



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria

**Dictamen firma conjunta**

**Número:**

**Referencia:** COND. 1502 Archivo art. 31

---

**SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO**

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo el Expediente N.º S01: 0076274/2014, caratulado: “DESPEGAR.COM.AR S.A. S/SOLICITUD DE INTERVENCIÓN DE LA CNDC (C.1502)”, del Registro del ex Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, en trámite ante esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC).

**1. LOS HECHOS**

**1.1. Los sujetos intervinientes**

1. La denunciante es DESPEGAR.COM.AR S.A. (en adelante, DESPEGAR o la DENUNCIANTE), una agencia de viajes en línea (OTA por sus siglas en inglés), es decir, es una empresa dedicada a la intermediación para la venta de boletos aéreos, alquiler de autos y reserva de hoteles.

2. La denunciada es AMERICAN AIRLINES INC. (en adelante, AMERICAN o la DENUNCIADA), una firma de transporte aéreo de pasajeros, de origen estadounidense, con sede en Fort Worth, Texas, que opera vuelos programados en una extensa red rutas nacionales e internacionales en América del Norte, el Caribe, América del Sur, Europa y Asia. AMERICAN es miembro fundador de la alianza *oneworld*®.

**1.2. La denuncia**

3. Las presentes actuaciones se iniciaron en virtud de que, con fecha 15 de abril de 2014, el Presidente de la Sala N.º 2 de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal (la CÁMARA) remitió a esta CNDC copia de la sentencia recaída en autos: “DESPEGAR.COM.AR c/ AMERICAN AIRLINES s/ MEDIDAS CAUTELARES” (Expte. N.º 7233/2013).

4. En oportunidad de acudir a sede judicial, DESPEGAR solicitó una medida cautelar innovativa contra AMERICAN, a fin de que se reestablecieran las autorizaciones canceladas para los servicios BSP<sup>1</sup>- *Bank Settlement Plan*- y GDS<sup>2</sup>- *General Distribution Systems*-, para continuar vendiendo los boletos de AMERICAN. La solicitud fue denegada por la CÁMARA el día 28 de febrero de 2014.

5. El día 24 de abril de 2014, esta CNDC dispuso que se citara a los representantes de DESPEGAR a ratificar lo manifestado en sede judicial.

6. Con fecha 9 de mayo de 2014, acudieron a la audiencia y ratificaron la presentación judicial obrante de fs. 117/136 el

presidente de DESPEGAR, el Sr. Guido Daniel Glikin, y el abogado apoderado de la empresa, el Dr. Guillermo Luis Perrone.

7. El día 30 de mayo de 2014, DESPEGAR acompañó información solicitada durante la audiencia de ratificación y amplió la denuncia oportunamente realizada contra AMERICAN (fs. 162/178).

8. En tal presentación, sostuvo que la conducta denunciada se vincula con el mercado relevante del transporte aéreo de pasajeros con destino directo a Estados Unidos e indirecto a otros destinos, a partir de una primera escala en aquel país.

9. Dijo que AMERICAN tenía posición dominante por ser la aerolínea más grande del mundo en kilómetros recorridos. En ese sentido, especificó la cantidad de vuelos diarios, sin escalas, que AMERICAN operaba a las ciudades de Miami, New York y Dallas.

10. Al respecto, indicó que de los seis vuelos diarios disponibles a Miami tres<sup>3</sup> eran operados por AMERICAN, mientras que de los dos vuelos diarios disponibles a New York, dijo que la DENUNCIADA operaba uno. Finalmente, respecto a Dallas, agregó que solo había un vuelo diario que era operado por AMERICAN.

11. Más adelante, sobre los mismos destinos, realizó una comparación de la participación relativa durante los años 2011, 2012 y 2013, incorporando las opciones de vuelos indirectos. En esa línea, manifestó que en los vuelos a Miami AMERICAN competía con: LAN ARGENTINA y AEROLÍNEAS ARGENTINAS; mientras que en los vuelos a New York sostuvo que AMERICAN competía con: AEROLÍNEAS ARGENTINAS y UNITED AIRLINES. Por otra parte, en los vuelos a Dallas, indicó que AMERICAN competía con las empresas: DELTA, CONTINENTAL, UNITED, LAN CHILE, COPA y LAN ARGENTINA, más allá de aclarar que AMERICAN era la única línea aérea con vuelos directos sin escala a esa ciudad, siendo un destino que funciona prácticamente como centro de distribución en la zona centro y oeste de USA.

12. Estimó que existen significativas barreras a la entrada que limitan o impiden la incorporación de nuevos oferentes, las cuales no serían solo naturales, esto es, enormes costos económicos y de rezago de tiempo para el establecimiento de una línea aérea, sino también legales, en cuanto a las autorizaciones y licencias sobre destinos y rutas.

13. Sostuvo que AMERICAN cuenta con la mayor cantidad de vuelos diarios, con una gran variedad de fechas y horarios de traslado disponibles, y que por ello la negativa de venta de pasajes mediante el canal de comercialización de DESPEGAR importaba que los consumidores perdieran alternativas de consumo, derivando ello en una pérdida efectiva del excedente del consumidor.

14. Cuestionó también lo que llamó estrategia de fidelización de viajeros frecuentes, es decir, la acumulación de millas u otros beneficios similares ofrecidos por AMERICAN. Dijo que tal práctica restringe las opciones disponibles del consumidor que desea mantener los beneficios del programa de millas de AMERICAN, pero, al mismo tiempo, optar por un canal de adquisición de pasajes o paquetes aéreos más atractivo que los que ofrece la DENUNCIADA. A su entender, eso también incrementa el poder de mercado de AMERICAN.

15. Agregó que el ejercicio abusivo de posición dominante consistía en la negativa de venta de parte de AMERICAN, conducta que, a su entender, restringía el acceso de los competidores o clientes a un insumo o servicio que resulta esencial para competir aguas abajo.

16. Posteriormente, explicó que las agencias de viajes como DESPEGAR realizan las ventas actuando como intermediarias entre las líneas aéreas y los pasajeros. En ese marco, dijo que las agencias de viaje deben someterse a la *International Air Transport Association* (IATA), entidad que reúne a la mayoría de las empresas aéreas del mundo y cuyo objeto es la cooperación entre aerolíneas y agencias de viaje, promoviendo la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo.

17. Aclaró que obtuvo la autorización correspondiente en el año 2001, cuando comenzó a comercializar los vuelos de AMERICAN. Sin embargo, según relató, el 1 de agosto de 2013, intempestivamente, AMERICAN le revocó la autorización para comercializar sus vuelos, a pesar de que, desde 2011 a agosto de 2013, AMERICAN había incrementado sus ventas a través de DESPEGAR.

18. DESPEGAR entendió que tenía ventajas evidentes para los consumidores, por los servicios de pre y post vuelo que

ofrece, como la adquisición de paquetes que incluyen alojamiento, alquiler de vehículos, etc. En ese sentido, aclaró que los consumidores continuaron inclinándose por los servicios de DESPEGAR, aun cuando la empresa se vio obligada a aplicar cargos por servicios en algunas de sus ventas<sup>4</sup>.

19. La DENUNCIANTE hizo hincapié en que no solo ofrecía una amplia variedad de productos y servicios al consumidor, permitiéndole discriminar precio y calidad entre los distintos prestadores e incluso combinarlos en paquetes de su mayor conveniencia y al precio más ventajoso, sino que también ofrecía la posibilidad de financiamiento con tarjeta de crédito, en cuotas y sin intereses, gracias a diversos acuerdos con la mayoría de los bancos de la Argentina.

20. Por otra parte, en lo que respecta a la relación comercial con AMERICAN, dijo textualmente: *“DESPEGAR siempre cumplió las obligaciones asumidas contractualmente y ha cumplido plenamente con lo establecido en la normativa aplicable. La calidad del servicio de agencia prestado por parte de DESPEGAR nunca ha sido discutida por la DENUNCIADA. Prueba de ello es la inexistencia de reclamos de AMERICAN AIRLINES, hacia DESPEGAR desde el inicio y durante todo el desarrollo de la relación comercial existente”*<sup>5</sup>.

21. Se refirió también al comunicado que AMERICAN publicó en su página web por medio del cual se dio a conocer la desvinculación de DESPEGAR. Al respecto, sostuvo que AMERICAN utilizó su poder de mercado para desplazar a DESPEGAR del mercado de agencias, con la intención de absorber su clientela y no abonar una comisión por ventas.

22. DESPEGAR, además, acompañó un cuadro comparativo con participaciones de mercado, para los años 2011 a 2014, indicando como competidores de su empresa, entre otras, a las siguientes firmas: TUCANO TOURS S.R.L. (TUCANO), SERVICIOS DE VIAJES Y TURISMO BIBLOS S.A. (BIBLOS), OLA S.A. (OLA), VIAJES FUTURO S.R.L. (EUROVIPS), FURLONG FOX S.A. (FOX), RICALE VIAJES S.A. (RICALE), TTS VIAJES S.A. (TTS), CARLSON WAGONLIT TRAVEL (CARLSON), ACTION TRAVEL S.A. (ACTION), JULIA TOURS S.A. (JULIA), SWAN TURISMO S.A. (SWAN), ASATEJ S.R.L. (ALMUNDO), etc.

23. Tras indicar la participación de mercado de cada uno de sus competidores y de ella misma, remarcó que, tras la negativa de AMERICAN, un tercio de las ventas de AMERICAN fueron recuperadas, mientras que los dos tercios restantes fueron pérdidas. Desde esta perspectiva, aclaró que AMERICAN representaba el 12% de la venta internacional de DESPEGAR, por lo que estimó que la pérdida fue del 8%, es decir, unos USD 25.266.822, o un 1,7% de participación de mercado.

24. Finalizando su presentación, DESPEGAR solicitó el dictado de una medida en los términos del artículo 35 de la Ley N.º 25156<sup>6</sup> e hizo reserva del caso federal.

## **2. LAS EXPLICACIONES**

25. El 29 de julio de 2014 (fs. 213/268), AMERICAN presentó sus explicaciones, de conformidad con lo previsto por el artículo 29 de la Ley N.º 25156.

26. En su presentación, AMERICAN basó su defensa en que no ostenta posición dominante, que existía una razón justificada para el cese de la relación de agencia (un proceso judicial iniciado por AMERICAN contra la DESPEGAR en Estados Unidos) y que la DENUNCIANTE tenía una gran cantidad de fuentes alternativas de suministro.

27. Sostuvo que DESPEGAR no ha probado la existencia de algún acuerdo anticompetitivo para favorecer a alguna agencia de viaje, que se hubiera dado un incremento de precios a los consumidores o una disminución en la cantidad de pasajeros a los Estados Unidos, ni que los clientes de AMERICAN hayan tenido algún inconveniente a la hora de reservar los boletos a través de alguna de las miles de OTAs (*Online Travel Agency*) operativas en la Argentina o en el mundo.

28. Respecto a los beneficios de DESPEGAR, aclaró que la supuesta singularidad en los servicios de dicha empresa no es tal porque: 1) la financiación de DESPEGAR es la misma que la que ofrecen los bancos en una amplia gama de mercados; 2) existen otras agencias de viaje que ofrecen paquetes turísticos; y 3) la comparación de vuelos de DESPEGAR no es novedosa, pues la mayoría de las OTAs ofrecen ese mismo servicio.

29. En cuanto a la justificación del cese de la relación con DESPEGAR, AMERICAN comentó que, el 1 de agosto de 2013, presentó una demanda ante el tribunal de Estados Unidos, distrito sur de Florida, división Miami.

30. Al respecto indicó que las compañías de DESPEGAR usaban activamente los sitios web “despegar.com” y “decolar.com” para vender boletos, fraudulentamente e inapropiadamente. Dijo textualmente: *“Los acusados usan activamente comunicaciones electrónicas en otro sitio web para ofrecer a los residentes de Florida, entre otros, tarifas infladas artificialmente. Las tarifas son infladas debido a los cargos y cuotas cobradas por los acusados que están escondidas en la cantidad desplegada como una tarifa aérea de American para el destino. Este ardid daña el negocio de American en Florida al desviar clientes artera y maliciosamente”*.

31. En esa línea, AMERICAN sostuvo que las compañías de DESPEGAR: *“(…) no tienen un acuerdo de comisiones suplementarias con American, desvían sus propias reservaciones a agencias de viajes que tienen dicho acuerdo para aumentar las comisiones pagadas por American a estas agencias”*. A lo que agregó: *“A nuestro leal saber y entender, los acusados celebraron inapropiadamente acuerdos con dichas agencias para obtener una parte de las comisiones suplementarias pagadas por American”*.

32. AMERICAN relató que la demanda en Florida concluye diciendo que *“(… ) al usar el nombre y marcas de American Airlines en el sitio web y de la manera descrita arriba, los acusados hacen creer que American Airlines respalda las prácticas inapropiadas de negocio de cobrar cuotas y/o tarifas más altas para viajar en American que para viajar en otras aerolíneas, por lo que hacen creer a los clientes que las tarifas para viajar en American son más altas que las que publica realmente American o cualquier otra aerolínea (…)* El efecto de la conducta de los acusados es el de dañar al demandante y su reputación de negocios porque es muy probable que dicha conducta cause confusión, errores, o haga creer al público y al mercado que los acusados y sus servicios fraudulentos se originan con o están relacionados con American Airlines, o tienen licencia de, están patrocinados o aprobados por, relacionados con, o asociados o afiliados con el demandante cuando en realidad no es así (…)”

33. Sostuvo, por otra parte, que la DENUNCIANTE no ha demostrado que el supuesto daño causado por AMERICAN estuviera relacionado con una disminución en la cantidad de pasajeros que viajaron a los Estados Unidos (o que usaron dicho país como centro de conexión) o en un incremento en el precio de los boletos. El único daño expresado por DESPEGAR, agregó, fue la disminución de sus propias ventas.

34. En ese sentido, indicó que las ventas de AMERICAN en DESPEGAR no habían desaparecido del mercado, porque los consumidores adquirieron sus boletos por medio de otras agencias de viajes.

35. Señaló que tampoco tenía posición dominante, ni siquiera dentro de las propias ventas de DESPEGAR. En esa línea, de acuerdo con la propia información de la DENUNCIANTE, AMERICAN destacó que solo representó el 10,75% de la totalidad de las ventas de DESPEGAR, quien además dijo haber recuperado un tercio de las ventas que le suponían los boletos de AMERICAN.

36. Por lo anterior, consideró que identificar como pérdidas los otros dos tercios restantes resultaba engañoso. Esas ventas las llevaron a cabo competidores de DESPEGAR, quien continuó como la agencia de viajes más importante de Argentina, con casi el doble de participación de mercado de su competidor inmediato, agregó.

37. Por otra parte, citó jurisprudencia de casos de negativas de ventas justificadas por razones comerciales y planteó excepciones de falta de acción y litispendencia, las cuales fueron rechazadas mediante Resolución de la CNDC N.º 104/14<sup>7</sup>, en el Expte. N.º S01: 0247855/2014, caratulado: “AMERICAN AIRLINES INC. S/PLANTEO DE EXCEPCIONES, EN AUTOS PRINCIPALES: DESPEGAR.COM.AR S.A. S/ SOLICITUD DE INTERVENCIÓN DE LA CNDC (C. 1502)”.

38. El mercado relevante dijo que debería ser aquel en el que el supuesto daño se estaría llevando a cabo, es decir, el mercado de agencias de viajes. En esa línea, trajo a colación algunos casos tratados por esta CNDC, para luego concluir que el mercado geográficamente relevante debería considerar los importantes progresos en términos de globalización y tecnología, que han extendido el viejo modelo al de las plataformas online que compiten a nivel mundial.

39. Sostuvo que las agencias de viaje son verdaderos agentes intermediarios entre la oferta y la demanda de servicios turísticos. De acuerdo a datos oficiales, afirmó que, por aquel entonces, existían alrededor de 4742 agencias autorizadas en la Argentina, y que tan solo la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo tenía 1787 agentes asociados<sup>8</sup>.

40. En ese mercado, agregó, no hay barreras a la entrada, porque cualquier agente puede obtener la autorización correspondiente y solicitar la provisión de los servicios de SABRE o AMADEUS como GDS<sup>9</sup>.

41. En lo que respecta al *market share* en el mercado de agencia de viajes, AMERICAN manifestó que tiene una ínfima participación porque canaliza la mayoría de sus ventas a través de otras agencias de viajes, por lo que no tiene incentivos para efectuar alguna exclusión en ese mercado. En esa línea, remarcó que DESPEGAR, según su propia información (fs. 178 vta.), es al menos dos veces más grande que su competidor más próximo.

42. En cuanto a la conformación del precio de las agencias de viajes y las verdaderas razones de la denuncia, sostuvo que DESPEGAR no mencionó que AMERICAN le abonaba una comisión fija por sus servicios; mientras que otras aerolíneas le abonaban una comisión o sobre-comisión denominada *over* o incentivo, que se paga para potenciar las reservas de determinada aerolínea sobre las del resto. Si bien la comisión es fija, el incentivo o sobre-comisión se negocia entre las aerolíneas y las agencias, explicó.

43. En ese sentido, manifestó que no había acordado con DESPEGAR el pago de un incentivo por la reserva de sus boletos, razón por la cual dijo que DESPEGAR decidió cobrar una comisión superior a aquellos clientes que decidieran reservar los servicios ofrecidos por AMERICAN. Esa fue la cuestión objeto de litigio en los Estados Unidos.

44. Adentrándose en el mercado de transporte aéreo, citó jurisprudencia sobre la materia respecto al grado de sustitución del servicio y sobre la definición del mercado geográficamente relevante.

45. Analizando el grado de sustitución entre el transporte aéreo de pasajeros directo (sin escalas) e indirecto (con escalas), destacó que en el caso Iberia/British Airways (Caso N.º COMP/M 5747), la Comisión Europea sostuvo que en las rutas de larga distancia (vuelos de más de seis horas de duración), los vuelos indirectos constituyen una alternativa competitiva para los vuelos directos, bajo ciertas condiciones, por ejemplo, si son comercializados como vuelos con escalas en el par O&D (punto de origen/punto de destino) en el sistema de reservas por computadora.

46. En esa línea, dijo que si un pasajero busca un vuelo desde Buenos Aires hacia Miami el sitio web de la agencia de viajes (como, por ejemplo, DESPEGAR o ALMUNDO-) exhibirá en su lista de resultados no solo aquellos vuelos directos a Miami, sino también aquellos vuelos indirectos, por lo que ambos tipos de vuelos se ofrecen como sustitutos. A ello agregó que, en los viajes a Miami, DESPEGAR no ofrecía solo los vuelos directos de LAN ARGENTINA y AEROLÍNEAS ARGENTINAS, sino también vuelos con escala en Santiago de Chile, Lima, Bogotá, etc.

47. Además, remarcó que a ocho de los diez destinos más elegidos por los clientes de DESPEGAR, no se podían acceder en forma directa. Es decir, que en viajes desde Buenos Aires a Orlando, Cancún, Los Ángeles, Las Vegas, San Francisco, Washington, Punta Cana o Chicago, no había otra alternativa más que realizar una escala intermedia.

48. Por otra parte, señaló que la Argentina y Estados Unidos celebraron diversos acuerdos y que el que se encontraba vigente al momento de los hechos era el Acuerdo de Servicios de Transporte Aéreo de 1985, con sus modificaciones de los años 2000 y 2007. En este sentido, manifestó que, en virtud de la última modificación realizada, desde Argentina podían operarse 112 frecuencias semanales (ida y vuelta), con o sin escalas, a 14 destinos de los Estados Unidos.

49. Al respecto, remarcó que había 10 vuelos diarios o 70 frecuencias semanales autorizados a 5 destinos dentro de los Estados Unidos (5 vuelos a Miami, 2 a New York, 1 a Dallas, 1 a Atlanta y 1 a Houston), quedando disponibles 42 frecuencias que podían operarse a otros 9 destinos, o aumentarse la frecuencia en las rutas ya existentes.

50. Desestimó, asimismo, la afirmación de DESPEGAR respecto a que existen importantes barreras en el mercado de transporte aéreo, apelando al caso “LAPA, Fexis S.A., Elenor S.A., Eduardo Eurnekian y otros (Conc. 335) s/Notificación art. 8 Ley N.º 25.156”, el que entendió que dejó sentado que, en principio, la actividad no representa importantes barreras a la entrada para una empresa que ya presta servicios de transporte aéreo y decide expandir su actividad a otras rutas.

51. De conformidad con lo expuesto, dijo que aerolíneas como LAN, AEROLÍNEAS ARGENTINAS, DELTA AIRLINES, UNITED AIRLINES, u otras, fácilmente pueden requerir a la autoridad regulatoria una o más frecuencias en las rutas que son operadas por AMERICAN. El hecho de que no lo hagan, sostuvo, solo demuestra un desinterés por esas rutas, pero no una barrera a la entrada.

52. En referencia al programa de viajero frecuente, señaló que DESPEGAR omitió mencionar que AMERICAN pertenece al programa “*oneworld*”, en el cual las aerolíneas asociadas tienen programas de fidelidad intercambiables, de manera tal que si un pasajero vuela con IBERIA también puede usar esas millas para volar con AMERICAN. Por este

motivo, consideró que no habría ningún incentivo para que los clientes de AMERICAN no reserven sus boletos a través de DESPEGAR.

53. En relación a su supuesta participación en el mercado de transporte aéreo de pasajeros, indicó que no tenía posición dominante porque estaba expuesta a competencia sustancial, en tanto las principales aerolíneas con vuelos a Estados Unidos estaban activas en Argentina y ofreciendo sus servicios a través de DESPEGAR.

54. Asimismo, dijo que no puede determinar la viabilidad económica de los competidores aguas abajo porque, si bien se encontraba verticalmente integrada, no había dejado de operar con otras agencias de viajes, remarcando que continuaba ofreciendo vuelos a todas las rutas que antes ofrecía a través de DESPEGAR.

55. Expresó que el grado de competencia que enfrenta AMERICAN fue revelado por DESPEGAR cuando dio a conocer las participaciones de mercado en los vuelos desde Argentina a Miami, Nueva York y Dallas, obrantes a fs.164.

56. Destacó que la información brindada por DESPEGAR (fs. 181/182) da la pauta de que Dallas ni siquiera se encuentra dentro de los diez destinos más elegidos por los clientes de DESPEGAR, razón por la cual consideró que la DENUNCIANTE no podría considerar el servicio de AMERICAN como esencial.

57. El supuesto abuso al que se refiere DESPEGAR, dijo que no es más que una medida cuyo propósito es proteger a sus clientes y su reputación de las prácticas que estaban siendo analizadas en la demanda de Florida. En este sentido, comparó el caso “VOLVO v. COAFI” con el de AMERICAN y estimó que en su situación tampoco existen dificultades técnicas y/o productivas para que un comercializador cambie el fabricante que lo provee, en relación a que DESPEGAR no tiene ninguna dificultad, respecto a otras aerolíneas, en cambiar de proveedores mediante la utilización de la información provista por SABRE o AMADEUS.

58. También trajo a colación el precedente “Kosloff v. IATA-JURCA”, como justificativo para que las compañías aéreas aseguren la forma y condiciones en las cuales se prestan sus servicios. En ese sentido, sostuvo que la decisión de evitar que DESPEGAR perjudique a sus clientes, fue la mejor manera en la que consideró que sus productos debían ser comercializados.

59. Aun si se dejara de lado las razones válidas para la rescisión de la relación de agencia, dijo que el análisis del impacto en el mercado de agencias de viajes no es significativo. Desde esta perspectiva, manifestó que el supuesto perjuicio fue solo de DESPEGAR, más precisamente del 10,75% (participación de AMERICAN en las ventas de DESPEGAR) sobre el 14,40% (participación de DESPEGAR en el mercado de agencias de viajes).

60. Considerando que DESPEGAR dijo haber recuperado un tercio de las ventas que le representaba AMERICAN, precisó que el impacto estaría dado solo por los dos tercios restantes (dos tercios del 10,75%, sobre el 14,40%), con lo cual entendió que el efecto era infinitesimal.

61. En el marco de la jurisprudencia sobre negativas de ventas, analizó una serie de casos tratados por la CNDC, entre ellos: “Casa Amado v. Massalin”, “Tejeduría del Chubut”, “Koslov v. IATA-JURCA”, “Daniel Axelirud v. Páginas Doradas”, “Representaciones Siderúrgicas v. Siderar”, “Horacio I. Campos v. Buena Vista Columbia Tristar Films of Argentina S.A.”, “Ferretería Alborelli v. R.O.R. mayorista” y “Teledifusora S.A. v. Pramer S.A.” y, con posterioridad, desarrolló el argumento de ausencia de perjuicio al interés económico general.

62. Al respecto, sostuvo que la acusación de DESPEGAR tiene claramente un objetivo privado y no público, el cual es involucrar a esta CNDC en una disputa meramente comercial, destacando que la DENUNCIANTE: 1) no brindó ningún tipo de evidencia de que los consumidores estén pagando precios más elevados a los pagados con anterioridad a la rescisión de la relación de agencia; 2) no mostró que haya una disminución en la cantidad o calidad de vuelos a los Estados Unidos; y 3) no demostró que los clientes de AMERICAN no tengan la posibilidad de reservar sus vuelos.

63. Puso de manifiesto, además, que no celebró ningún contrato de exclusividad con DESPEGAR, por lo que cualquier opción de financiamiento que pudiera existir continuaba siendo válida y accesible para cualquier pasajero.

64. Para demostrar cómo DESPEGAR no era la única empresa que brindaba la posibilidad de financiamiento en cuotas y paquetes de viajes, transcribió una serie de links con las correspondientes capturas de pantalla que ilustraban la financiación y ofertas de viajes de otros competidores, tales como las de: ALMUNDO, VIAJES FALABELLA S.A. (FALABELLA), TUCANO, BIBLOS, TIJE TRAVEL, AVANTRIP.COM S.R.L. (AVANTRIP), TTS VIAJES,

65. Dado esto, remarcó que DESPEGAR no tenía ningún financiamiento especial al que los clientes de AMERICAN no hayan podido acceder a través de otras agencias. El mismo razonamiento utilizó para decir que la DENUNCIANTE no era la única empresa que brindaba a los consumidores la posibilidad de obtener paquetes de viaje versátiles.

66. En lo que respecta a la posibilidad de realizar un análisis comparativo de precios y calidad de servicio entre oferentes, dijo que tampoco era algo exclusivo de DESPEGAR, sino un servicio general que las agencias de viaje ofrecen a sus consumidores, a partir de las tarifas públicas que cada aerolínea envía de forma simultánea a todos los intermediarios a través de SABRE y AMADEUS.

67. Para demostrar lo antes dicho tomó como ejemplo un vuelo desde Buenos Aires hacia Nueva York, ida el 6 de septiembre de 2014 y vuelta el 15 de septiembre de 2014. Graficó a través de links y capturas de pantalla las ofertas de DESPEGAR y las de sus competidores: ALMUNDO, E-DREAMS, AVANTRIP y KAYAK VIAJES, señalando las diversas posibilidades de comparación de vuelos, precios y calidad.

68. Finalmente, acompañó prueba documental e hizo reserva del caso federal.

69. El día 4 de diciembre de 2014, mediante Resolución de la CNDC N.º 107/14, se ordenó la apertura de sumario.

### **3. EL ANÁLISIS JURÍDICO-ECONÓMICO**

70. La conducta denunciada en autos refiere a una negativa injustificada de suministro por parte de AMERICAN, consistente en imposibilitar la venta de sus pasajes con destino a Estados Unidos, a través del sitio web de DESPEGAR, práctica que habría tenido por objeto desplazar a la DENUNCIANTE del mercado de agencias de viaje y que podría subsumirse en las previsiones de los artículos 1º y 2º, incisos f) y l), de la Ley N.º 25156.

71. De acuerdo con la Dirección de Competencia de la Unión Europea<sup>10</sup>, en materia de abusos exclusorios, existen cuatro condiciones que normalmente deben cumplirse para considerar como abusiva la extinción de una relación de suministro preexistente, a saber: 1) que la conducta pueda verdaderamente ser caracterizada como una terminación de la relación; 2) que la negativa no esté justificada objetivamente o no genere eficiencias; 3) que la empresa que rechaza el pedido sea dominante; y 4) que probablemente la denegación tenga un efecto anticompetitivo en el mercado.

72. Teniendo en cuenta que el cese de la relación entre las partes fue comunicado expresamente por AMERICAN (fs. 94), la conducta puede caracterizarse como una auténtica terminación de una relación comercial preexistente. A continuación, se analizarán el resto de las condiciones enumeradas.

#### **3.1 Análisis de la negativa de AMERICAN**

73. En sus explicaciones AMERICAN justificó el cese de la relación comercial con DESPEGAR en la existencia de un litigio pendiente fuera de la Argentina, que se inició con motivo de ciertas maniobras fraudulentas que atribuyó a DESPEGAR.

74. Conforme la prueba documental aportada a fs. 269/292, AMERICAN entabló una demanda contra DESPEGAR<sup>11</sup> en el estado de Florida, Estados Unidos, demanda que, en su parte pertinente, expresa lo siguiente:

*“(…) Los Acusados<sup>12</sup> discriminan inapropiadamente a American Airlines al desvirtuar las tarifas aéreas supuestamente cobradas por American en el sitio Web. Los Acusados también cobran cuotas más altas de boletos para reservaciones en vuelos de American que para otras aerolíneas. Estas tácticas inapropiadas de cobro no se divulgan a los clientes potenciales o reales. Los Acusados también desvían inapropiadamente reservaciones de y hacia agencias de viaje no afiliadas para afectar los acuerdos de comisiones.*

#### *Discriminación de Tarifas*

*36. En lo que respecta a las tarifas, los Acusados causaron que su sitio Web inflara artificialmente tarifas aéreas cobradas por American Airlines por viajes de o hacia Florida y otros destinos, al incluir en la supuesta tarifa de American una porción de la cuota cobrada por los Acusados. Esta porción de la cuota adicional no se divulga por*

*separado al cliente potencial o real en el sitio Web en cualquier etapa -búsqueda, despliegue, reservación o compra- como parte de la tarifa cobrada por los Acusados y no por American.*

*37. De esta forma, los clientes potenciales son desviados inapropiadamente de American hacia otras aerolíneas al creer erróneamente que American cobra una tarifa más alta por el viaje que buscan. Los clientes reales son engañados para pagar una cantidad innecesaria y tergiversada por el viaje que compran en el sitio Web.*

#### Cuotas de Boletos

*38. Los Acusados también cobran cuotas más altas por reservaciones en vuelos de American Airlines. Los Acusados no cobran esas mismas tarifas para boletos reservados a través del sitio Web con otras aerolíneas por un viaje similar.*

*39. Al variar las cuotas de esta forma, los Acusados discriminan inapropiadamente a American mientras parecen ser neutrales en su oferta de información de tarifas aéreas. De hecho, los Acusados incluso promueven el “mejor precio garantizado” en su sitio Web.*

#### Reservaciones

*40. Varias agencias de viaje tienen acuerdos con American en los cuales se pagan comisiones suplementarias con base en el volumen de tarifas reservadas. En otras palabras, a medida que aumenta el volumen de boletos de estas agencias, de igual forma aumentará la comisión que paga American.*

*41. Debido a que los acusados no tienen un acuerdo de comisiones suplementarias con American, desvían sus propias reservaciones a agencias de viaje que tienen dicho acuerdo para aumentar las comisiones pagadas por American a estas agencias. A nuestro leal saber y entender, los Acusados celebraron inapropiadamente acuerdos con dichas agencias para obtener una parte de las comisiones suplementarias pagadas por American (...)*

*46. El efecto de la conducta de los Acusados es el de dañar al Demandante y su reputación de negocios porque es muy probable que dicha conducta cause confusión, errores, o haga creer al público y al mercado que los Acusados y sus servicios fraudulentos se originan con o están relacionados con American Airlines, o tienen licencia de, están patrocinados o aprobados por, relacionados con, o asociados o afiliados con el Demandante cuando en realidad no es así (...).”*

*75. Con independencia del resultado del litigio en los Estados Unidos, esta CNDC considera que no puede reprocharse a AMERICAN el hecho de haber ejercido un derecho que en la Argentina está constitucionalmente reconocido, esto es, el derecho a peticionar ante las autoridades.*

*76. En ese sentido, el cese de la relación comercial entre AMERICAN y DESPEGAR estuvo justificado por el litigio que mantuvieron las partes en Florida, en donde se cuestionaron las maniobras fraudulentas antes descriptas, es decir, la causa de la negativa que diera origen a estos actuados.*

*77. En ese contexto, en ausencia de indicios de un litigio fraudulento, esta CNDC considera que el legítimo ejercicio del derecho a peticionar ante las autoridades que ejerció AMERICAN y el cese de la relación comercial con DESPEGAR, fueron decisiones que buscaron evitar que los clientes de AMERICAN resultaran perjudicados o, en otras palabras, la mejor manera en que consideró que sus productos debían ser ofrecidos.*

*78. Por otra parte, corresponde destacar que el Consejo Administrativo de Defensa Económica de la República Federativa de Brasil (CADE), rechazó una demanda entablada por DECOLAR contra AMERICAN por el mismo supuesto comportamiento anticompetitivo aquí denunciado (fs. 451/459).*

*79. En su decisión, el CADE consideró que el rompimiento de la relación comercial entre AMERICAN y DECOLAR no tenía una relación directa o necesaria con el bienestar de los consumidores, sino que, al contrario, los consumidores pudieron continuar comprando los pasajes de AMERICAN a través de diversas agencias de viaje. Como se verá a continuación, idéntica situación se verificó en la Argentina, en donde diversas agencias de viaje manifestaron que continuaron ofreciendo los pasajes de AMERICAN con normalidad.*

*80. El día 17 de febrero de 2016 (fs. 703/704), esta CNDC efectuó un pedido de información a diversas agencias de viaje que operan en la Argentina, a saber: TUCANO, FALABELLA, GARBARINO, BIBLOS, OLA, EUROVIPS, FOX,*



RICALE, TTS, CARLSON, ACTION, JULIA, SWAN, ALMUNDO, AVANTRIP y BEST-DAY.COM (BESTDAY); en su conjunto “LAS AGENCIAS”.

81. En distintas fechas, FALABELLA (fs. 762), ACTION (fs. 778/779), EUROVIPS (fs. 783), OLA (fs. 787), GARBARINO (fs. 789 vta.), JULIA (fs. 797), TTS (fs.804 vta.), BESTDAY (fs. 819), FOX (fs. 823), TUCANO (fs. 840), SWAM (fs. 888), CARLSON (fs. 922 vta.), ALMUNDO (fs. 926 vta.), BIBLOS (fs. 930) y AVANTRIP (fs. 942), manifestaron que AMERICAN no les negó la comercialización de sus pasajes.

82. En ese sentido, que AMERICAN no haya negado la comercialización de sus pasajes a otras agencias de viaje impide calificar su conducta como parte de una política deliberadamente exclusoria. En consecuencia, tampoco se puede concluir que el fin inmediato de AMERICAN, al dejar de ofrecer sus boletos a través del sitio web de DESPEGAR, haya sido alcanzar una posición de dominio en el mercado de agencias de viaje, porque la clientela de DESPEGAR tuvo alternativas disponibles para adquirir dichos boletos en otros sitios web.

83. Todo ello confirma lo sostenido por AMERICAN en sus explicaciones, al reconocer que, si bien se encontraba verticalmente integrada, no podía determinar la viabilidad económica de los competidores aguas abajo puesto que no había dejado de operar con otras agencias de viajes y continuaba ofreciendo vuelos a todas las rutas que antes ofrecía a través de DESPEGAR.

84. La información acerca del market share de las agencias de viaje que acompañó DESPEGAR no se aparta de lo antes dicho. Así, por ejemplo, no hay indicios de que la conducta hubiese aumentado las participaciones de mercado de AMERICAN, KAYAK.COM o BESTDAY.COM, estas últimas, empresas a las que tangencialmente AMERICAN nombró en el comunicado donde anunció el cese de la relación comercial con DESPEGAR.

85. La justificación proporcionada por AMERICAN, en este caso, se traduce como la ausencia del elemento antijuridicidad, indispensable para configurar la conducta denunciada.

86. A la carencia de este elemento, que es motivo suficiente para rechazar la denuncia, se le suma una cuestión adicional, no fue una conducta realizada de manera uniforme, porque el resto de las agencias de viaje no vieron afectadas sus operaciones de venta de pasajes de AMERICAN, por lo tanto, los consumidores tampoco se vieron afectados por la presunta conducta.

87. Independientemente de las conclusiones respecto de la posición de AMERICAN en los mercados en cuestión, la negativa de AMERICAN no solo estuvo justificada, sino que además no representó ninguna potencial afectación al proceso de competencia en el mercado de agencias de viaje. De hecho, conforme se verá seguidamente, DESPEGAR finalmente terminó negando cualquier tipo de afectación particular o a los mercados involucrados.

### **3.2 El acuerdo entre AMERICAN y DESPEGAR**

88. El día 6 de abril de 2016 (fs. 846/7), en una presentación conjunta, DESPEGAR y AMERICAN solicitaron el archivo de las actuaciones, tras haber arribado a un acuerdo que, según manifestaron, les permitió resolver, en forma mutuamente satisfactoria, las disputas que dieron origen a la causa, reestableciendo su relación comercial en términos similares a los existentes en forma previa a la terminación que originó la denuncia.

89. En la misma fecha, en una presentación separada, DESPEGAR desistió irrevocablemente de la acción dejando constancia de que no se había generado ningún daño, ni a la compañía ni a ninguno de los mercados involucrados, destacando que los procesos similares que tramitaban en otras jurisdicciones habían sido resueltos sin que se hubiese arribado a conclusiones adversas contra AMERICAN.

90. El restablecimiento de la relación comercial entre las partes pudo ser corroborada por esta CNDC. Conforme la información agregada a fs. 959/964, DESPEGAR actualmente ofrece en su sitio web pasajes de AMERICAN con destino a Estados Unidos (como ejemplo, a Dallas).

91. Esta CNDC también pudo corroborar a través del sitio web de DESPEGAR que, en la actualidad, el destino Argentina – Dallas (EEUU) cuenta con dos vuelos directos, uno de ellos ofrecido por AMERICAN y el otro por LATAM (fs. 955/957), razón por la cual, aun restringiendo la definición del mercado relevante solo a los vuelos directos, la DENUNCIADA está expuesta a una competencia sustancial.

92. Así las cosas, al carecer la conducta denunciada del elemento antijuridicidad y al no haberse puesto en peligro el bien jurídicamente tutelado por la Ley N.º 25156, es que esta CNDC entiende que el caso debe ser desestimado.

#### 4. CONCLUSIÓN

93. En base a las consideraciones precedentes, esta CNDC aconseja al Sr. Secretario de Comercio del Ministerio de Producción, ordenar el archivo de las actuaciones de referencia, de conformidad con lo previsto por el artículo 31 de la Ley N.º 25156.

94. Elévese el presente dictamen al Sr. Secretario de Comercio, previo paso por la Dirección General de Asuntos Jurídicos del Ministerio de Producción, para su conocimiento.

<sup>1</sup> El Plan de Facturación y Liquidación (BSP), también conocido como "Plan de Liquidación Bancaria", es un sistema de facturación electrónico diseñado para facilitar el flujo de datos y fondos entre agencias de viajes y aerolíneas. La ventaja de tal organización intermediaria es que en lugar de que cada agencia de viajes tenga una relación individual con cada aerolínea, toda la información se consolida a través del BSP. Los BSP se organizan a nivel local, generalmente uno por país. Sin embargo, hay algunos BSP que cubren más de un país (por ejemplo, los nórdicos). La Asociación de Transporte Aéreo Internacional declara que al cierre de 2009 había 86 BSPs que cubrirían más de 160 países en todo el mundo, mientras que al cierre de 2011 había 88 BSPs, cubriendo 176 países y territorios atendiendo a unas 400 aerolíneas, que ascienden a 249.000 millones de dólares ([https://en.wikipedia.org/wiki/Billing\\_and\\_Settlement\\_Plan](https://en.wikipedia.org/wiki/Billing_and_Settlement_Plan)).

<sup>2</sup> Un sistema de distribución global (GDS) es una red operada por una empresa que permite transacciones automatizadas entre proveedores de servicios de viajes (principalmente compañías aéreas, hoteles y empresas de alquiler de coches) y agencias de viajes. Un sistema GDS tiene enlace en tiempo real con la base de datos de un proveedor, por ejemplo, cuando una agencia de viajes solicita una reserva en el servicio de una compañía aérea particular, el sistema GDS remite la solicitud al sistema de reservas de computadoras de la aerolínea apropiada, esto permite a un agente de viajes con una conexión a un solo GDS elegir y reservar varios vuelos, hoteles, actividades y servicios asociados en todos los proveedores que operan en la misma ruta que forman parte de esa red ([https://en.wikipedia.org/wiki/Global\\_distribution\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Global_distribution_system)).

<sup>3</sup> En temporada baja, aclaró que solo estaban disponibles dos vuelos diarios.

<sup>4</sup> Respecto a este punto, aclaró que las aerolíneas habían aplicado drásticas reducciones en las comisiones por venta de las agencias de viaje, llegando a ser, en algunos casos, solamente el 1% del importe de la tarifa del ticket aéreo, lo que motivó el cobro de una tarifa adicional.

<sup>5</sup> La cita textual es importante porque, conforme se verá más adelante, DESPEGAR no mencionó el litigio que, por entonces, tenía pendiente con AMERICAN en los Estados Unidos.

<sup>6</sup> La solicitud fue rechazada mediante Resolución SC N.º 414/15, de fecha 13 de octubre de 2015, que tuvo por parte integrante al Dictamen de la CNDC N.º 891/15, de fecha 6 de abril de 2015.

<sup>7</sup> Contra esa decisión, el 5 de diciembre de 2014, AMERICAN interpuso un recurso en los términos del artículo 52 de la Ley N.º 25156, el que fue concedido por esta CNDC y notificado a las partes. Sin embargo, ante la posible declaración de nulidad de la Resolución de la CNDC N.º 104/14, el 12 de enero de 2015, se emitió el Dictamen de la CNDC N.º 875/15, recomendando a la Autoridad de Aplicación el rechazo de los planteos de AMERICAN. Por su parte, el 5 de marzo de 2015, la entonces Dirección de Legales de Comercio del ex Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, en su Dictamen N.º 647/15, concluyó que debía rechazarse el recurso de AMERICAN, por no ser una cuestión recurrible, y que el Secretario de Comercio debía resolver las excepciones planteadas. El 20 de abril de 2017, la Dirección de Asuntos Legales de Comercio, del Ministerio de Producción, en su Dictamen N.º 2085/17, también opinó que el recurso interpuesto por AMERICAN era improcedente. No obstante, entendió que al haberse notificado la concesión del recurso directo correspondía su otorgamiento y, eventualmente, evaluar el trámite de una acción de lesividad. De seguirse el temperamento de este dictamen, la cuestión devendría abstracta.

<sup>8</sup> Aclaró que algunas agencias son minoristas, de reserva para el público en general (como DESPEGAR), y otras son mayoristas, consolidan las ventas de los minoristas (como es el caso de TUCANO TOURS).

<sup>9</sup> Explicó que los sistemas GDS son compañías que se dedican pura y exclusivamente a canalizar los datos comerciales aportados por todas las aerolíneas (tarifas, vuelos, plazas disponibles, rutas, escalas, etc.) y otros prestadores de servicios, y distribuidores entre las agencias que pertenecen al sistema. De esta forma, aclaró, las tarifas públicas establecidas por una aerolínea son cargadas al sistema y son llevadas a cada intermediario de manera automática y transparente, pudiendo cualquier agencia tomar la tarifa allí publicada y realizar una reserva.

<sup>10</sup> COMISIÓN EUROPEA (2005), "DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses", Bruselas, Diario Oficial de las Comunidades Europeas. Disponible en: <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>

<sup>11</sup> También contra: DECOLAR.COM LTDA (DECOLAR), DESPEGAR ONLINE S.R.L., DESPEGAR.COM CHILE S.A., DESPEGAR.COM PERÚ, DESPEGAR.COM VENEZUELA y DESPEGAR.COM ESPAÑA.

<sup>12</sup> En referencia a DESPEGAR.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,  
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564  
Date: 2018.03.08 16:24:02 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,  
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564  
Date: 2018.03.08 16:50:06 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,  
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564  
Date: 2018.03.09 16:14:24 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,  
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564  
Date: 2018.03.09 16:16:46 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,  
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564  
Date: 2018.03.09 17:19:12 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR,  
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE  
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT  
30715117564  
Date: 2018.03.09 17:19:13 -03'00'



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria

### **Resolución**

**Número:**

**Referencia:** EXP-S01:0076274/2014 - ARCHIVO DE ACTUACIONES (C. 1502)

---

VISTO el Expediente N° S01:0076274/2014 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

**CONSIDERANDO:**

Que en el expediente citado en el Visto la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, emitió el Dictamen de fecha 9 de marzo de 2018 correspondiente a la “C. 1502”, recomendando ordenar el archivo del expediente de la referencia de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 31 de la Ley N° 25.156, actualmente Artículo 40 de la Ley N° 27.442, iniciado en virtud de lo resuelto por la Sala N° 2 de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal el día 28 de febrero de 2014 en el expediente judicial caratulado “DESPEGAR COM AR S.A. c/ AMERICAN AIRLINES s/MEDIDAS CAUTELARES”.

Que, el día 15 de abril de 2014, el Presidente de la citada Cámara Nacional acompañó ante la mencionada Comisión Nacional, copia certificada de la sentencia referida en el considerando precedente a fin de poner en conocimiento lo resuelto a los efectos de iniciar una investigación por presuntas conductas anticompetitivas denunciadas en sede judicial por la firma DESPEGAR.COM.AR S.A., contra la firma AMERICAN AIRLINES, INC.

Que, el día 16 de junio de 2014, la citada ex Comisión Nacional ordenó correr traslado de la mencionada denuncia a la firma AMERICAN AIRLINES, INC., a fin de que en el plazo de DIEZ (10) días hábiles presente las explicaciones que estimen corresponder, en virtud de lo establecido en el Artículo 29 de la Ley N° 25.156, actualmente Artículo 38 de la Ley N° 27.442, el cual fue presentado por dicha firma el día 29 de julio de 2014.

Que, el día 6 de abril de 2016, las firmas DESPEGAR.COM.AR S.A., y AMERICAN AIRLINES, INC., realizaron una presentación conjunta, solicitando el archivo del expediente citado en el Visto, tras haber llegado a un acuerdo en el cual reestablecieron la relación comercial en términos similares a los existentes en forma previa a la denuncia referida.

Que la ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entendió, que la conducta

denunciada carece del elemento de antijuridicidad y al no haberse puesto en peligro el bien jurídico tutelado por la Ley N° 25.156, actualmente Ley N° 27.442, el presente caso debe ser desestimado.

Que, durante la tramitación del expediente de la referencia, el día 24 de mayo de 2018, entró en vigencia la nueva Ley de Defensa de la Competencia N° 27.442 y su Decreto Reglamentario N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018, derogando la Ley N° 25.156 que hasta entonces había regulado el ámbito de aplicación en la materia.

Que el suscripto comparte los términos del mencionado dictamen, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, incluyéndose como Anexo de la presente medida.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 40 y 80 de la Ley N° 27.442, los Decretos Nros. 89 de fecha 25 de enero de 2001, 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones, y 480/18.

Por ello,

## EL SECRETARIO DE COMERCIO

### RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ordénase el archivo de las presentes actuaciones de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 31 de la Ley N° 25.156, actualmente Artículo 40 de la Ley N° 27.442.

ARTÍCULO 2°.- Considérase al Dictamen de fecha 9 de marzo de 2018 correspondiente a la “C. 1502”, emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN que como Anexo, IF-2018-10408490-APN-CNDC#MP, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a las firmas interesadas.

ARTÍCULO 4°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by BRAUN Miguel  
Date: 2018.07.30 17:42:21 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, ou=AR,  
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE  
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT  
30715117564  
Date: 2018.07.30 17:42:27 -03'00'