



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

RESOLUCIÓN NÚMERO **Nº 18071** DE 2017
11 ABR. 2017

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

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

CONSIDERANDO

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

“Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4º de la Ley 155 de 1959 quedará así:

Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada:

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

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

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

(...)”.

SEGUNDO: Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, mediante comunicación radicada con el número 16-444457-0 del 05 de diciembre de 2016¹, **OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA** (en adelante, **OBERTHUR**) y **MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante **MORPHO**), informaron a esta Entidad la intención de realizar una operación de concentración, mediante la figura jurídica de compraventa de acciones.

¹ Folios 1 al 52 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente. Entiéndase que en el presente acto administrativo cuando se hace referencia al “Expediente”, el mismo corresponde al radicado con el No. 16-444457.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

TERCERO: Que en cumplimiento de lo previsto en el artículo 156 del Decreto 19 de 2012 y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, mediante oficio radicado con el número 16-444457-1 del 9 de diciembre de 2016², se ordenó la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada, en la página web de esta Superintendencia³.

CUARTO: Que dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación en la página web de esta Entidad, plazo señalado en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, no se recibieron observaciones ni información por parte de terceros, en relación con la operación objeto de estudio.

QUINTO: Que dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, esta Superintendencia consideró procedente dar paso al estudio de fondo de la operación proyectada, para lo cual, mediante comunicaciones radicadas con los números 16-444457-2⁴ y 16-444457-3⁵ del 11 de enero de 2017, informó a las **INTERVINIENTES** el paso a la segunda etapa del trámite presentado.

SEXTO: Que con el fin de complementar y ampliar la información obrante en el Expediente, mediante oficios radicados con los números 16-444457-4 al 16-444457-25 del 12 y 13 de enero de 2017⁶, esta Entidad formuló requerimiento de información a los principales clientes⁷ y competidores⁸ de **OBERTHUR** y **MORPHO** (en adelante y de manera conjunta, las **INTERVINIENTES**), con el fin de obtener elementos adicionales para el análisis de los mercados involucrados en la operación proyectada.

Las empresas requeridas aportaron la información en fechas que transcurrieron entre el 27 de enero y 14 de febrero de 2017.

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

7.1. INTERVINIENTES

7.1.1. ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION

ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION (en adelante, **ADVENT**) es un inversionista de capital privado que realiza operaciones en todo el mundo y participa en diferentes sectores económicos: i)

² Folios 156 y 157 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ <http://www.sic.gov.co/drupal/integraciones-inicio-autorizacion>. Consulta 23 de enero de 2017.

⁴ Folio 160 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁵ Folio 161 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁶ Folios 162 al 205 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁷ Empresas requeridas: **COMUNICACIÓN CELULAR S.A. – COMCEL S.A., AVANTEL LD S.A.S. E.S.P., VIRGIN MOBILE COLOMBIA S.A.S., EMPRESA DE TRANSPORTE MASIVO DEL VALLE DE ABURRA LTDA – METRO DE MEDELLÍN, BANCO AGRARIO DE COLOMBIA S.A., RIPLEY COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO S.A., BANCOLOMBIA S.A., COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P., BANCO COLPATRIA MULTIBANCA COLPATRIA S.A., BANCO CAJA SOCIAL S.A., BANCO COMERCIAL AV VILLAS S.A., BANCO DAVIVIENDA S.A., CITIBANK COLOMBIA S.A., BANCO COOMEVA S.A., BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA COLOMBIA S.A.**

⁸ Empresas requeridas: **GEMALTO COLOMBIA S.A., HOGIER GARTNER & CIA S.A., GIESECKE Y DEVRIENT SUCURSAL COLOMBIA, TAG CADENA S.A.S., VALID SOLUCIONES Y SERVICIOS DE SEGURIDAD EN MEDIOS DE PAGO E IDENTIFICACIÓN S.A.S., INTELIGENSA S.A., y THOMAS GREG & SONS DE COLOMBIA S.A.**

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

industrial; ii) retail; iii) comunicaciones; iv) tecnologías de la información; v) internet y, vi) salud entre otros⁹.

Dentro de las compañías controladas por **ADVENT** se encuentra **OBERTHUR TECHNOLOGIES** quien tiene presencia en Colombia a través de su subsidiaria **OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA**¹⁰.

7.1.2. OBERTHUR TECHNOLOGIES

OBERTHUR TECHNOLOGIES (en adelante, **OBERTHUR**) es un proveedor mundial de tarjetas magnéticas que brinda soluciones de seguridad para los sectores de medios de pago, identificación y telecomunicaciones¹¹.

Las cuatro unidades de negocio desarrolladas por **OBERTHUR** se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No. 1
Líneas de negocio de **OBERTHUR**

LÍNEA DE NEGOCIO	PROYECTOS
<i>Instituciones de servicios financieros</i>	Presta servicios de seguridad y soluciones de pagos para bancos y entidades financieras alrededor del mundo, con más de 1.250 clientes que incluyen las instituciones bancarias más prestigiosas. Este negocio representó el 60% de los ingresos de OBERTHUR para el 2015.
<i>Operadores de red móvil</i>	Provee tarjetas SIM al igual que servicios y aplicaciones asociadas tanto a operadores de redes móviles, como a operadores virtuales de redes móviles, incluyendo la administración de tarjetas SIM inalámbricas. Esta modalidad de negocio representó el 24% de los ingresos de OBERTHUR para el 2015.
<i>Identidad y acceso ciudadano</i>	Garantiza la gestión de las identidades digitales (documentos de identidad "e-", cifrados y biométricos), la protección de los datos personales y profesionales de los ciudadanos, así como su acceso seguro al mundo de la movilidad. Esta unidad de negocio representó el 8% de los ingresos de OBERTHUR en el 2015.
<i>Desarrolladores de dispositivos para conexión</i>	En el mercado de elementos seguros integrados, desarrolla soluciones completas y personalizadas para sus clientes, lo que asegura la autenticación permanente de los objetos y la conectividad a diferentes redes. Así mismo, brinda soluciones que garantizan la seguridad de los datos confidenciales intercambiados, así como su almacenamiento y análisis de conformidad con las normas aplicables.

Fuente: **GIE-SIC**¹² con base en información disponible en http://www.oberthur.com/?nabt=1&utm_referrer=https://www.google.com.co/
Consulta: 15 de diciembre de 2016.

OBERTHUR tiene presencia en Colombia a través de su subsidiaria **OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA**¹³.

⁹ Disponible en <https://www.adventinternational.com> . Consulta realizada el 15 de diciembre de 2016.

¹⁰ Folio 3 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹¹ *Ibidem*.

¹² **GIE-SIC**: Grupo Integraciones Empresariales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

¹³ Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

7.1.3. OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA

OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA., (en adelante, **OBERTHUR COLOMBIA**) es una sociedad comercial constituida de conformidad con las leyes de la República de Colombia, identificada con NIT 900.073.827-1, cuya actividad económica consiste en la fabricación, industrialización y mercadeo de tarjetas plásticas, tarjetas de banda magnética, tarjetas micro procesadas y tarjetas de chip de memoria entre otras. Así como la prestación del servicio de personalización de dichas tarjetas¹⁴.

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

"(...) [L]a manufactura, industrialización y mercadeo de los soportes de información tales como; pero no limitados a tarjetas plásticas, tarjetas de banda magnética, tarjetas microprocesador, tarjetas con chips de memoria así como cualquier procesamiento de información relacionado a lo anterior, (b) distribución y mercadeo de los anteriores productos y cualesquiera productos relacionados, sean manufacturados por la sociedad o por terceros, (c) provisión de servicios relacionados con las mencionadas tarjetas, tales como servicios de personalización, técnicos, de asesoría y/o servicios asociados de consultoría, (d) importación de cualquier equipo, materia prima y cualesquiera otros productos para el logro de su objeto social (...)"¹⁵.

En la siguiente tabla se presentan los códigos de la Clasificación Industrial Uniforme (CIIU), correspondientes a las principales actividades económicas desarrolladas por **OBERTHUR COLOMBIA**:

Tabla No. 2
Códigos CIIU de las actividades de OBERTHUR COLOMBIA

ACTIVIDAD	CIIU
Importación, exportación, fabricación, procesamiento, distribución, mercadeo de tarjetas plásticas, tarjetas con banda, microprocesadores, tarjetas SIM, tarjetas de memoria con chip y servicios de personalización.	1811
Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas.	6202
Actividades de consultoría de gestión.	7020

Fuente: Folio 4 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente y Registro Único Empresarial y Social (RUES)¹⁶.

A continuación se presenta la relación accionaria de la sociedad **OBERTHUR COLOMBIA**:

Tabla No. 3
Composición accionaria OBERTHUR COLOMBIA

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN
Total	100%

Fuente: Folio 7 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁴ Ibídem.

¹⁵ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 19 de diciembre de 2016.

¹⁶ Ibídem.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

De acuerdo con lo informado por **OBERTHUR COLOMBIA**, esta sociedad no cuenta con canales de distribución y/o comercialización a nivel nacional, pues vende sus productos directamente a sus clientes sin involucrar a terceros¹⁷. Señala también que no tiene inversiones permanentes en Colombia¹⁸.

En la tabla No. 4, se presenta la información de activos totales e ingresos operacionales de **OBERTHUR COLOMBIA** a 31 de diciembre de 2015:

Tabla No. 4
Cuentas financieras OBERTHUR COLOMBIA
(31 de diciembre de 2015)

CUENTA	VALOR EN PESOS (\$)
ACTIVOS	22.191.823.000
INGRESOS OPERACIONALES	44.102.393.000

Fuente: Folio 68 y 69 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

7.1.4. MORPHO U.S.A. INCORPORATED.

MORPHO U.S.A. INCORPORATED., (en adelante, **MORPHO**) es una sociedad extranjera que participa a nivel mundial en la prestación de servicios de identidad y soluciones de seguridad. **MORPHO** opera a través de cuatro unidades de negocio como se muestra en la tabla No. 5 presentada a continuación:

Tabla No. 5
Líneas de negocio de MORPHO

LÍNEA DE NEGOCIO	PRODUCTOS
Identificación civil	Provee a gobiernos y agencias públicas soluciones en materia de identificación ciudadana, desde el registro inicial y la verificación de las identidades de los ciudadanos, hasta la emisión de identificaciones personalizadas que resisten el fraude y la gestión segura de esas identidades en el mundo físico y digital. Este negocio representó el 35% de los ingresos de MORPHO para el 2015.
Seguridad pública	Desarrolla soluciones móviles y automatizadas para ayudar a los profesionales de la seguridad y las fuerzas de seguridad a proteger a las personas en todo el mundo. Utiliza tecnología avanzada en detección y reconocimiento por medio de huellas, de iris y reconocimiento facial, así como la detección de narcóticos y explosivos. Esta modalidad de negocio representó el 34% de los ingresos de MORPHO para el 2015.
Identificación comercial	Combina la identificación biométrica líder, desarrollando servidores para transacciones en línea seguras, contratación y firmas digitales para los sectores bancario y de telecomunicaciones. Esta unidad de negocio representó el 34% de los ingresos de MORPHO en el 2015.
Otras actividades	Incluye un amplio rango de actividades y servicios como loterías y terminales de apuestas, así como un portafolio de servicios de seguridad en transporte (rastreo de vehículos y verificación de niveles de velocidad, entre otros). Estas actividades representaron el 6% de los ingresos de MORPHO para el 2015.

Fuente: GIE – SIC con base en información disponible en: <http://www.morpho.com/en/about-us>
Consulta: 19 de diciembre de 2016.

MORPHO tiene presencia en Colombia a través de su subsidiaria **MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.**

¹⁷ Folio 27 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹⁸ Folio 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

7.1.5. MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.

MORPHO CARDS COLOMBIA S.A.S., (en adelante, **MORPHO COLOMBIA**), es una sociedad comercial constituida de conformidad con las leyes de la República de Colombia, identificada con NIT: 900.386.417-9, cuya actividad económica consiste en el manejo, compra, venta, distribución, importación y exportación de elementos y servicios de seguridad como cheques, tarjetas plásticas con o sin chip, tarjetas pre-pagadas, tarjetas de identificación y servicios personalizados en relación con dichas tarjetas, entre otros¹⁹.

De acuerdo con el Certificado de Existencia y Representación Legal de **MORPHO COLOMBIA**, expedido por la Cámara de Comercio de Cali, su objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades:

"(...) [L]a fabricación, administración, compra, distribución, venta, importación y exportación de títulos valores de todo tipo, documentos de seguridad en general, incluidos cheques, chequeras, pasajes aéreos, estampillas, chance, billetes de lotería, pasaportes y pasaportes electrónicos, tarjetas plásticas con seguridades o sin ellas, con chip y sin él, tales como tarjetas de identificación, tarjetas financieras, tarjetas prepago, sistemas de identificación general y personalización y grabación de tarjetas con chip y sin él (...)"²⁰.

En la siguiente tabla se presentan los códigos de Clasificación Industrial Uniforme (CIU), correspondientes a las principales actividades económicas desarrolladas por **MORPHO COLOMBIA**:

Tabla No. 6
Códigos CIU de las actividades de MORPHO COLOMBIA

ACTIVIDAD	CIU
Importación, exportación, fabricación, procesamiento, distribución, mercadeo de tarjetas plásticas, tarjetas con banda, microprocesadores, tarjetas SIM, tarjetas de memoria con chip y servicios de personalización.	1811
Comercio al por mayor de otros productos.	4669
Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas.	8299

Fuente: Folio 5 y 6 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente y Registro Único Empresarial y Social (RUES)²¹.

De acuerdo con la información obrante en el Expediente, el único accionista de **MORPHO COLOMBIA**, es la sociedad [REDACTED], con el [REDACTED]% de las acciones²².

De otro lado, [REDACTED] tiene el [REDACTED]% de participación en el capital social de [REDACTED], así como una participación del [REDACTED]% en [REDACTED]²³.

MORPHO COLOMBIA no cuenta con canales de distribución y/o comercialización y vende sus productos directamente a los clientes sin involucrar terceros. No obstante, las tarjetas SIM que

¹⁹ Folio 5 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁰ Registro Único Empresarial y Social (RUES). http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Consulta 19 de diciembre de 2016.

²¹ Ibídem.

²² Folio 7 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²³ Folio 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

vende esta sociedad a los operadores de telecomunicaciones, son entregadas mediante un proveedor de logística (**CELISTICS**) con el que existe una relación comercial²⁴.

La información de activos totales e ingresos operacionales de **MORPHO COLOMBIA** con corte a 31 de diciembre de 2015 se presenta a continuación:

Tabla No. 7
Cuentas financieras MORPHO COLOMBIA (31 de diciembre de 2015)

CUENTA	VALOR EN PESOS
Activos	331.537.658.215,53
Ingresos operacionales	286.915.709.327,52

Fuente: Folios 92 y 94 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

7.2. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con la información aportada en la solicitud de pre-evaluación presentada por **OBERTHUR COLOMBIA** y **MORPHO COLOMBIA** (en adelante y de manera conjunta, las **INTERVINIENTES**), la operación proyectada consiste en la adquisición de control por parte de los fondos controlados por **ADVENT** de **MORPHO**²⁵.

La operación de integración fue presentada ante esta Superintendencia en los siguientes términos:

*"La Operación Proyectada consiste en la adquisición de control por parte de fondos controlados por Advent International Corporation ("ADVENT INTERNATIONAL") de Safran Identity & Security S.A.S. (antes conocida como Morpho) y Morpho USA (conjuntamente "**MORPHO**")"*²⁶.

Las **INTERVINIENTES** advierten que la adquisición de **MORPHO** le permitirá a **OBERTHUR** no solo combinar una serie de servicios que son altamente complementarios, sino desarrollar actividades atractivas e innovadoras para los mercados de la información y seguridad que se encuentran en crecimiento.

7.3. DEBER DE INFORMACIÓN PREVIA DE CONCENTRACIONES EMPRESARIALES

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

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

El artículo 9 de la Ley 1340 de 2009 establece que las empresas intervinientes en una integración empresarial estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse, cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada, siempre que se cumplan los siguientes supuestos:

²⁴ Folio 27 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁵ Folio 1 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁶ Ibidem.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

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

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

7.3.1. Supuesto subjetivo

Este Despacho procederá a determinar si las **INTERVINIENTES** participan en “*la misma actividad económica*” o “*en la misma cadena de valor*” de un mercado, siendo suficiente que se cumpla alguno de estos dos criterios para que se active el deber de informar.

Así, incluso en el evento en que las **INTERVINIENTES** no desarrollen la misma actividad económica pero sí participen en la misma cadena de valor, se entenderá cumplido el supuesto subjetivo.

Para el caso particular, se observa que las actividades de las **INTERVINIENTES** son coincidentes en relación con las tarjetas magnéticas en Colombia.

OBERTHUR COLOMBIA comercializa tarjetas magnéticas para varias industrias, entre las que se incluye el sector de las telecomunicaciones (tarjetas SIM) y el sector bancario (tarjetas de pago), entre otros.

De manera similar, **MORPHO** comercializa tarjetas magnéticas para varias industrias, entre las que se incluye los sectores bancarios (tarjetas de pago) y de telecomunicaciones (tarjetas SIM), así como otros tipos de tarjetas de banda magnética (tarjetas de fidelidad).

En este sentido, se encuentra verificado el supuesto subjetivo que impone el deber de informar ante la Superintendencia de Industria y Comercio la operación proyectada, puesto que las **INTERVINIENTES** coinciden en al menos una de sus actividades económicas (fabricación y suministro de tarjetas magnéticas).

7.3.2. Supuesto objetivo

El artículo primero de la Resolución No. 103189 del 30 de diciembre de 2015 “*Por la cual se establecen los ingresos operacionales y activos que se tendrán en cuenta para informar una operación de integración durante el año 2016*” fijó a partir del 1 de enero de 2016 y hasta el 31 de diciembre de 2016, en CIENTO MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (100.000 SMLMV), los ingresos operacionales y los activos que se tendrán en cuenta para efectos de lo previsto en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

Así, en concordancia con el artículo 1 del Decreto 2551 del 30 de diciembre de 2015, “*Por la cual se fija el salario mínimo legal*”, el cual estableció el salario mínimo legal mensual a partir del 1 de enero de 2016 en seiscientos ochenta y nueve mil cuatrocientos cincuenta y cinco pesos M/Cte (\$689.455), el valor de ingresos operacionales o activos totales a partir del cual se cumple el supuesto objetivo, es de sesenta y ocho mil novecientos cuarenta y cinco millones quinientos mil pesos M/Cte (\$68.945.500.000).

Según la información presentada en las tablas No. 4 y 7 de la presente actuación administrativa, las **INTERVINIENTES** cuentan de manera conjunta con activos totales e ingresos operacionales

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

por un valor total para el cierre del año 2015 superior a los montos establecidos por la Superintendencia de industria y Comercio.

De conformidad con lo anterior, para el caso concreto se cumple el supuesto objetivo que impone la obligación a las **INTERVINIENTES** de informar la operación proyectada ante esta entidad.

7.3.3. Conclusión sobre el deber de informar la operación

De conformidad con lo expuesto en los numerales 7.3.1 y 7.3.2 del presente estudio, con la verificación de los supuestos subjetivo y objetivo se configura el deber de informar la operación de compraventa de acciones proyectada entre las **INTERVINIENTES**, con el fin de someterla al procedimiento administrativo para la autorización de integraciones empresariales.

7.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

La definición del mercado relevante para el análisis de una operación de concentración es primordial para identificar el escenario en el que las fuerzas competitivas tienen lugar. Además, permite calcular las cuotas de cada competidor, pues para esto es necesario contar con una aproximación del tamaño total del mercado.

Por lo anterior, el mercado relevante es el marco de referencia apropiado para analizar los efectos sobre la competencia de una operación de integración²⁷.

La participación de mercado de las empresas intervinientes en la operación de concentración, así como la de sus competidores, resultan una herramienta fundamental para detectar posibles efectos restrictivos de la competencia que pudieran derivarse de la misma, pues dicho indicador guarda una estrecha relación con el poder de mercado que tiene cada oferente.

Al determinar el mercado relevante es necesario hacer la distinción entre el mercado de producto y el mercado geográfico; de tal forma que se puedan establecer los efectos de una integración entre dos o más de los competidores.

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

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

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

²⁷ Para lograr una adecuada definición del mercado relevante, esta Superintendencia se apoyará en los lineamientos diseñados por la Red Internacional de la Competencia (ICN, por sus siglas en inglés).

Ver ICN Merger Working Group: Investigation and Analysis Subgroup, "ICN Merger Guidelines Workbook" (documento preparado para la Quinta Reunión Anual del ICN, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 16 de abril, 2006). Disponible al público en el siguiente enlace:

<http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc321.pdf>. (Consulta 8 de enero de 2017).

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

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

En definitiva, el mercado relevante permite determinar los bienes y servicios entre los que puede desarrollarse una competencia efectiva, así como el ámbito geográfico dentro del cual se ofrecen y se intercambian, analizando la sustituibilidad entre los productos ofrecidos y demandados.

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

7.4.1. Mercado de producto

La delimitación del mercado de producto abarca todos aquellos bienes y servicios que son considerados como intercambiables o sustituibles desde el punto de vista del consumidor, en razón a sus características, su precio, usos y cantidades vendidas.

La determinación de los bienes que integran el mercado de producto debe hacerse desde el punto de vista de la demanda, ya que es el consumidor quien con sus decisiones define la competencia efectiva entre oferentes. Por lo tanto, el mercado de producto deberá incluir aquellos productos hacia los cuales se trasladaría la demanda de los consumidores ante incrementos pequeños no transitorios y significativos en el precio de cualquiera de los productos ofrecidos por las empresas a integrarse, permaneciendo el precio de los demás productos constante.

De este modo, el punto de partida comporta la identificación de las actividades económicas desarrolladas por las empresas que hacen parte de la operación proyectada, siendo estas en las cuales se anularía la competencia entre las partes como resultado de la misma.

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

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

7.4.1.1. Actividades económicas desarrolladas por las INTERVINIENTES

Como se indicó anteriormente, las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en la comercialización de dos productos incluidos en la clasificación general del mercado de las tarjetas magnéticas²⁸, el cual se encuentra conformado por:

- i) Tarjetas de pago EMV²⁹.
- ii) Tarjetas SIM³⁰.

²⁸ Folio 10 del Cuaderno Reservado No. 1 del Expediente.

²⁹ EMV, por sus siglas en inglés, Europay MasterCard Visa. EMV es un estándar de interoperabilidad de tarjetas con soporte de circuito integrado, para la autenticación de pagos mediante de tarjetas de crédito y débito.

³⁰ SIM es una abreviación de "Subscriber Identity Modules" lo que traduce "Módulos de Identificación de Suscriptores", por sus siglas en inglés. Una SIM es una tarjeta inteligente removible que se inserta en teléfonos celulares y tiene

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

OBERTHUR provee tarjetas magnéticas y soluciones de seguridad para los medios de pago (tarjetas magnéticas), identificación y telecomunicaciones (tarjetas SIM)³¹.

Por su parte, **MORPHO** ofrece productos en el campo de manejo de la identidad, comercializa tarjetas magnéticas para diferentes industrias, particularmente, en el sector bancario (tarjetas de pago) y de telecomunicaciones (tarjetas SIM)³².

En la tabla a continuación, se presenta el resumen de las actividades desarrolladas por las **INTERVINIENTES**, que se encuentran involucradas en la operación de integración proyectada.

Tabla No. 8
Actividades desarrolladas por las INTERVINIENTES

MERCADO	ACTIVIDAD	OBERTHUR	MORPHO
Tarjetas magnéticas (EMV y SIM)	Fabricación e industrialización de tarjetas plásticas y tarjetas de banda magnética (EMV).	X	X
	Comercialización de tarjetas y servicios asociados a los operadores de redes móviles (SIM).	X	X

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada por las **INTERVINIENTES**. Folios 3 a 5 y 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

A continuación se presenta la descripción detallada de los mercados afectados en las actividades económicas arriba expuestas, con el fin de identificar si existen productos sustitutos de los mismos o si por el contrario corresponden en sí mismos a un solo mercado.

Para efectos del posterior análisis de sustituibilidad, la descripción del producto afectado se realizará desde el punto de vista de sus características, usos y aplicaciones.

Dado que en el mercado de tarjetas magnéticas en Colombia las actividades de las **INTERVINIENTES** coinciden únicamente en el segmento de tarjetas EMV y tarjetas SIM el análisis se centrará únicamente en estos dos productos (EMV y SIM).

i) Tarjetas magnéticas

Las tarjetas magnéticas o tarjetas de circuito integrado ("TCI"), es cualquier tarjeta del tamaño del bolsillo con circuitos integrados, que permiten la ejecución de cierta lógica programada y están diseñadas para proteger de manera segura la información que almacenan. Esta información puede ser de carácter personal o de autenticación de la identidad, entre otros procesos de aplicación.

Las tarjetas magnéticas comprenden entre otras los siguientes tipos: tarjetas con chip, sin chip, tarjetas de fidelización, tarjetas EMV y tarjetas SIM.

- ***Características, usos y aplicaciones***

Las tarjetas están compuestas de cloruro de polivinilo o de un material similar, las características químicas, las dimensiones de la tarjeta y sus tolerancias son reguladas por estándares internacionales de tarjetas EMV, que es un estándar abierto y de fácil acceso bajo términos justos, razonables y no discriminatorios ("*FRAND*").

asignado un único número de identificación, almacenando datos personales y previniendo operaciones cuando fuere removida.

³¹ Folio 3 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³² Folio 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

Por su parte, el diseño de las tarjetas SIM se encuentra regulado por estándares internacionales desarrollados por la *International Organization for Standardization* ("ISO") y el *Instituto Europeo de Estándares de Telecomunicaciones* ("ETSI"), quien también provee acceso a todos los participantes globales del mercado³³.

Las tarjetas magnéticas tienen múltiples usos y aplicaciones en un amplio rango de industrias a nivel mundial. Pueden ser utilizadas como medio de pago, identificación de alta seguridad³⁴, control de accesos corporativos o carnets, SIM para telefonía móvil, pago del transporte público, licencias de conducción, tarjetas de crédito y tarjetas de autorización para televisión por pago³⁵.

Sus presentaciones en el mercado varían de acuerdo con el tipo, por ejemplo, existen tarjetas altamente estandarizadas como como las EMV y las SIM, mientras que otras pueden ser fabricadas de conformidad con los requerimientos de los clientes (cerraduras electrónicas, cajas fuertes y programas de fidelización³⁶ entre otros).

Este tipo de tarjetas pueden ser comercializadas en el país a través de ventas directas a clientes como bancos y compañías de transporte, o mediante procesos de subasta.

En el caso de las tarjetas EMV o SIM, los clientes cuentan con equipos sofisticados para adquirir bienes y periódicamente lanzan licitaciones nacionales o internacionales, abasteciéndose a través de diferentes proveedores que participan en el mercado³⁷.

- *Población objetivo*

Como se ha venido mencionando a lo largo de este estudio económico, las tarjetas magnéticas son utilizadas en diferentes sectores con el fin de satisfacer necesidades en materia de acceso, identidad y medios de pago entre otros.

Por lo tanto, la población objetivo corresponde a las instituciones financieras, compañías de transporte, empresas de telecomunicaciones, aseguradoras, gobiernos, entidades prestadoras de servicios de salud y tiendas de *retail*, que requieren de tarjetas magnéticas, bien sea para identificación, autenticación o almacenamiento de información³⁸.

- *Sustituibilidad de la demanda*

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

³³ Disponible en: <https://goo.gl/ozZy0U> . Consulta 19 de diciembre de 2016.

³⁴ Este tipo de aplicaciones se utilizan para validar la identidad del portador de la tarjeta en un sistema centralizado de gestión.

³⁵ Folio 12 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁶ Este tipo de aplicación sirve a las empresas que ofrecen servicios o descuentos especiales para clientes que hacen uso de la tarjeta para poder validar la identidad del cliente, y para descentralizar la información, bajo el entendido de que se tiene un sistema de puntos acumulables canjeables por bienes o servicios, en el cual participan varias empresas, lo que simplifica el tratamiento de los datos.

³⁷ Folio 11 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁸ Folio 12 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

En el caso concreto, afirman las **INTERVINIENTES** que las tarjetas EMV y las tarjetas SIM, que hacen parte de la operación proyectada (tarjetas magnéticas), cuentan con diferentes productos sustitutos en el mercado, los cuales se presentan en la tabla a continuación:

Tabla No. 9
Productos sustitutos señalados por las INTERVINIENTES

PRODUCTO	SUSTITUTOS
Tarjetas para pago EMV	Tarjetas de banda magnética, cheques, pagos por medios electrónicos, pagos automáticos, pagos móviles "App".
Tarjetas SIM	Tecnologías integradas (e-SIMs o SIMs no removibles).

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada por las **INTERVINIENTES**.
Folios 13 y 14 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Adicionalmente, señalan que las tarjetas magnéticas se encuentran expuestas de manera creciente a la competencia potencial y al reemplazo por parte de novedosos métodos de pago que actualmente están germinando en el mercado³⁹.

No obstante lo anterior, este Despacho no encuentra evidencia suficiente en el Expediente que permita concluir que existan productos sustitutos para las tarjetas magnéticas EMV y SIM, de conformidad con las características, usos y aplicaciones de los mismos, e incluso se observa que no existe una relación de sustituibilidad entre estos dos tipos de tarjetas.

Así, con el fin de realizar el análisis del mercado de la manera más restrictiva posible, esta Superintendencia examinará la estructura del mercado asumiendo que las tarjetas EMV y las tarjetas SIM, corresponden cada una a un mercado en sí mismo.

7.4.1.2. Conclusión del mercado de producto

En conclusión, el mercado producto para la operación objeto de análisis corresponde al mercado de las tarjetas magnéticas que comprende: i) tarjetas para pago EMV y ii) tarjetas SIM.

7.4.2. Mercado geográfico

La práctica generalizada para la definición de los mercados geográficos relevantes parte de identificar cada una de las zonas en las cuales las **INTERVINIENTES** participan en el mercado y donde las condiciones de competencia son similares.

El mercado geográfico relevante estará definido en función del área geográfica en donde se encuentren las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante por parte de los consumidores.

Para definir el mercado geográfico relevante es necesario evaluar no sólo las posibilidades o limitaciones que enfrentan los proveedores alternativos para atender al cliente, sino también la capacidad que tiene éste último de abastecerse de distintos proveedores.

En ese sentido, las **INTERVINIENTES** advierten que el suministro de tarjetas magnéticas ha evolucionado significativamente en los últimos cinco años y que una delimitación nacional ya no sería precisa para este mercado⁴⁰.

³⁹ Folio 13 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴⁰ Folio 15 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

Lo anterior, teniendo en cuenta que la mayoría de las tarjetas para pago que se ofrecen en América Latina cumplen con los estándares globales de EMV. Así mismo, el diseño de las tarjetas SIM se rige por estándares internacionales desarrollados por ISO y ETSI.

Por lo tanto, el uso de estándares internacionales respecto a las características de las tarjetas magnéticas crea condiciones de homogeneidad en la competencia a un nivel supra-nacional⁴¹.

Es importante señalar en este acápite que, **OBERTHUR COLOMBIA** no cuenta con plantas de producción, bodegas de abastecimiento o centros de distribución en Colombia, por cuanto no existen restricciones de tiempo de entrega ni de seguridad en el mercado de tarjetas magnéticas que ameriten una producción local⁴².

No obstante, todas las tarjetas ofrecidas por esta sociedad en el mercado colombiano son fabricadas en el extranjero, particularmente en Brasil, China e India. A nivel global **OBERTHUR** cuenta con 4 plantas de producción en Francia, Estados Unidos, Brasil y China, así como satélites en Emiratos Árabes Unidos e India⁴³.

En cuanto a los servicios de personalización de tarjetas de **OBERTHUR COLOMBIA**, éstos se prestan desde su centro de servicio ubicado en la ciudad de Bogotá⁴⁴.

Por su parte **MORPHO**, cuenta con plantas de producción en Cali y tres centros de personalización en Bogotá, Medellín y Cali. Sin embargo, las tarjetas vendidas por **MORPHO** en Colombia no son exclusivamente fabricadas en su planta colombiana utilizada para la fabricación de tarjetas EMV, sino que son importadas desde Brasil e India⁴⁵.

De lo anterior se desprende que el suministro de tarjetas magnéticas no requiere de producción local, toda vez que las ventas de los productos descritos se realizan a través de importaciones hacia Colombia provenientes de plantas de producción extranjeras y se distribuyen hacia cualquier parte del país.

Por lo anterior, para efectos del presente análisis y dado que no existen barreras para que las **INTERVINIENTES** y sus competidores comercialicen sus productos en el país, la dimensión geográfica para la operación objeto de estudio se entenderá que abarca todo el territorio nacional.

7.4.3. Conclusión del mercado relevante

De conformidad con lo expuesto en numerales anteriores, el mercado relevante para efectos del análisis de la operación objeto de estudio corresponde a la fabricación y comercialización de: i) tarjetas para pago EMV y ii) tarjetas SIM; en Colombia.

7.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO RELEVANTE

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

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² Folio 17 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴³ Folio 16 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴⁴ Folio 17 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴⁵ Folio 16 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

Con el fin de obtener las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** y sus competidores en los mercados afectados por la operación en Colombia, se tomó la información de ventas de las **INTERVINIENTES**, cuya fuente de información es la agencia **FROST & SULLIVAN**⁴⁶ ("F&S") y **ALLIED BUSINESS INTELLIGENCE** ("ABI")⁴⁷.

De conformidad con lo anterior, se pudo determinar la estructura del mercado y el nivel de competencia del mismo.

7.5.1. Mercados donde coinciden las INTERVINIENTES

7.5.1.1. Mercado de tarjetas EMV

A continuación se presentan las cuotas de participación en Colombia de las **INTERVINIENTES** y sus competidores cercanos para el mercado de tarjetas EMV en el 2015:

Tabla No. 10
Mercado de tarjetas EMV - 2015

EMPRESA	PARTICIPACIÓN
TOTAL	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada a folio 24 Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

De conformidad con la información presentada en la tabla No. 10, se observa que en el mercado de tarjetas EMV, la empresa líder es [REDACTED] con una participación del [REDACTED]%, seguido por [REDACTED] con una cuota del [REDACTED]%. Por su parte, [REDACTED] obtuvo una participación del [REDACTED]%.

De este modo, en caso de perfeccionarse la integración proyectada, [REDACTED] pasaría a ocupar la posición de líder que actualmente ostenta [REDACTED] y alcanzaría una posición del [REDACTED]%, producto de un incremento [REDACTED].

Por lo tanto, el efecto de la transacción en el mercado de tarjetas EMV consiste en esencia en la sustitución de un agente [REDACTED] ([REDACTED]%), por otro agente que actualmente tiene una participación [REDACTED] ([REDACTED]%) en el mismo ([REDACTED]).

De lo anterior, se colige que tras la materialización de la operación de integración proyectada, no se fortalecería de manera considerable la posición de liderazgo que actualmente ostenta [REDACTED] en el mercado analizado, sino que, en esencia, sería trasladada a otro agente ([REDACTED]).

Es decir, la condición de [REDACTED] que pasaría a ocupar [REDACTED] en el mercado, obedece a una condición previa a la operación (el liderazgo actual de [REDACTED]) y no sería una consecuencia de la misma.

⁴⁶ F&S es una firma consultora que provee investigaciones y análisis de los mercados, estrategias de crecimiento y consultorías a lo largo de múltiples industrias. Su domicilio principal es en Mountain View, California, y tiene oficinas alrededor de 40 países.

⁴⁷ ABI es una compañía que provee servicios de inteligencia, investigación, asesorías y evaluaciones de oportunidades de mercado para varias industrias alrededor del mundo.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

En línea con lo anterior, esta Superintendencia encuentra que la estructura competitiva del mercado de tarjetas EMV, no se modificaría de manera significativa tras el perfeccionamiento de la operación proyectada.

Por lo tanto, no se encuentra evidencia que permita concluir que la transacción generará un ambiente propicio para que se presenten conductas que atenten contra la libre competencia.

Así las cosas, esta Superintendencia no considera procedente realizar un análisis más detallado de las condiciones de competencia en el mercado.

7.5.1.2. Mercado de tarjetas SIM

En la tabla No. 11 se presentan las cuotas de participación en Colombia de las **INTERVINIENTES** y sus competidores para el mercado de tarjetas SIM en el 2015:

Tabla No. 11
Mercado de tarjetas SIM - 2015

EMPRESA	PARTICIPACIÓN
TOTAL	100%

Fuente: GIE-SIC con base en la información aportada a folio 22 Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

De acuerdo con las cifras presentadas, se observa que para el año 2015 el líder del mercado de tarjetas SIM fue [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]) con una participación del [REDACTED]%, seguido por [REDACTED] con el [REDACTED]%. Por su parte [REDACTED] obtuvo una cuota del [REDACTED]%, ocupando el lugar número [REDACTED] entre sus competidores.

En caso de perfeccionarse la transacción, la entidad integrada obtendría una participación del [REDACTED]%, reforzando el [REDACTED] lugar que actualmente ocupa entre sus competidores. El líder del mercado seguiría siendo [REDACTED].

Dado que en el mercado de tarjetas SIM se encuentra una variación significativa en la estructura competitiva del mismo, al fortalecer el [REDACTED] lugar que actualmente ostenta [REDACTED] en relación con sus competidores, esta Superintendencia encuentra necesario continuar con el análisis de competencia de este mercado.

Por lo anteriormente expuesto, se procederá a evaluar distintos índices que permiten cuantificar el grado de concentración, asimetría y dominancia del mercado afectado.

7.5.2. Índices de concentración, asimetría y dominancia

Con el fin de establecer el nivel de concentración, asimetría y dominancia en el mercado de tarjetas SIM en Colombia, a continuación se presentan los resultados encontrados utilizando los siguientes índices:

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

- Índice de concentración de Herfindahl y Hirschman (HHI)⁴⁸.
- Índice de asimetría KWOKA⁴⁹.
- Índice de dominancia STENBACKA⁵⁰.

Los cálculos fueron realizados con base en las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** y sus competidores en el mercado de tarjetas SIM, antes y después de la operación, de conformidad con los datos presentados en la tabla 11 de la presente actuación administrativa.

- *Índice HHI*

A continuación se presenta información relativa al índice de concentración HHI en el mercado de tarjetas SIM en Colombia, tanto en el escenario pre como post transacción, con su respectiva variación:

⁴⁸ El índice HHI fue desarrollado para evaluar los niveles de concentración de los mercados. De acuerdo con la herramienta, el poder de concentración de una industria se determina mediante la suma de los valores al cuadrado de las participaciones en el mercado de todas las empresas de la industria. SALVATORE, Dominick (1999) "Microeconomía" Tercera Edición. McGraw Hill. Capítulo 12, Pág. 341.

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

Donde S_1 es la participación en el mercado de la empresa más grande en la industria, S_2 es la participación de la segunda empresa en tamaño y así sucesivamente para todas las demás empresas en la industria. Mientras mayor sea el valor del HHI, mayor será el grado de concentración de la industria.

Una vez calculado el valor del índice, se pueden definir tres categorías dependiendo de la concentración. Al respecto, ver *Horizontal Merger Guidelines* U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission, 2010:

"(...) Based on their experience, the Agencies generally classify markets into three types:

- *Unconcentrated Markets: HHI below 1500*
- *Moderately Concentrated Markets: HHI between 1500 and 2500*
- *Highly Concentrated Markets: HHI above 2500*".

⁴⁹ El índice de KWOKA se concentra en la estructura de las participaciones de mercado de las empresas. De esta forma, cuando la desigualdad entre el tamaño de las empresas aumenta, se incrementa la dominancia y, consecuentemente, el índice se eleva. Este índice se determina mediante la siguiente fórmula:

$$KWOKA = \sum_{i=1}^{n-1} (s_i - s_{i+1})^2$$

Donde S_i 's están ordenadas de mayor a menor y corresponden a las participaciones de mercado de las empresas. El índice varía entre 0 y 1, siendo 1 el valor correspondiente a una estructura de mercado de monopolio. Al respecto ver: Kwoka. John, "Large Firm Dominance and Price-Cost Margins in Manufacturing Industries", *Southern Economic Journal*, Vol. 44, No. 1 (Jul, 1977), pp. 183-189.

⁵⁰ El índice de STENBACKA es una aproximación para identificar cuándo una empresa tiene una posición dominante en un mercado determinado. Teniendo en cuenta la participación de mercado de la empresa líder y de la segunda empresa más importante, el índice de STENBACKA arroja un umbral de cuota de mercado para determinar si la empresa más grande tiene o no posición de dominio. Según lo anterior, cualquier cuota de mercado superior a dicho umbral podría significar a una posición dominante. La fórmula para calcular el umbral de STENBACKA es la siguiente:

$$S^D = g(S_1, S_2) = \frac{1}{2}(1 - \gamma(S_1^2 - S_2^2))$$

donde S_1, S_2 corresponden a las participaciones de mercado de las dos empresas más importantes, respectivamente.

Por su parte, γ es un parámetro específico a cada industria y está relacionado con las barreras a la entrada, los instrumentos de política pública para incentivar la competencia, la regulación económica, la existencia de derechos de propiedad intelectual, entre otros. Para simplificar el análisis, en este ejercicio supondremos $\gamma=1$. Al respecto ver: Stenbacka et al, "Assessing Market Dominance", *Journal of Economic Behavior*, Vol. 68, Issue 1, (October 2008), pp. 63-72.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 12
Índice HHI antes y después de la operación

HHI ANTES	HHI DESPUÉS	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
2.748	3.212	464	17%

Fuente: GIE-SIC con base en información aportada por las INTERVINIENTES.

De conformidad con los datos presentados, se evidencia que actualmente existe una alta concentración en el mercado de tarjetas SIM, toda vez que el índice HHI es superior a 2.500 puntos.

De aprobarse la operación proyectada, el índice aumentaría 464 puntos, equivalente a un incremento del 17% en el nivel de concentración del mercado.

Vale resaltar que como consecuencia de la operación proyectada el índice HHI se mantendrá en un nivel de concentración alta (superior a los 2.500 puntos).

– *Índice KWOKA*

Como se aprecia en la tabla No. 13, con la operación proyectada el índice KWOKA presenta un incremento de 0,03 puntos (equivalente al 60%) en la asimetría entre los competidores del mercado de equipos de tarjetas SIM. Pese a que este aumento resulta ser significativo, el índice permanece cercano a cero, de modo que aún después de la operación proyectada no existiría una diferencia importante en el tamaño de las firmas, que ponga en riesgo la competencia existente.

Tabla No. 13
Índice KWOKA antes y después de la operación

KWOKA ANTES	KWOKA DESPUÉS	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
0,05	0,08	0,03	60%

Fuente: GIE-SIC con base en información aportada por las INTERVINIENTES.

De lo anterior se puede concluir que el valor final del índice KWOKA no sería lo suficientemente alto como para inferir que la asimetría entre el tamaño de las empresas crecería lo suficiente hasta el punto de amenazar los niveles de competencia en el mercado analizado.

– *Índice STENBACKA*

En la tabla No. 14, se presenta el índice STENBACKA para el mercado de equipos de tarjetas SIM en Colombia, antes y después de la operación proyectada.

Tabla No. 14
Índice KWOKA antes y después de la operación

STENBACKA ANTES	STENBACKA DESPUÉS
46,2%	48,8%

Fuente: GIE-SIC con base en información aportada por las INTERVINIENTES.

Como se observa en la tabla anterior, se presenta un incremento en el índice STENBACKA después de la transacción, pasando de un umbral para dominio del mercado del 46,2% al 48,8%.

De acuerdo con las cuotas de participación de las INTERVINIENTES, se observa que OBERTHUR se encuentra por debajo del umbral arrojado por la fórmula del STENBACKA después de la operación, para ser considerada como empresa con una posición de dominio en el mercado. De los competidores, el más cercano al umbral antes y después de la operación proyectada es GEMALTO.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

En este sentido, la transacción no crea ni refuerza significativamente una posición de dominio en el mercado analizado, como quiera que la participación de las **INTERVINIENTES** de manera conjunta es inferior al ■%, lo que genera efectos no significativos a nivel horizontal.

Así mismo, esta Superintendencia reconoce que los indicadores anteriormente presentados, por sí mismos, no permiten en este caso llegar a una conclusión definitiva en relación con los posibles efectos que tendría la operación proyectada en el mercado de tarjetas SIM.

Dado que existen diferentes factores que pueden limitar la capacidad de las empresas para ejercer poder de mercado, como lo es la amenaza de entrada o la entrada real al mercado de competidores potenciales, a continuación se procederá a complementar el análisis, con la evaluación de posibles barreras a la entrada para nuevos competidores que estuvieran interesados en ingresar al mercado de tarjetas SIM en Colombia.

7.5.3. Barreras a la entrada

El análisis de barreras a la entrada es relevante cuando el resultado de la cuota de participación conjunta de las **INTERVINIENTES** es alta y el mercado no es competitivo. Como se expuso en el acápite anterior del presente acto administrativo, el mercado de tarjetas SIM incrementaría el nivel de alta concentración como resultado de la operación proyectada, al pasar de un HHI de 2.748 a 3.212, lo cual a su vez representa un aumento del 17%.

Ahora bien, un mercado en el cual no existen restricciones importantes que desincentiven o impidan la entrada de nuevos competidores, los agentes participantes cuentan con pocas posibilidades de restringir la competencia (por ejemplo incrementando precios de manera sostenida en el tiempo, restringiendo la oferta o reduciendo la calidad de sus productos) de manera rentable, en detrimento del bienestar de los consumidores.

Cualquier estrategia restrictiva, que incrementara los beneficios obtenidos por uno o varios de los agentes en un mercado con bajas barreras a la entrada, rápidamente atraería nuevos competidores atraídos por las altas ganancias esperadas, lo cual a su vez corregiría la restricción inicial implementada.

En relación con lo anterior, esta Superintendencia considera relevante tener en cuenta los comentarios de las empresas que actúan como competidores de las **INTERVINIENTES** en el mercado de tarjetas SIM, a quienes se les preguntó lo siguiente:

“Enumerar las diferentes barreras a la entrada, bien sea de tipo económico o legal, que se pueden encontrar para importar, producir y/o comercializar los productos descritos en el numeral 2 [particularmente tarjetas SIM]”.

En respuesta a la consulta realizada por esta Superintendencia, los principales competidores de las señalaron lo siguiente:

– **VIRGIN MOBILE COLOMBIA S.A.S.**, (en adelante, **VIRGIN MOBILE**)⁵¹:

“(…) [L]a principal barrera económica en cuanto a las posibles barreras de tipo legal y/o económico es la volatilidad de la TRM, puesto que la mayoría de proveedores tienen en plantas de producción en otros países, lo cual puede llegar a incrementar el costo de los productos al momento de la nacionalización de los mismos”⁵².

⁵¹ **VIRGIN MOBILE** es una sociedad colombiana dedicada a la prestación de servicios de telecomunicaciones, bien sea como agente, representante, distribuidor o revendedor de los operadores legalmente autorizados para prestar dichos servicios.

⁵² Folio 208 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

– **GEMALTO SECURITY TO BE FREE** (en adelante, **GEMALTO**)⁵³:

“Para importar los productos a Colombia es necesario pagar aranceles, lo cual podría considerarse una barrera económica (...)”⁵⁴.

– **COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P.**, (en adelante, **TELEFONICA**)⁵⁵:

“En la actualidad no se tienen inconvenientes a nivel legal o económico para acceder a los productos que la compañía adquiere [tarjetas SIM entre otros]”⁵⁶.

– **COMUNICACIÓN CELULAR COMCEL S.A. – COMCEL S.A.** (en adelante, **CLARO**)⁵⁷:

“Comcel considera que no existen barreras de tipo legal o económico para acceder a las tarjetas SIM Card en Colombia”⁵⁸.

De conformidad con lo anterior, se encuentra que las respuestas por parte de **TELEFONICA** y **CLARO** fueron consistentes en decir que no existen barreras de tipo legal o económico para la entrada de nuevos competidores al mercado de tarjetas SIM en Colombia.

En cuanto a los comentarios presentados por **VIRGIN MOBILE** y **GEMALTO**, esta Superintendencia considera que si bien los derechos de aduana proporcionan a las mercancías producidas en el país de origen una ventaja competitiva en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, tales aranceles no se constituyen por si mismos en barreras de entrada, pues, en estricto sentido, las cargas impositivas para importar tarjetas SIM, corresponden a una condición de la industria a la cual deberán enfrentarse todos los agentes del mercado (actuales y potenciales).

Caso contrario, sería si un potencial competidor que desee incursionar en el mercado de tarjetas SIM, tuviese que asumir de manera exclusiva esta carga financiera, para importar sus bienes, mientras que los competidores actuales no.

De este modo, en el contexto del comercio internacional, las barreras arancelarias se constituyen en medidas comerciales aplicadas en las fronteras a ciertas mercancías transportadas de un territorio aduanero a otro, indistintamente de los sujetos participantes en un proceso de importación.

En este sentido, las **INTERVINIENTES** presentaron las siguientes consideraciones respecto de barreras de entrada para los mercados involucrados en la operación:

⁵³ **GEMALTO** es una empresa dedicada a la importación y comercialización de soluciones digitales de seguridad en varios campos, incluyendo tarjetas comerciales inteligentes (tarjetas SIM y tarjetas de banco) y documentos de identificación gubernamental (pasaportes y licencias de conducción entre otros).

⁵⁴ Folio 218 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁵⁵ **TELEFONICA** es una sociedad colombiana, cuyo objeto social consiste en la prestación de servicios de telecomunicaciones tanto fijos (línea básica e internet), como móviles, datos (tarjetas SIM) y voz. Así mismo comercializa equipos terminales móviles.

⁵⁶ Folio 310 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁵⁷ **CLARO** es una compañía dedicada a la prestación y comercialización de servicios de telecomunicaciones (televisión por cable/satélite) y telefonía móvil celular en Colombia (tarjetas SIM).

⁵⁸ Folio 313 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

- Barreras legales

En Colombia, los potenciales competidores no se verán enfrentados a limitaciones de orden legal para participar en los mercados afectados⁵⁹.

- Inversión inicial

Un potencial competidor no requerirá invertir en instalaciones locales de producción o plantas físicas para poder competir en el mercado de manera efectiva, toda vez que es posible ingresar a la industria de tarjetas magnéticas (particularmente tarjetas SIM) al cabo de tres (3) meses con una inversión inicial mínima de aproximadamente doce millones de pesos mcte (\$12.000.000,00)⁶⁰.

Las tarjetas SIM vendidas por **OBERTHUR** a **VIRGIN MOBILE** en Colombia son entregadas desde el exterior vía proveedores de logística, como es el caso de **CELISTICS**⁶¹ y **BRIGHTSTAR COLOMBIA**⁶².

Así mismo, grandes competidores en la industria de tarjetas magnéticas como **GEMALTO** y **VALID S.A.**, (en adelante, **VALID**)⁶³, también cuentan con plantas de producción ubicadas a nivel global y proveen sus productos a través de exportaciones hacia Colombia.

- Importaciones

Las importaciones juegan un rol fundamental en el mercado de tarjetas SIM. Las **INTERVINIENTES** señalan no se requiere de producción local o regional. Como se mencionó anteriormente, las tarjetas magnéticas vendidas en Colombia por **OBERTHUR**, **GEMALTO** y **VALID** entre otros, son importadas desde el exterior. De lo anterior, se colige que nuevos y potenciales agentes pueden ingresar fácilmente al mercado y de esta manera competir a través de la importación de productos.

- Poder de negociación de los compradores

La capacidad del agente integrado puede ser contrarrestada no solo por los competidores, sino por los consumidores o clientes quienes pueden utilizar su poder de negociación para mitigar los potenciales efectos perjudiciales en las condiciones de competencia que puede generar una integración.

En el caso concreto, se observa que en el suministro de tarjetas SIM, la demanda funciona por medio de subastas donde las participaciones de mercado fluctúan significativamente año tras año, dependiendo de los resultados de los procesos licitatorios organizados por los clientes⁶⁴.

De este modo, la existencia de una gran variedad de posibles proveedores permite que los procesos de selección, en general, se realicen escogiendo la oferta más competitiva según los criterios evaluados por el comprador.

⁵⁹ Folio 31 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶⁰ Folio 30 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶¹ **CELISTICS** es una sociedad líder en soluciones de logística y distribución inteligente para la industria de la tecnología de consumo.

⁶² **BRIGHTSTAR COLOMBIA** es una filial de la multinacional BRIGHSTAR CO, cuya actividad económica consiste en la distribución y suministro de productos y servicios inalámbricos.

⁶³ **VALID** es una empresa dedicada a la fabricación, preparación, distribución, compra y venta de tarjetas inteligentes, de banda magnética y tarjetas SIM, entre otras.

⁶⁴ Folio 41 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

En este sentido, la posibilidad de negociación de los proveedores resulta baja, en comparación a la que pueden tener los compradores, quienes determinan los parámetros de los procesos de selección que implementan para determinar sus oferentes.

En mérito de lo anteriormente expuesto, esta Superintendencia encuentra que pese a que la operación proyectada sí representaría un incremento significativo en la concentración del mercado de tarjetas SIM, se observa de manera preliminar que no existen barreras importantes que desincentiven o reduzcan la probabilidad de que nuevos competidores entren a este mercado, en caso de que la entidad integrada eventualmente decidiera extraer rentas por encima del nivel competitivo.

Prueba de ello, es la sociedad **BLUEFISH**, quien en el año 2013 ingresó a participar en el mercado de tarjetas SIM y fue posteriormente adquirida por la multinacional extranjera **VALID** en el 2015⁶⁵.

7.6. EFECTOS POTENCIALES DE LA OPERACIÓN

Los efectos de una operación de integración se encuentran vinculados al tipo de operación que se realiza. En el caso particular, la operación proyectada tendría efectos horizontales en los mercados relevantes definidos, toda vez que las **INTERVINIENTES** se encuentran activas en la industria de tarjetas magnéticas: i) tarjetas para pago EMV y ii) tarjetas SIM.

Asimismo, se descartan efectos verticales, toda vez que la operación proyectada no implica la concentración de dos o más actores de diferentes eslabones de una misma cadena de valor.

Tras el perfeccionamiento de la transacción proyectada, **OBERTHUR** adquirirá el 100% de las acciones de **MORPHO**, incrementando su participación en los mercados definidos y por ende reforzaría la [REDACTED] posición que actualmente ostenta dentro de la estructura del mercado de tarjetas SIM.

No obstante lo anterior, respecto de los posibles efectos derivados de la operación proyectada, algunos competidores de las **INTERVINIENTES** señalaron que la operación proyectada traería consigo ciertos beneficios sobre el mercado examinado (tarjetas SIM).

Particularmente, **VIRGIN MOBILE** señaló:

"(...) [L]os beneficios que se generarían tras la integración se podrían ver reflejados en mejores precios de los productos y mejoras en tiempos de producción, así como en las plataformas ofrecidas por el proveedor"⁶⁶.

Por su parte **VALID** afirmó:

"(...) [L]uego de consultar con la casa matriz de la sucursal, Valid Brasil, hemos conocido que ésta no ha presentado objeción alguna en Brasil frente a la integración de Morpho y Oberthur en esa jurisdicción e, inclusive, ha manifestado estar de acuerdo en la medida que puede afectar el mercado positivamente (...)"⁶⁷.

Ahora bien, como se ha venido mencionando a lo largo de este acto administrativo, en la industria de tarjetas SIM compiten grandes multinacionales con cuotas de participación importantes como **GEMALTO** y sociedades con participaciones discretas como **VALID** y **GIESECKE & DEVRIENT** quien estarían en capacidad de ejercer presión competitiva sobre la entidad integrada.

⁶⁵ Folio 31 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁶⁶ Folio 208 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁶⁷ Folio 211 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

Así mismo, informaron que existe una oferta amplia y suficiente de proveedores de tarjetas SIM en los siguientes términos:

VIRGIN MOBILE:

"(...) la oferta interna y externa de Tarjetas SIM y de proveedores es suficiente, dado que existen varios proveedores en el mercado (...)”⁶⁸.

CLARO:

"La oferta interna y externa de unidades de sim card es suficiente, en el mercado concurren varios competidores y resulta viable la negociación de condiciones comerciales (...)”⁶⁹.

De lo anterior se infiere que la industria de tarjetas SIM se caracteriza por ser dinámica y con una fuerte competencia por parte de multinacionales especializadas que operan a nivel nacional e internacional y que están en capacidad de atender la demanda de estos productos por parte de compradores colombianos.

De los análisis efectuados, este Despacho encuentra que la entidad integrada no contaría con incentivos para ejercer algún poder de mercado en detrimento de la competencia existente, como por ejemplo un incremento sostenido en los precios, una restricción en las cantidades ofrecidas o una reducción en la calidad de los productos

En caso de que se presente la situación anteriormente descrita, los consumidores tienen la posibilidad de desviar su demanda a **GEMALTO**, e incluso a otros competidores como **VALID S.A.**, y **GIESECKE & DEVRIENT** de menor tamaño en el mercado, pues como se señaló anteriormente, no existen barreras geográficas que limiten el suministro de tarjetas magnéticas hacia Colombia.

Así las cosas, la probabilidad de que el ejercicio del poder de mercado por parte de la entidad integrada le permita extraer rentas extraeconómicas, es baja.

7.7. CONCLUSIONES

Evaluada la información relevante para la operación objeto de estudio, esta Superintendencia encontró que:

- La operación proyectada daría lugar a una integración de tipo horizontal en los mercados nacionales de tarjetas magnéticas conformado por: i) tarjetas EMV y ii) tarjetas SIM.
- Una vez analizada la información de participaciones tanto de las **INTERVINIENTES** como la de sus competidores en los mercados relevantes definidos, esta Superintendencia no encuentra evidencia que permita concluir que, como consecuencia de la operación proyectada, pudieran generarse efectos restrictivos de la libre competencia en ningún caso.
- El efecto de la transacción en el mercado de tarjetas EMV consiste esencialmente en la sustitución de un agente líder (██████████) por otro agente que actualmente ostenta una participación marginal (█%) en el mismo (██████████). Si bien la entidad integrada obtendría una cuota de participación importante en el mercado de tarjetas EMV, esta situación se presenta como una condición del mercado previa a la operación de concentración proyectada.

⁶⁸ Folio 208 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁶⁹ Folio 313 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

- Respecto del mercado de tarjetas SIM, la participación actual de [REDACTED] (%) fortalecería significativamente la actual posición que ostenta [REDACTED] (%). No obstante, del análisis de barreras a la entrada efectuado se pudo constatar que en este mercado no existen altas barreras de ingreso que pudieran desincentivar o impedir la entrada de potenciales competidores al mercado de tarjetas SIM.
- En los mercados afectados concurren multinacionales con participaciones importantes como **GEMALTO** y **HOGIER & GARTNER** y agentes con cuotas discretas, como **VALID** y **TAG CADENA**, quienes tienen la capacidad no solo de atender la demanda a través de importaciones, sino de presionar competitivamente a la entidad integrada para contrarrestar intentos de restringir la oferta o aplicar condiciones discriminatorias a empresas que no hacen parte de la transacción.
- Se logró evidenciar que los compradores cuentan con un poder de compra significativo, situación que reduce la probabilidad de que el agente integrado asuma comportamientos restrictivos de la competencia.
- Según lo afirmado por las **INTERVINIENTES**, se pudo constatar que en la industria de tarjetas magnéticas (EMV y SIM), los procesos de contratación se surten a través de procesos de subasta. Situación que permite que la contratación se realice en un contexto de ofertas públicas competitivas que satisfagan los requerimientos y las necesidades de los clientes en términos de calidad, costo y beneficio.

A partir del análisis presentado, esta Superintendencia no encuentra evidencia que permita concluir que con la operación proyectada, en los términos en los que fue presentada, se puedan generar efectos restrictivos de la competencia en los mercados en los que participan las **INTERVINIENTES**.

Por lo anterior y de acuerdo con los supuestos contenidos en la Ley 1340 de 2009 y demás normas concordantes, la operación proyectada no amerita ninguna objeción ni condicionamiento.

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

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: NO OBJETAR ni someter a condicionamientos la integración empresarial proyectada entre las empresas **OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA** y **MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.**

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA** y **MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.**, entregándoles copia de la misma en su versión reservada e informándoles que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Cartagena de Indias, D.T. y C., a los **11** ABR. 2017

EI SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO,


PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO

Elaboró: Fernando Bejarano Morales
Revisó: Liliana Cruz Pinzón, Carolina Liévano Liévano.
Aprobó: Felipe García Pineda

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 16-444457

VERSIÓN PÚBLICA

NOTIFICACIÓN

OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA
NIT: 900.073.927-1
MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S
NIT: 900.386.417-9

Doctor
MAURICIO JARAMILLO CAMPUZANO
C.C. 80.421.942 de Bogotá
Apoderado
OBERTHUR TECHNOLOGIES LTDA
Calle 67 No. 7 – 35 OF. 1204
Bogotá D.C.

Doctor
ALEJANDRO GARCÍA DE BRIGARD
C.C. 79.946.984 de Bogotá
Apoderado
MORPHO CARDS DE COLOMBIA S.A.S.
Calle 70 A No. 4 – 41
Bogotá D.C.