



**RESOLUCIÓN** (Expte. C-0138/09, OPERADORES VACACIONALES/  
EMPRENDER VIAJES)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente  
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente  
D. Emilio Conde Fernández-Oliva, Consejero  
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero  
D<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez, Consejera  
D. Julio Costas, Comesaña, Consejero  
D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Jesús González López, Consejera  
D<sup>a</sup> Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 1 de abril de 2009.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la concentración económica consistente en la adquisición por OPERADORES VACACIONALES S.L. SOCIEDAD UNIPERSONAL del control exclusivo sobre EMPRENDER VIAJES S.A. (Expte. C/0138/09) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

## INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

### EXPEDIENTE C/0138/09 OPERADORES VACACIONALES / EMPRENDER VIAJES

- (1) Con fecha 5 de marzo de 2009 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la adquisición por OPERADORES VACACIONALES, S.L., SOCIEDAD UNIPERSONAL (OPERADORES VACACIONALES) del control exclusivo sobre EMPRENDER VIAJES, S.A. (EMPRENDER VIAJES).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por OPERADORES VACACIONALES, S.L.U, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) por cumplirse el umbral previsto en el artículo 8.1.a) de la citada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: “El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley”.
- (5) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **6 de abril de 2009**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición por OPERADORES VACACIONALES del control exclusivo sobre EMPRENDER VIAJES.
- (7) La operación se instrumenta mediante un contrato de compraventa [...] <sup>1</sup>por el que OPERADORES VACACIONALES adquiere el 100% de las acciones y los derechos de voto de EMPRENDER VIAJES.
- (8) La operación constituye, por tanto, una concentración económica de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7.1 b) de la LDC.

---

<sup>1</sup> En adelante, se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

## **II. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

- (9) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, al no superar los umbrales del artículo 1, párrafos 2 y 3 del mismo.
- (10) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, por cumplirse el umbral previsto en el artículo 8.1 a) de la citada norma.

## **III. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **III. 1. Pacto de no competencia**

- (11) El contrato de compraventa incluye un pacto de no competencia (estipulación 9.2) por el que se establece la obligación de los Vendedores de no desarrollar actividades profesionales que entren en competencia con las desarrolladas por EMPRENDER VIAJES, entendiéndose por tales exclusivamente aquellas que tengan relación con la venta del producto o destino “Disneyland París” desde España y durante [un periodo no superior a tres años] desde la fecha de cierre de la operación.

### **III. 2. Pacto de confidencialidad**

- (12) El contrato de compraventa incluye un pacto de confidencialidad (estipulación 9.3) en el que se establece la obligación de los Vendedores de mantener secretos durante un los dos años siguientes a la fecha de cierre de la operación los conocimientos técnicos y de mercado resultantes de su relación con EMPRENDER VIAJES.

### **III. 3. Valoración**

- (13) El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007 establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (14) Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera que, en el presente caso, el contenido y la duración del pacto de no competencia y del pacto de confidencialidad no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, considerándose parte integrante de la misma.

#### **IV. EMPRESAS PARTÍCIPES**

##### **IV.1. OPERADORES VACACIONALES S.L.U (OPERADORES VACACIONALES)**

- (15) OPERADORES VACACIONALES es una empresa española dedicada a la prestación de servicios de agencia de viajes mayorista (tour operador).
- (16) OPERADORES VACACIONALES es una sociedad dependiente de Iberotravel Vacations Holding, S.L.U., sociedad matriz del grupo turístico ORIZONIA CORPORACIÓN, con sede en Palma de Mallorca.
- (17) A su vez, ORIZONIA CORPORACIÓN se encuentra controlada conjuntamente por Vista Desarrollo, S.A., S.C.R, compañía perteneciente al Grupo Santander, y por Carlyle Group, grupo inversor compuesto por varios fondos de inversión, con sede en Estados Unidos. De acuerdo con la notificante, ni el Grupo Santander ni el Carlyle Group están controlados por ninguna persona física o jurídica.
- (18) ORIZONIA CORPORACIÓN opera fundamentalmente en España, aunque también desarrolla actividades en Portugal y en algunos países de Latinoamérica.
- (19) En España, ORIZONIA CORPORACIÓN se encuentra activa en la prestación de servicios turísticos de:
- agencias de viajes mayorista (tour operador) a destinos nacionales y extranjeros, a través de diversas marcas: “Iberojet”, “Solplan”, “Viamed”, “Iberski”, “Turavia”, “Viva Tours”, “Eurojet” y “Cóndor Vacaciones”
  - agencia de viajes minorista, a través de la red de agencias “Viajes Iberia”
  - agencias receptoras<sup>2</sup>, a través de la marca “Smilo”
  - transporte aéreo chárter, a través de las compañías “Iberworld” y “Orbest”.
  - cruceros<sup>3</sup>.
- (20) De acuerdo con la notificante, ni el Grupo Santander ni el Carlyle Group prestan servicios de agencias de viajes mayoristas o tour operadores en España, ni realizan actividades verticalmente relacionadas, al margen de las realizadas por OPERADORES VACACIONALES.

---

<sup>2</sup> Las agencias receptoras son agencias de viaje especializadas en la provisión de servicios turísticos en destino. Operan como proveedores de estos servicios para las agencias mayoristas, las cuales los incorporan a los paquetes vacacionales que ofrecen a los clientes. La cartera de servicios ofrecidos por las agencias receptoras varía en función de su localización, pero puede resumirse en: recepción de turistas en destino, transporte de turistas, organización de excursiones y visitas, intermediación en la adquisición de servicios de alojamiento, alquiler de vehículos, adquisición de entradas para espectáculos, reservas de restaurantes o similares.

<sup>3</sup> [...]

- (21) El volumen de negocios de OPERADORES VACACIONALES en el año 2007, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, es, según el notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE OPERADORES VACACIONALES. 2007		
(Millones euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
>2.500	>250	>60

Fuente: Notificación

## IV.2. EMPRENDER VIAJES, S.A (EMPRENDER VIAJES)

- (22) EMPRENDER VIAJES<sup>4</sup> es una empresa activa en la prestación de servicios de agencia mayorista de viajes (tour operador).
- (23) La actividad de EMPRENDER VIAJES se ha centrado tradicionalmente en el diseño y comercialización de paquetes turísticos y viajes personalizados al destino Disneyland Resort París. También comercializa viajes combinados a otros destinos europeos (Francia, Reino Unido, Italia y Portugal) y de Estados Unidos (Disney World Orlando, Miami o Nueva York).
- (24) EMPRENDER VIAJES opera exclusivamente en España y dispone de cinco delegaciones situadas en Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla y Valencia.
- (25) EMPRENDER VIAJES está controlada por sus Directivos [...] que ostentan el 100% de su capital social.
- (26) El volumen de negocios de EMPRENDER VIAJES<sup>5</sup> en el ejercicio económico 2007, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, es, según el notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE FACTURACION DE EMPRENDER VIAJES. 2007		
(Millones euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<250	<60

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1. Mercado de producto

- (27) El sector económico afectado por la operación notificada es el de la distribución de servicios turísticos y, más concretamente, el segmento de servicios de agencias de viajes mayoristas o tour operadores, única actividad que realiza EMPRENDER VIAJES.

<sup>4</sup> Denominada Frantour España hasta octubre de 2005.

<sup>5</sup> No se dispone de cifras auditadas del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2008 en el momento de la notificación. De acuerdo con la notificante, el volumen de negocios mundial, en la UE y en España de EMPRENDER VIAJES ha ascendido a < 60 millones de euros.

- (28) De acuerdo con las autoridades de defensa de la competencia españolas<sup>6</sup>, las agencias de viaje mayoristas son aquéllas dedicadas a la organización de toda clase de servicios y paquetes turísticos por propia iniciativa, que son comercializados a través de las denominadas agencias minoristas. La actividad de los mayoristas, tour operadores u organizadores, se encuentra constituida fundamentalmente por el diseño, organización, comercialización y operativa de viajes y productos turísticos originados por la combinación de diferentes servicios, ofertándolos por un precio global preestablecido.
- (29) Tanto ORIZONIA como EMPRENDER VIAJES actúan como tour operadores, centrándose su oferta en paquetes turísticos vacacionales.
- (30) La Comisión Europea<sup>7</sup> distingue dos mercados de touroperadores; el de larga distancia y el de corta distancia. Sin embargo, el extinto Servicio de Defensa de la Competencia (SDC) ha considerado que el mercado mayorista de agencias de viaje español es único, sin que quepa ser segmentado en función de los destinos o productos ofrecidos por los touroperadores<sup>8</sup>. Destinos de corta, media y larga distancia compiten entre sí en función de las temporadas y el precio.
- (31) ORIZONIA CORPORACIÓN está verticalmente integrado, actuando tanto en mercados ascendentes (servicios de transporte aéreo chárter y cruceros), como descendentes (agencias de viajes minoristas y receptivas), si bien su cuota en ellos es inferior al 25%, por lo que no se considerarán mercados relevantes a los efectos de la presente operación.
- (32) Puesto que la valoración de la operación no se ve alterada, a los efectos de la presente operación esta Dirección de Investigación no considera necesario cerrar la definición exacta del mercado relevante y se analizarán tanto el mercado global de agencias de viajes mayoristas en España, como los de corta y larga distancia.

### V.3. Mercado geográfico

- (33) De acuerdo con las autoridades de defensa de la competencia nacionales<sup>9</sup> y comunitarias<sup>10</sup>, el mercado de agencias de viajes mayoristas (tour operadores) es de ámbito nacional.

---

<sup>6</sup> Entre otros, expedientes N-07002, Orizonia/Cóndor Vacaciones, N-03078 Viajes Iberojet/Viva Tours, N-03003 Iberostar/Turavia Club.

<sup>7</sup> Decisión de la Comisión Europea de 22 de septiembre de 1999, Airtours/First Choice, asunto IV/M.1524. donde cabría considerar tres segmentos de viajes combinados, atendiendo a la distancia entre origen y destino: destino en España; destinos cercanos fuera de España y destinos lejanos fuera de España.

<sup>8</sup> Expediente N-07002, Orizonia/Cóndor Vacaciones, donde el SDC admite que no es necesaria una segmentación más estrecha dentro del mercado mayorista de viajes español

<sup>9</sup> Expediente N-07002, Orizonia/Cóndor Vacaciones, N-03078 Viajes Iberojet/Viva Tours, N-03003 Iberostar/Turavia Club.

<sup>10</sup> Expedientes N-07002 Orizonia/Cóndor Vacaciones, N-03003 Iberostar/Turavia Club y N-03078 Viajes Iberojet/Viva Tours, y las decisiones de la Comisión Europea en los Asuntos de 28 de febrero de 2008, COMP/M.5038, Telefónica/Turmed/Rumbo; de 4 de mayo de 2007 COMP/M.4601, Kardstadtquelle/MyTravel; y de 4 de junio de 2007, COMP/M.4600, Tui/First Choice.

- (34) Tal consideración se fundamenta en el hecho de que prácticamente la totalidad de la clientela es de origen nacional, con las peculiaridades que ello supone en cuanto a idioma, hábitos vacacionales y preferencias. Asimismo, el reconocimiento (obtención de título-licencia) como agencias de viajes, así como el régimen jurídico aplicable a los contratos, que se rigen por la normativa nacional, pueden variar sensiblemente de un país a otro, por lo que, en todo caso, es necesario disponer de una infraestructura adecuada en cada país.

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL DE AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS (TOUOPERADORES)**

### **VI.1. Estructura de la oferta**

- (35) La oferta del sector de las agencias de viaje mayoristas ha sido objeto de un paulatino proceso de concentración. Sin embargo, el mercado mayorista español es un sector económico extremadamente competitivo y atomizado, caracterizado por un grado de concentración muy inferior al de otros países como Reino Unido<sup>11</sup>.
- (36) La estructura de la oferta se caracteriza, por tanto, por un elevado número de tour operadores, entre los que se sitúan grandes grupos empresariales<sup>12</sup> del sector turístico que cuentan con una importante capacidad financiera y un alto grado de integración vertical. Junto a ellos, según ha reconocido el extinto SDC están consolidados mayoristas de tamaño mediano<sup>13</sup>, por lo general, especializados en determinados destinos o productos, que elaboran sus paquetes turísticos casi a la medida, a precios superiores a los de los grandes grupos, pero ofreciendo productos muy flexibles y con gran calidad.
- (37) En el siguiente cuadro se recoge la estructura de la oferta del mercado mayorista español para los años 2005, 2006 y 2007, realizadas sobre la base de las estadísticas publicadas por DKB en junio de 2008.

---

<sup>11</sup> Así lo reconoció el extinto SDC en los Expedientes N-07002 ORIZONIA/CÓNDOR VACACIONES y N-03078 VIAJES IBEROJET/VIVATOURS.

<sup>12</sup> GLOBALIA, EL CORTE INGLÉS, SOLTOUR, MARSANS.

<sup>13</sup> POLITOURS, CATAI, DIMENSIONES, CLUB y ESTRELLAS y NOBEL TOURS, además de la empresa adquirida EMPRENDER VIAJES.

MERCADO DE TOUOPERADORES EN ESPAÑA						
Operador	2005		2006		2007	
	(M. euros)	%	(M. euros)	%	(M. euros)	%
<b>ORIZONIA CORPORACIÓN</b>	[...]	[20-30]	[...]	[30-40] <sup>14</sup>	[...]	[30-40]
TRAVELPLAN	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
TOUR MUNDIAL (EL CORTE INGLÉS)	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
SOLTOUR	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
MUNDOSOCIAL	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>EMPRENDER VIAJES</b>	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>ORIZONIA + EMPRENDER VIAJES</b>	[...]	[20-30]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
OTROS	[...]	[30-40]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
TOTAL	3.950	100%	4.300	100%	4.550	100%

- (38) Tras la operación notificada, ORIZONIA aumenta su cuota como líder en el mercado de tour operadores en menos de un [0-10%], pasando del [30-40%] al [30-40%].
- (39) Distinguiendo entre viajes de corta y larga distancia en el mercado español mayorista, y a la vista de los datos aportados por la notificante, tras la operación de concentración notificada, en el mercado de tour operadores en España de larga distancia, ORIZONIA aumenta su cuota de mercado en menos de un [0-10%]<sup>15</sup>, pasando del [20-30%] al [20-30%].
- (40) Asimismo, en el mercado de tour operadores en España de corta distancia, ORIZONIA aumenta su cuota de mercado en menos de un [0-10%]<sup>16</sup>, pasando del [20-30%] al [20-30%].

## VI.2. Fijación de precios

- (41) Según la notificante, los precios de venta de los paquetes turísticos publicados en los folletos o catálogos de cada tour operador son fijados a escala nacional y son el resultado de sumar el precio de los diferentes servicios (contratación hotelera, transporte aéreo, traslados, seguros, etc.) incluidos en el paquete turístico correspondiente, así como la retribución al canal por su distribución a través de las agencias minoristas que cobran una comisión.

<sup>14</sup> La cuota de ORIZONIA CORPORACION incluye la de CONDOR VACACIONES, adquirida en marzo del 2007.

<sup>15</sup> [0-10%]

<sup>16</sup> [0-10%]

- (42) De acuerdo con la notificante, los niveles de precios son el resultado de contratar los cupos y contingentes de ocupación hotelera, plazas aéreas, imputar los costes de traslado en destino en función del promedio de ocupación del medio de transporte e incluir una partida de servicios varios. Existe una total heterogeneidad entre los precios de los productos, que se ve acentuada por la estacionalidad que caracteriza al sector turístico.
- (43) Los niveles de precios son públicos y la normativa aplicable al sector (Real Decreto Legislativo 1/2007) exige que el programa o proyecto informativo contenga el precio del viaje combinado y el precio estimado de las excursiones facultativas, así como el importe que deba pagarse como anticipo sobre el precio total y el calendario de pago.
- (44) La notificante indica asimismo que los precios constituyen, junto con la calidad y variedad del producto, la principal forma de competencia en el mercado de agencias de viajes mayoristas.
- (45) Por último, la notificante destaca que existen en el sector importantes descuentos y una fuerte competencia en precios, resultado de la nula fidelidad de los clientes a la marca.

### **VI.3. Estructura de la demanda y canales de distribución**

- (46) Según la notificante, la demanda del mercado mayorista se compone de las agencias de viajes minoristas que realizan servicios de intermediación entre éstos y los clientes finales, previo cobro de una comisión.
- (47) De acuerdo con la notificante, la relación entre las agencias mayoristas y minoristas no reviste en España carácter exclusivo. Las agencias minoristas pueden elegir entre los servicios ofrecidos por todos los tour operadores en el mercado, estén o no integrados en una empresa que opera servicios de tour operador.
- (48) ORIZONIA CORPORACIÓN distribuye sus productos tanto a través de agencias minoristas del propio grupo como, fundamentalmente, a través de otras agencias minoristas del mercado español.
- (49) EMPRENDER VIAJES<sup>17</sup> distribuye la totalidad de sus productos a través de múltiples agencias minoristas de terceros.
- (50) La notificante apunta, asimismo, que la demanda se caracteriza por su sofisticación y por un creciente poder compensatorio derivado entre otros aspectos de la integración de los detallistas en cadenas asociativas denominadas “grupos de gestión” que están formados por la unión de pequeñas y medianas agencias minoristas independientes mediante acuerdos comerciales y planes de marketing conjuntos, que en algunos casos propician proyectos de integración a partir de una marca e imagen corporativa común.

---

<sup>17</sup> Carece de agencias minoristas propias

- (51) Según la notificante, cada vez es más frecuente el denominado “dynamic packaging”, que permite tanto a las agencias de viaje minoristas como a los consumidores finales constituir sus propios paquetes turísticos a través de Internet. Este fenómeno ha aumentado sustancialmente la presión competitiva sobre los tour operadores para mejorar la calidad, variedad y precio de sus servicios.
- (52) Los principales clientes de ORIZONIA CORPORACIÓN son [...].
- (53) Los principales clientes de EMPRENDER VIAJES son [...].

#### **VI.4. Barreras a la entrada**

- (54) Según la notificante, no existen dificultades de acceso al mercado mayorista por parte de nuevos operadores al no existir limitaciones para poder contratar servicios de transporte, ni derivadas de la red de distribución, ni por autorizaciones administrativas. Ello explica que la oferta en el mercado esté compuesta por un elevado número de empresas, así como la coexistencia y activa competencia entre operadores de tamaño medio-pequeño y grandes grupos generalistas verticalmente integrados.

#### **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (55) La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de OPERADORES VACACIONALES del control exclusivo sobre EMPRENDER VIAJES.
- (56) La operación afecta al mercado español de servicios de agencia mayorista o tour operador. La estructura de la oferta en este mercado apenas se verá modificada tras la operación, ya que OPERADORES VACACIONALES reforzará su posición de liderazgo en menos del [0-10%], alcanzando una cuota inferior al [30-40%] en el mercado español considerado en su conjunto, conclusión que no varía si se segmenta dicho mercado entre corto y largo plazo. Además, la operación no generará efectos cartera o verticales.
- (57) A la luz de las consideraciones anteriores, no es previsible que la operación notificada suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado analizado.

#### **VII. PROPUESTA**

- (58) En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.