

ANALISIS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACION HORIZONTAL EN EL TRANSPORTE DE PASAJEROS ENTRE SANTIAGO – MIAMI Y SANTIAGO - MADRID

Gonzalo Escobar Elexpuru<sup>1</sup>

Economista

---

<sup>1</sup> Gonzalo Escobar Elexpuru, economista. Mail: [gescobare@gmail.com](mailto:gescobare@gmail.com). Las expresiones y comentarios realizados en este informe son responsabilidad del autor.

BA

**Contenido**

1. INTRODUCCION.....3

2. DEFINICION DE MERCADO RELEVANTE.....3

3. EFECTOS DE LA FUSION.....7

4. BARRERAS A LA ENTRADA.....9

    4.1. ACCESO A INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA .....9

    4.2. ACCESO A LIBERTADES AEREAS.....10

    4.3. USO DE LOS HUB .....11

    4.4. ACUERDOS DE COOPERACIÓN ENTRE LINEAS AEREAS .....11

    4.5. PROGRAMAS DE PASAJERO FRECUENTE.....11

    4.6. COMPORTAMIENTO ESTRATEGICO.....13

5. CONCLUSIONES .....15

6. REFERENCIAS.....15

## 1. INTRODUCCION

El presente documento está orientado a una revisión en determinados aspectos sobre una operación de concentración que busca realizar LATAM Airlines Group, American Airlines Inc., Iberia Líneas Aéreas de España S.A., y British Airways PLC. Este tipo de operación se conoce como alianza integrada o técnicamente se conoce en la industria aérea como un "metal neutral". Este es un término específico de la industria aérea que significa que los socios en una alianza son indiferentes a quien es el operador del "metal" es decir, el Avión. Todo esto cuando se comercialicen conjuntamente servicios. Sin un entorno de metal neutral, los integrantes de la alianza tienen un fuerte incentivo económico para reservar pasajes en su propia aeronave con el fin de conservar y mantener una mayor parte de los ingresos para sí mismos, lo cual puede que no sea en el mejor interés del consumidor o la alianza en su conjunto. Este metal neutral se puede lograr a través de los ingresos y/o la integración en la distribución de los beneficios.

Por lo general, dentro de la industria aérea existen varios niveles de asociación entre las líneas aéreas. Desde un menor nivel de integración es posible ver que estas se pueden iniciar con un acuerdo de tarifas conjuntas, para proseguir con los programas de pasajero frecuente. Un tercer nivel de integración son las operaciones bajo código compartido, para proseguir con una coordinación de precios y horarios de los vuelos, para finalizar con una alianza donde se comparten los ingresos y beneficios, como es el caso en cuestión.

Para el desarrollo de este documento, se busca primero ver cuáles son los efectos que se generan a partir de estas alianzas, para posteriormente, analizar qué es lo que se tiene que tener en consideración para esta alianza, finalizando con las conclusiones, donde es necesario destacar, que esta consulta trae encubierto una operación de concentración horizontal, que trae efectos muy negativos para la industria aérea como también para otras industrias relacionadas a esta como es el caso de la industria del turismo.

## 2. DEFINICION DE MERCADO RELEVANTE

La definición del mercado relevante para el presente trabajo, se encuentra basada en la resolución N°37/2011 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. En dicha sentencia

el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (en adelante TDLC), establece que el mercado relevante debe ser analizado en cada par origen - destino, que para este caso considera a las rutas entre la ciudad de Santiago y Miami, como también la ruta entre Santiago y Madrid; esto ya que de acuerdo a dicha resolución, la mayoría de los consumidores no pueden sustituir un destino por otro, siendo además un factor a considerar que el hecho de que un consumidor estime viajar por un determinado operador aéreo en un viaje, se encuentra condicionada por la amplitud de la red de dicha línea aérea, esto debido a que la forma en la cual opera la industria aérea de transporte de pasajeros es de una industria de redes. La importancia de la red, es una situación que se debe tener en consideración al momento de analizar un mercado relevante desde la perspectiva de la oferta; esto ya que la decisión de la línea aérea en operar una determinada ruta dependen claramente de la capacidad destinada en la ruta, de los precios de los servicios, todo eso depende de cómo sea alimentada la ruta o como se lleva a cabo la interacción con el resto de la red.

En general, los efectos de la red dependen principalmente del tipo de consumidor, es en este caso, los pasajeros de negocios a diferencia por ejemplo de los pasajeros que utilizan el servicio para turismo, son aquellos que presentan una sensibilidad elevada en el tiempo, por lo que es muy probable que muestren una valoración mayor para aquellas líneas aéreas que cuenten con mayores facilidades para hacer cambios en sus horarios de viajes, por lo que valoran mucho más las frecuencias como también la densidad de la red, es decir, la cantidad de vuelos diarios y las conexiones disponibles.

Para tal efecto, en este análisis, y debido a la restricción de información de tráfico de pasajero en las diferentes rutas, se considera solamente dos rutas en la cuales las aerolíneas involucradas sobreponen sus operaciones; y tal como se mencionó anteriormente son las rutas existentes entre los aeropuertos de Santiago - Miami y Santiago - Madrid. Llama la atención, que exactamente estos tres terminales aéreos son

BB  
-

centro de operaciones (HUBS) de las líneas aéreas involucradas, es decir, Santiago y Miami es un HUB para LATAM y American Airlines y Madrid en el caso de Iberia y LATAM.

Al realizar el análisis de cada una de las rutas por separado, en el caso de la ruta que una los aeropuertos de Santiago y Miami, durante la última década han sido seis los operadores de estas rutas, evidenciando una constante entrada y salida de cuatro de los seis actores. Por lo general son dos los operadores (LATAM y American Airlines), los actores dominantes en este mercado relevante, quienes en conjunto transportaron más de 460 mil pasajeros durante el año 2015.

**TABLA N°1**

LINEA	TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MIAMI										
	PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE										
	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRUPO LAN	132653	134321	141452	137692	145567	164047	175538	225139	235139	235691	313560
AEROLINEAS ARGENTINAS	5189	1656	1599	906	1153	249	87	85	60	437	0
AUSTRAL	0	0	0	0	0	0	0	61	75	561	201
LACSA	1546	199	1540	0	0	0	0	0	12891	9608	1052
AIR CANADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	241	0
AMERICAN AIRLINES	99493	111482	117628	117579	108487	109539	124317	133705	143298	146062	147916
<b>TOTAL</b>	<b>238881</b>	<b>247658</b>	<b>262219</b>	<b>256177</b>	<b>255207</b>	<b>273835</b>	<b>299942</b>	<b>358990</b>	<b>391463</b>	<b>392600</b>	<b>462729</b>

FUENTE: elaboración en propia en base a [www.jac.cl](http://www.jac.cl)

A partir de los datos de la tabla anterior, se deriva la tabla N°2, donde es posible determinar que entre LATAM y American Airlines, concentran un 99,8% del transporte de pasajeros de la ruta analizada, lo que da un nivel de concentración de 5.613 puntos medidos por el Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman, valor que de acuerdo a la guía de operación de concentración de la Fiscalía Nacional Económica, estaría dentro de un mercado altamente concentrado.

829

**TABLA N°2**

**TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MADRID**  
**PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE CIFRA EN %**

LINEA	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRUPO LAN	55.5%	54.2%	53.9%	53.7%	57.0%	59.9%	58.5%	62.7%	60.1%	60.0%	67.8%
AEROLINEAS ARGENTINAS	2.2%	0.7%	0.6%	0.4%	0.5%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
AUSTRAL	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
LACSA	0.6%	0.1%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	2.4%	0.2%
AIR CANADA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
AMERICAN AIRLINES	41.6%	45.0%	44.9%	45.9%	42.5%	40.0%	41.4%	37.2%	36.6%	37.2%	32.0%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
HHI	4823.5	4968.4	4923.0	4995.6	5060.7	5189.0	5142.9	5320.3	4958.8	4994.2	5613.7

FUENTE: elaboración en propia en base a [www.jac.c](http://www.jac.c)

Por otro lado, para la ruta que une a Santiago-Madrid, para el año 2015 son cinco las líneas aéreas que muestran operaciones, existiendo al igual que en el caso de la ruta anteriormente analizada, ingresos y salidas de operadores de forma constante.

**TABLA N°3**

**TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MADRID**  
**PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE**

LINEA	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
IBERIA	114879	152202	164652	171598	177148	168139	178933	183114	206013	208662	227605
GRUPO LAN	131541	126534	135901	138412	137797	152976	153658	146258	146053	150157	152384
AUSTRAL	0	0	0	0	0	0	0	1972	1010	2374	941
AVIANCA	1741	183	56	298	739	1292	1177	1129	1890	4265	801
AIR FRANCE	0	0	259	0	0	0	0	0	0	0	604
AEROLINEAS ARGENTINAS	16204	5672	9097	4163	6272	5970	5091	1845	916	1130	31
AIR EUROPA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	504	0
<b>TOTAL</b>	<b>264365</b>	<b>285591</b>	<b>309965</b>	<b>314471</b>	<b>321956</b>	<b>328377</b>	<b>338859</b>	<b>334318</b>	<b>355882</b>	<b>367092</b>	<b>382366</b>

FUENTE: elaboración en propia en base a [www.jac.cl](http://www.jac.cl)

De los datos de la tabla anterior, se desprende la tabla N°4, donde es posible determinar que entre LATAM e Iberia, concentran cerca un 99,4% del transporte de pasajeros de la ruta analizada, lo que da un nivel de concentración de 5.131 puntos medidos por el Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman, valor que de acuerdo a la guía de operación de concentración de la Fiscalía Nacional Económica, estaría dentro de un mercado altamente concentrado.

**TABLA N°4**

**TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MADRID**  
**PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE CIFRA EN %**

LINEA	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRUPO LAN	49.8%	44.3%	43.8%	44.0%	42.8%	46.6%	45.3%	43.7%	41.0%	40.9%	39.9%
AEROLINEAS ARGENTINAS	6.1%	2.3%	2.9%	1.3%	1.9%	1.8%	1.5%	0.6%	0.3%	0.3%	0.0%
AUSTRAL	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.3%	0.6%	0.2%
AVIANCA	0.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.4%	0.3%	0.3%	0.5%	1.2%	0.2%
AIR EUROPA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
IBERIA	43.5%	53.3%	53.1%	54.6%	55.0%	51.2%	52.8%	54.8%	57.9%	56.8%	59.5%
AIR FRANCE	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
HHI	4402.1	4808.7	4752.6	4916.6	4863.2	4795.4	4846.9	4914.7	5035.7	4906.1	5131.7

FUENTE: elaboración en propia en base a [www.jac.cl](http://www.jac.cl)

**3. EFECTOS DE LA FUSION**

De acuerdo a los criterios utilizados por la Fiscalía Nacional Económica, donde se presume que las operaciones de concentración que no sobrepasen un determinado nivel de concentración presentarían un bajo potencial anticompetitivo, se utilizará dicho criterio para analizar los efectos de esta operación de concentración “encubierta”.

Para el caso de la ruta que une a Santiago con Miami, donde los resultados se observan en la siguiente tabla, es posible determinar que la operación de forma conjunta entre LATAM y American Airlines, tendrán un 99,4% de los pasajeros transportados en esta ruta, lo que lleva al índice de concentración IHH a un nivel de 9.876,2 puntos, lo que representa un incremento de 4.744,5 puntos, situación que de acuerdo a los criterios utilizados por el organismo fiscalizador refleja un mercado altamente concentrado, donde claramente, esta nueva estructura del mercado, deja a la totalidad de la ruta a cargo de un solo operador, lo que sumado a los efectos que esta situación tendría sobre la red, que es lo que da valor a una línea aérea, deja un mercado si ningún grado de poder ser desafiado por otro operador, independiente de la envergadura que el potencial entrante tenga.

881

TABLA N°5

TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MADRID											
PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE CIFRA EN %											
LINEA	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRUPO LAN	49.8%	44.3%	43.8%	44.0%	42.8%	46.6%	45.3%	43.7%	41.0%	40.9%	39.9%
AEROLINEAS ARGENTINAS	6.1%	2.3%	2.9%	1.3%	1.9%	1.8%	1.5%	0.6%	0.3%	0.3%	0.0%
AUSTRAL	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.3%	0.6%	0.2%
AVIANCA	0.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.4%	0.3%	0.3%	0.5%	1.2%	0.2%
AIR EUROPA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
IBERIA	43.5%	53.3%	53.1%	54.6%	55.0%	51.2%	52.8%	54.8%	57.9%	56.8%	59.5%
AIR FRANCE	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
HHI	4402.1	4808.7	4752.6	4916.6	4863.2	4795.4	4846.9	4914.7	5035.7	4906.1	5131.7
<b>GRUPO LAN + IBERIA</b>	<b>93.2%</b>	<b>97.6%</b>	<b>97.0%</b>	<b>98.6%</b>	<b>97.8%</b>	<b>97.8%</b>	<b>98.2%</b>	<b>98.5%</b>	<b>98.9%</b>	<b>97.7%</b>	<b>99.4%</b>
<b>HHI</b>	<b>8726.5</b>	<b>9531.2</b>	<b>9410.5</b>	<b>9720.1</b>	<b>9573.1</b>	<b>9566.1</b>	<b>9635.9</b>	<b>9707.1</b>	<b>9787.1</b>	<b>9556.2</b>	<b>9876.2</b>
<b>VARIACION HHI</b>	<b>4324.4</b>	<b>4722.5</b>	<b>4657.9</b>	<b>4803.5</b>	<b>4709.9</b>	<b>4770.6</b>	<b>4788.9</b>	<b>4792.4</b>	<b>4751.4</b>	<b>4650.2</b>	<b>4744.5</b>

FUENTE: elaboración en propia en base a www.jac.cl

Por otro lado, para la ruta entre Santiago y Madrid, en el cual los resultados se observan en la tabla N°6, es posible determinar que la operación de forma conjunta entre LATAM y American Airlines, tendrán un 99,7% de los pasajeros transportados en esta ruta, lo que lleva al índice de concentración IHH a un nivel de 9.946 puntos, lo que representa un incremento de 4.332,2 puntos, situación que de acuerdo a los criterios utilizados por el organismo fiscalizador refleja un mercado altamente concentrado.

TABLA N°6

TRAFICO INTERNACIONAL CON RELACION A CHILE, POR OPERADOR, RUTA SANTIAGO - MADRID											
PASAJEROS TOTALES (Llegados+Salidos) CON CHILE CIFRA EN %											
LINEA	AÑOS										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GRUPO LAN	55.5%	54.2%	53.9%	53.7%	57.0%	59.9%	58.5%	62.7%	60.1%	60.0%	67.8%
AEROLINEAS ARGENTINAS	2.2%	0.7%	0.6%	0.4%	0.5%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
AUSTRAL	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
LACSA	0.6%	0.1%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	2.4%	0.2%
AIR CANADA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
AMERICAN AIRLINES	41.6%	45.0%	44.9%	45.9%	42.5%	40.0%	41.4%	37.2%	36.6%	37.2%	32.0%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
HHI	4823.5	4968.4	4923.0	4995.6	5060.7	5189.0	5142.9	5320.3	4958.8	4994.2	5613.7
<b>GRUPO LAN + AA</b>	<b>97.2%</b>	<b>99.3%</b>	<b>98.8%</b>	<b>99.6%</b>	<b>99.5%</b>	<b>99.9%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>96.7%</b>	<b>97.2%</b>	<b>99.7%</b>
<b>HHI</b>	<b>9449.2</b>	<b>9851.2</b>	<b>9762.7</b>	<b>9929.5</b>	<b>9910.1</b>	<b>9981.8</b>	<b>9994.2</b>	<b>9991.9</b>	<b>9356.4</b>	<b>9461.1</b>	<b>9946.0</b>
<b>VARIACION HHI</b>	<b>4625.7</b>	<b>4882.9</b>	<b>4839.7</b>	<b>4933.9</b>	<b>4849.4</b>	<b>4792.8</b>	<b>4851.3</b>	<b>4671.6</b>	<b>4397.6</b>	<b>4466.9</b>	<b>4332.2</b>

FUENTE: elaboración en propia en base a www.jac.cl

Por lo tanto, desde una óptica de la estructura de los mercados, como también desde un ámbito estratégico, este acuerdo entre las aerolíneas analizadas, claramente genera efectos directos e importantes sobre el mercado relevante definido, como también al ser

la industria del transporte aéreo una industria de redes, estos efectos se traspasan al resto de los mercados conectados donde claramente, esta nueva estructura del mercado y al igual que la otra ruta analizada, deja a la totalidad de la ruta a cargo de un solo operador, lo que sumado a los efectos que esta situación tendría sobre la red, que es lo que da valor a una línea aérea, deja un mercado si ningún grado de poder ser desafiado por otro operador, independiente de la envergadura que el potencial entrante tenga.

#### **4. BARRERAS A LA ENTRADA**

Por lo general estas deberán ser analizadas en los aeropuertos en los cuales las líneas aéreas involucradas sean hubs y existan restricciones al acceso de infraestructura aeroportuaria por ejemplo.

##### **4.1. ACCESO A INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA**

En el caso de la infraestructura existente en los aeropuertos, son los slots, infraestructura que corresponde a los derechos que tiene una línea aérea para despegar o aterrizar en un determinado horario. Pues de acuerdo a González (2008), el acceso a estas facilidades tiene una incidencia importante en la probabilidad de ingreso de otros actores, esto especialmente en los aeropuertos que tengan un elevado nivel de congestión. Lo anterior es el motivo que justifica el hecho de que las líneas aéreas locales cuentan con un acceso preferente a los insumos de los aeropuertos relevantes y que se han definido en los mercados del presente informe. Adicionalmente, y en relación a los slots, la envergadura que presente la línea aérea tiene una importancia directa con el tamaño donde esta tenga su hub, pues al ser más grande, deja menos espacio disponible (slots) a sus rivales.

Pero, también y de acuerdo a la resolución N°37/2011 del TDLC, es posible determinar la existencia de otros servicios que son necesarios para la operación desde un aeropuerto, como son los servicios de puertas de embarque y desembarque, mesones de atención, servicios de catering y aseo, provisión de combustible, mantención mecánica, parking en losa. Por estos motivos, es muy importante y es un hecho cierto, que las líneas aéreas presenten ventajas competitivas cuando tengan su hub en un determinado aeropuerto, trasciendan a la sola acumulación de slots, sino que también involucran a otro tipos de

activos, como puede ser un trato preferencial con los proveedores e incluso una situación de integración vertical, generando efectos directos sobre el resto de los competidores actuales y potenciales. Situación que claramente se da en los tres aeropuertos involucrados en esta operación, es decir, el aeropuerto de Santiago, Miami y Madrid.

#### **4.2. ACCESO A LIBERTADES AEREAS**

En cuanto a los derechos de vuelo o frecuencias restringidas, y de acuerdo a la resolución N° 37/2011 del TDLC, estas se tratan de barreras a la entrada legales que, por lo general prevalecen aún en el mercado aéreo latinoamericano. Específicamente para la situación local, y a pesar de la que política sectorial es una política de cielos abiertos, ésta se encuentra condicionada a la existencia de reciprocidad. Todo esto ha llevado a que el número de vuelos a la semana que se pueden hacer entre dos puntos debe ser negociado entre los países respectivos. Tal como lo dice esta resolución "En esta práctica de negociaciones bilaterales ha primado el proteccionismo, lo que ha llevado a que el cabotaje en la mayoría de los países de Latinoamérica esté reservado para las aerolíneas nacionales y también a que exista un bajo grado de competencia en el tráfico internacional. Es sintomático de este proteccionismo el hecho que los acuerdos de libertades aéreas más generosos se hayan suscrito con países lejanos y que con los vecinos existan mayores restricciones a los vuelos. Por ejemplo, Bolivia mantiene cielos abiertos con Chile, pero sólo en 3ª y 4ª libertad, no existiendo frecuencias disponibles en 5ª ni 6ª. En el caso de Perú, todas las frecuencias están restringidas. El caso de México es aún más claro; sólo existen 10 frecuencias en 3ª y 4ª libertad disponibles para Chile."

Por lo general, y de acuerdo a lo que se ha observado en el pasado en la forma en la cual se han asignado estos permisos restringidos en Chile, este sistema ha tendido a favorecer a la empresa dominante en el mercado y, por tanto, potenciar su poder de mercado. Lo anterior lleva a analizar la barrera más importante en esta industria y que se refiere a su característica distintiva: la de ser una industria de redes.

#### **4.3. USO DE LOS HUB**

En general las firmas que ya se encuentran operando cuentan con una red ya establecida de hub & spokes, hecho que puede ser utilizado para de forma potencial eliminar rivales que tengan o presenten niveles similares de eficiencia en sus rutas alimentadoras sin tener que fijar precios menores que su costo. En efecto, una vez más, y a causa de la presencia de economías de ámbito o a la característica de red con la que cuenta esta industria, sumado y a los bajos costos marginales de aumentar el factor de carga de un mismo vuelo, ante una entrada de un competidor la empresa dispone de varios mecanismos para lograr disuadir esa entrada, y también de incentivos para hacerlo, de hecho esto claramente se generará en las dos rutas analizadas en este informe.

#### **4.4. ACUERDOS DE COOPERACIÓN ENTRE LINEAS AEREAS**

Una de las características importantes de la industria de transporte de pasajeros, tiene relación con los acuerdos de cooperación entre las diferentes líneas aéreas. La justificación en la existencia de este tipo de acuerdo se debe a que esta industria tiene la característica de ser una industria de redes. Es decir, este tipo de industria se mueve bajo una especie de sistema de Hub and Spoke, es decir, existe un aeropuerto principal (hub) el cual es alimentado, para luego transferir a los pasajeros al resto de la red (spoke). La existencia de este tipo de acuerdo, permite a las líneas aéreas poder acumular la mayor cantidad de pasajeros en las rutas, lo que se traduce un mejor uso de su capacidad, es decir, un factor de carga mucho mayor, o bien el uso de aviones de mayor tamaño, dando como resultado mejores indicadores de eficiencia, esto de acuerdo a González (2008), lo que se observaría tanto en las rutas entre Santiago – Miami, y Santiago – Madrid, donde las empresas fusionadas controlarían más del 99% de los pasajeros transportados.

#### **4.5. PROGRAMAS DE PASAJERO FRECUENTE**

Por lo general la evidencia muestra que los procesos de asignación de los slots se basa en una relación directa por el uso histórico de estos, lo cual implica que la empresa que primero logre instalar un hub en un determinado terminal aeroportuario será la que contará con un mayor número de slots y también contará con los permisos de vuelo para poder realizar viajes a países con frecuencias restringidas. De esta manera, podrá ofrecer

una mayor cantidad de vuelos, potenciado esto con los programas de viajero frecuente, publicidad y acuerdos con los agentes locales de viaje, situación que se traduce en tener un poder de mercado difícil de desafiar. Adicionalmente, todo esto se hace mucho más atractivo para ser considerado en las alianzas globales, lo que a su vez lleva que su atractivo sea mayor para los clientes y, por otro lado, también disminuye la posibilidad de construir redes a través de alianzas para otras empresas que aspiran a entrar al mercado.

En el caso del poder de mercado que cada aerolínea tiene en su hub es explicado en parte por el número de vuelos que puede ofrecer el operador aéreo que cuenta con operaciones al tener menos limitaciones en el número de slots, como también con la posibilidad cierta de hacer coincidir diferentes vuelos de la red de destinos al mismo tiempo para de esta manera incrementar el factor de carga en sus vuelos para rutas más largas, siendo de esta forma el número de vuelos diarios una característica crucial en la calidad del servicio ofrecido, claramente por la flexibilidad que ello entrega al viajero. Lo descrito anteriormente, se debe agregar la preferencia que tendrán los usuarios de cada línea aérea por acumular millas del programa de viajero frecuente en el operador que tiene su hub en el mismo aeropuerto y que, por lo tanto, ofrece una mayor cantidad de destinos desde ella, en relación con otras aerolíneas que también ofrezcan la ruta particular en ese momento.

Debido a lo descrito anteriormente, es posible determinar que los programas de pasajero frecuente deben ser considerados una de las tantas barreras a la entrada existentes en esta industria. Este tipo de programas de fidelización logra que los viajeros tengan incentivos a comprar pasajes aéreos de la línea que le ofrezca el mayor número de destinos desde su ciudad de origen, es decir, cuente con una red de conexiones y alianzas que sean lo suficientemente grande, con el fin de alcanzar un volumen tal de compras que le permita obtener los beneficios del programa de pasajero frecuente respectivo.

#### 4.6. COMPORTAMIENTO ESTRATEGICO

Existen otro tipo de barreras, y que son de carácter estratégico, lo que claramente condiciona el comportamiento de las firmas incumbentes en un determinado mercado. Para este caso una barrera estratégica y bastante importante es la densidad y la extensión de la red que tenga cada operador aéreo. Todo esto se refleja en la variedad de destinos y horario de las frecuencias, situación que se traduce en una ventaja competitiva a estas firmas, hecho que claramente se observa en esta operación, donde las empresas involucradas tendrán el control de dos rutas importantes entre Chile y Estados Unidos en un caso, y entre Chile y Europa en el segundo.

Además, otras barreras de tipo estratégico que pueden generar las aerolíneas con una dominancia en cada ruta, es la de que existe la posibilidad de reducir precios o incrementar el número de frecuencias de vuelo con el objeto de desincentivar la entrada o expansión de un competidor. Esta conducta, no sólo incide en la posibilidad de que permanezca un competidor en particular, sino que además contribuye a la creación de una reputación de rival agresivo a favor de la empresa que ya cuenta con operaciones, lo que se traduce en un incremento en los riesgos asociados a la entrada y, por tanto, la desincentiva.

Por otro lado, el hecho de operar una ruta determinada desde su propio hub entrega ventajas importantes a la aerolínea en materia de comercialización. Por un lado, el gasto en publicidad será más efectivo en la ciudad en que una determinada aerolínea sea más activa. Por otro lado, ser la principal aerolínea en un determinado aeropuerto le permitirá llegar a acuerdos con los comercializadores o agentes de viaje en condiciones que difícilmente podrían alcanzar empresas con menor participación de mercado, hecho que también se agrava por la integración vertical que han venido desarrollando las líneas aéreas en la oferta directa de pasajes aéreos como también en paquetes de turismo. De hecho, la entrada inminente de un nuevo competidor, podría llevar a la línea aérea incumbente a reducir los precios sin que éstos queden bajo el costo, la explicación de esto se debe a que el costo marginal de un pasajero es mínimo, todo esto mientras exista espacio para incrementar el factor de ocupación. Todo esto se ve reflejado, en el caso que

la demanda a disputar sea pequeña en relación al número de vuelos del operado que se encuentra en el mercado, ya que éste, podría reducir la demanda residual disponible para los potenciales entrantes, operador que, no podría sustentar su operación, debiendo abandonar la ruta. La justificación de la situación anterior es a causa de la estructura de costos particular de esta industria, ya que existe un costo fijo importante de operar el vuelo y un muy bajo costo de aumentar el número de viajeros en cada vuelo.

Adicionalmente, la aerolínea que se encuentra operando en la ruta también puede favorecer a sus usuarios, esto mediante un incremento en los puntos ganados para sus pasajeros en la ruta donde se produjo una entrada o, de forma indirecta, incrementar los incentivos a las agencias de viaje. Esto es posible, gracias a la característica que presenta la demanda en esta industria, ya que en cada decisión de consumo, la acumulación de este tipo de beneficios es importante. Finalmente, la característica propia de esta industria, que es la de una industria de redes, puede llevar a que las líneas aéreas que se encuentran operando puedan cobrar bajo el costo en una ruta donde hay amenaza de entrada, dada la complementariedad de las rutas, esto a causa de la existencia de subsidios cruzados en algunas de las rutas operativas.

Un aspecto importantísimo en las industrias de redes es la envergadura de estas, ya que estas conductas son aún más rentables dado que esta industria por su condición se caracteriza por tener contactos multi-mercado, lo que lleva a que sus políticas exclusorias cuenten con una mayor rentabilidad, ya que también sirven para dar señales a posibles entrantes en otras rutas de que el incumbente está compitiendo de forma agresiva. Por esta misma razón, además, las conductas exclusorias son difíciles de detectar ya que la entrada en una ruta puede ser castigada aumentando la oferta en otra ruta donde el entrante en la primera ruta ya estaba establecido.

Finalmente, en el caso de las industrias de redes, el hecho de que exista contacto multimercado es un facilitador de la colusión, puesto que son diversos los mercados en los cuales es posible castigar a los que se desvían del acuerdo vía reducción de precios, y

además resulta fácil el monitoreo ya que el sistema de ventas, al que tienen acceso las aerolíneas, transparenta los precios de la competencia y, así, facilita el monitoreo del cumplimiento del acuerdo entre empresas.

## 5. CONCLUSIONES

Por lo general, una de las principales características de la industria aérea especialmente en el transporte de pasajeros, es la competencia entre redes, y demostrando en este informe, que hay rutas importantes determinadas en el mercado relevante, es que cuenta con barreras a la entrada importantes, lo que claramente genera dificultades a la formación de una red alternativa a la que se podría formar con la fusión propuesta.

Además, la industria cuenta con insumos que deben ser consideradas facilidades esenciales, estos son los accesos a los aeropuertos y su infraestructura es esencial para la realización de la actividad económica de transporte aéreo de carga y pasajeros en la que participan las líneas aéreas involucradas en esta operación. De este modo, es necesario poner atención a las dificultades para el acceso a este insumo esencial y la posibilidad de que la fusión consultada afecte dicho acceso, creando una barrera artificial a la entrada de nuevos competidores.

Finalmente, es necesario considerar que es tal el nivel de dominancia que se dará en estas rutas analizadas y los efectos directos sobre la red que se generará, que no existe medida de mitigación que permita garantizar un nivel de competencia sana, como tampoco que garantice el ingreso de un nuevo actor que intente desafiar al incumbente en estas dos rutas.

## 6. REFERENCIAS

Agostini, Claudio, "La organización industrial del transporte aéreo en Chile". Revista de Análisis Económico, Vol. 23, N°1 (Junio 2008), pp. 35-84.

González, Aldo. "Estudio sobre el mercado aéreo de transporte de pasajeros en Latinoamérica". Regional Competition Center. 2013.

889

González, Aldo. "Barreras a la entrada en el mercado aéreo". Documento de trabajo N°280 Departamento de Economía, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. (2008).

Mifsud, Paul V. 'Metal Neutrality and the Nation-Bound Airline Industry'. Air and Space Law 36, no. 2 (2011): 117–130.