



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

RESOLUCIÓN NÚMERO № 4 3 4 2 5 DE 2017

21 JUL. 2017

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. 16-462312

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 9 de la Ley 1340 de 2009 dispone que:

"Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4 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 16-462312-0 del 23 de diciembre de 2016¹, **INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A.** (en adelante, **BODYTECH**) y **NORDIC FITNESS S.A.S.** (en adelante, **NORDIC**), informaron a esta Entidad la intención de realizar una operación de concentración, mediante una compraventa de activos.

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-

¹ Folios 1 al 443 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. 16-462312.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

462312-1 del 27 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 la presentación de la solicitud de pre-evaluación y de conformidad con lo dispuesto en 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. Así, mediante comunicación radicada con el número 16-462312-2 del 2 de febrero de 2017⁴, esta Superintendencia informó a **BODYTECH** y **NORDIC** (en adelante y de maneja conjunta, **INTERVINIENTES**) que se daba paso a la segunda etapa del trámite presentado.

SEXTO: Que con el fin de complementar y ampliar la información allegada al Expediente, esta Superintendencia formuló requerimientos de información sobre el mercado objeto de la operación a los principales competidores⁵ de las **INTERVINIENTES**.

Las empresas requeridas aportaron información en fechas que transcurrieron entre el 21 de febrero y el 6 de abril de 2017.

SÉPTIMO: Que con el fin de ampliar la información allegada por las **INTERVINIENTES** esta Superintendencia programó una visita administrativa que se llevó a cabo el día 3 de mayo de 2017 en las instalaciones de **NORDIC**⁶.

OCTAVO: Que una vez hechas las anteriores consideraciones y 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:

8.1. INTERVINIENTES EN LA OPERACIÓN

8.1.1. INVERSIONES EN RECREACIÓN DEPORTE Y SALUD S.A. – BODYTECH

BODYTECH es una sociedad anónima colombiana domiciliada en Bogotá D.C., identificada con NIT. 830.033.206 - 3, constituida mediante Escritura Pública No. 1998 del 14 de julio de 1997, otorgada en la Notaría 33 de Bogotá D.C., y matriculada en la Cámara de Comercio de Bogotá D.C. con el número 806211.

Entre las actividades desarrolladas por **BODYTECH** se encuentra la explotación de las actividades orientadas a mejorar la calidad de vida, salud, bienestar y desempeño deportivo, a través de servicios de entrenamiento cardiovascular, fortalecimiento muscular, *fitness* grupal, zonas húmedas y piscinas⁷. Además, presta servicios de fisioterapia, rehabilitación funcional y nutrición.

² Folios 446 y 447 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ Disponible: <http://www.sic.gov.co/drupal/integraciones-inicio-autorizacion>. Consulta 19 de enero de 2017.

⁴ Folio 448 del Cuaderno Publico No. 1 del Expediente.

⁵ El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: **STARK GYM S.A.S.** (en adelante, **STARK**), **HARD BODY S.A.** (en adelante, **HARD BODY**), **BE SMART FITNESS LAB** (en adelante, **BE SMART**), **ELENA DEL MAR FIGURA TOTAL EU** (en adelante, **HELENA DEL MAR**), **BODYON**, **CROSSFIT WANTED**, **STUDIO SOUND DANCE & FITNESS**, **ORANGE THEORY FITNESS** (en adelante, **ORANGE THEORY**) y **VENEPILATES JD S.A.S.** (en adelante, **BODYLIFE**). Folios 455 a 465 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶ Folios 553 al 600 del Cuaderno Reservado No. 2 del Expediente.

⁷ Folio 4 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

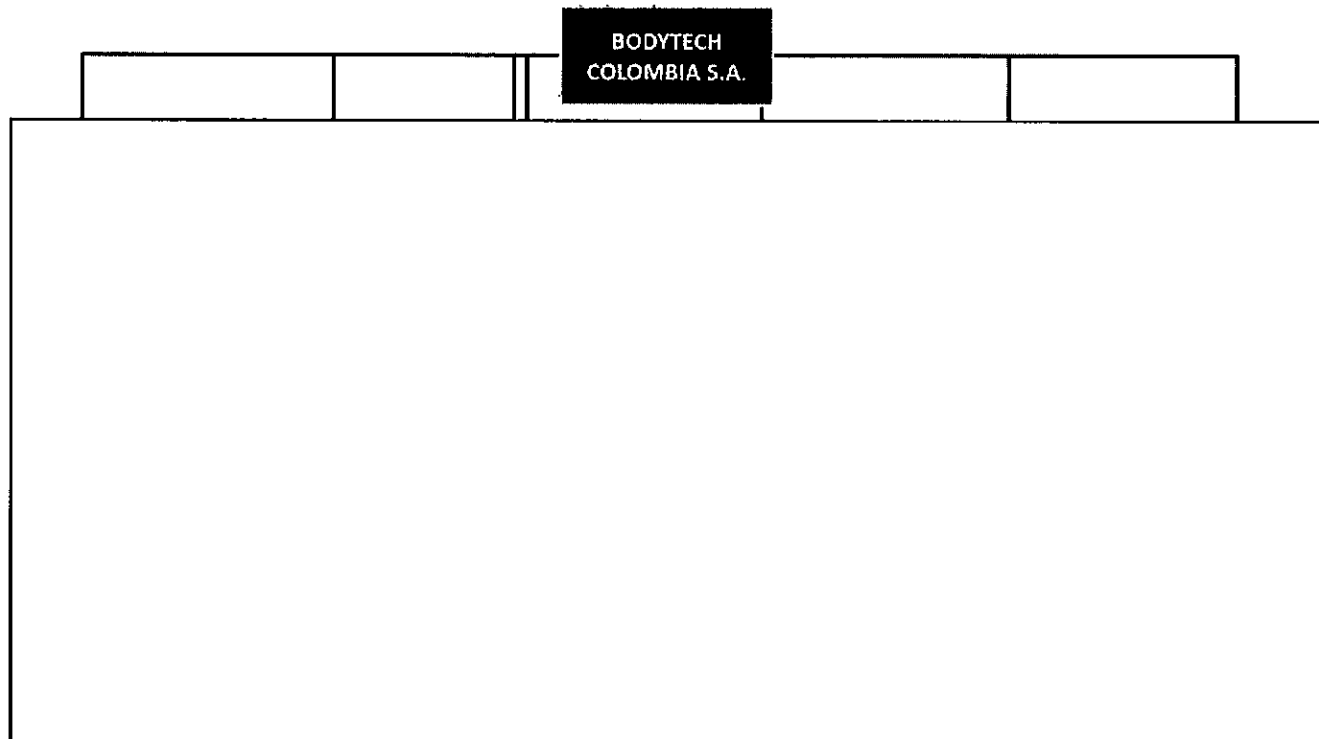
Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

BODYTECH es la matriz del grupo empresarial que lleva el mismo nombre, configurado en el año 2012⁸, y que se encuentra constituido por seis (6) sociedades así:

Imagen No. 1
Estructura del grupo BODYTECH



Fuente: Folio 443 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

BODYTECH cuenta con 140 sedes distribuidas en diferentes ciudades de Colombia, Perú y Chile. En Colombia, tiene presencia desde 1997 y actualmente cuenta con 75 sedes en 21 ciudades, con las que atiende 148.266 afiliados.

Las actividades de **BODYTECH** en Colombia están clasificadas con el Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) 8699⁹.

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

Tabla No. 1
Cuentas financieras BODYTECH
(31 de diciembre de 2015)

CUENTA	VALOR EN PESOS (COP \$)
Activos	353.719.657.000
Ingresos operacionales	182.633.167.000

Fuente: Construcción GIE¹⁰. Folios 76 y 77 del Cuaderno Público No.1 del Expediente.

Como se muestra a continuación, la composición accionaria de **BODYTECH**, se encuentra distribuida principalmente en los accionistas presentados en la Tabla No. 2, ordenados de mayor a menor:

⁸ Certificado de Existencia y Representación Legal, visible en los folios 58 y siguientes del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁹ 8699: Otras actividades de atención de la salud humana.

¹⁰ GIE: Grupo de Integraciones Empresariales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 2
Composición accionaria de BODYTECH

NOMBRE DEL ACCIONISTA	ACCIONES	PARTICIPACIÓN (%)
TOTAL		100%

Fuente: Folio 216 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No.1 del Expediente.

8.1.2. NORDIC FITNESS S.A.S.

NORDIC es una sociedad anónima simplificada, domiciliada en Bogotá D.C., identificada con NIT. 900.710.930-6, constituida mediante documento privado de accionista único del 26 de febrero de 2014 y matriculada en la Cámara de Comercio de Bogotá el 5 de marzo de 2014 con el número 2423459.

De acuerdo con el certificado de Cámara de Comercio, **NORDIC** podrá prestar toda clase de servicios profesionales y médicos, de acompañamiento y de asesoramiento para la práctica de actividad física, deportiva y de acondicionamiento eficaz¹¹. Actualmente, presta servicios médicos deportivos de acondicionamiento, preparación física y gimnasio, a través de un establecimiento de comercio identificado con la marca *Nordic Fitness*¹².

NORDIC cuenta con una única sede ubicada en el Bogotá, en el centro comercial Santa Ana, que inició operación en enero de 2015.

La actividad económica principal de **NORDIC** en Colombia se identifica con el código CIIU 8699¹³.

La información de activos totales e ingresos operacionales de **NORDIC** para el año fiscal 2015 se presenta en la siguiente tabla:

Tabla No. 3
Cuentas financieras de NORDIC
(31 de diciembre de 2015)

CUENTA	VALOR EN PESOS (COP \$)
Activos	2.294.607.458
Ingresos operacionales	2.371.842.563

Fuente: Construcción GIE. Folio 357 del Cuaderno Público No.1 del Expediente.

El capital social de **NORDIC** se encuentra representado en _____ acciones que pertenecen a su de origen danés ¹⁴.

8.2. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES** en la solicitud de pre-evaluación, la operación proyectada consiste en lo siguiente:

¹¹ Folio 352 del Cuaderno Público de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹² Folio 28 del Cuaderno Público de Intervinientes No. 1 del Expediente.

¹³ 8699: Otras actividades de atención de la salud humana.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

“Bodytech comprará activos de propiedad de Nordic que opera en el centro comercial Santa Ana, en Bogotá D.C.

Nordic transferirá en favor de Bodytech el mobiliario, incluyendo máquinas y equipamiento de las áreas en las cuales se realizan las actividades deportivas; el contrato de arrendamiento que actualmente tiene Nordic para ocupar el local en el centro comercial Santa Ana; y los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento; las marcas de propiedad de Nordic; el actual representante legal de Nordic celebrará un contrato laboral con Bodytech.

Como resultado de la operación, Bodytech tendrá la capacidad de utilizar y coordinar los activos adquiridos de Nordic”¹⁵.

Así, la operación de concentración revestiría exclusivamente efectos horizontales en el mercado colombiano, derivados de la coincidencia en la prestación de servicios médicos deportivos y de acondicionamiento físico.

8.3. DEBER DE INFORMAR LA OPERACIÓN PROYECTADA

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 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:

- *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 manifestaciones, 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.

8.3.1. Supuesto Subjetivo

Para el caso concreto, se observa que las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en la prestación de servicios médicos deportivos y de acondicionamiento físico. En este sentido, se encuentra verificado el supuesto subjetivo que impone el deber de informar la operación proyectada a esta Superintendencia.

8.3.2. Supuesto Objetivo

La Resolución No. 103189 del 30 de diciembre de 2015 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”.

Por su parte, el artículo 1 del Decreto No. 2552 de 2015, que fijó el salario mínimo legal mensual a partir del 1 de enero de 2016 en seiscientos ochenta y nueve mil cuatrocientos cincuenta y cinco pesos (\$689.455).

¹⁵ Folio 27 del Cuaderno Público de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Por lo anterior, el valor mínimo de activos o ingresos operacionales para que una operación informada durante el año 2016 cumpla el supuesto objetivo, corresponde a sesenta y ocho mil novecientos cuarenta y cinco millones quinientos mil pesos (\$68.945.500.000).

Los anteriores valores serán los aplicables al presente estudio, teniendo en cuenta que la solicitud de pre-evaluación se radicó ante esta Entidad el 23 de diciembre de 2016.

Según la información presentada en las tablas Nos. 1 y 3 de la presente Resolución, las **INTERVINIENTES** cuentan de manera conjunta con activos por valor total de \$356.014.264.458 y un total de ingresos operacionales de \$185.005.009.563 para el año 2015.

Tanto por el valor de sus activos, como por el valor de sus ingresos operacionales, para el caso concreto, se cumple el supuesto objetivo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

8.3.3. Deber de informar

De conformidad con lo expuesto en los numerales 8.3.1 y 8.3.2 del presente acto administrativo, con la verificación de los supuestos subjetivo y objetivo, se configuran todos los requisitos para que la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES** deba ser informada a esta Superintendencia de manera previa a su ejecución.

8.4. 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 concentración¹⁶.

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 concentración 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

¹⁶ 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 10 de noviembre de 2016).

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

barrera que impida o dificulte que sus productos lleguen a alguna zona determinada, se deberá entender que en dicha área no son competidores activos. Es decir, el análisis de competencia debe limitarse a las zonas en las cuales las empresas intervinientes ejercen una competencia efectiva, pues sería dicha condición la que podría verse afectada con la operación.

Así las cosas, este Despacho procederá a definir el mercado relevante afectado por la operación proyectada, delimitando primero el mercado de producto y luego el mercado geográfico.

8.4.1. 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 de sus usos, características y precios.

Así las cosas, considerando lo expuesto en el numeral 8.3.1, esta Superintendencia observa que las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en la prestación de algunos servicios médicos deportivos y de acondicionamiento físico, como los que se listan continuación:

- i) Entrenamiento cardiovascular: consiste en poner a disposición de los usuarios máquinas que inducen al movimiento corporal y que tienen como finalidad el entrenamiento cardiovascular (que exige la participación del sistema circulatorio y pulmonar por periodos de tiempo prolongados), la pérdida de peso y la quema de calorías. Algunas de estas máquinas son trotadoras, elípticas, escaladoras, bicicletas estáticas, entre otras.
- ii) Fortalecimiento muscular: se ponen a disposición de los usuarios máquinas y equipos que propician el fortalecimiento y tonificación muscular a través de sesiones repetitivas con uso de pesos libres (pesas, mancuernas, discos, barras) y poleas. Entre las finalidades de este tipo de entrenamiento se encuentra la mejora de la fuerza, resistencia muscular, postura y tono.
- iii) Clases grupales o *fitness* grupal: servicios de salón, con presencia de un instructor, acompañados de música e instrumentos complementarios, que tienen como propósito mejorar la resistencia cardiorrespiratoria, coordinación y agilidad a través de ejercicios dinámicos.
- iv) Zonas húmedas y spa: consiste en poner a disposición de los clientes zonas de relajación y descanso. Estos espacios (sauna, turco, jacuzzi) sirven para eliminar toxinas, renovar la piel, descansar los músculos y liberar estrés.
- v) Piscina: se ponen piscinas a disposición de los usuarios, para práctica libre o dirigida. Este servicio tiene como fin el fortalecimiento y desarrollo del sistema cardiopulmonar, postura, flexibilidad y fortalecimiento de los grupos musculares.
- vi) Fisioterapia y rehabilitación: servicios médicos encaminados a la recuperación o rehabilitación de usuarios lesionados a través de fisioterapia y entrenamiento funcional.
- vii) Nutrición: servicios médicos nutricionales con el objetivo de reducir riesgos de salud y facilitar el manejo de peso a través de formulación de dietas y planes nutricionales.

Los servicios mencionados pueden a su vez dividirse en dos categorías: (i) servicios principales; y (ii) servicios accesorios; donde los primeros son los servicios mínimos que caracterizan la generalidad de los centros de entrenamiento, mientras los segundos son servicios adicionales que pretenden ofrecer productos diferenciados con la finalidad de atraer clientela especializada¹⁷.

¹⁷ Folio 36 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 4

Portafolio de actividades ofrecidas por las INTERVINIENTES

SERVICIOS	BODYTECH	NORDIC
Entrenamiento cardiovascular	X	X
Fortalecimiento muscular	X	X
Clases grupales	X	X
Zonas húmedas	X	
Piscina		
Fisioterapia y rehabilitación	X	X
Nutrición	X	X
Vestuarios, casilleros, duchas	X	X
Cafetería	X	

Fuente: Folios 35 y 36 del Cuaderno Público No.1 del Expediente.

Tabla No. 5

Portafolio de actividades ofrecidas por las INTERVINIENTES por tipo

SERVICIOS	PRINCIPAL	ACCESORIO
Entrenamiento cardiovascular	X	
Fortalecimiento muscular	X	
Clases grupales	X	
Zonas húmedas		X
Piscina		X
Fisioterapia y rehabilitación		X
Nutrición		X
Vestuarios, casilleros, duchas		X
Cafetería		X

Fuente: Construcción GIE-SIC.

Es importante señalar que mediante Resolución No. 74281 de 2013, esta Superintendencia se pronunció respecto de la definición de mercado de producto en los siguientes términos:

"(...) [E]sta Superintendencia define el mercado de producto relevante como aquellos gimnasios con las siguientes características: (i) que ofrecen dos o más de los servicios relacionados con entrenamiento deportivo (entrenamiento cardiovascular, fortalecimiento muscular y clases grupales); (ii) que ofrecen unos servicios de calidad elevada; (iii) que oferten precios similares; y (iv) cuyos centros presentan una capacidad de atención al público alta (en términos de área física).

Sea menester aclarar que a lo largo de este proceso, esta Superintendencia no ha tenido en cuenta los servicios accesorios a los deportivos que ofrecen los gimnasios para determinar el mercado relevante, como por ejemplo los servicios de parqueaderos, cafetería, casilleros y duchas. Por ende, en la presente definición de mercado relevante no se tuvo en cuenta si un gimnasio ofrecía o no los anteriores servicios accesorios. Así mismo, no se tuvieron en cuenta los horarios de atención a los usuarios en la determinación de si incluir o no un gimnasio en el mercado relevante."¹⁸

No obstante, en el caso concreto este Despacho encuentra que la industria de servicios de entrenamiento deportivo es altamente dinámica y que los criterios utilizados en su momento por esta Superintendencia para delimitar el mercado relevante pueden haber cambiado con el paso del tiempo. Por lo tanto, a continuación se analizará la definición de mercado de producto presentada por las **INTERVINIENTES**¹⁹ de cara a las condiciones actuales de competencia del mercado.

¹⁸ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 74281 de 2013 pg. 42 Carpeta de anexos 3 - Anexo A

¹⁹ Las **INTERVINIENTES** definieron el mercado producto con base en la resolución No. 74281 de 2013, folios 27 al 42.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

8.4.1.1. Definición del mercado de producto utilizada por las INTERVINIENTES

Según la información aportada por las INTERVINIENTES en la solicitud de pre-evaluación, el mercado objeto de la operación está relacionado con la prestación de servicios de entrenamiento físico. En particular, las INTERVINIENTES exponen que el mercado de producto se enmarca dentro de las siguientes características:

- *Dos o más servicios:* La SIC determinó que hay un portafolio de "sub-servicios" o actividades,²⁰ y que los consumidores utilizaban normalmente al menos 2 de esos. Para el caso que nos ocupa, este criterio se cumple, en la medida en que las empresas intervinientes ofrecen simultáneamente más de dos "sub-servicios".²¹

- *Calidad del servicio:* La SIC indicó que la calidad se reflejaba en la modernidad de las máquinas, su variedad, la cantidad de entrenadores y la apariencia del lugar.²² Además, la SIC incluyó en este punto la "supervisión y asesoría" que tienen todos los usuarios en un gimnasio.²³ Para determinar la calidad, la SIC no tuvo en cuenta la existencia de servicios accesorios de los gimnasios tales como duchas, parqueaderos, cafeterías, u otros. Tampoco tuvieron en cuenta los horarios de atención al público.²⁴ Tanto Bodytech como Nordic cuentan con máquinas de alta calidad, y con supervisión de entrenadores tanto de "planta" como "personalizados".

- *Precio:* La SIC entendió que había una segmentación del mercado en función del poder adquisitivo de los clientes, excluyendo a los gimnasios con tarifas sustancialmente inferiores a las de Bodytech.²⁵ Este criterio no se cumple, por cuanto los precios de Nordic son significativamente más bajos que los precios de Bodytech:

Precio mensual de Bodytech en Bogotá: Para las sedes afectadas en esta operación, el precio de la mensualidad es de \$215,000 pesos (Hacienda Santa Bárbara) y de \$250,000 pesos (Metro 127).

Precio mensual de Nordic en Bogotá: Nordic está vendiendo su mensualidad a \$149,000 pesos.

Ese precio de Bodytech es un 40% más elevado que el precio de Nordic, lo cual, bajo el criterio de la SIC y bajo el análisis del monopolista hipotético, clasificaría como "otro producto" en función de las tarifas sustancialmente inferiores a las de Bodytech.²⁶

De hecho, ese Despacho indicó que "gimnasios como el Centro de Acondicionamiento & Preparación Física Mach, Uros Salud Integral C.A.F. S.A.S., Gimnasio Santillana Ltda., o Vidagreen, **tienen precios que oscilan desde los \$120,000 hasta los \$180,000 por suscripción mensual**".²⁷ Las tarifas que está cobrando actualmente Nordic está dentro del mismo rango de tarifas que fueron consideradas por la SIC (a precios de 2013) para excluir esos gimnasios del mercado-producto de Bodytech. Por lo tanto, a esa misma conclusión se llega al considerar las tarifas de Nordic y compararlas con las de Bodytech.

²⁰ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 74281 de 2013 pg. 24 Carpeta de anexos 3 - Anexo A

²¹ *Ibíd.*

²² Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 74281 de 2013 pg. 33 Carpeta de anexos 3 - Anexo A

²³ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 74281 de 2013 pg. 36-38. Carpeta de anexos 3 - Anexo A

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ *Ibíd.*

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 42659 de 2013 pg. 21.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

- Área: La SIC se refirió a la capacidad o el espacio disponible para prestar los servicios. Al respecto, indicó que los gimnasios cuya capacidad fuera inferior a 1,000 mts² no serían considerados parte del mismo mercado que Bodytech.²⁸ Este criterio no se cumple: Las áreas de Nordic son inferiores al umbral definido por la SIC, puesto que la sede del centro comercial Santa Ana es inferior a 1,000 mts².²⁹

De esta manera se entiende que las **INTERVINIENTES** consideran que el mercado se encuentra restringido al cumplimiento de los cuatro criterios mencionados: i) oferta de dos o más servicios; ii) calidad del servicio; iii) precio y; iv) área, como se encuentran definidos.

8.4.1.2. Sustituibilidad

Con el fin de evaluar si la definición de mercado propuesta por las **INTERVINIENTES** resulta apropiada para este caso, como marco de competencia para adelantar el presente análisis, esta Superintendencia requirió a distintas sociedades que tienen como actividad principal la prestación de servicios médicos deportivos y de acondicionamiento físico, para verificar el análisis de sustituibilidad desde el punto de vista de características y usos en el mercado colombiano.

En relación con los posibles sustitutos de los servicios prestados por las **INTERVINIENTES**, específicamente esta Superintendencia formuló la siguiente pregunta:

"Desde su conocimiento indique si existen otros servicios que puedan sustituir los servicios prestados por usted."

A continuación se hará expresa referencia a los comentarios que sobre este punto hicieron las empresas requeridas:

- **BODYLIFE:**

"Cualquier servicio relacionado con la enseñanza y práctica del pilates en cualquiera de sus disciplinas". Además señaló: "somos competencia directa en la enseñanza del método pilates. (sic) sobretodo con BODYTECH que ofrece tanto pilates mat (piso) como pilates reformer (máquina). Nordic solo ofrecia (sic) pilates mat. Lo cual desde que abrieron causó un daño a nuestro negocio."³⁰

- **STARK**

"STARK es competidor directo de BODYTECH y NORDIC, ya que las tres ofrece (sic) el servicio de gimnasio, entrenamiento físico, prevención de enfermedades de salud a través de maquinarias cardiovasculares de distintos tipos (trotadoras, elípticas, escaladoras, bicicletas estáticas), máquinas de musculación de peso asistido, máquinas de musculación de peso libre, clases grupales de entrenamiento funcional y clases grupales de entrenamiento en suspensión".

"Los servicios per se, ofrecidos por STARK y los demás jugadores de la industria³¹, son los mismos. Las diferencias las hacen los valores agregados e intangibles que las empresas estén dispuestas a implementar."³²

²⁸ *Ibíd.*

²⁹ Folio 6 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³⁰ Folio 483 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

³¹ Hace referencia a **BODYTECH, NORDIC, SPINNING CENTER, SMART FIT, FIT FOR ALL, HARD BODY**, entre otros gimnasios.

³² Folio 495 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

- **STUDIO SOUND DANCE & FITNESS:**

*"No conocemos que haya otros servicios que sustituyan los nuestros", lo anterior teniendo en cuenta que "otras empresas que representan competencia directa para Studio Sound son: Gym House, Hard Body, Shake Up, Studio DanceFit. Puesto que son empresas que dictan clases de Zumba® Fitness y especialidades de la marca en la ciudad de Bogotá."*³³

- **ORANGE THEORY:**

*"Creemos que es difícil que otros servicios nos puedan sustituir fácilmente, dado el componente tecnológico que existe. Sin embargo, con suficiente capital de inversión siempre existe el riesgo de que un tercero copie nuestro método". También señaló que "OrangeTheory Fitness si es competidora indirecta de BODYTECH y NORDIC ya que la actividad comercial en ambos es la prestación de servicios de entrenamiento cardiovasculares, fortalecimiento muscular y deporte. Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre ambas y es que mientras nuestro principal servicio consiste en ofrecer clases grupales dirigidas a todo momento por un entrenador, el principal servicio de ellos es brindar acceso a unas instalaciones y equipos sin mayor atención por parte de un entrenador ni un método de entrenamiento claramente definido."*³⁴

Con la información aportada por terceros, esta Superintendencia encuentra que hay suficientes indicios para considerar que otros servicios de gimnasio como los ofrecidos por **STARK, ORANGE THEORY, HARD BODY, ATHLETIC PEOPLE SPORT CLUB** y **ELENA DEL MAR** pueden considerarse sustitutos de aquellos ofrecidos por las **INTERVINIENTES**.

Es posible identificar además que estos gimnasios ofrecen los tres servicios principales, como fueron definidos en el numeral 8.4.1.1, utilizando máquinas especializadas para ejercicio cardiovascular y para fortalecimiento muscular, e instructores capacitados para la prestación de clases grupales.

Además, estos gimnasios ofrecen un servicio de valoración médica antes de iniciar el entrenamiento y un seguimiento posterior (puede ser cada 3 o 6 meses) con el cual se actualiza la rutina de entrenamiento y se revisa el avance en el plan de entrenamiento.

Debe anotarse que los gimnasios identificados prestan sus servicios en espacios de diferentes tamaños que van desde los 120 hasta 1.883 mts². En términos relativos, esto equivale a prestar los servicios en un espacio de 0,63 mts² por persona (**BODYTECH-METRO 127**) hasta 2,5 mts² por persona (**STARK**).

Por otro lado, los servicios ofrecidos por **BE SMART** parecen tener diferencias significativas que no permiten la sustitución directa por parte de los usuarios de los servicios de acondicionamiento físico deportivo.

BE SMART argumenta que **BODYTECH** y **NORDIC** no son competidores cercanos, pues aquel no es un gimnasio convencional sino un "gimnasio boutique" que ofrece entrenamiento personalizado haciendo uso de un sistema de alta tecnología conocido como EMS (Electro Muscular Stimulation) que contrae los músculos 85 veces por segundo mediante el uso de electrodos. Así, **BE SMART** no hace uso de pesas, máquinas tradicionales de entrenamiento cardiovascular, ni ofrece clases grupales. Con esta técnica, el servicio prestado se restringe a máximo dos sesiones de entrenamiento de 20 minutos por semana³⁵. Teniendo en cuenta estas características, **BE SMART** menciona que algunos de sus competidores cercanos son **FITAO** y **TECFIT**, quienes sí prestan los

³³ Folio 508 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

³⁴ Disponible en línea, página oficial **BE SMART**: <http://www.yovivobes.com/>. Fecha de consulta: 10 julio de 2017.

³⁵ Folio 508 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

mismos servicios. En este sentido, los servicios prestados por **BE SMART** no son sustitutos de los prestados por las **INTERVINIENTES**.

Por su parte, las **INTERVINIENTES** mencionan como sustitutos los servicios prestados por centros *boutique* y centros especializados. Sobre el particular, debe mencionarse que la sustituibilidad con estos servicios fue analizada en la Resolución 74281 de 2013, encontrando grandes diferencias entre las características de éstos, otros servicios que podrían parecer sustitutos y aquellos ofrecidos por las **INTERVINIENTES**.

Esta Superintendencia no encuentra evidencia actual que lleve a considerar que las diferencias existentes entre estos servicios y los ofrecidos por las **INTERVINIENTES** han desaparecido. Por tal razón, escuelas deportivas, centros de alto rendimiento, ejercicios al aire libre, ligas deportivas, aplicaciones móviles, videos deportivos, ciclovía, recreovía, clubes privados, gimnasios universitarios, entre otros, no son considerados servicios sustitutos de aquellos ofrecidos por las **INTERVINIENTES**.

8.4.1.3. Consideraciones de la Superintendencia respecto de la definición de mercado de producto

A continuación se presenta el análisis de los elementos que, a juicio de esta Superintendencia, resultan determinantes para una delimitación apropiada del mercado de producto, que permita analizar los efectos de la operación de concentración proyectada:

- Dos o más servicios:

El primer elemento hace referencia a la oferta de dos o más servicios principales, que de acuerdo con la información recaudada por esta Superintendencia se mantiene vigente, pues las empresas que se identifican como competidores de **BODYTECH** ofrecen al menos dos de los 3 servicios principales, y en su mayoría ofrecen los tres. Además, al preguntar a las empresas identificadas por las **INTERVINIENTES** como competidoras respecto a sus planes y precios se encuentra que ofrecen un conjunto de servicios principales que en ningún caso son cobrados individualmente sino que, por lo general, son planes que le permiten acceso a los usuarios por un tiempo determinado a los diferentes servicios ofrecidos en un espacio específico.

- Calidad del servicio y área:

Respecto de la calidad, esta Superintendencia consideraba que *"en el sector de los gimnasios los clientes aprecian elementos relacionados con el tipo de local, su calidad, limpieza, amplitud, que no hacen referencia específica al tipo de subservicios ofrecidos, sino a la presentación de las instalaciones y su comodidad"*³⁶, es decir, que la calidad de servicio enmarca diversos aspectos entre los que se encuentran la modernidad de las máquinas, su variedad, la cantidad de entrenadores y la apariencia del lugar.

Esta Superintendencia reconoce que estos aspectos en el año 2012 señalaban la existencia de ciertas características particulares que incidían en la decisión de elección de un gimnasio, y por tanto era necesario tenerlos en cuenta para realizar una segmentación de mercado.

No obstante lo anterior, debe mencionarse que este mercado ha evolucionado muy rápidamente en los últimos años y estas características que antes ofrecían señales que obedecían a algún tipo de segmentación se han hecho menos evidentes. El tamaño de los espacios necesarios para realizar entrenamiento ha disminuido al crearse nuevas técnicas de entrenamiento, como las de Entrenamiento por Intervalos de Alta Intensidad (HIIT, por sus siglas en inglés), *crossfit*, entrenamiento funcional, entre otras. A su vez, el entrenamiento se ha vuelto más especializado, los usuarios más exigentes y conscientes con el cuidado del cuerpo, razones que han requerido

³⁶ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 74281 de 2013 pg. 34.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

una mayor preparación por parte de los entrenadores y de mejores espacios para realizar ejercicio, sin que necesariamente implique espacios de mayor tamaño.³⁷

- Precio:

Conforme con lo expresado por terceros, se identifica competencia efectiva proveniente de gimnasios que al ofrecer únicamente dos servicios pueden ofrecer precios más bajos. A su vez, se identifican gimnasios especializados que ofrecen uno o más servicios accesorios de alto costo que incrementan el precio que ofrecen al público pero que ejercen presión competitiva sobre las **INTERVINIENTES**. Esta misma situación se presenta con el área (como fue mencionado en el numeral 8.4.1.1) de lo que se deduce que los criterios de precio y área, dadas las condiciones actuales de mercado, no representan una fuente de información determinante (por no ser necesariamente comparables incluso entre empresas que se reconocen entre sí como competidores cercanos) para evaluar posibles segmentaciones del mercado de producto.

- Valoración y acompañamiento médico-deportivo:

En los comentarios presentados ante esta Superintendencia por parte de terceros se encontró que, independientemente de si prestan el servicio de gimnasio tradicional o prestan servicios más especializados, aquellos que se consideran competidores de las **INTERVINIENTES** ofrecen servicios de valoración médica previa al inicio del entrenamiento y de forma periódica. Por otro lado, aquellos que no se consideran competidores directos de las **INTERVINIENTES** no ofrecen servicios médico-deportivos. Así, este Despacho considera que este criterio adicional es útil para delimitar de manera más objetiva y adecuada el mercado relevante.

Adicionalmente, los terceros mencionan que se diferencian de servicios de entrenamiento ofrecidos por aplicaciones o parques deportivos por el componente de supervisión, acompañamiento y asesoría deportiva, que es considerado un activo fundamental de sus negocios³⁸.

8.4.1.4. Conclusión del mercado de producto

De conformidad con lo expuesto en los numerales (8.4.1.1 al 8.4.1.3), esta Superintendencia concluye que el mercado de producto objeto de análisis en la presente resolución es el de prestación de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico, que cuenta con las siguientes características: i) oferta de dos o más servicios principales; y ii) valoración y acompañamiento médico-deportivo inicial y periódico.

8.4.2. Mercado geográfico

Para la determinación del mercado geográfico es necesario identificar las zonas donde las **INTERVINIENTES** tienen presencia con los productos o servicios afectados y donde las condiciones de competencia son similares en términos de precios, disponibilidad, calidad, localización de los compradores, entre otros factores.

En ocasiones previas, para el mercado de servicios de acondicionamiento físico, el mercado geográfico se ha definido utilizando la metodología de isócronas, teniendo en cuenta la disposición de los usuarios a desplazarse para acceder a este servicio, y por tanto calculando un desplazamiento de quince (15) minutos alrededor de cada sede. Aquellas zonas en las que se presente solapamiento entre los gimnasios de las **INTERVINIENTES** determinan el alcance del mercado geográfico.

Para el caso objeto de estudio, utilizando la sede de **NORDIC** como punto de partida, el criterio arriba descrito y la información aportada por las **INTERVINIENTES** se trazó la siguiente isócrona:

³⁷ Thompson, Walter R., Worldwide survey of fitness trends for 2017. ACSM'S Health & Fitness Journal: November/December 2016 - Volume 20 - Issue 6 - p 8-17.

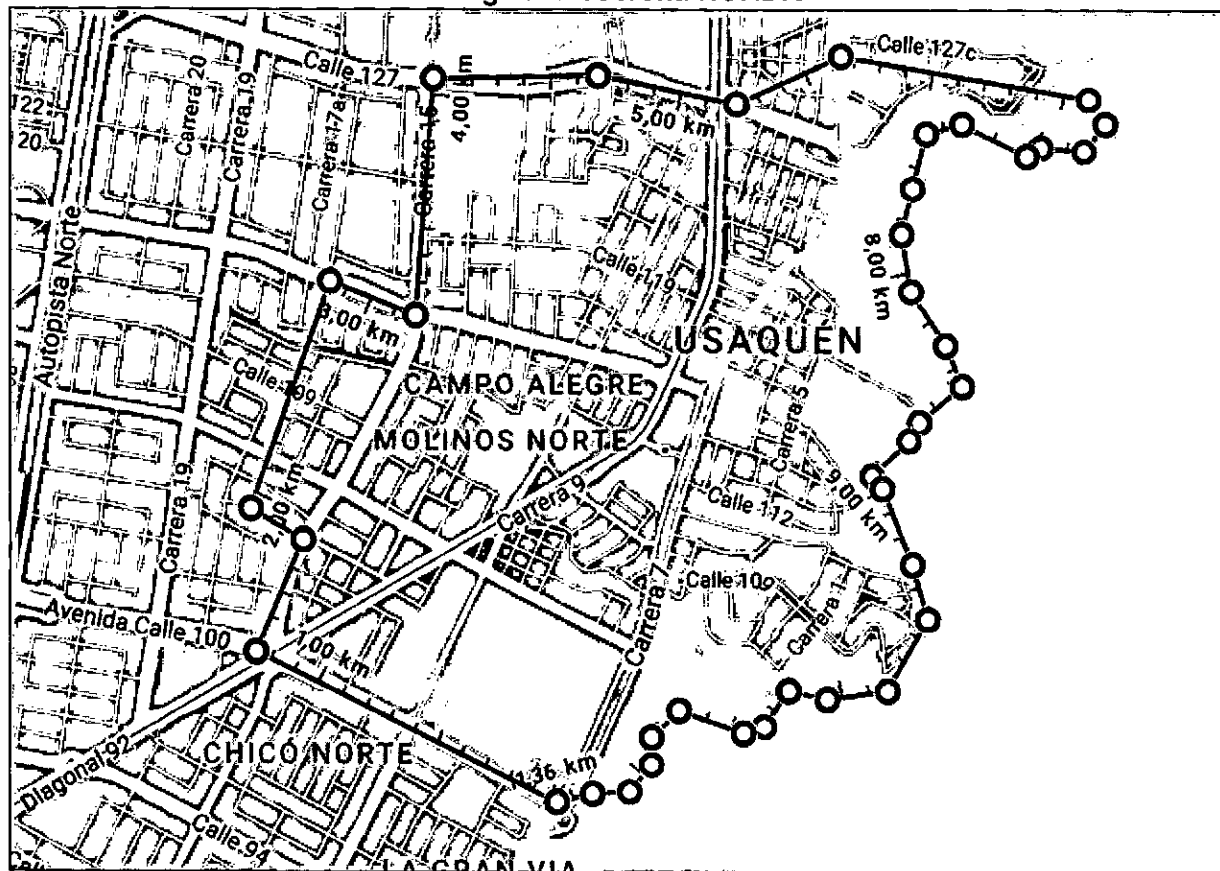
³⁸ Folios 483, 495 y 513 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Imagen 1. Isócrona NORDIC



Fuente: Folio 415 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

En esta isócrona, se identificaron dos sedes de **BODYTECH** a saber: i) Bodytech Hacienda Santa Bárbara; y ii) Bodytech Metro 127.

8.4.3. Conclusión del mercado relevante

Con base en lo expuesto, para efectos del análisis de competencia de la presente operación proyectada, esta Superintendencia ha logrado determinar que el mercado relevante corresponde al de prestación de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico que cuenten con las siguientes características: i) oferta de dos o más servicios principales; y ii) valoración médico deportiva inicial y periódica, y que sean ofertados en la isócrona que representa el área de influencia de **NORDIC**.

8.5. ANÁLISIS DEL MERCADO RELEVANTE

Una vez definida la dimensión del mercado relevante, esta Superintendencia procederá a identificar los principales competidores y sus respectivas cuotas de participación, siendo esta última variable un indicador importante del poder que tiene cada empresa en el mercado, en relación con sus competidores.

Las cuotas de mercado de los distintos oferentes en un mercado permiten precisar las condiciones actuales de la industria en cuanto a concentración y competencia, al igual que la capacidad de contestabilidad y de oposición que tendrán los competidores de las **INTERVINIENTES** ante el eventual perfeccionamiento de la concentración objeto de estudio.

8.5.1. Cuotas de participación

El porcentaje de participación que tenga cada empresa dentro del total de ventas de la industria se convierte en un importante aspecto del análisis de competencia, debido a que esta descripción numérica se encuentra altamente relacionada con el poder que tiene cada empresa en el mismo. Así, con la determinación de las cuotas de mercado de los competidores activos en el mismo, es posible precisar las condiciones que presenta la industria en cuanto a concentración. De igual

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

forma, se podrá evaluar la capacidad de reacción de los competidores de las **INTERVINIENTES** frente a la operación objeto de estudio.

Para la determinación del tamaño del mercado relevante y las participaciones de mercado de los distintos oferentes, esta Superintendencia tomará como referencia la información de ingresos operacionales con corte a 2016 de cada una de las sedes que se encuentran dentro de la isócrona definida. Debe mencionarse que, para el cálculo de participaciones, únicamente se incluyen aquellas empresas que ejercen presión competitiva efectiva en el mercado relevante.

En la siguiente tabla se observa que el principal oferente en el mercado relevante definido es **BODYTECH**, quien cuenta con una participación en 2016 de %. **NORDIC** es el segundo actor en este mercado con una participación de % de los ingresos operacionales del mercado.

Tabla No. 6
Ingresos operacionales 2015 y 2016

CENTRO DE ENTRENAMIENTO	2015	2016	
		Antes de la operación	Después de la operación
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Construcción GIE³⁹.

De la tabla anterior se desprende que, con el perfeccionamiento de la operación de concentración, **BODYTECH** alcanzaría una cuota de participación de %, producto de un incremento de puntos porcentuales sobre la participación actual de **BODYTECH** (%).

Así, los dos agentes principales del mercado, al convertirse en un agente integrado, superarían a **ATHLETIC PEOPLE SPORTS CLUB GYM** (su competidor más cercano) por más de puntos porcentuales, profundizando de manera sustancial la posición de **BODYTECH**.

Si bien el liderazgo de **BODYTECH** en este mercado es una condición actual del mercado y no una consecuencia de la operación proyectada, este Despacho observa que tras el perfeccionamiento de la misma se reforzaría de manera considerable su posición, razón por la cual es necesario hacer un análisis más detallado del mercado afectado con la operación.

8.5.2. Índices de concentración y dominancia

Con el fin de establecer las condiciones actuales de concentración y dominancia en el mercado de prestación de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico, esta Superintendencia utilizó los siguientes índices:

- Índice de concentración de Herfindahl y Hirschman (HHI)⁴⁰

³⁹ Reconstrucción del mercado a partir de respuestas de competidores. Cuaderno de Terceros No. 1 del Expediente.

⁴⁰ El índice HHI fue desarrollado para evaluar el nivel de concentración de los mercados, asumiendo que este se determina mediante la suma de los valores al cuadrado de las participaciones del 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.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

- Índice de dominancia Stenbacka⁴¹.

A continuación, se presentan los resultados encontrados para el mercado afectado:

Tabla No. 7
Índices de concentración y dominancia - 2016

ÍNDICE	HHI	STENBACKA
ANTES OPERACIÓN	2.553	44,6%
DESPUÉS OPERACIÓN	4.343	31,5%

Fuente: Construcción GIE.

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla anterior, se observa que el mercado afectado se encuentra altamente concentrado (HHI superior a 2.500) y que, de perfeccionarse la operación proyectada, se produciría un efecto de concentración equivalente a 1.790 puntos, profundizándose el nivel de concentración que en la actualidad es alto (HHI de 4.343).

En cuanto al índice Stenbacka, antes de la operación se encontraba por encima de la participación de **BODYTECH**. En caso de perfeccionarse la operación, se encuentra una disminución de 13 puntos porcentuales en el umbral de dominancia, siendo superado por el agente integrado, situación que refleja una posible posición de dominio que pueden alcanzar las **INTERVINIENTES** en este mercado.

Los resultados anteriores son un indicio de los efectos en la concentración y dominancia del mercado que puede generar la operación proyectada. Ahora, con el fin de indagar si tales niveles de concentración resultan ser adversos para la competencia en los mercados evaluados, es necesario realizar un análisis detallado de barreras de entrada y contestabilidad del mercado.

8.6. BARRERAS DE ENTRADA

De acuerdo con la ICN "[u]na barrera de entrada puede ser descrita como un beneficio en favor de una empresa establecida sobre los competidores potenciales que impiden que nuevas empresas entren en el mercado"⁴².

Cuando existen altos niveles de concentración en un mercado, la existencia de barreras de entrada significativas puede llevar a que las empresas que proyectan integrarse tengan la posibilidad de determinar las condiciones de competencia del mercado, como los precios o la calidad de los productos, con independencia de los demás agentes económicos.

Una vez calculado el HHI, se pueden definir tres rangos de 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".

⁴¹ El índice STENBACKA es una aproximación para identificar cuándo una empresa tiene una posición dominante en un mercado. Teniendo en cuenta las participaciones de mercado de las dos empresas de mayor tamaño, el índice STENBACKA arroja un umbral de cuota de mercado para determinar si la empresa más grande tiene o no posición de dominio. 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. γ es un parámetro específico a cada industria, 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.

⁴² El texto original del párrafo E.8, en inglés, dice textualmente lo siguiente: "A barrier to entry can be described as an advantage enjoyed by an incumbent firm over potential entrants which prevent new firms from entering the market".

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Por tal razón, una vez determinado el efecto potencial de la operación proyectada sobre el nivel de concentración del mercado relevante (ver numeral 8.5), se hace necesario evaluar la existencia de barreras de entrada que pudieran impedir, dificultar o retrasar la entrada de nuevos competidores.

Al respecto, las **INTERVINIENTES** indican que la inversión inicial que supone la entrada a este mercado de manera orgánica no constituye una barrera alta a la entrada. Existe una variada gama de equipos de entrenamiento cuyos precios varían dependiendo de la especialidad y la tecnología.

i) Inversión inicial y costos hundidos

De acuerdo con información recolectada por este Despacho, el costo de la maquinaria necesaria para ofrecer al menos 2 de los 3 servicios principales y de ofrecer valoración médico deportiva previa al inicio del entrenamiento es aproximadamente de doscientos veinte millones de pesos (\$220.000.000) que no representan costos hundidos, ya que este costo es fácilmente recuperable con la venta de la maquinaria sin que su valor disminuya drásticamente con el tiempo o el uso⁴³.

Algunos terceros señalaron además que una de las principales barreras potenciales son los altos costos de arrendamiento, especialmente cuando los gimnasios son de gran tamaño. Sin embargo, esta Superintendencia considera que si bien el costo de arrendamiento es un factor a tener en cuenta al momento de ingresar a este mercado, éste no constituye por sí mismo una barrera de entrada, pues, en estricto sentido, este costo corresponde a una condición de la industria a la cual deberán enfrentarse todos los agentes del mercado (actuales y potenciales)⁴⁴. Caso contrario, sería si un potencial competidor que desee incursionar en el mercado de prestación de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico, tuviese que asumir de manera exclusiva esta carga financiera, para iniciar su negocio, mientras que los competidores activos no.

Adicionalmente, dada la delimitación geográfica no existen grandes diferencias en los costos de arrendamiento. Por tanto, ésta se puede considerar una condición normal de competencia en el mercado afectado.

ii) Barreras legales y de conocimiento

De acuerdo con lo indicado por los competidores de las **INTERVINIENTES**, no existen barreras de entrada legales significativas en el mercado relevante objeto de estudio. Por su parte, las **INTERVINIENTES** indican que no existen impedimentos de orden tecnológico, técnico o administrativo para crear un gimnasio, pues no es necesario ningún conocimiento especializado y por tal motivo existe libertad de entrada de nuevos competidores⁴⁵.

iii) Reconocimiento de marca

La presencia de marcas altamente posicionadas en el mercado, se convierte en una ventaja competitiva para sus empresas titulares, lo cual podría convertirse en una barrera de entrada para potenciales competidores que tengan la intención de ingresar a dicho mercado, ya que deberán incurrir en una inversión en publicidad y tiempo, para lograr que el consumidor reconozca y demande su producto o servicio, prefiriéndolo sobre otros.

Para el caso puntual, esta Superintendencia encuentra que **BODYTECH** cuenta con una trayectoria en Colombia de aproximadamente 20 años que ha convertido su marca "Bodytech" en una de las marcas nacionales más reconocidas y posicionadas en el país en lo que respecta a entrenamiento físico y deportivo, lo que puede significar que cuente con la lealtad del consumidor que realiza acondicionamiento físico.

⁴³ Folio 480 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁴⁴ Folio 524 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁴⁵ Folio 19 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Adicionalmente, **BODYTECH** ha desarrollado una amplia red que permite a los usuarios de una sede asistir a otras que se encuentren en otra ciudad e incluso en otro país bajo la misma membresía y mensualidad. Esta condición puede suponer una barrera de entrada para gimnasios y centros de entrenamiento que no tienen presencia en otras ciudades o que cuentan con un número limitado de sedes, en la medida en que los clientes valoran el efecto de red y el costo de construir una red del tamaño de la que posee **BODYTECH** es muy alto.

Por lo tanto, para esta Superintendencia genera preocupación el hecho de que con la proyectada operación de concentración **BODYTECH** fortalezca su posición en el mercado relevante al incluir el gimnasio de **NORDIC** en su red. A su vez, es preocupante que los potenciales competidores deberán incurrir en un gran gasto en tiempo y publicidad para superar la barrera que supone el reconocimiento de marca que tiene actualmente **BODYTECH**.

Por lo anterior, considera este Despacho que existe por lo menos una barrera de entrada de tipo económico significativa para acceder al mercado relevante definido en la presente resolución, razón por la cual se hace necesario dar paso al estudio de la contestabilidad del mercado.

8.7. CONTESTABILIDAD DEL MERCADO

8.7.1. De los competidores

En el análisis de este factor se pretende identificar si ante un incremento de precios por parte del agente integrado o una reducción en la calidad de la prestación del servicio, los competidores se encuentran en la capacidad de solventar un posible incremento en la demanda de servicios de acondicionamiento físico y deportivo definidos y así representar una fuerza competitiva importante para dicho agente.

Respecto de lo anterior, se debe señalar que los servicios de entrenamiento y acondicionamiento físico, además de ser ofrecidos por el agente integrado, son ofrecidos por otras sociedades de gran tamaño, dado que este mercado ha alcanzado una fuerte dinámica resultado de la transformación del estilo de vida de los colombianos y del desempeño del sector.

Algunos de los principales competidores actuales de las **INTERVINIENTES** son:

- [REDACTED]:

Inició actividades en 2005 y desde esa fecha se encuentra activo en el mercado de servicios de entrenamiento médico-deportivo. [REDACTED] es uno de los gimnasios de mayor tradición en Colombia pues cuenta con 30 años de experiencia en el sector. Actualmente cuenta con 5 sedes de las cuales 4 se encuentran ubicadas en Bogotá y la restante se encuentra en Chía y en ellos, además de prestar los 3 servicios principales, ofrece clases de yoga, pilates, zonas húmedas, entrenamiento en jaula, apoyo nutricional y psicológico⁴⁶.

- [REDACTED]:

Es una franquicia perteneciente a Ultimate Fitness Group, LLC. Fue fundada en 2009 y en la actualidad cuenta con más de 1000 franquicias en América, Europa y Oceanía. En Colombia cuenta con una única sede que abrió sus puertas el 3 de septiembre de 2014.

Esta franquicia ofrece un único servicio: clases grupales de 60 minutos utilizando una metodología de entrenamiento de intervalos de alta intensidad diseñada por entrenadores profesionales con el fin de combinar el entrenamiento de fuerza, potencia y resistencia cardiovascular en una sola sesión.

⁴⁶ Disponible en línea, página oficial [REDACTED]. Fecha de consulta: 5 julio de 2017.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

Durante cada sesión los afiliados usan un monitor cardíaco para garantizar la efectividad del entrenamiento y la seguridad personal, pues mantiene a los instructores informados, en tiempo real, sobre la capacidad física de cada participante y la zona cardiovascular en que se encuentra.

Sobre la operación de concentración [REDACTED] afirmó:

*"No creemos que la integración entre **BODYTECH** y **NORDIC** tenga un efectivo (sic) negativo para nuestra empresa y el servicio que este (sic) ofrece. Al contrario los gimnasios tradicionales como **BODYTECH** y **NORDIC** son el punto de entrada de muchas personas que antes no realizaban ejercicio, pero ahora quieren un estilo de vida más saludable. Estas personas logran educarse de la importancia de hacer ejercicio y luego un segmento de ese nuevo mercado eventualmente migra a servicios más personalizados y eficientes como el que ofrece [REDACTED] (...)"⁴⁷.*

Lo anterior sugiere que en el mercado existen competidores sofisticados y de gran trayectoria que se encuentran en capacidad de ofrecer servicios de calidad y especialidad con precios razonables para el consumidor. Debe resaltarse, además, que estos competidores tienen un claro conocimiento del mercado y son conscientes de los elementos diferenciadores que los pueden posicionar como participantes fuertes del mercado.

8.7.2. Competencia potencial

En 2012, esta Superintendencia reconoció la existencia de un mercado relevante con una demanda considerable desatendida, bajos niveles de penetración y alto potencial de entrada de nuevos usuarios, características de un mercado en expansión. Las condiciones mencionadas son un incentivo para que las empresas que prestan estos servicios actualmente e incluso otras que no lo hacen compitan por capturar, no solo los clientes existentes, sino esa parte del mercado restante que se encuentra desatendido.

Según lo encontrado por esta Superintendencia, no existe evidencia para creer que esta dinámica del mercado ha cambiado. Esto se refuerza al reconocer competidores potenciales que se han mostrado interesados en participar en este mercado, como lo son los siguientes:

- [REDACTED]:

Es una empresa dedicada al entrenamiento deportivo, la enseñanza deportiva y recreativa. También ofrece servicios de estética y Spa. [REDACTED] cuenta con 7 sedes ubicadas en el centro y norte de Bogotá, en la cuales por lo general ofrece sus servicios de manera conjunta en el mismo espacio.

Esta sociedad cuenta con 52 años de experiencia y se su fuerte es ofrecer tratamientos con equipos especializados, personal capacitado y servicio al cliente⁴⁸. [REDACTED] afirma que: "[en] el mundo de la actividad física hay clientes para los diferentes gimnasios dependiendo de la estrategia que se utilice"⁴⁹, indicando que no considera que la integración entre **BODYTECH** y **NORDIC** tenga un efecto nocivo en el mercado.

- [REDACTED]:

Es un gimnasio de bajo costo que ofrece zonas de ejercicio cardiovascular, musculación, abdominal y estiramiento. Adicionalmente, ofrece clases grupales de TRX y Entrenamiento Funcional 360

⁴⁷ Disponible en línea, página oficial [REDACTED].
Fecha de consulta: 12 julio de 2017.

⁴⁸ Disponible en línea, página oficial [REDACTED]. Fecha de consulta: 5 julio de 2017.

⁴⁹ Folio 473 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

incluidos en la membresía. [REDACTED] fue constituido el 27 de abril de 2017 y en un año abrió 3 sedes, entre ellas la sede ubicada en la isócrona, y se encuentra construyendo 3 sedes más en Bogotá.

Esta empresa considera que: "los servicios ofrecidos por [REDACTED] y los demás jugadores de la industria son los mismos. Las diferencias las hacen los valores agregados e intangibles que las empresas estén dispuestas a implementar"⁵⁰ por esta razón mencionan que:

[REDACTED] se creó con un fin muy claro, cerrar la brecha entre lo ofrecido por los jugadores actuales de la industria en Colombia, y las expectativas de los usuarios actuales de estos jugadores. Consideramos que hay potencial interesante [REDACTED] el foco en servicio y experiencia del cliente. Con esa premisa, los diferenciadores de [REDACTED] son:

- a. Una marca desarrollada 100% en Colombia que refleja status, estándar en la comunicación y que es atractiva para el cliente.
- b. Precio de \$89.900 (un 50% por debajo de lo que ofrece [REDACTED]).
- c. Personal escogido con criterio y experiencia para ofrecer un servicio al cliente diferencial.
- d. Optimización del espacio, aumentando el número de máquinas realmente utilizadas por los afiliados y reduciendo espacios de baja actividad.
- e. Diseño e infraestructura (...) ⁵¹

- [REDACTED]:

Es uno de los gimnasios más grandes de América Latina, fue fundado en Brasil en el año 2009 y actualmente cuenta con 300 sedes en ese país. En Colombia, [REDACTED] fue constituido el 23 de agosto de 2016 y a la fecha posee 25 sedes ubicadas en diferentes ciudades, entre ellas Bogotá, Medellín, Envigado, Sabaneta, Barranquilla, Cartagena, Montería y Palmira, entre otras. Debe resaltarse que la mensualidad de este gimnasio oscila entre \$49.900 y \$89.900 por lo que plantea un ingreso agresivo al mercado de servicios de entrenamiento en Colombia⁵².

- [REDACTED]:

Se auto denomina como un gimnasio premium de bajo costo, ya que el valor de la mensualidad es de \$89.900 y no tiene costo de afiliación. Ofrece servicios de ejercicio cardiovascular, ejercicios de fuerza, entrenamiento funcional y entrenamiento personalizado. Actualmente cuenta con dos sedes ubicadas en Bogotá inauguradas en un corto tiempo, pues esta compañía inició actividades en Colombia el 23 de marzo de 2016⁵³.

- [REDACTED]: fue fundado en el año 2000 como un centro médico deportivo especializado en *indoor cycling*. Con el paso del tiempo esta compañía evolucionó y amplió su portafolio de servicios incluyendo zonas cardiovasculares, áreas de musculación, zonas de entrenamiento funcional, salones de spinning, zonas húmedas, piscina, boxeo, canchas de squash, salones de clases grupales, salones de entrenamiento en suspensión, cafeterías, spa, peluquerías, entre otros.

Actualmente, [REDACTED] cuenta con 6 sedes en Bogotá, 2 en Barranquilla y una sede en Ibagué, Pereira, Neiva y Cali. Este es uno de los gimnasios más grandes en Colombia y

⁵⁰ Folios 495 y 496 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁵¹ *Ibíd.*

⁵² Disponible en línea, página oficial [REDACTED]. Fecha de consulta: 5 julio de 2017.

⁵³ Disponible en línea, página oficial [REDACTED]. Fecha de consulta: 30 junio de 2017.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

se encuentra en crecimiento, recientemente anunció la apertura de un gimnasio en la Calle 100 con carrera 13 que quedaría ubicando dentro de la isócrona Santa Ana⁵⁴.

Es importante mencionar que, en la isócrona de interés, los agentes [REDACTED], [REDACTED] y [REDACTED] son compañías relativamente nuevas en el mercado y ya han alcanzado importantes participaciones sin que las barreras de entrada, que aparentemente son moderadas, hayan sido un problema para ingresar y ejercer presión competitiva efectiva en este mercado.

En definitiva, es claro que en Colombia existen agentes -como los mencionados anteriormente- con la capacidad potencial de ofrecer servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico en la isócrona, quienes cuentan con la capacidad e infraestructura necesaria para establecerse en dicho mercado siempre que éste lo requiera. Adicionalmente, este es un mercado en expansión, razón por la cual es un mercado atractivo para nuevos entrantes que todavía no prestan estos servicios en la actualidad.

En conclusión, si bien con la operación proyectada se reduciría la oferta de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico en la isócrona objeto de estudio, observa esta Superintendencia que algunos de los competidores son empresas posicionadas en el mercado colombiano y a nivel internacional, que cuentan con gran capacidad financiera, situación que en últimas permitiría disciplinar posibles abusos de posición de dominio por parte del ente integrado.

8.8. EFECTOS DE LA OPERACIÓN

Para el caso objeto de estudio, la operación proyectada presenta un efecto horizontal en la medida en que las **INTERVINIENTES** participan de forma simultánea en el mismo eslabón de la cadena de valor (servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico en la isócrona Santa Ana).

En primer lugar, este Despacho ha encontrado que la cuota de participación del agente integrado en el mercado afectado para 2016 sería de %, donde **BODYTECH** incrementaría su participación en puntos porcentuales. Un cambio preocupante en la medida en que eliminaría al principal competidor de la isócrona y generaría una brecha de más de puntos porcentuales en relación con el siguiente competidor ([REDACTED]). Además, puede generar una situación restrictiva de la competencia dado que fortalece la posición que actualmente tiene el líder en el mercado colombiano.

Por otro lado, debido a la dinámica del mercado de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico en Colombia, existen incentivos a la entrada de nuevos competidores de gran tamaño que pueden llegar a disciplinar posibles acciones que convengan en abuso de posición de dominio por parte de **BODYTECH** en la isócrona particular.

No obstante, antes de disciplinar al agente integrado, deberán superar la barrera de entrada que supone el reconocimiento de la marca "Bodytech" y el efecto red del que se beneficia, de manera que esta Superintendencia no puede descartar de plano un riesgo sustancial de restricciones indebidas de la libre competencia, como consecuencia de los altos incrementos que se presentarían en la concentración del mercado afectado, sumado a la existencia de barreras de entrada considerables.

8.9. CONCLUSIONES

Evaluada la información relevante respecto de la operación objeto de estudio, esta Superintendencia encontró lo siguiente:

- La operación de concentración empresarial conlleva efectos horizontales en la medida en que las **INTERVINIENTES** participan de forma simultánea en el mercado de prestación de servicios médico-deportivos y de acondicionamiento físico en la isócrona objeto de estudio.

⁵⁴ Disponible en línea, página oficial [REDACTED]. Fecha de consulta: 30 junio de 2017.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

- En el mercado afectado se presentan variaciones importantes por el alto grado de concentración alcanzado y el incremento de la distancia entre el líder y el competidor más cercano, que limita la posibilidad de contrarrestar cualquier intento del agente integrado por afectar los niveles de competencia del mercado, en detrimento de sus competidores o de los consumidores.
- Se identificó por lo menos una barrera de entrada considerable, de índole económico, que dificultaría la entrada pronta y efectiva de nuevos competidores que permita contrarrestar las ventajas competitivas de **BODYTECH**, entre ellas el reconocimiento de una marca de gran trayectoria en Colombia y el efecto red que ha construido esta empresa durante sus 20 años de trayectoria en el mercado nacional, y que se verían reforzadas con la incorporación de la cuota de mercado que hoy alcanza **NORDIC** (%).
- Una vez llevada a cabo la operación de concentración, se encuentra que el escenario resultante en el mercado de interés puede generar restricciones indebidas a la competencia, razón por la cual se deben tomar medidas preventivas que permitan que los competidores (tanto incumbentes como potenciales entrantes) tengan tiempo suficiente para reaccionar y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

NOVENO: Que mediante escrito radicado con el No. 16-462312-40 del 22 de mayo de 2017, se citó a las **INTERVINIENTES** a una reunión, en concordancia con el numeral 2.5.4 de la Resolución No. 10930 de 2015, con el fin de informarle sobre los posibles efectos anticompetitivos de la concentración proyectada, encontrados de forma preliminar por esta Superintendencia⁵⁵.

DÉCIMO: Que las **INTERVINIENTES** presentaron para consideración del Despacho una propuesta de condicionamientos⁵⁶, que a su juicio permitirían mitigar o evitar las preocupaciones que surgen frente a los posibles efectos restrictivos que se generan a raíz de la operación proyectada.

A continuación, se presenta un resumen de los condicionamientos ofrecidos por las **INTERVINIENTES** por un periodo de duración de 5 semestres contando a partir del segundo semestre de 2017:

- i) Mantener abierto al público el local ubicado en el centro comercial Santa Ana, en Bogotá D.C. y operarlo bajo la marca "Nordic Fitness" ofreciendo, por lo menos, 2 de los 3 servicios que forman el mercado relevante de producto (entrenamiento cardiovascular, fortalecimiento muscular y clases grupales).
- ii) Mantener la misma proporción de equipos por usuario existente actualmente en el local de Santa Ana, para los servicios de fortalecimiento muscular y entrenamiento cardiovascular.
- iii) Manejar de forma independiente las marcas "Bodytech" y "Nordic Fitness".
- iv) Manejar de manera independiente la afiliación de los usuarios, de forma que los usuarios de Nordic Fitness no puedan acceder a las sedes Bodytech, ni los usuarios de Bodytech puedan acceder a Nordic Fitness.

DÉCIMO PRIMERO: Que a juicio de esta Superintendencia, los condicionamientos anteriormente presentados logran atenuar los potenciales efectos nocivos en los mercados relevantes anteriormente definidos, de conformidad con el parágrafo 2 del artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

En particular, respecto del compromiso relativo a manejar de manera independiente la afiliación y el acceso de los usuarios de *Nordic Fitness* durante la vigencia del condicionamiento, esta Superintendencia encuentra que logra mitigar el riesgo de restricciones previamente identificado.

⁵⁵ Folio No. 617 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

⁵⁶ Información aportada por las Intervenientes mediante radicado 16-462312-42 del 14 de junio de 2017.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

11.1. CONDICIONAMIENTOS

El párrafo 2 del artículo 9 de la Ley 1340 de 2009 indica que:

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

(...)

Parágrafo 2. Cuando el Superintendente se abstenga de objetar una integración pero señale condicionamientos, estos deberán cumplir los siguientes requisitos: identificar y aislar o eliminar el efecto anticompetitivo que produciría la integración, e implementar los remedios de carácter estructural con respecto a dicha integración".

De lo dicho en acápites anteriores se encuentra que, como resultado de la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES**, existe la posibilidad de que se presente una restricción de la competencia, derivada de la alta concentración que se presentaría en el mercado relevante estudiado.

En razón de lo anterior, se encuentra que la operación proyectada debe ser condicionada para que, con su perfeccionamiento, no se genere un ambiente propicio que dé cabida a restricciones indebidas de la competencia.

En ese sentido, el artículo 11 de la Ley 1340 de 2009, establece:

"Artículo 11. Aprobación condicionada y objeción de integraciones. El Superintendente de Industria y Comercio deberá objetar la operación cuando encuentre que esta tiende a producir una indebida restricción a la libre competencia. Sin embargo, podrá autorizarla sujetándola al cumplimiento de condiciones u obligaciones cuando, a su juicio, existan elementos suficientes para considerar que tales condiciones son idóneas para asegurar la preservación efectiva de la competencia. En el evento en que una operación de integración sea aprobada bajo condiciones la autoridad única de competencia deberá supervisar periódicamente el cumplimiento de las mismas. El incumplimiento de las condiciones a que se somete la operación dará lugar a las sanciones previstas en la presente ley, previa solicitud de los descargos correspondientes. La reincidencia en dicho comportamiento será causal para que el Superintendente ordene la reversión de la operación".

Por lo anterior y con el fin de mantener los niveles de competencia en los mercados preexistentes antes de la operación, este Despacho procede a establecer el siguiente condicionamiento, con el fin de mitigar el posible riesgo identificado con la operación proyectada.

11.1.1. Descripción de los condicionamientos

La operación que se decide queda sujeta al cumplimiento al condicionamiento que a continuación se describe:

11.1.2. Definiciones

Para efectos del presente condicionamiento, el término que a continuación se enuncia tendrá el significado que se especifica:

- **INTERVINIENTES: INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A. y NORDIC FITNESS S.A.S.**, así como las empresas controladas por éstas.

En caso de presentarse alguna modificación en la situación de control de las **INTERVINIENTES**, sus sociedades matrices o sociedades subordinadas, éstas deberán informarse a esta Entidad. Con independencia de la naturaleza de los cambios de control al interior de esta empresa, estos cambios no modificarán los condicionamientos previstos en el presente acto administrativo.

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

- **NEGOCIO OBJETO DE LA OPERACIÓN:** en los términos presentados por las **INTERVINIENTES**, corresponde al gimnasio *Nordic Fitness* ubicado en el centro comercial Santa, incluyendo el mobiliario, maquinaria y equipamiento de las áreas en las cuales se realizan las actividades deportivas, contrato de arrendamiento y los derechos y obligaciones comerciales mercantiles derivados de las actividades propias de establecimiento, que actualmente es propiedad de **NORDIC FITNESS S.A.S.**
- **CONTROL:** en los términos del numeral 4 del artículo 45 del Decreto 2153 de 1992, se entiende como la posibilidad de influenciar directa o indirectamente la política empresarial, la iniciación o terminación de la actividad de la empresa, la variación de la actividad a la que se dedica la empresa o la disposición de los bienes o derechos esenciales para el desarrollo de la actividad de la empresa.

11.1.3. Obligaciones tendientes a mitigar el riesgo de posibles restricciones

A partir de la ejecutoria del presente acto administrativo y por el tiempo de vigencia de los condicionamientos, las **INTERVINIENTES** estarán obligadas a:

- i) Mantener abierto al público el local ubicado en el centro comercial Santa Ana, en Bogotá D.C. y operarlo con la marca "Nordic Fitness" durante la vigencia de los condicionamientos.
- ii) Operar el **NEGOCIO OBJETO DE LA OPERACIÓN** con por lo menos 2 de los 3 servicios que forman el mercado relevante de producto (entrenamiento cardiovascular, fortalecimiento muscular y clases grupales).
- iii) Mantener la misma proporción de equipos por usuario existente actualmente en el local de Santa Ana, para los servicios de fortalecimiento muscular y entrenamiento cardiovascular. Sobre el particular, se permitirá la reparación y mantenimiento de los equipos, pero también se deberá realizar la reposición de los equipos que se dañen y la actualización de aquellos que sea vuelvan obsoletos respecto al nivel tecnológico ofrecido en *Nordic Fitness*.
- iv) Manejar de forma independiente las marcas "Bodytech" y "Nordic Fitness" durante el término de vigencia de los condicionamientos. Este compromiso se concretaría de la siguiente forma:
 - a. No se harán eventos en los que se involucren simultáneamente las marcas "Bodytech" y "Nordic Fitness".
 - b. No se harán publicaciones en las que se involucren simultáneamente a las marcas "Bodytech" y "Nordic Fitness".
 - c. No se emitirá publicidad en la que se involucre simultáneamente a las marcas "Bodytech" y "Nordic Fitness".
 - d. Sólo se identificarán los servicios del local de Santa Ana bajo la marca "Nordic Fitness".
- v) Manejar de manera independiente la afiliación de los usuarios, de forma que los usuarios de "Nordic Fitness" no puedan acceder a las sedes "Bodytech", ni los usuarios de las sedes "Bodytech" puedan acceder a "Nordic Fitness".
- vi) Conservar los servicios de afiliación y atención a los clientes de manera independiente frente al público, de forma que la atención a los usuarios de "Nordic Fitness" y a los de "Bodytech" se haga de forma separada.

11.2. VIGENCIA

Los condicionamientos a los que se refiere este considerando tendrán vigencia de tres (3) años, a partir de la ejecutoria del presente acto administrativo.

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

11.3. CAUSALES PARA LA FINALIZACIÓN O LEVANTAMIENTO DE LOS CONDICIONAMIENTOS

Serán causales para el levantamiento de los condicionamientos las siguientes:

- a. Vencimiento del término de vigencia de los condicionamientos, es decir, tres (3) años, a partir de la ejecutoria del presente acto administrativo.
- b. Que el porcentaje de participación de mercado, medido por ingresos operacionales, de las sedes sobre las cuales **BODYTECH** ejerce **CONTROL** directo o indirecto y que se encuentren en la isócrona correspondiente al mercado relevante definido en la presente Resolución, llegue a ser inferior al 50% del mercado.

En mérito de lo expuesto, este Despacho

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: AUTORIZAR, la operación proyectada entre las sociedades **INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A.** y **NORDIC FITNESS S.A.S.**, sujeto al cumplimiento del condicionamiento aquí establecido, de conformidad con lo dispuesto en el párrafo 2 del artículo 9 de la Ley 1340 de 2009. El incumplimiento de los condicionamientos dará lugar a las sanciones previstas en la Ley 1340 de 2009, incluyendo la eventual orden de reversión de la operación por parte de esta Superintendencia.

ARTÍCULO SEGUNDO: ORDENAR a las **INTERVINIENTES** el cumplimiento de los condicionamientos establecidos por este Despacho, los cuales se describen en el numeral 0 del presente acto administrativo.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución al doctor **EMILIO JOSÉ ARCHILA PEÑALOSA**, en su calidad de apoderado de **INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A.** y **NORDIC FITNESS S.A.S.**, entregándole copia de la misma e informándole que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: ORDENAR a la Oficina Asesora de Tecnología e Informática de la Superintendencia de Industria y Comercio que, una vez en firme el presente acto administrativo, publique en la página web de esta Superintendencia, la versión pública del mismo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 156 del Decreto 019 de 2012.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., a los 21 JUL. 2017

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO



PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO

Elaboró: C. Lugo
Revisó: L. Cruz, C. Liévano
Aprobó: P. Robledo

Por la cual se condiciona una operación de integración

Rad. No. 16-462312

VERSIÓN PÚBLICA

NOTIFICACIÓN:

INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A.

NIT: 830.033.206-3

NORDIC FITNESS S.A.S.

NIT: 900.710.930-6

Doctor:

EMILIO JOSÉ ARCHILA PEÑALOSA

C.C. 79.316.786 de Bogotá D.C.

T.P. 61.688 del C. S. de la J.

Apoderado especial

INVERSIONES EN RECREACIÓN, DEPORTE Y SALUD S.A.

NORDIC FITNESS S.A.S.

Calle 90 #19 – 41, Oficina 301

Bogotá D.C.