁵ Estando presentes en los segmentos de alquiler de vehículos, tarjetas de asistencia médica, mayoreo en paquetes turísticos, atención y logística en convenciones y grupos de incentivos.

⁵⁶ Ver expedientes Nos. 18-116695 (**AVIATUR S.A. y VIAJES ISA S.A.**), 18-236264 (**AVIATUR S.A y SGO TRAVEL S.A.S.**), 18-313781 (**AVIATUR S.A.S. y VIAJES DEL COMERCIO LTDA.**) entre otros.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

11.4.1.2. Generalidades del sector turístico en Colombia

En decisiones anteriores⁵⁷, esta Superintendencia ha indicado que el sector del turismo está formado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico.

Según el artículo 76 de la Ley 300 de 1996, el prestador de servicio turístico hace referencia a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista la prestación de los servicios a que se refiere esta Ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo.

Adicionalmente, conforme al artículo 62 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 145 del Decreto 2106 de 2019, dentro de los prestadores de servicios turísticos que deben registrarse para su funcionamiento en el Registro Nacional de Turismo (en adelante, RNT), se encuentran **las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y agencias operadoras**. En concreto, la prestación de servicios turísticos puede hacerse de dos maneras:

a) Venta directa

Esta implica una relación comercial directa entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, dentro de los que se incluyen las compañías de transporte (aéreo, marítimo y terrestre), alojamientos (hoteles, apartamentos), promotoras de eventos, museos, entre otros. Los servicios son ofrecidos directamente a través de sus puntos físicos de venta, su página web o a través de *call centers*.

De la misma forma, otro método directo se da cuando las agencias de viajes propias de los proveedores venden los servicios turísticos a los consumidores finales, permitiendo que no exista intermediación de los **Sistemas Globales de Distribución** (en adelante, **GDS**), **Centrales de Reserva** (en adelante, **CRS**), agencias de viajes, entre otros⁵⁸.

b) Venta indirecta

Esta implica la participación de diversos agentes que interactúan en el mercado a través de diferentes roles, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

- **Agencias de viajes:** realizan la labor de intermediación entre los viajeros y los proveedores de servicios turísticos. Estas operan a través de sus oficinas físicas, internet (OTA – Online Travel Agency)⁵⁹ o de manera conjunta entre estos medios.
- **CRS, GDS:** los **CRS** corresponden a agentes que agregan la información en bases de datos centrales, las cuales son actualizadas periódicamente y que son accesibles a sus abonados a través de terminales informáticos, de los cuales se surten los **GDS**. Estos últimos, son sistemas de información que permiten el acceso a extensas bases de datos de proveedores de servicios turísticos incluyendo aerolíneas, cadenas hoteleras y compañías de alquiler de

⁵⁷ Resolución SIC No. 60515 de 2018. Integración Empresarial **AVIANCA – PRICE TRAVEL**. Estudio económico de integración empresarial No. 19-93462 entre **DESPEGAR** y **VIAJES FALABELLA**.

⁵⁸ Íd.

⁵⁹ De acuerdo con las respuestas a requerimientos efectuados por esta Superintendencia a agentes que participan en este mercado, las agencias de viajes con presencia física, compiten directamente con las agencias de viajes online – OTAS.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

autos alrededor del mundo, a una amplia red de usuarios de venta minorista como las agencias de viajes⁶⁰.

- **Metabuscadores:** son sistemas que localizan información a través de motores de búsqueda, facilitando la comparación de precios entre diversas opciones para el consumidor final, dirigiendo fácilmente las reservas a los proveedores de servicios turísticos. Dentro de estos sistemas se encuentran, por ejemplo, SkyScanner y Kayak⁶¹.
- **Gatekeepers:** estos son sitios que a través de la publicidad y comunicación digital facilitan el contacto con los consumidores finales, al tener la capacidad de dirigirlos a los proveedores turísticos a cambio de una tarifa. Dentro de estos sitios se encuentran Google, Facebook, Microsoft, Amazon y Apple⁶².

Para el caso concreto, es fundamental profundizar en la caracterización de las **agencias de viajes**, toda vez que tanto **AVIATUR** como **MARS TRAVEL** se desempeñan como intermediarios entre los proveedores turísticos y los consumidores finales como fue mencionado anteriormente.

Sea lo primero indicar que las **agencias de viajes** son:

“(...) intermediarias que se encargan de poner en contacto a los viajeros y a los proveedores de servicios turísticos, como pueden ser aerolíneas, cadenas hoteleras y compañías de alquiler de autos, operadores turísticos para la provisión de servicios en tierra, entre otros, ofreciendo los servicios prestados por estos y demandados por el consumidor final, generalmente empaquetados con otros servicios turísticos, a cambio de una comisión determinada”⁶³.

De conformidad con el artículo 85 de la Ley 300 de 1996, las agencias de viajes pueden ser de tres (3) clases:

(i) Agencias de viajes y turismo: corresponden a *“(...) 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”⁶⁴.*

(ii) Agencias de viajes operadoras: son aquellas *“empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos”⁶⁵.*

Así, sus principales actividades corresponden a la operación y logística en el territorio nacional de planes turísticos programados por agencias de viajes nacionales como extranjeras, así como la organización de planes turísticos operados por ellos mismos a través de su infraestructura, la prestación de servicios de transporte, de servicios de guía, entre otras actividades⁶⁶.

⁶⁰ Resolución SIC No. 60515 de 2018. Integración Empresarial **AVIANCA – PRICE TRAVEL**. Estudio económico de integración empresarial No. 19-93462 entre **DESPEGAR** y **VIAJES FALABELLA**.

⁶¹ Íd.

⁶² Íd.

⁶³ Integración **AVIANCA– PRICE TRAVEL**. Op. Cit. Pág. 19, versión pública.

⁶⁴ Artículo 85 de la Ley 300 de 1996.

⁶⁵ Artículo 4 del Decreto 502 de 1997, por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.

⁶⁶ Integración **AVIANCA– PRICE TRAVEL**. Op. Cit. Pág. 23, versión pública.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

(iii) **Agencias de viajes mayoristas:** corresponden a “empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos”⁶⁷.

De manera más detallada, estas agencias de viajes se dedican a programar y organizar planes turísticos nacionales e internacionales, para ser ejecutados por agencias de viajes operadoras y vendidos por agencias de viajes y turismo. Es importante aclarar que estas agencias no pueden vender directamente al público⁶⁸.

En este orden de ideas, las **INTERVINIENTES** estarían catalogadas como agencias de viajes y turismo, ya que se encuentran activas en la venta de planes turísticos, es decir, que se encargan de comercializar los servicios de las agencias mayoristas directamente al usuario turístico.

11.4.1.3. Descripción, características y usos

a) Tiquetes aéreos internacionales y nacionales

Los tiquetes aéreos son documentos o registros electrónicos emitidos por aerolíneas o agencias de viajes, que confirman que una persona tiene derecho a una silla específica durante un vuelo en un avión. El tiquete es necesario para obtener el pase de abordaje en el check-in⁶⁹ dentro del aeropuerto o a través de internet. Posteriormente, con el pase de abordaje y el tiquete de vuelo asociado a este, los pasajeros tienen permitido acceder al vuelo en cuestión.

En general, los tiquetes aéreos tienen información personal sobre el pasajero, la aerolínea encargada del vuelo, las ciudades entre las que se viaja, la fecha y duración del vuelo, precio del tiquete, impuestos, entre otros.

En concreto, los vuelos pueden ser de carácter nacional (entre dos ciudades de un mismo país) o internacional (entre dos ciudades de dos países diferentes), los requerimientos para viajar de una manera u otra son diferentes, incluyéndose por ejemplo, visas y diversos trámites adicionales en los trayectos internacionales.

Los precios de los tiquetes de vuelo en Colombia varían según la clase solicitada, el número de clases está asociada a la aerolínea, la fecha y la temporada en la cual se haga la compra. De acuerdo a la información aportada en el Expediente, en promedio puede haber ocho clases de tarifas promocionales y económicas, y 3 tarifas ejecutivas o de primera clase⁷⁰.

A su vez, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (en adelante, **IATA**), es la que permite a una agencia de viajes la emisión de boletos aéreos, requiriendo su visto bueno y autorización antes de poder vender boletos.

Aunado a lo anterior, el proceso de venta de tiquetes es descrito en el siguiente gráfico:

⁶⁷ Artículo 6 del Decreto 502 de 1997, por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.

⁶⁸ Integración **AVIANCA– PRICE TRAVEL**. Op. Cit. Pág. 23, versión pública.

⁶⁹ Es el proceso mediante el cual las personas confirman su llegada al aeropuerto.

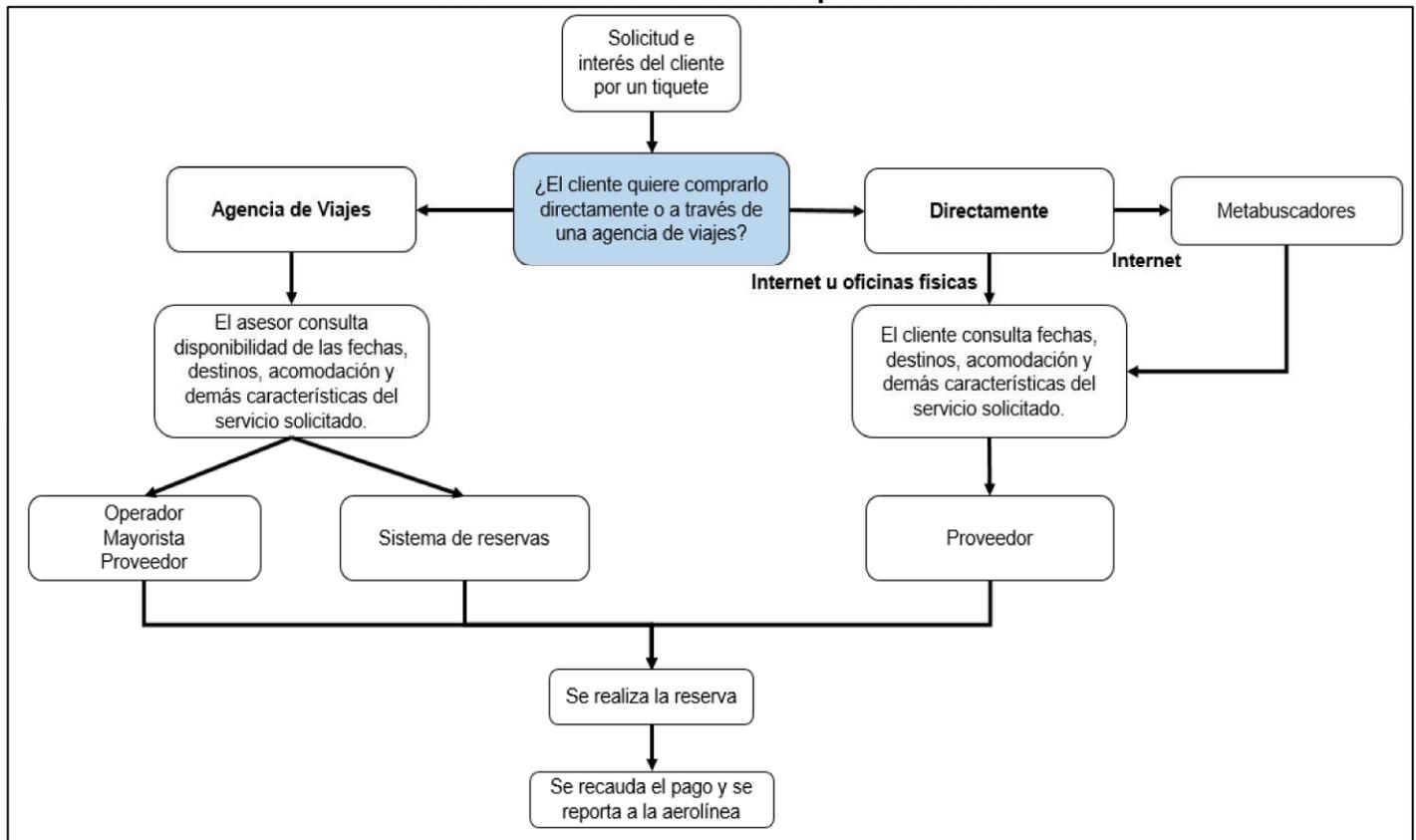
⁷⁰ Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

Imagen No. 1
Procedimiento de ventas de tiquetes aéreos



Fuente: Construcción GTIE-SIC⁷¹.

b) Paquetes y servicios turísticos

La porción terrestre (nacional e internacional) incluye de manera integrada los servicios vendidos individualmente como la reservación de habitaciones en hoteles, traslados, alquiler de vehículos, cruceros, programación y venta de excursiones, tarjetas de asistencia médica, tours, organización de eventos, entre otros.

Por otro lado, los servicios individuales corresponden a la venta de solo uno de los servicios incluidos en la porción terrestre, por ejemplo, si el cliente solo está interesado en reservar el hotel, adquirir la tarjeta de asistencia médica o comprar un tour en la ciudad de destino.

Las tarifas de estos servicios de porción terrestre son establecidas por los proveedores, la gran cantidad de estos últimos en el mercado, así como la gran variedad de productos permiten que los consumidores cuenten con muchas posibilidades a la hora de escoger de acuerdo a sus preferencias⁷².

11.4.1.4. Sustituibilidad de la demanda

La sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda se puede analizar vía características, usos y precios similares entre los productos objeto de estudio y sus posibles sustitutos. Estas variables le permiten al consumidor tomar decisiones informadas para cubrir sus necesidades de consumo.

La primera condición necesaria que debe presentarse para que dos o más productos sean considerados sustitutos entre sí desde el punto de vista de la demanda, es que estos puedan ser

⁷¹ Folio 5 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁷² Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

utilizados para satisfacer las mismas necesidades del consumidor. Es decir, que deben ser coincidentes en sus usos.

Cuando se verifique dicha condición, se procede a determinar si las características particulares de los productos evaluados, hacen que sus condiciones de consumo sean similares para el consumidor, de forma tal que éste no tenga que incurrir en costos adicionales al precio mismo del bien, para poderle dar el uso que necesita.

Al respecto, esta Superintendencia ha reconocido en decisiones anteriores⁷³ que el mercado relevante para efectos del análisis de operaciones como las que se evalúa en esta oportunidad, involucra la comercialización de los siguientes productos: (i) tiquetes nacionales, (ii) tiquetes internacionales, y (iii) otros servicios turísticos.

Es importante señalar que las dinámicas de estos mercados han ido a la par con la evolución de los medios digitales. En concreto, el aumento del uso de metabuscadores y agencias de viajes online (OTA), junto a la posibilidad de acceder directamente a tiquetes y otros servicios turísticos a través de las páginas de internet de los proveedores, han permitido que los consumidores puedan acceder de diversas maneras (ya sea de forma directa o indirecta) a los servicios mencionados.

Lo anterior encuentra sustento a través de las consideraciones presentadas ante este Despacho por las diferentes aerolíneas que operan en Colombia, como se presenta a continuación:

- **AEROREPÚBLICA (WINGO)**⁷⁴: *“Consideramos que las agencias de viajes en línea y las agencias de viajes si se pueden considerar competencia entre ellas, dado que los dos modelos de negocio llegan a un mismo segmento de clientes con la misma oferta de valor, es decir la intermediación en la venta de tiquetes aéreos”*⁷⁵.
- **AIRCANADA, AIR EUROPA, AIR FRANCE, DELTA AIRLINES**⁷⁶: *“Las OTA son competencia directa de las agencias de viaje, ofrecen los mismos servicios, aunque por un canal diferente. Las OTAs son un cliente igual de importante que las agencias presenciales y claro que hacemos presencia en sus plataformas ya que esas agencias también tienen acceso al inventario de tiquetes a través del BSP igual que las agencias tradicionales. La diferencia es que las OTAs apuntan a un público casi que 100% Leisure mientras que las tradicionales también manejan tráfico (sic) corporativo”*⁷⁷.
- **LATAM**⁷⁸: *“Para LATAM Airlines Colombia, las agencias AVIATUR y MARS TRAVEL, si son competencia, la misma se da por las siguientes causas:*

⁷³ Ver expedientes Nos. 18-116695 (AVIATUR S.A. y VIAJES ISA S.A.), 18-236264 (AVIATUR S.A y SGO TRAVEL S.A.S.), 18-313781 (AVIATUR S.A.S. y VIAJES DEL COMERCIO LTDA.) entre otros.

⁷⁴ **AEROREPÚBLICA S.A.** es una aerolínea comercial, la cual presta el servicio de transporte aéreo de pasajeros. En Colombia presta su servicio en trayectos nacionales e internacionales. Desde el 2016 opera en el país bajo la marca de su filial de bajo costo Wingo. Disponible en <https://www.wingo.com/>. Consulta 27 de febrero de 2020.

⁷⁵ Ver Resolución No. 9159 de 2020 pág. 16. Integración empresarial **AVIATUR S.A. y CHICO TOURS**.

⁷⁶ **AIR CANADA SUCURSAL COLOMBIA, AIR EUROPA LINEAS AEREAS SOCIEDAD ANONIMA, SOCIEDAD AIR FRANCE, DELTA AIR LINES INC SUCURSAL DE COLOMBIA.**, son aerolíneas comerciales de pasajeros, las cuales cubren únicamente trayectos internacionales desde y hacia Colombia. Disponibles en <https://www.aircanada.com/ca/en/aco/home.html>, <https://www.aireuropa.com/>, <https://www.airfrance.com.co/> y <https://es.delta.com/>. Consulta 27 de febrero de 2020.

⁷⁷ Ver Resolución No. 9159 de 2020 pág. 17. Integración empresarial **AVIATUR S.A. y CHICO TOURS**.

⁷⁸ **AEROVIAS DE INTEGRACIÓN REGIONAL S.A y/o LATAM AIRLINES COLOMBIA** es una aerolínea comercial de pasajeros colombiana, filial de LATAM Airlines (aerolínea chilena), la cual tiene presencia en Colombia a través de vuelos nacionales e internacionales. Disponible en https://www.latam.com/es_co/. Consulta 27 de febrero de 2020.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

1. *Venta de tiquetes aéreos:*

Se realiza por medio de oficinas de venta y página (sic) web de la Aerolínea, los cuales pueden ser nacionales e internacionales (...).

(...)

Las Agencias de Viajes en línea (OTA) participan en el mercado de distribución de servicios de transporte aéreo y de turismo, por lo que, si compiten con las agencias de viaje presenciales, ya que ambas venden los mismos servicios, pero su factor diferencial son los mecanismos que utilizan para disponibilizarlos al cliente final.

Es importante mencionar que las OTA facilitan la búsqueda de diferentes servicios ante los usuarios ampliando así los márgenes de búsqueda tradicionales que actualmente se tienen en las agencias de viajes presenciales, entregando informacional adicional de destinos y/o actividades o turismo a los cuales los usuarios pueden acceder, sin ningún tipo de intermediación.”⁷⁹ Subrayado fuera del texto original.

- **AVIANCA**⁸⁰: *“Tradicionalmente, los tiquetes aéreos y los paquetes turísticos eran reservados a través de una agencia de viajes con un establecimiento físico (bricks-and-mortar travel agents o agencias de viajes offline); sin embargo, con el surgimiento del internet y el aumento exponencial de su uso, este tipo de agencias ha visto ascender una presión competitiva altísima por parte de las OTA. Igualmente, ha surgido un proceso de convergencia en donde aspectos de unas y otras se han encontrado en un mismo agente: OTA, que suplementan sus servicios online con call centers y agencias de viajes offline con una presencia complementaria online.*

Las OTA han traído dinamismo al eslabón de la distribución de paquetes turísticos, otorgándole a los consumidores finales mayores opciones y comodidades. Esto ha sido posible gracias a la tecnología que las OTA usan y que busca garantizar la mejor experiencia a sus usuarios, otorgándoles información al instante sobre disponibilidad, consumidores que ya han adquirido el mismo servicio, calificación del servicio otorgada por otros consumidores, reserva instantánea, además de la oferta de otros servicios adicionales como seguros. Adicionalmente, las OTA permiten que el consumidor final tenga información más completa del mercado, lo que le permite ajustar la fecha y el horario del vuelo de acuerdo a sus restricciones presupuestales. En las agencias offline, por el contrario, quien tiene acceso de manera directa a tal información es el agente, por lo que la información que recibe el usuario final es intermediada.

El mercado de las OTA está tendiendo a consolidarse y a posicionar jugadores globales en el mercado como Expedia y Priceline. Esta consolidación se ha intensificado con la importancia que han tomado los metabuscadores en la industria del turismo y con las recientes integraciones entre OTA y meta buscadores, como Kayak con Priceline y Expedia con Trivago. Esta relativa importancia que están tomando las OTA en la industria del turismo puede impulsar y dinamizar la competencia en otros eslabones de la cadena, como lo sería el eslabón de oferta de servicios turísticos, pues una de las posibles funciones que podrían llegar a cumplir las OTA sería la de “ser unas plataformas que permitieran la comparabilidad de las tarifas, garantizando por esta vía la transparencia de los precios y la competencia”⁸¹.

De acuerdo con lo anterior, esta Superintendencia considera que el mercado de comercialización de tiquetes nacionales, tiquetes internacionales y otros servicios turísticos debe considerar no solo las ventas de estos servicios a través de las agencias de viaje, sino también aquellas realizadas directamente por los proveedores de los mismos por medio de los siguientes canales: (i) oficinas físicas, (ii) portal web y (iii) agencias de viaje.

⁷⁹ Ver Resolución No. 9159 de 2020 pág. 17. Integración empresarial **AVIATUR S.A. y CHICO TOURS**.

⁸⁰ **AEROVÍAS DEL CONTINENTE AMERICANO S.A. AVIANCA**. es una aerolínea colombiana, la cual tiene como objeto social principal la prestación del servicio de transporte aéreo de pasajeros. Presta su servicio en trayectos nacionales como internacionales. Disponible en <https://www.avianca.com/co/es/>. Consulta 27 de febrero de 2020.

⁸¹ Ver Resolución No. 9159 de 2020 pág. 17. Integración empresarial **AVIATUR S.A. y CHICO TOURS**.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

11.4.1.5. Conclusión del mercado de producto

En mérito de lo anteriormente expuesto en los numerales 11.4.1.1 a 11.4.1.4, este Despacho establece que los mercados relevantes para efectos del presente análisis son los siguientes:

- (i) Comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional.
- (ii) Comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional.
- (iii) Comercialización de otros servicios turísticos.

Esta Superintendencia advierte que, dada la naturaleza cambiante de los mercados, y en especial de aquellos relacionados con tecnología y servicios, las definiciones utilizadas como base del análisis realizado en la presente resolución están sujetas a cambios propios de la dinámica misma del mercado.

11.4.2. Mercado geográfico

Para la correcta determinación del mercado relevante es necesario considerar la dimensión geográfica, que hace referencia a la zona en la que las **INTERVINIENTES** compiten y aquella en la que las condiciones de competencia son similares.

De acuerdo a la información obrante en el Expediente, **AVIATUR** tiene presencia en gran parte del territorio nacional a través de más de 250 sucursales, mientras que **MARS TRAVEL** está presente en el mercado local de Medellín donde cuenta con una oficina⁸².

Respecto del alcance geográfico de los mercados de comercialización de (i) tiquetes aéreos nacionales; (ii) tiquetes aéreos internacionales, y (iii) otros servicios turísticos, esta Superintendencia en decisiones anteriores⁸³ ha determinado que éstos pueden ser ofrecidos por las agencias de viaje en cualquier parte del territorio nacional, sin que existan barreras que exijan o permitan subdividir el mercado geográfico en diferentes regiones al interior del país.

Adicionalmente, las dinámicas del mercado en cuestión y su evolución en diferentes medios de comunicación como el internet, permiten a cualquier persona dentro del territorio nacional acceder a los servicios mencionados ya sea a través de métodos de venta directos o indirectos.

Así, teniendo en cuenta que no existen barreras geográficas para que las **INTERVINIENTES** y sus competidores ofrezcan sus servicios a través de diversos canales de distribución, y comoquiera que tienen la capacidad de cubrir la demanda a nivel nacional, para la operación de integración objeto de estudio se entenderá que el mercado geográfico abarca todo el territorio nacional.

11.4.3. Conclusión del mercado relevante

En conclusión, los mercados relevantes sobre los cuales se analizarán los posibles efectos de la operación de integración en el territorio colombiano, corresponden a la comercialización de los siguientes servicios a nivel nacional: (i) tiquetes aéreos con destino internacional; (ii) tiquetes aéreos con destino nacional; y (iii) otros servicios turísticos. Cada uno de los servicios arriba listados corresponden a un mercado en sí mismo.

⁸² Folio 5 del Cuaderno Reservado de Intervenientes No. 1 del Expediente.

⁸³ Resolución SIC No. 60515 de 2018. Integración Empresarial **AVIANCA – PRICE TRAVEL**. Estudio económico de integración empresarial No. 19-93462 entre **DESPEGAR** y **VIAJES FALABELLA**. Estudio económico de integración empresarial No. 19-214028 entre **AVIATUR** y **SWISS ANDINA**. Entre otras.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

11.5. ANÁLISIS DEL MERCADO RELEVANTE

El porcentaje de participación que tenga cada empresa dentro del total de las ventas del mercado analizado, se convierte en un importante aspecto en el marco del análisis de competencia, toda vez que el mismo se encuentra directamente relacionado con el poder de mercado que tiene cada empresa.

Así, con la determinación de las cuotas de participación de los agentes activos en los mercados relevantes es posible precisar de manera preliminar las condiciones de concentración que presentan los mismos. De igual forma, permitirá evaluar la capacidad de reacción que pueden tener los competidores de las **INTERVINIENTES** frente a la operación objeto de estudio.

Con base a lo anteriormente señalado, esta Superintendencia presentará la estructura de los mercados que involucran la venta de tiquetes aéreos a través de dos (2) escenarios:

- (i) **Escenario No. 1:** incluye únicamente las ventas a través de agencias de viajes. Es el escenario más restrictivo posible.
- (ii) **Escenario No. 2:** incluye a las aerolíneas como competidoras de las agencias de viaje. Es un escenario más amplio.

En cuanto a la estructura del mercado de otros servicios turísticos, esta Superintendencia estimó las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** y sus competidores inmediatos con base en las cifras allegadas mediante respuestas a requerimientos de información. Lo anterior, con el fin de establecer si el incremento en las ventas que obtendría **AVIATUR** generaría preocupaciones en términos de libre competencia.

11.5.1. Estructura de los mercados relevantes

Con el fin de estimar las cuotas de participación de los agentes que intervienen en los mercados de tiquetes aéreos internacionales y nacionales, esta Superintendencia calculó las cuotas de mercado de las **INTERVINIENTES** con base en la información de ventas allegada mediante respuestas a requerimientos de información.

11.5.1.1. Mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional

- (i) **Escenario No. 1:**

Para estimar las participaciones de las **INTERVINIENTES** en el escenario más restrictivo, esta Superintendencia utilizó las ventas de las aerolíneas que venden tiquetes aéreos con destino internacional solamente a través de agencias de viajes. En la siguiente tabla se relacionan las participaciones calculadas para el 2018:

Tabla No. 6
Cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional (sin incluir aerolíneas)

EMPRESA	2018	% ANTES	% DESPUES
AVIATUR			
MARS TRAVEL			
OTROS			
TOTAL		100%	100%

Fuente: Construcción GTIE-SIC.

De acuerdo con la información presentada en la anterior tabla, se observa que para el año 2018 **AVIATUR** tuvo una participación del ██████%, mientras que **MARS TRAVEL** obtuvo una participación

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

del [REDACTED]%. Así, de llevarse a cabo la operación proyectada, el agente integrado obtendría una participación del [REDACTED]%.

De conformidad con lo anterior, se observa que la estructura del mercado de venta de tiquetes aéreos con destino internacional no se modificaría de manera significativa, toda vez que la participación de **MARS TRAVEL** es marginal [REDACTED].

Es preciso mencionar que mediante Resolución No. 9159 de 2020, esta Superintendencia aprobó la integración empresarial entre **AVIATUR S.A.**, y **CHICO TOURS LTDA**. En el marco del análisis de la transacción propuesta, se constató que **CHICO TOURS** aportaría [REDACTED] puntos porcentuales a la cuota de participación de **AVIATUR** en este mercado, situación que no generó preocupaciones en términos de libre competencia.

Ahora bien, este Despacho advierte que se encuentran en trámite tres (3) operaciones de integración empresarial: (i) **AVIATUR S.A.**, y **ABORDOFAST S.A.S.**; (ii) **AVIATUR S.A.**, y **THG TRAVEL HOLDING GROUP S.A.S.**; y (iii) **AVIATUR S.A.**, y **VIAJES Y TURISMO CLAUDIA RAMÍREZ S.A.S.**, (en adelante, las **OPERACIONES PROYECTADAS**). Una vez materializadas las **OPERACIONES PROYECTADAS**, la participación total de **AVIATUR** se incrementaría en [REDACTED] puntos porcentuales en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos internacionales en este escenario.

(ii) Escenario No. 2:

Como se indicó anteriormente, esta Superintendencia estimó las participaciones de las **INTERVINIENTES** en un mercado más amplio en el que se incluyeron las ventas de tiquetes internacionales a través de agencias de viajes y a través de aerolíneas. La información solicitada a las aerolíneas corresponde a las ventas de tiquetes aéreos con destino internacional a través de sus oficinas físicas, portal web y agencias de viajes. En la siguiente tabla se relacionan las participaciones calculadas para el 2018:

Tabla No. 7
Cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional (incluyendo aerolíneas)

EMPRESA	2018	% ANTES	% DESPUES
AVIATUR			
MARS TRAVEL			
OTROS			
TOTAL		100%	100%

Fuente: Construcción GTIE-SIC.

De acuerdo con las cifras presentadas, se observa que en 2018 **AVIATUR** tuvo una participación del [REDACTED]%, mientras que **MARS TRAVEL** tuvo una participación del [REDACTED]%. Así, de llevarse a cabo la operación proyectada, el agente integrado obtendría una participación del [REDACTED]%.

De conformidad con lo anterior, se observa que la estructura del mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino internacional no se modificaría de manera significativa, toda vez que **AVIATUR** incrementaría su participación en [REDACTED].

En virtud de los resultados presentados, no se considera procedente continuar con un análisis más detallado del mercado de tiquetes aéreos con destino internacional en este escenario.

Es importante mencionar, que bajo este escenario, la integración empresarial entre **AVIATUR S.A.**, y **CHICO TOURS LTDA** le aportó [REDACTED] puntos porcentuales a la participación de **AVIATUR**, situación que no genera preocupaciones en términos de libre competencia.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

Se precisa además, que una vez materializadas las **OPERACIONES PROYECTADAS**, la participación total de **AVIATUR** se incrementaría en [REDACTED] puntos porcentuales en el mercado de comercialización tiquetes aéreos internacionales en este escenario.

11.5.1.2. Mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional

(i) Escenario No. 1:

Para calcular las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** en el mercado más restringido, esta Superintendencia utilizó la información de ventas de tiquetes aéreos con destino nacional solamente a través de agencias de viajes. En la siguiente tabla se relacionan las participaciones estimadas para el 2018:

Tabla No. 8
Cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional (sin incluir aerolíneas)

EMPRESA	2018	% ANTES	% DESPUES
AVIATUR			
MARS TRAVEL			
OTROS			
TOTAL		100%	100%

Fuente: Construcción GTIE-SIC.

Como se observa, en 2018 **AVIATUR** tuvo una participación del [REDACTED]%, mientras que **MARS TRAVEL** alcanzó una cuota de tan solo el [REDACTED]%. Así, de llevarse a cabo la operación proyectada, el agente integrado obtendría un aumento poco significativo en su participación de mercado, alcanzando una cuota del [REDACTED]%

Es importante mencionar, que la integración empresarial entre **AVIATUR S.A.**, y **CHICO TOURS LTDA** le aportó [REDACTED] puntos porcentuales a la participación de **AVIATUR** en este mercado, situación que no generó preocupaciones en términos de libre competencia.

Se precisa además, que una vez materializadas las **OPERACIONES PROYECTADAS**, la participación total de **AVIATUR** se incrementaría en [REDACTED] puntos porcentuales en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos nacionales en este escenario.

(i) Escenario No. 2:

Para calcular las cuotas de mercado de las **INTERVINIENTES** en un escenario más amplio en el que se consideren, en la venta de tiquetes aéreos con destino nacional, tanto a las agencias de viajes como a las aerolíneas, se tuvo en cuenta la totalidad de ventas de tiquetes aéreos con destino nacional a través de oficinas físicas de las aerolíneas, portal web y agencias de viajes. En la siguiente tabla se relacionan las participaciones calculadas para el 2018:

Tabla No. 9
Cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional (incluyendo aerolíneas)

EMPRESA	2018	% ANTES	% DESPUES
AVIATUR			
MARS TRAVEL			
OTROS			
TOTAL		100%	100%

Fuente: Construcción GTIE-SIC.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

De acuerdo con las cifras presentadas, se observa que para el año 2018 **AVIATUR** tuvo una participación del ■■■%, mientras que **MARS TRAVEL** tuvo una participación del ■■■%. Así, como resultado de la operación proyectada, el agente integrado obtendría una participación del ■■■%.

De conformidad con lo anterior, se concluye que la estructura del mercado de comercialización de tiquetes aéreos con destino nacional no se modificaría de manera significativa, toda vez que el aumento en la participación de **AVIATUR** sería menor a ■■■■.

En virtud de lo anterior, no se considera procedente continuar con un análisis más detallado del mercado de intermediación en la comercialización y reserva de tiquetes aéreos con destino nacional en este escenario.

Es importante mencionar, que la integración empresarial entre **AVIATUR S.A.**, y **CHICO TOURS LTDA** le aportó a la cuota de participación a **AVIATUR** ■■■ puntos porcentuales en este mercado, situación que no genera preocupaciones en términos de libre competencia.

Se resalta además, que una vez materializadas las **OPERACIONES PROYECTADAS**, la participación total de **AVIATUR** se incrementaría en ■■■% puntos porcentuales en el mercado de comercialización de tiquetes aéreos nacionales en este escenario.

11.5.1.3. Mercado de comercialización de paquetes y servicios turísticos

Para calcular la participación de las **INTERVINIENTES** en este mercado, esta Superintendencia tuvo en cuenta las cifras allegadas por algunos de los competidores requeridos, y encontró que la participación conjunta de **AVIATUR** y **MARS TRAVEL** en 2018 fue inferior al ■■■%. Es importante tener presente que la cifra calculada puede ser menor toda vez que a la fecha algunos de los competidores requeridos, que juegan un papel importante en el mercado, no pudieron allegar su información. De esta manera, este Despacho encuentra que la operación proyectada no genera preocupaciones en términos de competencia en este mercado.

Adicional al ejercicio anterior, este Despacho consideró importante, con el fin de establecer el efecto que podría generar la operación proyectada en términos de concentración, calcular cuánto representan las ventas de **MARS TRAVEL** en las ventas de **AVIATUR** para los últimos tres años.

Tabla No. 10
Proporción de las ventas de MARS TRAVEL entre las ventas de AVIATUR

AÑO	VENTAS (COP\$)		PROPORCIÓN DE LAS VENTAS
	AVIATUR	MARS TRAVEL	
2016			
2017			
2018			

Fuente: Construcción GTIE-SIC.

De acuerdo a la información presentada, se observa que la proporción de las ventas entre **MARS TRAVEL** respecto de las de **AVIATUR** se ha incrementado en ■■■ puntos porcentuales entre 2016 y 2018.

De manera preliminar, este Despacho observa que el efecto inmediato de la operación proyectada no generaría preocupaciones en términos de libre competencia, toda vez que las ventas de **MARS TRAVEL** representarían un aumento ■■■■ en las ventas que por estos servicios obtendría **AVIATUR**.

En virtud de lo anterior, no se considera procedente continuar con un análisis más detallado del mercado de intermediación en la comercialización y reserva de paquetes y servicios turísticos

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

11.5.2. Relación comercial con los proveedores

En decisiones anteriores, esta Superintendencia ha indicado que los principales proveedores de los productos y servicios que ofrecen las agencias de viajes en los tres (3) mercados identificados son: las aerolíneas, las agencias mayoristas u operadoras, los hoteles, empresas de transporte terrestre y marítimo, centros de convenciones y ferias, entre otros⁸⁴.

Respecto de la relación comercial con dichos proveedores, las **INTERVINIENTES** informaron que:

“Las agencias de viajes en calidad de intermediarias, manejan su relación comercial con los proveedores de los servicios a través de contratos de agencia comercial según los cuales se pacta una comisión a favor de las agencias de viajes por la comercialización de los productos del proveedor. Generalmente no se pactan cláusulas de exclusividad por cuanto toda agencia de viajes puede ofrecer y comercializar los productos de cualquier proveedor y de hecho para efectos de prestar un mejor servicio, los sistemas de reservas permiten el acceso a toda la información de los principales proveedores”⁸⁵.

Particularmente, en relación con el contrato de agencia comercial que suscriben las agencias de viajes con las aerolíneas, las **INTERVINIENTES** señalaron que:

“(…) La relación entre las aerolíneas y las agencias de viajes se circunscribe por el contrato de Agencia Comercial en virtud del cual la agencia se compromete a comercializar los tiquetes aéreos en los destinos, rutas, frecuencias y tarifas establecidas por la aerolínea, a cambio de una comisión (…)”⁸⁶.

Por lo anterior, este Despacho ha concluido que la capacidad de las agencias de fijar precios distintos de los determinados por sus proveedores es limitada, y en el caso de las aerolíneas está incluso restringida.

En tal sentido, se reitera que **AVIATUR** no está en capacidad, ni lo podrá estar con posterioridad a la operación proyectada, de determinar unilateralmente los precios de los productos que comercializa, pues estos se encuentran limitados en virtud de la relación comercial con sus proveedores. Igual ocurre con los demás servicios turísticos que prestan las **INTERVINIENTES**, toda vez que los proveedores de los mismos, son contratados con terceros, quienes establecen sus tarifas y/precios, y otorgan solo una comisión a **AVIATUR** en este caso, o a las agencias de viajes en general.

Debe señalarse que, si bien los productos y servicios comercializados por las agencias de viajes se diferencian de los de sus proveedores por el valor agregado del empaquetamiento y la diversidad de opciones, lo cual lleva a que, desde la óptica de la demanda, no puedan ser considerados como sustitutos cercanos, lo cierto es que desde el punto de vista de la oferta sí existe una presión competitiva importante sobre las agencias de viajes, por parte de sus propios proveedores, quienes no solo pueden limitar el actuar de las mismas en su calidad de agentes comerciales, sino que además están en capacidad de disciplinar la competencia en el mercado.

En esta medida, esta Superintendencia encuentra que las características habituales de las relaciones comerciales entre las agencias de viajes y sus proveedores de productos y servicios turísticos, así como el contacto directo que pueden tener estos últimos con el cliente final, son condiciones que permiten minimizar el riesgo de que las **INTERVINIENTES** restrinjan

⁸⁴ Folio 6 reverso del Cuaderno Reservado No. 1 del Expediente.

⁸⁵ Folio 7 del Cuaderno Reservado No. 1 del Expediente.

⁸⁶ Folio 8 reverso del Cuaderno Reservado No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

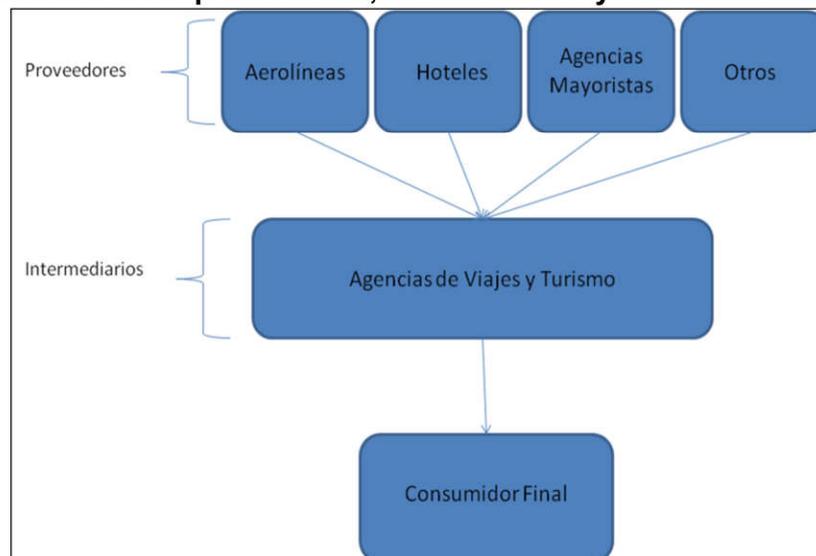
indebidamente las condiciones de competencia de los mercados involucrados, de manera rentable y sostenida.

11.5.3. Efectos verticales de la operación

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. 1
Relación entre proveedores, intermediarios y consumidor final



Construcción por **GTIE-SIC**.

Como se observa en el diagrama anterior, entre los proveedores se encuentran aerolíneas, hoteles y 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 **MARS TRAVEL** como agencia de viajes no es significativa, por lo que los efectos verticales derivados de la operación no son preocupantes. Igualmente, la posibilidad de limitar el acceso a agencias de viajes competidoras de **AVIATUR** a los servicios ofrecidos por las empresas pertenecientes al **GRUPO AVIATUR** no es factible, ya que **MARS TRAVEL** no puede garantizar el volumen de ventas que actualmente dichas empresas obtienen por ventas a agencias que no hacen parte del mencionado grupo.

Como se indicó previamente, la operación proyectada no modifica significativamente la estructura actual de ninguno de los mercados evaluados. Lo anterior, teniendo en cuenta que **MARS TRAVEL** tiene una participación marginal en los mercados de tiquetes internacionales, tiquetes nacionales y otros servicios turísticos, razón por la que la participación de mercado de **AVIATUR** no tendría un aumento sustancial.

Existe además una fuerte presión competitiva por parte de los propios proveedores de los productos y servicios que comercializan las **INTERVINIENTES**, como aerolíneas, empresas de transporte terrestre, hoteles, atracciones turísticas, entre otros, que, por tener también contacto directo con el cliente final, pueden fácilmente disciplinar cualquier intento por parte de las **INTERVINIENTES** de restringir la competencia de manera rentable y sostenida.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

Adicionalmente, vale la pena resaltar que, para este caso en particular, la participación de **MARS TRAVEL** en los mercados evaluados no es significativa, por lo que los efectos verticales que podrían derivarse de la operación no son preocupantes. Igualmente, la posibilidad de limitar el acceso a agencias de viajes competidoras de **AVIATUR** a los servicios ofrecidos por las empresas pertenecientes al **GRUPO AVIATUR** no es factible, ya que **MARS TRAVEL** no puede garantizar el volumen de ventas que actualmente dichas empresas obtienen por ventas a agencias que no hacen parte del mencionado grupo.

De acuerdo con el estudio de integración adelantado, no se evidencia que, como consecuencia de la operación proyectada, en los términos en los que fue presentada, se pudieran generar efectos restrictivos sobre la libre competencia.

En mérito de lo expuesto en este acto administrativo, esta Superintendencia,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: AUTORIZAR la operación de integración proyectada entre **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.S.**, y **MARS TRAVEL S.A.S.**, en los términos en que fue presentada.

ARTÍCULO 2: ORDENAR la notificación de la presente Resolución a la dirección electrónica que aparezca informada por **AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.S.**, y **MARS TRAVEL S.A.S.**, de acuerdo con lo dispuesto en el aparte considerativo de este acto administrativo, entregándoles copia de la misma en su versión reservada e informándoles que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual podrá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE,

Dada en Bogotá D.C., a los 02/04/2020

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO,

ANDRÉS BARRETO GONZÁLEZ

Elaboró: F. Bejarano
Revisó: C. Liévano/JP. Herrera
Aprobó: JP. Herrera

NOTIFICAR:

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

Nit: 860.000.018-2

Representante Legal

LUIS CARLOS BONÍL GÓMEZ

C.C. No. 79.264.974

E-mail de notificación judicial: elizabethmorales@aviatur.com

Bogotá D.C. - Colombia

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 19-240710

VERSIÓN PÚBLICA

MARS TRAVEL S.A.S.

Nit: 900.954.364-4

Representante Legal

LUIS MIGUEL MARSIGLIA BERRÍO

C.C. No. 3.383.971

E-mail de notificación judicial: marsiglia15@hotmail.com

Medellín - Colombia