



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010

09 DIC 2010

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición contra
la Resolución No. 50342 del 22 de septiembre de 2010

Radicación: 07 – 098579

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

en ejercicio de sus facultades legales y en especial las previstas en el numeral 54, artículo 3 del Decreto 3523 de 2009, modificado por el artículo 3 del Decreto 1687 de 2010, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 50 del Código Contencioso Administrativo

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que mediante Resolución No. 50342 del 22 de septiembre de 2010, esta Superintendencia sancionó a la sociedad OSSA & ASOCIADOS S.A. VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL, en adelante "OSSA & ASOCIADOS S.A." por haber incurrido en la conducta de abuso de posición de dominio prevista en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992.

En el mismo acto administrativo se sancionó a la señora LINA MARÍA OSSA ARISTIZABAL, en su calidad de Representante legal de la empresa OSSA & ASOCIADOS S.A., por haber ejecutado la conducta anticompetitiva que se le imputó a la persona jurídica que representa.

SEGUNDO: Que la Resolución No. 50342 de 2010, se notificó personalmente al apoderado de OSSA & ASOCIADOS S.A. VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL y por edicto a la apoderada de la representante legal, el cual fue desfijado el 4 de octubre de 2010.

TERCERO: Que estando dentro del término legal y observando los requisito previstos en la ley, OSSA & ASOCIADOS S.A., y LINA MARÍA OSSA ARISTIZABAL, a través de sus apoderados presentaron recursos de reposición en los que solicitan que se revoque las sanciones impuestas y se ordene el archivo de la investigación.

CUARTO: Que de conformidad con lo establecido en el artículo 56 del Código Contencioso Administrativo, los recursos de reposición deben resolverse de plano, salvo que el funcionario decrete pruebas de oficio. En el presente caso teniendo en cuenta la evidencia que obra en el expediente y que las pruebas anexas en el recurso de reposición, en su mayoría ya obran en el expediente, no se considera procedente decretar pruebas de oficio.

QUINTO: Que de conformidad con el artículo 59 del Código Contencioso Administrativo, este Despacho procede a resolver los recursos interpuestos, siguiendo para tal efecto el orden planteado en los mismos, analizando en primer término el de la Sociedad y posteriormente el del Representante Legal.

Es importante aclarar que, de conformidad con lo manifestado en el Considerando Cuarto de la presente Resolución, no se tendrán en cuenta las nuevas pruebas aportadas con el recurso de reposición, ni se decretarán las solicitadas por ser improcedentes. No obstante, se analizarán los argumentos que al respecto se incluyen en los recursos.

5. 1. OSSA & ASOCIADOS S.A.

5.1.1. Derechos constitucionales y legales comprometidos en el transcurso de la investigación.

Argumentos del recurso

El recurrente reitera argumentos presentados en las observaciones al Informe Motivado, relacionados con la vulneración de los principios de igualdad, necesidad y valoración de la prueba, indebida motivación de la Resolución recurrida y violación de los derechos al debido proceso y a la defensa.

Se insiste en señalar que las afirmaciones de la Superintendencia sobre la existencia de una posición dominante de la sociedad OSSA & ASOCIADOS S.A. y el abuso de la misma, están basadas en la apreciación subjetiva y parcial de un solo testimonio, que no se efectuó una valoración integral de las pruebas regularmente aportadas al proceso, y que no existen normas de derecho positivo que prohíban o sancionen la venta de la boletería por el sistema de abonos.

También se alega que en los testimonios transcritos, tanto en el Informe como en la Resolución objeto de recurso, no se incluyen las preguntas formuladas a los testigos por parte del apoderado de los investigados ni sus respuestas, lo que a juicio del recurrente constituye una ruptura del equilibrio procesal, *"haciendo que, una de las partes quede en absoluta indefensión frente a las determinaciones que haya de adoptar el señor Superintendente, en cuanto a que, aun existiendo pruebas a su favor que bien podrían resultar esenciales para su causa, sean excluidas y totalmente desestimadas en el informe motivado y en la Resolución sanción de la referencia"*.

Finalmente, se señala la vulneración del derecho de defensa por considerar que en el presente caso la Superintendencia fundamenta su decisión en la aplicación e interpretación de ordenamientos jurídicos que no se aplican en Colombia y que tampoco están incorporados en nuestro ordenamiento positivo interno.

En este sentido, a partir lo manifestado por la Corte Constitucional en la sentencia T-375 de 1997, el recurrente afirma que la Corte reconoce la ausencia de un desarrollo legal específico y reitera *"la inexistencia de normas de derecho positivo Colombiano que regulen de manera integral, clara y taxativa las conductas y diferentes prácticas que conlleven, como en el caso sub-exámene la POSICIÓN DOMINANTE DE OSSA & ASOCIADOS S.A"*.

Consideraciones del Despacho

Inicialmente es importante advertir que los argumentos sobre la supuesta violación de los principios de igualdad y necesidad de la prueba, omisión o indebida valoración de la misma, desconocimiento del debido Proceso y derecho de defensa e indebida motivación, ya habían sido planteados en las observaciones al Informe Motivado y resueltos en la decisión Recurrida; revisada nuevamente la actuación adelantada por esta Entidad y la evidencia que obra en el expediente, se debe reiterar que tales argumentos no son de recibo por las razones ya expuestas en la Decisión recurrida.

De acuerdo con lo expuesto en la parte motiva de la Resolución objeto del presente recurso, se debe concluir que las decisiones adoptadas por esta Superintendencia están basadas en

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 3

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

la valoración integral de las pruebas regularmente aportadas al proceso, sin que sea necesario que en la decisión se transcriban de manera integral, como lo alega el recurrente, los testimonios y demás pruebas que obran en el expediente.

Respecto de la necesidad de la prueba y su valoración integral, valga decir que la Delegatura para la Protección de la Competencia, mediante Resolución No. 10485 del 24 de febrero de 2010, decretó las pruebas solicitadas por los Investigados que consideró conducentes, pertinentes y necesarias y ordenó de oficio la práctica de otras, decretando como documentales todos los documentos recaudados dentro de la averiguación preliminar y todos los documentos aportados por el Apoderado de los Investigados; se ofició a la Federación Colombiana de Fútbol para que enviara información relacionada con la comercialización de la boletería para los partidos disputados por la Selección Colombia en calidad de local, en el marco de las eliminatorias al mundial "Sudáfrica 2010" y su contratación. Se decretaron de oficio los testimonios de Rodrigo Cobo Arizabaleta, en su calidad de Gerente Administrativo y Financiero de la FEDEFUTBOL, Gabriel Meluk e Iván Mejía Álvarez en su calidad de periodistas deportivos y Luis Bedoya Giraldo presidente de la FEDEFUTBOL. Así mismo, se decretó el interrogatorio de parte de Lina María Ossa Aristizábal en su calidad de Representante Legal de la empresa investigada y la Visita de inspección a las oficinas de OSSA & ASOCIADOS S.A.

Durante la etapa probatoria se practicaron todas las pruebas decretadas por la Delegatura, enunciadas anteriormente y de su valoración integral plasmada en la Resolución recurrida quedó establecida la ocurrencia de los hechos imputados.

En este orden, no le asiste razón a los recurrentes al pretender vulnerados en la investigación los principios de necesidad e irregular valoración de la prueba, o la omisión del decreto de dictámenes periciales ni testimonios técnicos, pues con las pruebas obrantes en el expediente, que se decretaron y que oportunamente se allegaron y con su debida valoración, se verificó el abuso de la posición de dominio por parte de OSSA Y ASOCIADOS.

Teniendo en cuenta que en este aparte, el recurrente se refiere de manera general a la indebida valoración de las pruebas el Despacho, al pronunciarse sobre los demás argumentos del recurso, hará referencia expresa a las pruebas supuestamente no valoradas y al hecho de que las decisiones adoptadas por esta Entidad en el Acto Recurrido están fundamentadas a partir de la apreciación subjetiva y parcial de un solo testimonio.

De otra parte, en lo relacionado con la inexistencia normas de derecho positivo que prohíban o sancionen la venta de la boletería por el sistema de abonos, se reitera lo manifestado en la Resolución objeto de recurso en el siguiente sentido:

"(...) en la presente actuación no se reprocha la venta de boletas a través del sistema de abonos, lo que se desaprueba es que la empresa investigada, en ejercicio de su posición de dominio, haya subordinado la venta de la entrada al juego Colombia-Brasil a adquirir las entradas a los juegos Colombia-Venezuela y Colombia-Argentina, lo que determinó que los consumidores no hubieran tenido la opción de adquirir de manera separada boletas para cada uno de los partidos, en cualquiera de las localidades del estadio.

(...)

"Así, esta Entidad enfatiza que la conducta generada por OSSA & ASOCIADOS es reprochable, por ser la conjunción de la existencia de posición de dominio, la subordinación de la venta de bienes diferentes y por generar un efecto explotativo sobre

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

los consumidores al no proporcionar suficiente información y restringir completamente el acceso a ciertas localidades del estadio. (se resalta).

Tal comportamiento, contrario a lo manifestado por el Recurrente, se encuentra expresamente prohibido por nuestro ordenamiento jurídico, en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, según el cual constituye un abuso de posición dominante en el mercado “[s]ubordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyan el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido por otras disposiciones”.

Cabe recordar que las normas sobre libre competencia no solo tienen como finalidad proteger a los competidores, sino al mercado en general y de manera especial a los consumidores y usuarios. Es así como en el artículo 2 del Decreto 2153 de 1992, norma vigente para la época de los hechos¹, al establecerse como función a cargo de esta Superintendencia velar por la observancia de las normas sobre promoción de la competencia se reconocía como finalidades de las mismas “... mejorar la eficiencia del aparato productivo nacional; **que los consumidores tengan libre escogencia y acceso a los mercados de bienes y servicios; que las empresas puedan participar libremente en los mercados; y, que en el mercado exista variedad de precios y calidades de bienes y servicios.**”(se resalta)

La anterior disposición constituye desarrollo de lo dispuesto en el artículo 333 de nuestra Constitución Política en la que se consagra la libre competencia económica como “un derecho de todos que supone responsabilidades” y se establece que el “Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional”. (se resalta)

Por lo tanto, no es cierto que en este caso no exista norma en nuestro derecho positivo que prohíba la conducta sancionada en la Decisión recurrida. La jurisprudencia nacional y doctrina extranjera citada, tiene como objeto mostrar que la aplicación de la norma efectuada por esta Superintendencia, no sólo se ajusta a nuestro ordenamiento jurídico, sino que corresponde a la interpretación que sobre el concepto de abuso de la posición dominante ha señalado nuestra Corte Constitucional, la cual coincide igualmente con la interpretación que en esta materia, ha sido acogida por otras autoridades de competencia en el mundo.

5.1.2. Pruebas debidamente solicitadas y no decretadas por la Superintendencia

Argumentos del recurso

En este acápite del recurso se reitera lo manifestado en el documento de observaciones al Informe Motivado en el cual se afirma que el Apoderado, en escrito radicado ante la Superintendencia el 23 de febrero de 2010, ratificó la solicitud de pruebas testimoniales solicitadas en la contestación de la investigación, señalando que dicha solicitud “*acató el*

¹ Este artículo fue modificado por el artículo 3 de la ley 1340 de 2009, norma que igualmente reconoce como propósitos de las actuaciones administrativas de la Superintendencia “Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección de la competencia; atender las reclamaciones o quejas por hechos que pudieren implicar su contravención y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica”,

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 5

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

cumplimiento de lo establecido en el artículo 219 del C.P.C., escrito que según se afirma en el recurso no fue contestado por la SIC, toda vez que mediante Resolución No. 10485 de 2010 se negó la práctica de los testimonios solicitados *“por cuanto el Apoderado omitió indicar sucintamente el objeto de la prueba ...”*, lo que a juicio del recurrente demuestra que *“el Despacho no consideró nunca la solicitud legítima y ajustada a derecho que fue reiterada con el escrito referido.”*

Sobre la oportunidad procesal para solicitar la pruebas en el recurso, se manifiesta que de conformidad con lo establecido en el artículo 34 del C.C.A. *“Durante la actuación administrativa se podrán pedir y decretar pruebas y allegar informaciones sin requisitos ni términos especiales, de oficio o a petición del interesado”* y que su representado en dos oportunidades con anterioridad al decreto de las pruebas solicitó la práctica de testimonios, razón por la cual con el rechazo de las mismas se vulneraron derechos jurídico constitucionales de los Investigados. En este sentido solicitan que se reabra la etapa probatoria en la presente investigación.

Consideraciones del Despacho

Al respecto nos remitimos a lo expresado en la Resolución recurrida en el sentido de que *“revisado el expediente, se observa que en la presente actuación se dio cumplimiento al procedimiento establecido en el artículo 52 del Decreto 2153 de 1992, habiéndose respetado, las oportunidades previstas en el mismo para el ejercicio de los derechos de defensa y contradicción”*.

De acuerdo con el procedimiento previsto en la disposición mencionada esta Superintendencia al ordenar la apertura de la investigación, concedió a los Investigados un plazo para solicitar y aportar pruebas, decisión que fue debidamente notificada a los mismos.

Nótese que en el procedimiento especial que está llamado a aplicarse por parte de esta Superintendencia, el Investigado no está habilitado para aportar o pedir, durante todo el curso de la investigación, como se sugiere en el recurso, toda vez que la oportunidad prevista en el artículo 52 del Decreto 2153 de 1992, para que el Investigado solicite y aporte pruebas es dentro del término señalado por la Superintendencia al notificar el acto de apertura de la investigación.

Como se evidencia en el expediente el Recurrente, dentro del término otorgado, solicitó la práctica de varios testimonios sin dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 219 del C.P.C., en particular por no haberse mencionado ni siquiera someramente el objeto de los mismos, razón por la cual la Superintendencia con base en lo establecido en la ley negó tales testimonios.

Como se observa, es la ley la que establece los requisitos para solicitar la práctica de pruebas y la indicación del objeto sucinto de la prueba testimonial es indispensable para determinar la necesidad, procedencia y pertinencia de la prueba solicitada. Por lo anterior, la no indicación del objeto del testimonio determina su rechazo. Se reitera que el Consejo de Estado se ha pronunciado en este sentido en varias oportunidades, señalando lo siguiente:

“... en aquellos eventos en que, al solicitarse el decreto de una prueba testimonial, no se indica brevemente el objeto de la misma, es decir que no se expresa cuáles son los hechos que se pretende probar con su práctica, el juez debe negarla. En efecto, este requisito establecido en la ley no constituye una mera formalidad, sino un elemento necesario para que el juez pueda efectuar el respectivo análisis de pertinencia, conducencia y utilidad de la prueba, según lo dispuesto en el artículo 178 del Código de Procedimiento Civil, y, si decide ordenar su práctica”

informar al testigo sobre los hechos objeto de su declaración y preparar debidamente el interrogatorio que deberá hacerle, en cumplimiento del artículo 228 de la misma codificación.”²

A pesar de haberse negado los testimonios solicitados por el apoderado de la Investigada, por incumplir los requisitos del artículo 219 del C.P.C., debe tenerse en cuenta que la Superintendencia decretó de oficio los testimonios de Rodrigo Cobo Arizabaleta, en su calidad de Gerente Administrativo y Financiero de la FEDEFUTBOL, Gabriel Meluk e Iván Mejía Álvarez en su calidad de periodistas deportivos y Luis Bedoya Giraldo presidente de la FEDEFUTBOL. Todos estos testimonios habían sido solicitados por el recurrente y fueron valorados en su integridad.

Ahora bien, sobre el oficio mencionado en el recurso en el cual se informó al Despacho el objeto de los testimonios, se observa que el mismo fue presentado extemporáneamente, esto es, fuera del término otorgado para solicitar las pruebas y, en consecuencia, no podía ser tenido en cuenta. También es importante señalar que contra la decisión que negó la práctica de los testimonios los investigados no presentaron recurso de reposición, recurso cuya procedencia fue expresamente informada por esta Superintendencia.

Por lo tanto, no puede ahora alegarse violación al debido proceso y derecho de contradicción y defensa por parte de esta Superintendencia, cuando lo realmente ocurrido fue un indebido ejercicio de tales derechos por parte de los investigados, al no haber solicitado los testimonios en la oportunidad prevista, con el lleno de los requisitos establecidos en la ley y, posteriormente, al no haber hecho uso de los recursos procedentes, si se consideraba que esta Entidad había indebidamente negado dichos testimonios.

Finalmente, se debe señalar que la garantía del debido proceso tiene como objetivo que las autoridades acaten las normas procesales pertinentes y no puede alegarse su violación cuando el administrado es quien omite dar cumplimiento a requisitos previsto en la ley o deja de ejercer los mecanismos de contradicción y defensa correspondientes.

5.1.3 Mercado Relevante

Argumentos del recurso

El Apoderado después de transcribir apartes de la Resolución recurrida en los que se definió el mercado de producto, afirma que *“PARA LOS INVESTIGADOS COMO PARA LA SUPERINTENDENCIA ES CLARO QUE EL MERCADO PRODUCTO FINAL ES LA VENTA DE BOLETAS PARA ASISTIR A LOS NUEVE PARTIDOS DE LA SELECCIÓN COLOMBIA EN LAS ELIMINATORIAS EL MUNDIAL 2010”*.

Posteriormente, el Apoderado hace referencia a lo planteado en la Resolución No. 50342 de 2010, según lo cual no es posible considerar como sustituto de la entrada a las eliminatorias al mundial a otro tipo de espectáculos, tales como obras de teatro, corridas de toros, conciertos de música, festivales de ópera, entre otros y sugiere que lo expresado en la Resolución *“fue encaminado a comparar la sustituibilidad de los partidos de fútbol de las eliminatorias al mundial con dichos espectáculos pero los investigados en todos los*

² Consejo de Estado. Sección Tercera. Auto de 27 de febrero de 2003. Consejero Ponente: Dr. Germán Rodríguez Villamizar.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 7

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

documentos aportados a la investigación han demostrado que en dichos espectáculos existe el empaquetamiento y que se comercializan mediante el sistema de abonos de empaquetamiento puro o mixto más en ningún aparte de los escritos presentados al Despacho se afirmó que dichos espectáculos fuesen sustitutos o alternativos para los consumidores que pretendían asistir a los partidos de fútbol de las eliminatorias celebradas en Bogotá y Medellín donde jugaba la selección Colombia. El uso de ese sofisma muestra el carácter sesgado de la investigación."

Extraña el Apoderado que la Superintendencia no haya tenido en cuenta la sustituibilidad sucesiva en el tiempo, recalcando que no se haya determinado la probabilidad asociada a que un eventual consumidor deje de asistir a un partido de fútbol de eliminatoria por asistir a otro espectáculo, tema que de acuerdo al Apoderado, debería ser objeto de estudio de un experto en materia de mercadeo.

Se afirma en el recurso, que la Superintendencia analizó de forma incorrecta las motivaciones de los asistentes a cada uno de los partidos al mundial, toda vez que el análisis se centró más en entender las diferencias de cada uno de los partidos disputados por la Selección Colombia en función de las diferencias de sus rivales (Brasil, Venezuela y Argentina), desconociendo que la principal motivación para asistir a este tipo de eventos lo constituye el acompañar a la Selección Colombia en función de todas las características relacionadas con dicho seleccionado.

Plantea el Recurrente que la Superintendencia basó su análisis económico a partir de las proyecciones de venta de abonos y boletería efectuadas por la Empresa, quien tomó como referencia los porcentajes 85%, 70% 50%, los cuales correspondieron a datos utilizados por la Empresa para identificar escenarios de nivel de ventas en función de la puntuación de la Selección Colombia, posibilidad clasificatoria, estilo de juego empleado y jugadores convocados.

Como argumento central para controvertir el análisis de mercado geográfico propuesto en la Resolución recurrida, se alega en el recurso que la Superintendencia carece de bases estadísticas y fundamento teórico que permita tener una idea del comportamiento del consumidor para asistir al tipo de partidos objeto de estudio de esta investigación. En esa dirección, propone el Apoderado que no existe sustento técnico suficiente para concluir que el mercado geográfico es nacional. Por el contrario, enfatiza que *"para los consumidores y aficionados permanentes o casuales del espectáculo del fútbol, como para la FIFA, como para la FEDEFUTBOL los partidos son internacionales y no partidos locales o nacionales, sino por el contrario su mercado es mucho más amplio y es de naturaleza internacional por el tipo de mercado producto ofrecido en todas las eliminatorias"*.

Finalmente, se afirma en el recurso que la demanda y la oferta de este tipo de partidos de fútbol se comporta de acuerdo a estándares internacionales y de esta forma concluye que la demanda no está compuesta únicamente por consumidores colombianos radicados en Colombia, sino por colombianos radicados en otras partes del mundo y por la colección de visitantes que acompañaron a sus selecciones en dichas eliminatorias mundialistas.

Consideraciones del Despacho

Sea lo primero aclarar que no es cierto que la Superintendencia haya afirmado que el mercado de producto final lo representa la venta de boletas para asistir a los nueve partidos de la Selección Colombia en las eliminatorias el mundial 2010. En la Resolución recurrida, al definir el mercado de producto, se manifestó que *"el mercado de producto corresponde al acceso a las diferentes localidades de cada uno de los partidos disputados por Colombia en*

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N° 8

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

las eliminatorias para la Copa Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010", y una vez analizado el mercado geográfico, la conclusión sobre el mercado relevante fue la siguiente:

*"Teniendo en cuenta el mercado de producto y el mercado geográfico definido anteriormente, es posible establecer que **la distribución y comercialización de las diferentes localidades de cada uno de los 9 partidos disputados, los cuales fueron ofrecidos a lo largo del territorio nacional constituye un mercado relevante independiente.** Ahora bien, teniendo en cuenta que los hechos objeto de la presente investigación se relacionan con la venta de las entradas a los tres primeros partidos, para el propósito de la presente investigación esta Superintendencia hará referencia a tres mercados: el partido de Colombia – Brasil, el partido Colombia – Venezuela y el partido Colombia – Argentina y las diferentes localidades correspondientes a la boletería de cada uno de ellos". (se resalta)*

De acuerdo con lo anterior, se reitera que no es cierto que esta Superintendencia haya establecido que el mercado de producto final lo representa la venta de boletas para asistir a los nueve partidos de la Selección Colombia en las eliminatorias el mundial 2010.

Como se dijo, el Recurrente sostiene que en ninguno de los documentos presentados en la investigación "se afirmó que dichos espectáculos (obras de teatro, corridas de toros, conciertos de música, etc.) fuesen sustitutos o alternativos para los consumidores que pretendían asistir a los partidos de fútbol de las eliminatorias celebradas en Bogotá y Medellín donde jugaba la selección Colombia. El uso de ese sofisma muestra el carácter sesgado de la investigación". Al respecto, el Despacho coincide en la afirmación del apoderado sobre la no sustituibilidad de estos eventos. Tal como se propuso en la Resolución recurrida, no es posible encontrar sustituto alguno del producto analizado en otro tipo de espectáculos como los señalados por el apoderado y en tal virtud reconoce que el mercado de producto no puede incorporar ningún servicio distinto a la entrada a cada uno de los tres primeros partidos disputados por Colombia en calidad de local en las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010.

Ahora bien, el hecho de que en la determinación del mercado de producto no se analice el mecanismo de venta de abonos utilizado en otros eventos, no considerados sustitutos al definir el mercado de producto, no implica que esta Superintendencia haya efectuado un análisis sesgado frente al problema, ni que esté mal definido el mercado, comoquiera que la venta de abonos en los espectáculos señalados por el recurrente no es un elemento a considerar para definir el mercado relevante. Como quedó plasmado en la Resolución recurrida, el análisis del mercado de producto partió de la eliminación de aquellos productos que por usos y características no podrían ser objeto de análisis al interior del mercado relevante analizado, dentro de los cuales se encuentran precisamente los espectáculos listados en el recurso.

Igualmente, extraña el Apoderado que la Superintendencia no haya tenido en cuenta la sustituibilidad sucesiva en el tiempo, recalando que no se haya determinado la probabilidad asociada a que un eventual consumidor deje de asistir a un partido de fútbol de eliminatoria por asistir a otro espectáculo, tema que de acuerdo al Apoderado, debería ser objeto de estudio de un experto en materia de mercadeo.

Al respecto, esta Superintendencia manifiesta que, como autoridad de competencia y en el caso que se investiga, es precisamente esta Entidad la encargada de efectuar el análisis relacionado con el grado de sustituibilidad del producto, concluyendo tal como se desarrolló en la Resolución recurrida, que de acuerdo con los usos, características y precios no se encontró sustituto alguno a la entrada a cada uno de los partidos a las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010 en los que Colombia juega como local. De esta manera, y teniendo

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 9

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

en cuenta el factor temporal reflejado en la programación elaborada por la Federación Colombiana de Fútbol, así como las características mismas de cada partido, la Entidad concluyó que "el mercado de producto lo constituye la boletería para acceder a las diferentes ubicaciones de cada uno de los partidos disputados en las eliminatorias del mundial Sudáfrica 2010".

De otra parte, en relación con el argumento planteado en el recurso, de acuerdo con el cual la Superintendencia analizó de forma incorrecta las motivaciones de los asistentes a cada uno de los partidos al mundial, toda vez desconoció que la principal motivación para asistir a este tipo de eventos lo constituye el acompañar a la Selección Colombia en función de todas las características relacionadas con dicho seleccionado, se manifiesta que en el ejercicio de definición de mercado de producto presentado en la Resolución No. 50342 de 2010, esta Superintendencia efectivamente reconoció la diferencia existente tanto desde la demanda como desde la oferta, de cada uno de los tres primeros partidos disputados por la Selección Colombia como local en las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010.

Para hacerlo tuvo dos tipos de consideraciones. Por una parte, a partir del análisis desde la definición misma del producto ofrecido al consumidor, se reconoció, tal como lo propone el Apoderado en el recurso, que los partidos a apreciar por parte de los asistentes al estadio representaban mecanismos de interacción de seleccionados completamente diferentes. En esa dirección, de acuerdo con las pruebas que obran en el proceso, fue propuesto y fundamentado técnicamente, en la Resolución No. 50342 de 2010, que no era lo mismo un partido Colombia-Brasil frente a un partido del seleccionado colombiano frente a Venezuela.

Evidencia de lo anterior lo constituye el hecho de que los dos primeros partidos disputados por Colombia no tuvieron el mismo ingreso por concepto de boletas, así como los testimonios de los expertos deportivos citados en la Resolución recurrida. De hecho, el partido disputado por Colombia frente a Venezuela, fue el único de los tres partidos analizados, en donde no fue posible lograr lleno total del estadio, aún cuando el 72% de la boletería para tal partido fue vendida condicionándola a la compra del partido Colombia Brasil.

Si bien el estilo de juego de la Selección Colombia, los jugadores, el seleccionador técnico, las posibilidades de clasificación, el lugar donde se juega el partido, entre otros, son variables condicionantes de la demanda de estos partidos, en el presente caso se evidenció que la naturaleza y características de los seleccionados rivales, determinan que cada partido genere intereses diferentes que se ven reflejados no solo en las proyecciones de venta de boletería e ingresos por partido efectuadas por la empresa sancionada, sino en el comportamiento efectivamente observado de dichas variables. Se reitera que se probó en el expediente el especial interés que los seleccionados de Brasil y Argentina generan en este deporte, en particular por la trayectoria de los mismos, sus estilos de juego y los jugadores que participan.

Al respecto, es importante aclarar que sobre las proyecciones mencionadas esta Entidad resaltó que llamaba su atención que el recaudo esperado para los tres primeros partidos, hubiese sido idéntico y que para el resto de juegos, el recaudo fuese disminuyendo hasta llegar a niveles del 50%.

Lo anterior resulta especialmente atípico, si se tiene en cuenta las diferencias existentes desde el punto de vista futbolístico entre las selecciones de Brasil, Argentina y Venezuela y que para el momento de definir tales porcentajes no se había llevado a cabo ninguno de los juegos de las eliminatorias, por tanto, criterios relacionados con el estilo de juego empleado, las posibilidades clasificatorias y los jugadores convocados, si bien pudieron ser

RESOLUCIÓN NÚMERO: 68380 DE 2010 Hoja N°. 10

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

considerados, la incertidumbre sobre del comportamiento de los mismos impiden que sean los determinantes de las diferencias planteadas en las proyecciones de ventas de los partidos a realizarse en los años 2007, 2008 y 2009.

Sólo con estrategias como la sancionada, partidos de naturaleza tan disímil como Colombia Brasil y Colombia Venezuela pueden ser proyectados como equiparables en materia de recaudo por venta de boletería.

Sobre la referencia efectuada por esta Superintendencia a las proyecciones de venta de boletería efectuada por OSSA Y ASOCIADOS, debe señalarse que no es cierto que esta Entidad hubiere basado su análisis económico del mercado de producto a partir de las mismas, lo cual se evidencia de la sola revisión del numeral 6.5 de la resolución recurrida, en el cual presenta el análisis y los argumentos a partir de los cuales se efectuó la definición del mercado relevante.

En relación con la determinación del mercado geográfico, el Recurrente alega que la Superintendencia carece de bases estadísticas y fundamento teórico que permita tener una idea del comportamiento del consumidor para asistir al tipo de partidos objeto de estudio de esta investigación, razón por la cual no existe sustento técnico suficiente para concluir que el mercado geográfico es nacional. Enfatiza en que, por el contrario, *"para los consumidores y aficionados permanentes o casuales del espectáculo del fútbol, como para la FIFA, como para la FEDEFUTBOL los partidos son internacionales y no partidos locales o nacionales, sino por el contrario su mercado es mucho más amplio y es de naturaleza internacional por el tipo de mercado producto ofrecido en todas las eliminatorias"*.

Al respecto, debe aclararse que esta Superintendencia no desconoce que los partidos de las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010 hayan sido partidos internacionales, de hecho son disputados por seleccionados de diferentes países. No obstante, lo anterior no determina que el mercado geográfico en estos eventos por esta sola circunstancia sea internacional, mundial o continental como se afirma en el recurso. Por el contrario, como se expone a continuación, en el expediente hay pruebas que desvirtúan esta afirmación.

Como se señaló en la Resolución recurrida, de acuerdo con el contrato suscrito con la Federación Colombiana de Fútbol, OSSA Y ASOCIADOS S.A. asumió la obligación de vender la boletería en sus puntos de venta, localizados en diferentes ciudades del país, lo que demuestra que, por lo menos gran parte de la demanda tiene procedencia nacional.

En respaldo de lo anterior se observa que el Apoderado en el recurso, reconoce que "el segmento más interesado de los partidos jugados en Colombia FUERON LOS AFICIONADOS COLOMBIANOS".

Ahora bien, sobre la venta de la boletería en lugares diferentes a los sitios en donde se iban a disputar los partidos, el presidente de la Federación Luis Alberto Bedoya Giraldo en testimonio rendido ante esta Superintendencia manifestó:

"Preguntado: ¿Y para los residentes fuera de los lugares donde se iban a disputar los partidos, la Federación tuvo alguna incidencia en estar pendiente de cómo era que se iban a vender la boletería y qué tanto, con qué anticipación se iban a vender?"

Respondió: No, por el contrario yo creo que es primera vez que existe un mecanismo que permite que gente de otras ciudades pudiese adquirirlo; normalmente en este tipo de espectáculos se vende solamente boletería en la ciudad donde se realiza el encuentro, si eso es lo que normalmente se utiliza, creo que es la primera vez que encontramos una empresa

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 11

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

que nos puede hacer una oferta de carácter nacional y venía gente de todo el país a los partidos”.

El reconocimiento de que la venta de la boletería estuvo disponible a través de la página web de la empresa sancionada y de que existe la posibilidad de que extranjeros y colombianos ubicados fuera del territorio colombiano estuvieran efectivamente interesados en asistir a este tipo de eventos, no desvirtúa que la demanda de la boletería de los partidos a los que se refiere la presente investigación, pese a ser eventos internacionales, proviene principalmente de los aficionados colombianos ubicados en el territorio nacional, tal como efectivamente los menciona el Apoderado en el recurso.

En este sentido, es importante considerar el efecto que en la decisión del consumidor tiene el hecho de incurrir en costos de desplazamiento (transporte, alojamiento y manutención), que por tratarse de viajes transfronterizos, superan varias veces el valor de la entrada para presenciar uno de los tres partidos de la eliminatoria.

De otra parte, el mecanismo de comercialización de abonos x3 constituía un claro desincentivo para que masivamente hinchas ubicados fuera del territorio colombiano estuvieran dispuestos a pagar una entrada a un juego que representaba tres veces del valor que hubiera podido adquirir si se hubiera vendido de manera individual cada boleta. Este valor, sumando a los costos de transporte transfronterizo y al costo de estadía en Colombia representan barreras importantes para observar la migración de aficionados que sugiere el apoderado, aspecto que en todo caso no está acreditado en el expediente.

Así, teniendo en cuenta que los partidos se realizaron en Colombia, que por tanto no existe la posibilidad de considerar flujo alguno de producto que se importe y que por diferencias de precios asociados a costos de desplazamiento tampoco es de esperar que exista un flujo de consumidores significativo que esté dispuesto a demandar este producto de otros países, esta Superintendencia concluyó que el mercado geográfico en la presente investigación es de orden nacional.

Esta Superintendencia no desconoce que si bien cada uno de los certámenes deportivos resulta de interés internacional, los altos costos de desplazamientos transfronterizos determinan que el ámbito del mercado geográfico sea nacional. Por lo anterior, se reitera que la conclusión sobre el mercado geográfico efectuada en la Resolución recurrida se establece a partir de un análisis de este mercado en donde considera costos de transporte y manutención de los interesados en asistir a los partidos disputados por Colombia en calidad de local.

Por otra parte, en este mismo sentido argumenta el Apoderado que la demanda y la oferta de este tipo de partidos de fútbol se comporta de acuerdo a estándares internacionales y de esta forma concluye que la demanda no está compuesta únicamente por consumidores colombianos radicados en Colombia, sino por colombianos radicados en otras partes del mundo y por la colección de visitantes que acompañaron a sus selecciones en dichas eliminatorias mundialistas. Frente a este punto, además de lo antes mencionado, se advierte que el recurrente no señala los estándares internacionales a los que se refiere en el recurso, ni indica ningún elemento probatorio que acredite sus afirmaciones.

Adicionalmente, es importante aclarar que la oferta de la boletería para acceder a este tipo de eventos más que responder al precio o a supuestos estándares internacionales, está determinada por las localidades del sitio en el que el partido se realice, en este caso, las restricciones de disponibilidad del Estadio Nemesio Camacho El Campín y no por decisiones inherentes al mercado.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 12

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

Se reitera que el hecho de que la compra de boletas pudiera realizarse por internet no convierte el mercado geográfico en continental o internacional. No obstante, si en gracia de discusión se aceptara el ámbito geográfico propuesto en el mismo, por las consideraciones efectuadas al definir el mercado de producto, se observa que igualmente OSSA Y ASOCIADOS S.A. en el ámbito internacional era la única empresa que en virtud de la exclusividad estaba autorizada para comercializar las boletas de los partidos de la eliminatoria al mundial Sudáfrica 2010 de la selección Colombia en su condición de local, por lo que su la posición de dominio que ostentaba la Empresa Investigada no tendría variación alguna.

Así las cosas esta Superintendencia ratifica la definición de mercado relevante contenida en la Resolución recurrida.

5.1.4. Posición de dominio en el mercado

Argumentos del recurso

El Recurrente señala que la cláusula de exclusividad prevista en el contrato suscrito por su representada y FEDEFUTBOL se refiere a que la Federación utilizará una exclusividad en la prestación de los servicios de operación logística de comercialización de boletería de la contratista OSSA & ASOCIADOS, que dicha exclusividad es *"UTILIZADA por y para la FEDERACION COLOMBIANA DE FUTBOL"* y que *"no puede constituir por sí misma o per se una barrera de entrada para otros competidores que ejerzan o desarrollen actividades de la producción, comercialización y venta de boletería destinada a eventos de igual naturaleza como los Deportivos y como ocurre en este caso concreto de espectáculos de fútbol y mucho menos en los restantes espectáculos ..."*.

También se afirma que OSSA no realizó prácticas que tuvieran efectos exclusorios en el mercado, por cuanto es la Federación la persona jurídica que contrata para la ejecución de las diferentes actividades y operaciones que tiene que desarrollar para las eliminatorias en Colombia y que *"la posibilidad de ingresar al mercado relevante sometido a análisis siempre estuvo en discrecionalidad de la FEDERACION COLOMBIANA DE FUTBOL y No de OSSA Y ASOCIADOS S.A."*.

Sobre los pactos de exclusividad manifiesta el recurrente que producen importantes ventajas para los mercados y consumidores, que la interdicción de la ley se predica solamente de las cláusulas que tengan por objeto o como efecto restringir el ingreso de los competidores al mercado o monopolizar la distribución de productos y que la exclusividad pactada en el presente caso no fue concebida para generar barreras, sino para evitar que otras personas inescrupulosas pudieran comercializar la boletería de manera ilícita.

Así mismo, se afirma en el recurso que la cláusula de exclusividad fue impuesta por la Federación y que la misma no impidió a los competidores presentar sus propuestas en la licitación. Adicionalmente, afirma el Recurrente que el contrato establecía que la FEDEFUTBOL se reservaría el derecho de contratar libremente con cualquier tercero los mismos servicios a los que se refería el contrato para cualesquiera de los partidos amistosos u oficiales, diferentes a los partidos clasificatorios al mundial SUDAFRICA 2010.

Por otra parte, alega el Recurrente que la Empresa sancionada no vulneró lo dispuesto en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, toda vez que dicha Empresa no participa constante y permanentemente en la producción, comercialización y venta de boletería destinada a eventos de ninguna naturaleza, ni ejecuta actividades habituales de

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 13

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

venta de boletería en el mercado local del fútbol colombiano y *“mucho menos constituye un monopolio”*.

También señala el Apoderado de la Empresa sancionada que según la Resolución recurrida siempre que exista cláusula de exclusividad se genera automáticamente la existencia de una posición de dominio en el respectivo mercado relevante y que tal postura resulta peligrosa y pondría en serias limitaciones a la iniciativa privada y la libre competencia en Colombia y vulneraría derechos constitucionales y legales de OSSA y de cualquier agente económico que oferte la adquisición de bienes o servicios a través del sistema de abonos y empaquetamiento de productos y servicios.

Al respecto se hace alusión en el recurso, al artículo 333 de la Constitución Política resaltando que al tenor del mismo no está prohibido el hecho de ostentar posición de dominio dentro del mercado, sino el abuso que se haga de dicha posición y se afirma que en la Resolución recurrida no se acreditó la consolidación del poder de OSSA Y ASOCIADOS para ejercer dicha posición de dominante, ni la existencia de la misma en el mercado de fútbol nacional ni internacional, toda vez que manifiesta el recurrente *“los partidos de las eliminatorias mundialistas hacen parte del fútbol internacional, aunque se realizaron en el territorio colombiano.”*

En apoyo de lo anterior, después de citar la definición de posición dominante contenida en el artículo 45 del Decreto 2153 de 1992, se manifiesta que *“La eventual exclusividad otorgada a OSSA Y ASOCIADOS en la comercialización venta y distribución de la boletería NO generó precios más altos a los autorizados por la FIFA y FEDEFUTBOL, tampoco desabastecimiento o manipulación de las cantidades o calidades del producto (Boletería)”*.

Igualmente se afirma que las partes en desarrollo del mencionado contrato actuaron de buena fé, que no se pretendió constreñir o limitar las decisiones libres y conscientes de los consumidores finales y que *“OSSA Y ASOCIADOS como contratista fue un intermediario-ejecutor y mandatario de una exclusividad sana y legítima ostentada siempre por la FEDEFUTBOL”*.

En relación con el contrato celebrado con la Federación, el Recurrente señala que el mismo debe interpretarse dentro del contexto de la Ley 256 de 1996, lo que implica que los pactos de exclusividad no se consideran per se prohibidos – propio de las prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por el legislador- sino que ello dependerá de las condiciones de lealtad en que se realicen y que en el presente caso los actos de comercio que se ejecutaron fueron lícitos y no violaron las prácticas correctas de la actividad mercantil.

En el recurso se manifiesta en reiteradas oportunidades que la exclusividad señalada en el contrato es de FEDEFUTBOL y no de OSSA Y ASOCIADOS y que es la Federación, por mandato de la FIFA y la Confederación Suramericana de Fútbol, la persona jurídica que siempre tendrá la disposición sobre todas las actividades, operaciones y condiciones de comercialización de los eventos en los que la Selección Colombia participe. Por lo anterior, el recurrente afirma que *“eventualmente la FEDEFUTBOL es quien ostenta la posición de dominio en el mercado relevante del fútbol en este tipo de eventos internacionales donde participa la SELECCIÓN COLOMBIA”*.

Como prueba de lo anterior, se hace referencia a una declaración por radio efectuada por el presidente de la Federación Luis Bedoya el 19 de septiembre de 2007 (día en el que se seleccionó a OSSA Y ASOCIADOS para el manejo de la boletería), en la que se da información sobre los precios mínimos y máximos de la boletería para los partidos de la eliminatoria, la firma seleccionada para manejarla y las otras empresas que se presentaron

las razones por las cuales fue elegida y las fechas en las cuales se iba a realizar la venta de los abonos y la entrega de la boletería. Declaración que se afirma en el recurso fue allegada al expediente en la contestación al informe motivado y no analizada por el Despacho en la Resolución recurrida.

En este mismo sentido, se manifiesta que en el contrato suscrito con la Federación, en el ANEXO 7 firmado por el presidente de la misma, se establecen directamente los precios según la tribuna, documento que a juicio del Recurrente tampoco ha sido considerado por este Despacho.

Igualmente, se transcribe el texto de la carta de fecha 20 de noviembre de 2009 dirigida a esta Superintendencia por el Presidente de la Federación, y a partir de lo manifestado en la misma, reitera el Recurrente que la exclusividad del contrato fue impuesta por la Federación, dentro del contenido predispuesto o por adhesión del contrato.

De acuerdo con el material probatorio referido en el recurso el Apoderado de la Empresa sancionada se señala que la Superintendencia no puede desconocer el relevante papel y rol de Federación en la determinación de las políticas y estrategias de comercialización, toda vez que está demostrado que *"OSSA & ASOCIADOS NO TUVO LA POSIBILIDAD DE DETERMINAR UNILATERALMENTE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA VENTA DE BOLETERIA POR EL SISTEMA DE ABONO O POR EL SISTEMA DE BOLETERIA SUELTA. También se desvirtúa, el hecho de que los precios mínimos y máximos de las boletas fueron establecidos unilateralmente por OSSA & ASOCIADOS, ..."*.

A partir de lo anterior, el Recurrente afirma que *"la sociedad OSSA & ASOCIADOS No ostentó una posición dominante en los mercados relevantes definidos, esto es en la comercialización y distribución de boletería para las diferentes tribunas con el fin de presenciar cada uno de los partidos de la selección Colombia con Brasil, Venezuela y Argentina, realizados en Bogotá entre los meses octubre y noviembre año 2007"*.

Consideraciones del Despacho

Inicialmente es importante señalar que, contrario a lo manifestado en el recurso, esta Superintendencia en la presente actuación no ha desconocido el papel de la Federación Colombiana de Fútbol; de hecho, en la Resolución recurrida se manifiesta de manera expresa que la misma *"es por disposición legal y estatutaria, la encargada de la administración y representación de las selecciones colombianas de fútbol"*³. Tampoco se desconoce la participación y seguimiento que efectuó al contrato celebrado con OSSA Y ASOCIADOS S.A., en desarrollo de lo cual tuvo conocimiento y estuvo de acuerdo con la actuación de la Empresa sancionada.

No obstante lo anterior, está acreditado en el expediente y reconocido por los sancionados que, en virtud del contrato celebrado, la empresa OSSA Y ASOCIADOS a S.A. sumió la responsabilidad y autonomía en el desarrollo del mismo, particularmente en lo relacionado con la comercialización de la boletería para asistir a los nueve (9) partidos que la selección Colombia disputó en condición de local dentro del marco de las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010.

³ Ver Cuaderno 1 Folio 41

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 15

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

Al respecto, se reitera que la Federación concedió a OSSA y ASOCIADOS S.A. el derecho exclusivo para prestar los servicios de producción, comercialización y operación logística tanto de la boletería como de los nueve (9) partidos mencionados, contrato cuya copia obra en el expediente⁴.

La exclusividad pactada entre la Federación Colombiana De Fútbol y OSSA Y ASOCIADOS S.A. generó obligaciones y derechos para las dos partes contratantes, lo que contradice que su inclusión determine la existencia de beneficios o intereses solamente para la Federación, como se sugiere en el recurso. De hecho, en cumplimiento de tal disposición contractual la sociedad sancionada se constituyó en la única empresa autorizada para desarrollar las actividades objeto del referido contrato.

Cabe aclarar que ni en la presente actuación ni en la Decisión recurrida esta Superintendencia se ha pronunciado o ha cuestionado la legalidad de la cláusula de exclusividad convenida entre OSSA Y ASOCIADOS S.A. y la Federación. Tampoco esta circunstancia ha sido considerada como constitutiva del abuso sancionado. Dicha exclusividad ha sido valorada para efectos de establecer la existencia de la posición de dominio por parte de la Empresa sancionada, circunstancia que como se afirma en el recurso no es prohibida por nuestro ordenamiento jurídico.

Basta con revisar el texto de la Resolución recurrida (numeral 6.6) para establecer que no es cierto que esta Entidad haya manifestado que siempre que exista cláusula de exclusividad se genera automáticamente la existencia de una posición de dominio en el respectivo mercado relevante.

En el presente caso, la exclusividad otorgada a la Empresa sancionada, y la inexistencia de bienes o servicios sustitutos, son elementos determinantes de la posición de dominio en el mercado relevante definido, comoquiera que tal cláusula y la naturaleza del producto excluyen la existencia de competidores actuales o potenciales en dicho mercado, constituyéndose en una barrera de entrada al mismo, todo lo cual determina la configuración de la posición de dominio en la empresa que ostenta la exclusividad, en la medida que siendo el único proveedor del mismo estuvo en capacidad de determinar las condiciones del mercado, como se acreditó en la Resolución recurrida.

Por otra parte, en relación con lo afirmado en el recurso sobre la no vulneración de lo dispuesto en el numeral 3 del artículo 50 del decreto 2153 de 1992, en razón a que la Empresa sancionada no participa constante y permanentemente en la producción, comercialización y venta de boletería destinada a eventos de ninguna naturaleza, ni ejecuta actividades habituales de venta de boletería en el mercado local del fútbol colombiano y "mucho menos constituye un monopolio", se advierte que en el presente caso el mercado relevante no corresponde a la producción, comercialización y venta de boletería en general ni del mercado local del fútbol colombiano, por lo tanto, los argumentos sobre la no participación constante y permanentemente en los mismos no resultan de recibo.

Se reitera que en la Resolución recurrida se consideró que **la distribución y comercialización de las diferentes localidades de cada uno de los 9 partidos disputados, los cuales fueron ofrecidos a lo largo del territorio nacional constituye un mercado relevante independiente.** Ahora bien, teniendo en cuenta que los hechos objeto de la presente investigación se relacionan con la venta de las entradas a los tres primeros

⁴ Ver folios 41 a 72 del Cuaderno 1 del expediente 07098579

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 16

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

partidos, para el propósito de la presente investigación esta Superintendencia hará referencia a tres mercados: el partido de Colombia – Brasil, el partido Colombia – Venezuela y el partido Colombia – Argentina y las diferentes localidades correspondientes a la boletería de cada uno de ellos”. (se resalta)

Sin perjuicio de lo anterior, cabe señalar, de una parte, que está acreditado en el expediente la participación directa de OSSA y ASOCIADOS S.A. en los mercados relevantes definidos y, de la otra, que para que se tipifique la conducta prevista en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992 la participación constante y permanentemente en el mercado no constituye un supuesto previsto en la norma.

Adicionalmente, sobre la afirmación expresada en el recurso en el sentido que la eventual posición de dominio se predicaría de la Federación y no de la empresa sancionada, y que en el expediente obran pruebas que acreditan tal información, la cuales según en el recurrente no fueron analizadas por este Despacho en la Resolución recurrida, se manifiesta que las mismas fueron efectivamente valoradas por esta Entidad en conjunto con el demás material probatorio.

Si bien tal evidencia acredita la participación directa de la Federación, como se explica a continuación, tal material probatorio no establece que la Federación “DECIDIÓ DIRECTAMENTE LA FIJACIÓN DE LAS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE LA BOLETERÍA”, ni que OSSA & ASOCIADOS “NO TUVO LA POSIBILIDAD DE DETERMINAR UNILATERALMENTE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA VENTA DE BOLETERÍA POR EL SISTEMA DE ABONO O POR EL SISTEMA DE BOLETERÍA SUELTA” ni desvirtúa “que los precios mínimos y máximos de las boletas fueron establecidos unilateralmente por OSSA & ASOCIADOS.”

La evidencia para acreditar la existencia de la posición de dominio de la Federación, a que se hace referencia en el recurso, es la siguiente:

- Una declaración por radio del presidente de la Federación Luis Bedoya el 19 de septiembre de 2007 (día en el que se seleccionó a OSSA Y ASOCIADOS para el manejo de la boletería), en la que se da información sobre los precios mínimos y máximos de la boletería para los partidos de la eliminatoria, la firma seleccionada para manejarla y las otras empresas que se presentaron, las razones por las cuales fue elegida y las fechas en las cuales se iba a realizar la venta de los abonos y la entrega de la boletería. Declaración que como se afirma en el recurso fue allegada al expediente en la contestación al informe motivado.
- El ANEXO 7 del contrato suscrito con la Federación, el cual está firmado por el presidente de la misma, en que se establecen directamente los precios según la tribuna.
- Carta de fecha 20 de noviembre de 2009, dirigida a esta Superintendencia por el Presidente de la Federación y a partir de lo manifestado en la misma reitera el recurrente que la exclusividad del contrato fue impuesta por la Federación, dentro del contenido predispuesto o por adhesión del contrato.

En lo relacionado con la declaración, como lo reconoce el Recurrente, la misma no fue decretada como prueba en la presente investigación y fue adjuntada con las observaciones al informe motivado, es decir por fuera de la oportunidad otorgada por la Superintendencia para solicitar y aportar pruebas, lo que implica que no puede ser valorada por esta Entidad.

RESOLUCIÓN NÚMERO: 68380 DE 2010 Hoja N°. 17

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

Adicionalmente, la misma corresponde a una noticia y no a una declaración del presidente de la Federación como se afirma en el recurso, en la que informa sobre las determinaciones adoptadas por la Federación y la explicaciones dadas por su presidente el día en el que se seleccionó a OSSA Y ASOCIADOS para el manejo de la boletería, sobre los precios mínimos y máximos de la boletería para los partidos de la eliminatoria, la firma seleccionada para manejarla, las otras empresas que se presentaron, las razones por las cuales fue elegida y las fechas en las cuales se iba a realizar la venta de los abonos y la entrega de la boletería.

Si en gracia de discusión se aceptara la aducción extemporánea de dicha prueba documental, la misma no desvirtúa la evidencia que obra en el expediente, específicamente los términos y alcance de la invitación a contratar efectuada por la Federación⁵ y la propuesta económica efectuada por OSSA Y ASOCIADOS⁶.

En efecto, en el pliego de condiciones para la invitación privada efectuada por la Federación para producir y comercializar la boletería correspondiente a cada uno de los 9 partidos que la Selección Colombia iba a disputar como local, dentro del marco de las eliminatorias al mundial de Sudáfrica 2010, no se observa que la Federación hubiese definido directamente los precios de las boletas definidos para cada tribuna, ni el esquema de comercialización sancionado. En relación con los precios de la boletería se indica:

"PRECIOS DE BOLETERIA

*Los precios de la boletería no podrán ser superiores a \$200.000 por unidad, es decir por boleta o tiquete de ingreso al estadio. El contratista deberá entregar con 7 días de antelación a la Federación, la boletas o tiquetes de cortesía que la Federación señale, así como las boletas o tiquetes de los palcos del estadio. El número de boletas disponible para cada partido, no podrá ser mayor al del aforo oficial del respectivo estadio. El aforo oficial se compone de las boletas disponibles para la venta, de las boletas de cortesía y de las boletas para los palcos."*⁷

Así mismo, en la propuesta económica presentada por la Empresa sancionada se incluyen expresamente los precios de la boletería sugerida discriminada por tribuna⁸, los cuales corresponden al ANEXO 7 del contrato suscrito con la Federación⁹.

De acuerdo con lo anterior, los precios de la boletería correspondieron a los contenidos en la oferta presentada por OSSA & ASOCIADOS S.A., los cuales una vez seleccionada fueron informados por la Federación.

Sobre la determinación de las condiciones de comercialización, en el pliego de condiciones para la invitación privada efectuada por la Federación no se hace referencia ni siquiera se menciona o se sugiere la utilización de la venta a través de abonos.

Ahora bien, revisado el contrato suscrito entre OSSA y la Federación se observa que en los numerales 18, 25 y 28 de la cláusula segunda, correspondiente a las obligaciones de la contratista se señaló:

⁵ Ver folios 411 a 417 del cuaderno 2 y 797 a 804 del cuaderno 4 del expediente 07098579.

⁶ Ver folios 73 a 417 del cuaderno 1 del expediente 07098579.

⁷ Ver folio 802 del cuaderno 4 del expediente 07098579.

⁸ Ver folios 109 y 110 del cuaderno 1 del expediente 07098579.

⁹ Ver folio 72 del cuaderno 1 del expediente 07098579.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 18

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

"SEGUNDA: OBLIGACIONES DE LA CONTRATISTA. Además de las obligaciones señaladas en las diferentes cláusulas de este contrato, LA CONTRATISTA tendrá a su costo y cargo las siguientes:

"18. Poner a disposición del público las boletas para cada uno de los eventos a que se refiere este contrato con una antelación no menor de diez (10) días calendario, previos a la celebración de cada evento.

"25. Promover descuentos por compra de abonos para 3, 6 y 9 partidos.

"28. Vender al público las boletas para los eventos al precio que LA CONTRATISTA libremente determine, pero en ningún caso salvo autorización previa y escrita en contrario de LA FEDERACIÓN a precios mayores a los que se detallan en el anexo No. 7 de este contrato."

Por otro lado, la carta del presidente de la Federación describe brevemente el proceso de selección del contratista para la producción, comercialización y venta de la boletería, al cumplimiento del contrato por parte de la sociedad sancionada precisando que la misma "se adhirió estrictamente al cumplimiento de lo establecido en la invitación estructurada por esta FEDERACIÓN que posteriormente, dicha invitación fue plasmada en la oferta comercial de OSSA & ASOCIADOS S.A. VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL y que se perfeccionó con la suscripción y ejecución del contrato de Producción, comercialización y operación logística de boletería suscrito el 20 de Septiembre de 2007".

Nótese que la mencionada comunicación se refiere de manera expresa al cumplimiento de la invitación privada y del contrato, documentos en los cuales no se observa que la Federación haya definido unilateralmente o impuesto a la Empresa sancionada las condiciones de comercialización de la boletería, ni desvirtúa la autonomía y responsabilidad de OSSA & ASOCIADOS en la determinación de las condiciones de comercialización ni la posición de dominio que ostentó en la definición de las mismas.

5.1.5. Abuso de posición dominante

Argumentos del recurso

Propone el Apoderado de la Empresa sancionada que en ningún momento del proceso de comercialización de la boletería para las eliminatorias de los 9 partidos OSSA y ASOCIADOS sometió a condicionamientos de ningún tipo al comprador - cliente final, sustentando que el consumidor final adoptó su decisión de forma libre y espontánea al adquirir los abonos que se comercializaron. Enfatiza el apoderado que el producto corresponde a la **SELECCIÓN COLOMBIA y no el producto generado por los rivales.**

Se plantea también en el recurso que la venta de boletería a través del sistema de abonos es una práctica utilizada de manera frecuente y reiterada en otro tipo de eventos y que su implementación no representa una actuación que sea reprochable a la luz de la normatividad en materia de competencia.

Sugiere a su vez que la Superintendencia, en la Resolución recurrida, no invoca argumento o norma del derecho positivo colombiano que permita vincular el daño con la acción positiva o negativa desarrollada o ejecutada directamente por OSSA y ASOCIADOS S.A. De igual manera, extraña el Apoderado el que la Superintendencia no haya presentado pruebas, estudios o cualquier medio idóneo que permita dar cuenta de que el consumidor final

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 19

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

efectivamente se haya sufrido un detrimento o pérdida cuantitativa o cualificativa con ocasión de la intervención directa de OSSA y ASOCIADOS S.A., lo que constituye una condición necesaria para poder hablar de abuso de posición dominante.

En este punto, llama la atención el Apoderado en que el único indicio sobre el efecto que generó la conducta frente al consumidor lo constituye el comentario de prensa y posterior testimonio del periodista Gabriel Meluk, argumentando que al no ser sociólogo, sino periodista, las impresiones del Dr. Meluk no pueden ser consideradas más que impresiones de consumidores que no representan necesariamente la percepción del consumidor colombiano. También se afirma que los consumidores que participan en foros o que llaman a los periódicos lo hacen generalmente para quejarse, "lo que no significa que la mayoría de los consumidores no prefirieron la venta de boletas por el mecanismo de abonos"..

Reitera el Apoderado que OSSA y ASOCIADOS S.A. no ostentaba posición de dominio en el mercado y por tanto, cualquier reproche que se le haga a la Empresa investigada sobre el abuso del mismo no tiene fundamento. Para el Apoderado es la Federación Colombiana de Fútbol la entidad que efectivamente determinó las políticas y estrategias de comercialización de todos los partidos.

Así mismo, reitera el apoderado que OSSA y ASOCIADOS S.A. nunca afectó los precios de mercado al momento de ofrecer la venta de abonos. Por el contrario, los precios se mantuvieron constantes a través del tiempo y fueron exactamente los mismos al interior de cada tribuna, sin importar si se adquirían a través de abonos o mediante compra de boletería suelta.

De otra parte, sugiere el apoderado que aún si la Superintendencia reconociera poder de dominio y abuso del mismo a través de la imposición de condiciones, ésta no ha señalado ni ha logrado probar que los Investigados actuaron con dolo, negligencia, impericia e imprudencia en la concreción de una práctica comprobada de explotación al consumidor.

Se afirma en el recurso por el Apoderado, que en la medida en que OSSA y ASOCIADOS no realizó conducta alguna tendiente a obtener posición de dominio en el mercado o para abusar del mismo, no es posible demostrar el nexo entre el actor y la conducta referida en la Resolución de sanción, esto es el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992.

Propone a su vez que OSSA y ASOCIADOS S.A. no incurrió en venta atada, toda vez que el producto vendido constituyó siempre la boletería de partidos de fútbol de eliminatorias en las que participó la Selección Colombia en calidad de local y por tanto, no existió atadura a ningún otro producto de naturaleza distinta a los partidos de fútbol en comento.

Igualmente, afirma el Apoderado que la Empresa investigada no generó empaquetamiento puro sobre el acceso a cada uno de los partidos, toda vez que efectivamente fue puesto a disposición de los consumidores tanto los abonos como la boletería suelta en los 23 puntos de venta ubicados en las 11 ciudades.

Así mismo, afirma el Apoderado que la Superintendencia no aportó en su análisis en la definición del mercado relevantes elementos fácticos y jurídicos que permitieran afirmar que *"no obstante la naturaleza de los (bienes producto) para acceder a los tres partidos tantas veces referidos, siguen perteneciendo al mismo mercado, definido erróneamente en la resolución por ende no es posible identificar una clara independencia de cada uno de los bienes-producto, por cuanto el PRODUCTO ESENCIAL ES LA SELECCIÓN COLOMBIA EN ESOS TRES PARTIDOS Y NO EL PRODUCTO GENERADO POR LOS RIVALES"*.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 20

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

En relación con las ventas asociadas al partido Colombia - Brasil, afirma el Apoderado que efectivamente los datos dan cuenta que el 52.27% del total de las entradas al estadio representa boletería suelta y de esta forma, concluye que por mayoría, el consumidor terminó demandando boletería suelta para acceder a los partidos señalados.

Propone a su vez el Apoderado que en el proceso de comercialización a través de venta de abonos, fue el comportamiento y la decisión del consumidor lo que finalmente agotó ciertas localidades y en tal virtud, lo acontecido en el mercado no puede verse como una consecuencia de la conducta implementada por la investigada.

Afirma a su vez el Apoderado que en el caso del partido Colombia - Venezuela la Superintendencia no puede concluir que el comportamiento de las ventas sea explicado por la venta de abonos x3, toda vez que el Seleccionado Colombiano, previo al juego señalado, había logrado tener un desempeño notable y que al comparar con lo acontecido en juegos posteriores tal como en los partidos Colombia Bolivia y Colombia Chile en donde la boletería fue menor, y el Seleccionado tenía aún posibilidades importantes para lograr su clasificación.

En el recurso, el Apoderado menciona que, consultado al profesor David Bardey sobre el particular, éste menciona que *"la estrategia de venta por empaquetamiento puede o no corresponder a una estrategia de discriminación. Se debe resaltar que si fuera una estrategia de discriminación en precios, de todas formas no es prohibida por la norma no contraindicada por la doctrina"*. Igualmente, señala el Apoderado que el esquema de comercialización adoptado por la Investigada representa un esquema de racionamiento eficiente; esto es, un esquema en el cual son los consumidores con más alta disponibilidad a pagar quienes son atendidos primero, con lo cual concluye que es posible rechazar la existencia de conducta explotativa alguna en el caso analizado.

Cita el Apoderado el trabajo de Motta (2004), para afirmar que los efectos ingreso o redistributivos en el mercado están fuera del alcance de la política de competencia y en tal virtud no puede esta Superintendencia tomar como argumento el que algunos consumidores no hayan tenido los recursos para asistir a los tres partidos.

Afirma el Apoderado que el mecanismo adoptado por parte de la Empresa investigada previno que dentro del mercado se generara aumento de precios por reventa y falsificaciones y fraude en la comercialización de la boletería.

Respecto a la oportunidad y calidad de la información suministrada de la venta de la boletería para cada uno de los partidos, afirma el Apoderado que fueron dispuestos los mecanismos apropiados para difundir la información relacionada con el proceso de venta y comercialización de abonos y posteriormente de boletería suelta en todo el país. De esta manera, fueron suministrados a los medios de comunicación diferentes boletines y ruedas de prensa mediante los cuales se notificó a los consumidores acerca de los detalles de cada una de las formas de venta de la boletería. A renglón seguido, sugiere el Apoderado que toda esta información divulgada reposa en el expediente mediante pruebas documentales, avisos y boletines de prensa.

Finalmente, propone el Apoderado que la Superintendencia al momento de analizar el incentivo económico que motivó la conducta, incurrió en errores de cálculo y sus conclusiones resultan ser significativamente diferentes si se tiene en cuenta que, de acuerdo con el análisis realizado por el Apoderado, lo que sucedió fue que OSSA y ASOCIADOS tuvo una pérdida de \$271.251.913 y no una ganancia cercano a los \$12.831.872 que se inferiría ha estimado la Superintendencia en la Resolución recurrida.

Consideraciones del Despacho

a) Sobre la afirmación según la cual la Empresa investigada no generó efecto explotativo alguno sobre el consumidor

Inicialmente es importante señalar que el carácter ex ante y objetivo de las normas de competencia permite sancionar una conducta considerada por la ley como anticompetitiva o restrictiva de la competencia, sin que sea necesario acreditar que la misma tuvo efectos o generó perjuicios. En el presente caso, el legislador al describir la conducta sancionada de manera expresa establece que *"cuando exista posición dominante, constituyen abuso de la misma las siguientes conductas: (...) 3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales,..."*. (se subraya). Por lo anterior, para que se configure la conducta reprochable por el ordenamiento jurídico no es necesario acreditar los efectos generados por la misma.

No obstante, en el presente caso contrario a lo afirmado en el recurso, está probado en el expediente que la conducta sancionada generó efectos en el mercado como se demostró al explicar los efectos explotativos en los consumidores y el impacto económico en los ingresos percibidos con la ejecución de comportamiento reprochado.

Las referencias a los efectos explotativos de la conducta prevista en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, están dirigidas a explicar que a la luz de las normas de competencia, para que una conducta sea considerada abusiva de la posición de dominio, no se requiere necesariamente que tal comportamiento genere efectos exclusorios, sino que esta figura también puede configurarse a partir de comportamientos que produzcan únicamente efectos explotativos sobre los consumidores u otros agentes que confluyen en el mercado.

Se reitera que para tipificar la conducta prevista en el mencionado numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, una vez acreditada la posición de dominio del agente, basta con establecer la existencia de subordinación del suministro de un bien o servicio a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyen el objeto del negocio.

En el presente caso, tal como fue expuesto en la Resolución recurrida, este Despacho, a partir de la información que obra en el expediente, encontró efectivamente que OSSA y ASOCIADOS S.A. haciendo uso de su posición de dominio, condicionó la venta de la entrada al juego Colombia-Brasil a la adquisición de las entradas a los juegos Colombia-Venezuela y Colombia-Argentina, lo que determinó que los consumidores no hubieran tenido la opción de acceder de manera separada a boletas para cada uno de los partidos, en cualquiera de las localidades del estadio¹⁰.

La anterior conducta generó efectos explotativos sobre el consumidor, toda vez que, con el mecanismo de venta de abonos x3, los consumidores interesados en asistir únicamente uno

¹⁰ Ver Resolución No. 50342 de 2010, página 46.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 22

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

o dos de los 3 partidos referidos, en 6 de las 11 localidades disponibles, tuvieron que comprar el abono para asistir a los tres partidos en la mismas localidades. De hecho, para aquellos asistentes cuyo interés era asistir únicamente al partido Colombia Brasil no tuvieron la opción de adquirir de manera separada boletas para las ubicaciones agotadas a través de la venta de abonos o se vieron obligados a adquirir bienes que no eran de su interés, incurriendo en sobrecostos equivalentes a un 200% adicional al valor de la boleta individual, configurando de esta manera una pérdida del bienestar del consumidor.

Al respecto, es importante recalcar que, tal como se dijo en la Resolución No. 50342 de 2010, esta Superintendencia no reprocha el sistema de venta a través de abonos, lo que motivó la sanción contenida en la Resolución fue que la Investigada, en ejercicio de su posición de dominio, con el sistema de comercialización implementado hubiere incurrido en la conducta tipificada en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992.

b). Sobre lo usual que represente el mecanismo de venta de abonos para acceder a diferentes eventos

De acuerdo con el Apoderado, el esquema de boletería de diferentes espectáculos a partir de abonos es una práctica común y que no debería representar motivo para que la Superintendencia adelante una investigación como la que concluyó con la Resolución de sanción recurrida.

Al respecto, esta Superintendencia reitera lo manifestado en el literal anterior, así como lo señalado en la Resolución recurrida, en el sentido de que en el presente caso la conducta es reprochable, ***“por ser la conjunción de la existencia de posición de dominio, la subordinación de la venta de bienes diferentes y por generar un efecto explotativo sobre los consumidores al no proporcionar suficiente información y restringir completamente el acceso a ciertas localidades del estadio”***.

En particular, el haber puesto a la venta el 100% de la boletería a través del sistema de abono, condicionó al consumidor interesado a asistir a uno o dos partidos en 6 de las 11 ubicaciones disponibles a comprar las tres boletas o a verse obligado a no adquirir el producto que específicamente era de su interés, toda vez que no existió la posibilidad de adquirir boletería suelta en las 6 localidades agotadas, generando así una conducta reprochable a la luz del numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992.

c). Sobre el hecho de no haber invocado argumento o norma del derecho positivo colombiano que permita vincular el daño con la acción positiva o negativa desarrollada o ejecutada directamente por OSSA y ASOCIADOS

Al respecto, nos remitimos a lo manifestado en la Resolución recurrida y en el numeral 5.1.1 de la presente Decisión, siendo del caso reiterar que el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992 es precisamente la norma que establece como abuso de la posición dominante, y por lo tanto restrictiva de la libre competencia en el mercado, la conducta sancionada en la presente investigación.

En tal sentido, la norma que invoca la Superintendencia de Industria y Comercio para referirse a la conducta sancionada describe el comportamiento desplegado por OSSA & ASOCIADOS S.A., la cual determinó la subordinación en el suministro de la boletería para seis de las once ubicaciones disponibles del partido Colombia - Brasil a la compra de las boletas para asistir a los partidos Colombia - Venezuela y Colombia - Argentina.

d). Sobre las impresiones del Dr. Gabriel Meluk plasmadas en su testimonio frente a los hechos que se investigan

Nuevamente se manifiesta que las decisiones adoptadas por esta Superintendencia en la resolución recurrida están basadas en la valoración integral de las pruebas regularmente aportadas al proceso y no exclusivamente en el testimonio del señor Meluk como lo afirma el apoderado.

Al respecto, esta Superintendencia manifiesta que en ningún momento esta Entidad ha considerado las declaraciones del Dr. Meluk como la opinión generalizada de los consumidores en este mercado. Tal testimonio se valoró considerando que Gabriel Meluk es un periodista deportivo, de un diario de amplia circulación, como lo es el periódico El Tiempo, con amplia experiencia en temas futbolísticos.

Así las cosas, mal haría esta Superintendencia en no valorar la declaración de un periodista deportivo, que por profesión y experiencia específica, conoce sobre lo que acontece en los diferentes espectáculos deportivos, y concretamente en materia de fútbol bajo el argumento según el cual que sólo aquellos estudiosos en temas de sociología tendrían la facultad de rendir declaraciones acerca del comportamiento de los consumidores en este mercado.

Más aún cuando, de la evaluación integral del acervo probatorio, se observa que tales declaraciones coinciden con las suministradas por otros testigos y con evidencia documental que obra en la presente investigación, como se presentó en la resolución recurrida.

e). Acerca de la igualdad entre precios de abonos frente a precios de boletería suelta

Afirma el Apoderado que una de las razones para no apreciar un abuso de la posición de dominio de la Investigada, lo constituye el hecho de que los precios de las boletas individuales y el precio de los abonos reflejaran precios por entrada a cada partido similar.

Al respecto vale la pena señalar, tal como se hizo en la Resolución No. 50342 de 2010, que efectivamente el hecho de haber generado un mecanismo de venta de abonos en el que el valor de los mismos es idéntico al valor de la boleta individual, no es evidencia de que la Empresa no haya incurrido ésta en abuso de posición de dominio.

Por el contrario, el no haber previsto descuentos u otra clase de beneficios, maximiza el efecto explotativo generado por la conducta investigada, en la medida que no se traslada al consumidor ninguna de las eficiencias que el esquema de comercialización utilizado genera.

Así las cosas, la ausencia de descuentos no solamente no representa un elemento que permita concluir la no existencia de abuso de posición de dominio de la Empresa investigada sino que, por el contrario, en el presente caso configura un elemento que maximiza el efecto negativo generado sobre el consumidor.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N° 24

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

f) En cuanto al argumento según el cual no existió atadura a ningún otro producto de naturaleza distinta a los partidos de fútbol que trata la presente resolución

Considera el Apoderado que los partidos Colombia Brasil, Colombia Venezuela y Colombia Argentina son de naturaleza similar, razón por la que la Investigada no incurrió en abuso de posición de dominio alguno, toda vez que el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, requiere que el producto vinculado no corresponda al objeto del negocio por tratarse de bienes de naturaleza distinta.

A partir de este argumento, concluye el Apoderado que, en la medida en que la boletería de partidos de fútbol de las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010 en las que participó la Selección Colombia en calidad de local es de la misma naturaleza, no existe evidencia que justifique una conducta reprochable ante las normas de competencia por parte de la Investigada.

Al respecto, esta Superintendencia reitera lo manifestado en la No. Resolución 50342 de 2010, sobre mercado relevante, en donde al definirse el mercado de producto se estableció que el total de ubicaciones para cada uno de los tres primeros partidos de las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010 en los que Colombia participó en calidad de local, constituía un mercado de producto independiente.

Al ser mercados diferentes, no es posible considerar el acceso a una misma localidad en partidos diferentes como bienes sustitutos cercanos y por tal razón, no resulta un argumento de recibo por parte de esta Entidad afirmar que no existió conducta reprochable alguna el haber agotado 6 de las 11 localidades mediante la venta de abonos.

Insiste esta Superintendencia que el abuso de la posición de dominio que acá se reprocha está fundado en que se haya generado un mecanismo de comercialización que no permitió que los consumidores de manera libre y espontánea hubieran podido participar en el mercado y pugnar por la compra de una entrada a uno de los tres partidos sin necesidad de verse abocados a adquirir productos que, al ser reconocidos como bienes mercados distintos, resultan ser por su naturaleza no constitutivos del objeto del negocio y es eso precisamente lo que prohíbe la normatividad en materia de competencia de un agente con posición de dominio.

En todo caso, el hecho de que los partidos referidos compartan características comunes, no elimina las diferencias existentes entre los mismos, ni la subordinación evidenciada, toda vez que la compra de las boletas para los partidos con Venezuela y Argentina son obligaciones adicionales que el consumidor se vio obligado a aceptar para acceder al partido Colombia – Brasil en las ubicaciones cuya venta se agotó en la modalidad de abono por 3.

g) Acerca de la inexistencia del empaquetamiento puro en la comercialización de boletas por parte de OSSA y ASOCIADOS S.A.

Propone el Apoderado que la venta de la boletería a los tres primeros partidos a las eliminatorias al mundial Sudáfrica 2010 en los que Colombia actuó en calidad de local, no constituyó de manera alguna un empaquetamiento puro, toda vez que la venta de boletería suelta estuvo disponible para cada uno de los partidos que se mencionan en la presente investigación.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 25

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

Contrario a lo que señala el Apoderado y como se estableció en la Resolución recurrida, está acreditado en el expediente que a través de la venta de abonos x3 se comercializó el 100% de las ubicaciones Occidental platea, Occidental 3 piso, Oriental platea, Oriental 2 piso, Norte alta y Sur alta para asistir a los partidos referenciados. El hecho de que se vendiera boletería suelta en los casos en los que no fue posible vender la totalidad por medio de abonos, no implica que no hubiera habido un empaquetamiento puro en tanto que nunca existió la opción de compra de boletería suelta para el consumidor frente a las localidades mencionadas.

h) Sobre el argumento según el cual para el partido Colombia Brasil la mayoría de la boletería fue vendida a través de boletería suelta y por tal razón no existió abuso de posición de dominio

Sugiere el Apoderado que el 52.27% del total de la boletería puesta en venta para el partido Colombia Brasil se realizó a través de boletería suelta, con lo cual la conducta investigada no generó efecto explotativo alguno sobre el consumidor.

Al respecto, esta Superintendencia reitera que si bien la totalidad de la boletería no fue vendida a través del sistema de abonos, 6 de las 11 ubicaciones del estadio, esto es, Occidental platea, Occidental 3 piso, Oriental platea, Oriental 2 piso, Norte alta y Sur alta del Estadio Nemesio Camacho el Campín, fueron agotadas mediante venta bajo el sistema de abonos, de forma tal que no existió en ningún momento oportunidad para que el consumidor pudiese demandar de manera individual las entradas a esas ubicaciones para un solo juego.

En este sentido, en la Resolución recurrida se manifestó: *"De otra parte, se advierte que los consumidores interesados en este partido en particular, vieron reducida su posibilidad de elegir la boleta de su preferencia en un 53.08% del total de las entradas vendidas. Esto si se comparan las 17.554 boletas sueltas y los 19.853 vendidos para este partido, con las 37.407 boletas disponibles para venta en total."*¹¹

De igual manera, la Superintendencia de Industria y Comercio, reconoció que cada partido de los tres analizados (Colombia - Brasil, Colombia - Venezuela y Colombia - Argentina) representó un mercado relevante diferente. En ese sentido, en la Resolución 50342 de 2010 fue determinado a su vez que al interior de cada uno de los mercados existían productos que a pesar de ser catalogados con algún grado de sustituibilidad entre ellos, no correspondían a bienes completamente homogéneos, sobre todo cuando el nivel de precios mínimo y máximo varía de \$20.000 a \$200.000.

De acuerdo con las reglas de la experiencia puede afirmarse que para un consumidor no es equivalente asistir y apreciar un juego en la localidad Sur baja frente a la localidad Occidental Platea. Por lo anterior, la circunstancia de que el 52.27% de la boletería haya sido vendida a través del sistema de boletería suelta, no implica que efectivamente no se hubiese generado una fuerte restricción de la oferta al interior del mercado relevante, toda vez que no se dio la posibilidad a los consumidores a demandar 6 tipos de bienes específicos: aquellas 6 ubicaciones que fueron agotadas a través de la venta de abonos x3, las cuales correspondieron al 68% del valor de la Taquilla.

¹¹ Resolución No. 50342 de 2010, página 37.

i) Acerca de que la conducta investigada pueda verse como un mecanismo racionamiento eficiente, que premia a aquellos consumidores con más alta disponibilidad a pagar

Sugiere el Apoderado que es posible afirmar que los hechos investigados dan cuenta de un mecanismo de racionamiento eficiente que generó un proceso de asignación de boletas a los partidos que premió a aquellos individuos con mayor disponibilidad a pagar para cada uno de los juegos.

Llama la atención a esta Superintendencia que el Apoderado quiera proponer como ejemplo de esquema de asignación bajo racionamiento eficiente de recursos a una conducta que genera efecto explotativo sobre los consumidores que participan en un mercado.

En particular, tal como fue presentado en la Resolución No. 50342 de 2010, el hecho de subordinar la compra de una entrada para apreciar el partido Colombia - Brasil en una localidad específica a la compra de un abono para tres juegos de la eliminatoria al mundial Sudáfrica 2010, sin presentarse alternativa alguna de venta de boletería suelta para ciertas localidades, no puede entenderse como un ejercicio de racionamiento eficiente en un mercado.

En primer lugar, porque el mecanismo de racionamiento eficiente sugiere un proceso de diferenciación de precios asociados a un mismo producto, diferenciación, que de acuerdo a las teorías de organización industrial¹², debe ser explicada por la presencia de un exceso de demanda ex-ante tan importante, que sea necesario diseñar una regla de asignación de bienes en el mercado. En el presente caso, de acuerdo con las proyecciones efectuadas, lo previsto para los tres primeros partidos fue un exceso de oferta de un 15%.

En segundo lugar, porque dicho mecanismo no supone la vinculación de productos que por su naturaleza constituyan en conjunto condiciones adicionales que no hacen parte del objeto de la transacción, como lo constituye en el caso que se analiza la serie de partidos a los que se condiciona la entrada.

Así las cosas, esta Superintendencia no considera de recibo el argumento según el cual, la conducta investigada se entiende enmarcada dentro de un mecanismo de fijación de precios que responde a un proceso de racionamiento eficiente.

j). Acerca del efecto distributivo de la Conducta

Sugiere el apoderado que bajo ninguna circunstancia la conducta investigada puede considerarse reprochable por los efectos distributivos que pueda generarse, toda vez que la doctrina internacional sobre política de competencia excluye del campo de análisis este tipo de consideraciones.

Al respecto esta Superintendencia reitera al apoderado que bajo ninguna circunstancia esta entidad analizó la conducta tomando como referencia consideraciones relacionadas con efectos distributivos sobre el ingreso de los consumidores. Por el contrario, y a la luz de la definición de mercado relevante propuesta en la Resolución 50342 de 2010, esta Entidad

¹² Véase como ejemplo Zipitria, L (2009). Notas de Organización Industrial. Universidad de Montevideo. Cap. 6, pag. 87 o Shy (1996) Industrial Organization MIT Press. Cap. 6 pag.108

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 27

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

la hora de analizar la conducta reconoció que la misma representaba serias afectaciones al mercado, toda vez que la empresa investigada, abusando de su posición de dominio, restringió ostensiblemente las posibilidades de elección del consumidor al comercializar el 100% de las entradas a 6 de las 11 localidades del estadio a través del sistema de abonos x3, sin dar la posibilidad de que el consumidor pudiera demandar las boletas mediante un esquema de compra de boletería suelta para esos juegos.

Así las cosas, esta Superintendencia reprocha los efectos que la conducta de una empresa con posición de dominio sobre el mercado generó sobre los consumidores.

Por último, teniendo en cuenta que el Recurrente en el aparte de abuso de la posición dominante reitera argumentos planteados en la parte inicial del recurso, nos remitimos a lo ya manifestado por esta Superintendencia al respecto en la presente resolución.

5.1.6. Respecto de la sanción y las multas pecuniarias

Argumentos del recurso

El Recurrente señala que la Superintendencia al imponer el monto de la multa hace una liquidación errada, entre otras cosas porque el Despacho a la hora de evaluar la posición de dominio y el abuso de la misma, considera cada partido de manera diferente, pero a la hora de determinar el monto de la sanción tiene en cuenta el valor estandarizado para cada partido, lo que demuestra el deseo de la Superintendencia de perjudicarlos.

Se afirma en el recurso que por los 3 partidos realizados en el año 2007 de la selección Colombia contra Brasil, Argentina y Venezuela, la Empresa sancionada pagó la suma de \$6.000.000.000.00, lo que quiere decir que pagaron por cada partido \$2.000.000.000.00. Así se concluye que con base en lo anterior OSSA & ASOCIADOS S.A. tuvo una pérdida de \$271.251.913.00, que demuestra que no se obtuvo ningún beneficio o utilidad por el tipo de comercialización por el que se les pretende sancionar.

En este mismo sentido, afirma el Apoderado que la Superintendencia de Industria y Comercio considera a su acomodo que la Empresa investigada pagó \$1.000.000.000 por partido a la Federación Colombiana de Fútbol, argumento que califica como "falso de toda falsedad", agregando que con este hecho la SIC da muestra de la falta de conocimiento y muestra deseo de perjudicar a la Empresa investigada.

Igualmente se presenta en el recurso una liquidación de las ganancias y utilidades brutas de los tres primeros partidos y se termina expresando que este Despacho efectuó una reducción en la determinación de la sanción del 33.34% al haber considerado la duración de la conducta, la inexistencia de antecedentes por infracciones de la competencia o incumplimiento de compromisos adquiridos o de órdenes de la Superintendencia por parte de la investigada. El recurrente al aplicar dicho porcentaje afirma que la sanción reliquidada para OSSA & ASOCIADOS S.A. corresponde a \$8.546.026 y para su representante legal a \$846.000.00, referido a la aplicación del 9.9% del valor de la sanción a la empresa.

Consideraciones del Despacho

En relación con los supuestos errores en las cifras y cálculos utilizados por este Despacho para establecer la cuantía de las sanciones a imponer es importante señalar que la información a partir de la cual se realizó tal ejercicio fue tomada del material probatorio que obra en el expediente, en particular de lo establecido en el contrato de producción, comercialización y operación logística de boletería y del acta de liquidación del mismo documentos suscritos por la Federación Colombiana de Fútbol y OSSA y ASOCIADOS S.A.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N° 28

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

En efecto, en la cláusula séptima del referido contrato, en la cual se establece el precio del mismo se dispone: "Como contraprestación por la exclusividad otorgada por la FEDERACION a favor de la CONTRATISTA, está última se obliga a pagar a aquella las siguientes sumas de dinero: a) la suma de nueve mil millones de pesos moneda corriente (\$9.000.000.000,00), en los plazos y condiciones que más adelante se detallan; b) Una suma igual al 50% de la utilidad neta que se produzca por causa de la venta y comercialización de la boletería de los eventos, previa deducción de la cifra indicada en el literal a) y de los costos operativos del contrato"¹³.

Por su parte, en el acta de liquidación del contrato¹⁴ se presenta la siguiente información:

PARTIDO / FECHA	TAQUILLAS	COSTOS
BRASIL//14 OCT 2007	\$ 2.914.600.000	
VENEZUELA//17 NOV 2007	\$ 2.119.180.000	\$ 854.916.335
ARGENTINA//20 NOV 2007	\$ 2.933.600.000	
URUGUAY//6 SEP 2008	\$ 2.289.000.000	\$ 521.167.964
PARAGUAY//11 OCT 2008	\$ 1.864.420.000	
BOLIVIA//28 MAR 2009	\$ 1.401.310.000	\$ 263.705.855
PERU// 10 JUN 2009	\$ 1.166.932.000	\$ 193.158.583
EGUADOR//5 SEP 2009	\$ 2.364.481.000	\$ 243.673.394
CHILE// 10 OGT 2009	\$ 910.236.000	\$ 156.861.139
TOTAL	\$ 17.963.759.000	\$ 2.233.483.270

RESUMEN GENERAL	
TOTAL INGRESOS	\$ 17.963.759.000
MENOS COSTOS NO OPERATIVOS	\$ 25.000.000
MENOS COSTOS OPERATIVOS	\$ 2.233.483.270
MENOS ANTICIPO COLFUTBOL	\$ 9.000.000.000
UTILIDAD 100%	\$ 6.705.275.730
ADICIONAL COLFÚTBOL	\$ 3.352.637.865
UTILIDAD OSSA	\$ 3.352.637.865

Como se observa, independientemente del momento en el cual se llevaran a cabo los pagos, resulta evidente que el valor señalado en la cláusula trascrita, corresponde a la exclusividad para la producción, comercialización y operación logística de boletería de los 9 los partidos a realizarse dentro de las eliminatorias, en los que la selección Colombia jugaba en condición de local.

¹³ Ver folios 48 y 49 del cuaderno 1 del expediente 07098579.

¹⁴ Ver folios 844 y 855 del cuaderno 4 del expediente 07098579

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N°. 29

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

Por lo tanto, el pago medio que la investigada estaba asumiendo con la Federación, sin tener en cuenta la utilidad adicional prevista en el literal b) de la citada cláusula, ascendía a mil millones de pesos (\$1.000.000.000), con lo cual, tal como se propuso en la Resolución No. 50342 de 2010, permitió lograr un beneficio adicional con el esquema de venta señalado, en especial en lo que tiene que ver con el partido Colombia Venezuela. Este análisis corresponde con lo manifestado por el señor Rodrigo Cobo Arizabaleta, Director Administrativo y Financiero de la Federación¹⁵.

De esta manera, el cálculo de la utilidad obtenida en el partido Colombia-Venezuela de \$1.834.207.888, corresponde a la diferencia entre el ingreso por taquilla de dicho partido el cual ascendió a \$2.119.180.000¹⁶ y la tercera parte de los costos presentados en el acta de liquidación del contrato para los tres primeros partidos, esto es \$284.972.112¹⁷.

Una vez descontado el pago medio mencionado anteriormente, junto con el 50% de la ganancia adicional, esta Superintendencia concluyó que por concepto del partido Colombia - Venezuela la empresa obtuvo un beneficio de \$417.103.944, y, teniendo en cuenta que el 72% de los ingresos de este partido fueron explicados por la venta condicionada de los abonos x 3, se concluyó que el beneficio adicional generado por la conducta investigada ascendió a la suma \$300.314.840.

En consecuencia, contrario a lo afirmado por el Recurrente, los cálculos elaborados por parte de esta Entidad estuvieron sustentados en la información que obra en el expediente y responden a un ejercicio objetivo y acorde con la estructuración financiera del negocio.

De igual manera, como fue expresamente reconocido por el Recurrente, en la determinación de la sanción, fueron considerados la duración de la conducta, la naturaleza de los productos vinculados, la inexistencia de antecedentes en relación con infracciones al régimen de protección de la competencia o con incumplimiento de compromisos adquiridos o de órdenes impartidas por esta Entidad, la conducta procesal de las Investigadas y el patrimonio de la empresa. En el caso de la representante legal también fue considerado su participación directa en el diseño e implementación del mecanismo que determinó la existencia de la conducta reprochada.

La aplicación de tales criterios, como se afirma en el recurso, determinó que al valor calculado como beneficio se aplicara una reducción del 33.34%.

De acuerdo con lo anterior, la afirmación efectuada por el Recurrente según la cual la empresa investigada tuvo una pérdida de \$271.251.913 por concepto de los tres partidos realizados en el año 2007, resulta completamente desvirtuada, no solo con los resultados presentados en el acta de liquidación del contrato, sino por lo expresado en el testimonio rendido por el Director Administrativo y Financiero de la Federación.

Por lo tanto, no es cierto que la Empresa sancionada haya generado una utilidad equivalente a \$12.831.872 por la conducta reprochada, por cuanto, tal como fue arriba presentado, dicha cifra daría cuentas de apenas el 4.3% de lo que, con la información que reposa en el expediente, se pudo acreditar que obtuvo la investigada.

¹⁵ Ver testimonio rendido el 25 de marzo de 2010 que obra a folio 915 del cuaderno 4 del expediente 07098579.

¹⁶ Ver folios Folio 844 del cuaderno 4 del expediente 07098579.

¹⁷ Ver folios 845 del cuaderno 4 del expediente 07098579.

5.2. LINA MARÍA OSSA ARISTIZABAL

Argumentos del recurso

La apoderada de la representante legal señala que la resolución recurrida lesiona injustificadamente los intereses de su cliente por las siguientes razones:

- i) El Despacho concluyó, sin que hubiera lugar a ello, que OSSA & ASOCIADOS ejerce posición de dominio.
- ii) No se decretaron dictámenes periciales, ni las pruebas necesarias para adoptar cualquier decisión y no se hizo una valoración adecuada de los medios de prueba, particularmente, se afirma que no se valoró el contrato firmado con la Federación y que la decisión está basada en testigos no decretados como técnicos.
- iii) La Superintendencia pretende imponer cargas imposibles de cumplir a la empresa investigada en la comercialización simultánea de boletería suelta y por abono, puesto que la ausencia de taquilla impidió que dicha práctica hubiese sido posible implementar.
- iv) Aunque se enuncian no se aplican los parámetros objetivos previstos en la ley para la imposición de sanciones.

Posteriormente sobre la conducta imputada a su representada después de citar el artículo 50, numeral 3 del decreto 2153 de 1992, señala que aun siendo cierta, en gracia de discusión dicha conducta no configura reproche alguno e insiste en afirmar que en el presente caso no se configuran ninguno de los requisitos previstos en la ley y pone de presente "los yerros más evidentes de la Resolución recurrida: (i) Inaplicación de la definición de mercado, (ii) Inexistencia de posición dominante, (iii) Ausencia de valoración probatoria, y, (iv) No aplicación de criterios para imposición de sanciones.

En cuanto a las observaciones relacionadas con la definición del mercado relevante la apoderada señala que existe una definición de mercado que resulta contraria a la lógica y afecta sensiblemente los intereses de sus poderdantes, toda vez que el proceso de definición mencionado carece de conceptos técnico-económicos tales como características y extensión del mercado específico. Así mismo, se indica que el análisis del mercado presentado por la Superintendencia se basó en probabilidades de conductas y comportamientos que terminaron sustituyendo el concepto que un experto debió rendir frente al tema.

Frente a la ausencia de posición de dominio que alega el apoderado manifiesta que el Despacho desconoce que el mercado de fútbol obedece a unas reglas económico-jurídicas que están soportadas por estatutos y estructuras definidas internacionalmente y por tanto resulta imposible endilgar posición de dominio algún a OSSA y ASOCIADOS en la comercialización de la boletería que acá se analiza. En particular, afirma el Apoderado que el mercado del fútbol en el mundo y por supuesto en Colombia, es de la FIFA y de las asociaciones que la integran. Igualmente se afirma en el recurso que con el fallo proferido, la Superintendencia se está convirtiendo en un agente de intervención del mercado, abarcando facultades adicionales a las legales.

Con respecto a la ausencia y defectos en la valoración probatoria se manifiesta que este Despacho no recaudó las pruebas necesarias para proferir una resolución de sanción, y que el contrato de producción suscrito entre la FEDERACIÓN COLOMBIANA DE FÚTBOL y OSSA y ASOCIADOS no fue valorado suficientemente, lo que no permitió ver las limitaciones que tenía el contratista investigado.

RESOLUCIÓN NÚMERO 68380 DE 2010 Hoja N° 31

Por la cual se resuelven unos recursos de reposición

En relación con la inaplicación de criterios para imposición de sanciones señala que a pesar de su enunciación, la considerable cuantía de las sanciones impuestas no refleja la aplicación de los mismos, puesto la inexistencia de reincidencia, la disposición de colaboración durante la investigación y la duración de la conducta, no es dable concluir tales conductas. Así mismo se afirma que el Despacho concluye simplemente basándose en indicios que se obtuvo un beneficio adicional obtenido por la conducta investigada de \$300.314.840.

Con base en lo anterior se solicita la revocatoria de la Resolución recurrida y en su lugar se disponga el archivo de las presentes diligencias y que en subsidio se decrete un dictamen pericial en que se determine el mercado relevante y se ordene el testimonio técnico de quien sea nombrado como perito.

Consideraciones del Despacho

Teniendo en cuenta que el recurso de la representante legal de OSSA Y ASOCIADOS, presenta argumentos relacionados con la indebida definición de mercado relevante, la inexistencia de posición dominante, la ausencia de pruebas y deficiencias en la valoración de las mismas y la no aplicación de criterios para imposición de sanciones, los cuales coinciden con los argumentos contenidos en el recurso de la empresa sancionada, nos remitimos a lo manifestado sobre el particular en la presente Resolución.

Es importante señalar que las decisiones adoptadas por esta Superintendencia en la Resolución recurrida están enmarcadas dentro del ejercicio de las facultades conferidas por la ley a esta Entidad¹⁸ para sancionar aquellas conductas que constituyan abuso de la posición dominante.

Por otra parte, la cuantía de la sanción que se alega como considerable, corresponde al 12.8% de la sanción máxima prevista en la ley para los representantes legales que autoricen, ejecuten o toleren conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia.

Por lo anteriormente expuesto, este Despacho,

¹⁸ Decreto 2153 de 1992, decreto 3523 de 2009, modificado por el decreto 1684 de 2010.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Confirmar en todas sus partes la Resolución No. 50342 de septiembre 22 de 2010.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notifíquese personalmente el contenido de la presente resolución a la sociedad OSSA & ASOCIADOS S. A. VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL, identificada con NIT 830099911-1, y a la señora LINA MARÍA OSSA ARISTIZABAL, identificada con C.C. 52.646.738 de Bogotá, a través de sus apoderados, entregándoles copia de la misma e informándoles que contra esta decisión no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., a los **09** DIC 2010

El Superintendente de Industria y Comercio



JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO

Notificación:

ADRIANA MARIA POLANIA POLANIA
Apoderada de la Representante Legal LINA MARÍA OSSA ARISTIZABAL
T.P. No. 126905 del C.S. de la J.
C.C. 51.796.346
Dirección: Calle 79 No. 8-38
Bogotá D.C.

CARLOS ALBERTO CEPEDA ORTIZ
Apoderado de OSSA & ASOCIADOS S. A. VIAJES Y TURISMO GRUPO NOBEL
T.P. No. 94.323 del C.S. de la J.
C.C. 79.522.736
Dirección: Carrera 14 No. 82 - 61
Bogotá D. C.