



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2020 - Año del General Manuel Belgrano

**Resolución**

**Número:** RESOL-2020-613-APN-SCI#MDP

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Martes 24 de Noviembre de 2020

**Referencia:** EX-2020-62221195- -APN-DR#CNDC - CONC. 1737

---

VISTO el Expediente N° EX-2020-62221195- -APN-DR#CNDC, y

**CONSIDERANDO:**

Que en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, en virtud de lo dispuesto por la integración armónica de los Artículos 7° a 17 y 80 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada el día 11 de diciembre de 2019, consistente en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre la firma NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U., por parte de la firma JETSMART HOLDING LIMITED.

Que la transacción se estructuró mediante la adquisición por parte de la firma JETSMART HOLDING LIMITED y su afiliada la firma INDIGO ARGENTINA PARTNERS LIMITED del CIENTO POR CIENTO (100 %) de las acciones con derecho a voto en la firma NORWEGIAN AIR ARGENTINA HOLDING S.A., siendo esta entidad la única tenedora de acciones emitidas por la firma NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U.

Que el cierre de la transacción tuvo lugar el día 4 de diciembre de 2019.

Que las empresas involucradas notificaron la operación de concentración económica, en tiempo y forma, conforme a lo previsto en los Artículos 9° y 84 de la Ley N° 27.442, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del inciso c) del Artículo 7° de la Ley N° 27.442.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera

la suma correspondiente a CIEN MILLONES (100.000.000) de unidades móviles —monto que, a partir del dictado de la Resolución N° 145 de fecha 24 de abril de 2019 de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO, equivale a PESOS DOS MIL MILLONES SEISCIENTOS CUARENTA MIL (\$ 2.640.000.000)—, lo cual se encuentra por encima del umbral establecido en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442.

Que, en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 8° de la Ley N° 27.442, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar un perjuicio al interés económico general.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA emitió el Dictamen de fecha de 26 de febrero de 2020, correspondiente a la “CONC. 1737”, aconsejando a la señora Secretaria de Comercio Interior autorizar la operación de concentración económica notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre la firma NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U., por parte de la firma JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 14 de la Ley N° 27.442.

Que, asimismo, la mentada Comisión Nacional, emitió el Dictamen Complementario de fecha 19 de noviembre de 2020, correspondiente a la “CONC. 1737”, mediante el cual, luego de realizar un análisis profundizado del mercado relevante de la operación, sostuvo la pertinencia del análisis realizado en el Dictamen de fecha 26 de febrero de 2020.

Que la suscripta comparte los términos de los mencionados dictámenes, a los cuales cabe remitirse en honor a la brevedad, considerándolos como parte integrante de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Legales de Comercio y Minería, dependiente de la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442, el Artículo 5° del Decreto N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y el Decreto N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios.

Por ello,

LA SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorízase la operación de concentración económica notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre la firma NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U., por parte de la firma JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 14 de la Ley N° 27.442.

ARTÍCULO 2°.- Considérase al Dictamen de fecha 26 de febrero de 2020 y al Dictamen Complementario de

fecha 19 de noviembre de 2020, correspondientes a la “CONC. 1737”, emitidos por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, identificados como Anexos IF-2020-12587310-APN-CNDC#MDP e IF-2020-80250060-APN-CNDC#MDP, respectivamente, los cuales forman parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Notifíquese a las firmas interesadas.

ARTÍCULO 4º.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by ESPAÑOL Paula Irene  
Date: 2020.11.24 15:07:05 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Paula Irene ESPAÑOL  
Secretaría  
Secretaría de Comercio Interior  
Ministerio de Desarrollo Productivo



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2020 - Año del General Manuel Belgrano

**Dictamen firma conjunta**

**Número:** IF-2020-12587310-APN-CNDC#MDP

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Miércoles 26 de Febrero de 2020

**Referencia:** Conc. 1737 | Dictamen Art. 14, inc. (a), Ley N° 27.442

---

**SEÑORA SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR**

Elevamos para su consideración el presente dictamen, referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el expediente EX-2019-109509416- -APN-DGD#MPYT del Registro del ex Ministerio de Producción y Trabajo, caratulado: “*CONC.1737 - JetSMART Holdings Limited e Indigo Argentina Partners Limited S/NOTIFICACIÓN ART. 9 DE LA LEY N° 27.442.*”

**I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES**

1. El día 11 de diciembre de 2019, esta Comisión Nacional recibió la notificación de una operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. (en adelante, “NORWEGIAN ARG”) por parte de JETSMART HOLDING LIMITED (en adelante, “JETSMART”).
2. NORWEGIAN ARG es una aerolínea *low cost* dedicada al transporte aéreo de pasajeros de cabotaje, que opera regularmente numerosas rutas aéreas en la República Argentina.
3. En cuanto a JETSMART, es un vehículo jurídico que a su vez controla a JETSMART AIRLINES S.A. (en adelante, “JETSMART ARG”), también una aerolínea *low cost* que ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros de cabotaje en la República Argentina. JETSMART ARG es integrante de una aerolínea regional articulada alrededor de JETSMART, la cual cuenta con operaciones en la República Argentina y Chile —país donde opera a través de JETSMART AIRLINES SPA.
4. JETSMART es controlada por INDIGO PARTNERS, LLC., un fondo estadounidense de inversión en *private equity* enfocado en el transporte aéreo.<sup>1</sup>
5. La transacción se estructuró mediante la adquisición por parte de JETSMART, y su afiliada INDIGO ARGENTINA PARTNERS LIMITED, del 100% de las acciones con derecho a voto en NORWEGIAN AIR

ARGENTINA HOLDING S.A. —entidad legal que es la única tenedora de acciones emitidas por NORWEGIAN ARG.

6. Hasta la implementación de la transacción, los accionistas de NORWEGIAN AIR ARGENTINA HOLDING S.A. —y controlantes de NORWEGIAN ARG— eran NORWEGIAN AIR SHUTTLE ASA y NORWEGIAN AIR UK LIMITED.

7. Conforme lo expuesto, la operación resulta en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN ARG por JETSMART.

8. El cierre de la transacción tuvo lugar el día 4 de diciembre de 2019. La operación se notificó en tiempo y forma.<sup>2</sup>

## II. EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN NOTIFICADA

### II.1. Naturaleza de la operación

9. La presente operación implica la adquisición por parte de JETSMART del control exclusivo de NORWEGIAN ARG.

10. En la Tabla 1 se consignan exclusivamente las empresas afectadas en la operación notificada, junto a una concisa descripción de la actividad empresarial que desarrolla cada una en el país.

**Tabla 1.** Actividades desarrolladas por las empresas afectadas en la República Argentina

Empresa	Actividad Económica
<i>Grupo Comprador</i>	
<b>JETSMART AIRLINES S.A.</b>	Ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros de cabotaje, en las siguientes rutas aéreas: <ul style="list-style-type: none"><li>- Buenos Aires–Iguazú</li><li>- Buenos Aires–Salta</li><li>- Buenos Aires–Tucumán</li><li>- Buenos Aires–Mendoza</li><li>- Buenos Aires–Córdoba</li><li>- Buenos Aires–Neuquén</li><li>- Buenos Aires–San Carlos de Bariloche</li><li>- Buenos Aires–Ushuaia</li><li>- Córdoba–Salta</li><li>- Córdoba–Neuquén</li><li>- Córdoba–San Carlos de Bariloche</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Córdoba–Iguazú</li> <li>- Córdoba–Tucumán</li> <li>- Mendoza–Neuquén</li> <li>- Mendoza–Salta</li> <li>- Mendoza–Rosario</li> <li>- Mendoza–San Carlos de Bariloche</li> <li>- Mendoza–Iguazú</li> <li>- Mendoza–Tucumán</li> <li>- Iguazú–Salta</li> <li>- Iguazú–Rosario</li> <li>- Neuquén–Salta</li> <li>- San Carlos de Bariloche–Tucumán</li> <li>- San Carlos de Bariloche–Salta</li> <li>- Neuquén–Rosario.</li> </ul>
<b>JETSMART AIRLINES SPA (Chile)</b>	Ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros entre Chile y Argentina.
<i>Objeto</i>	
<b>NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U.</b>	<p>Ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros de cabotaje, en las siguientes rutas aéreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenos Aires–Iguazú</li> <li>- Buenos Aires–Salta</li> <li>- Buenos Aires–Jujuy</li> <li>- Buenos Aires–Mendoza</li> <li>- Buenos Aires–Córdoba</li> <li>- Buenos Aires–Neuquén</li> <li>- Buenos Aires–San Carlos de Bariloche</li> <li>- Buenos Aires–Ushuaia.</li> </ul>

Fuente: CNDC sobre información aportada por las partes en el presente expediente.

11. Como se desprende de la tabla precedente, la presente operación es de naturaleza horizontal, dado que las empresas involucradas compiten en el servicio de transporte aéreo de pasajeros.

12. Considerando el enfoque origen-destino, la operación presenta superposiciones en las rutas: (i) Buenos Aires–Iguazú, (ii) Buenos Aires–Salta, (iii) Buenos Aires–Mendoza, (iv) Buenos Aires–Córdoba, (v) Buenos Aires–Neuquén y (vi) Buenos Aires - San Carlos de Bariloche.

13. Cabe destacar que si bien se identifica una superposición adicional en la ruta Buenos Aires– Ushuaia, JETSMART ARG comenzó a operar en la misma recientemente —el 22 de noviembre de 2019—, por lo que



<b>Var IHH</b>	<b>52</b>	<b>64</b>	<b>172</b>	<b>99</b>	<b>61</b>	<b>52</b>
----------------	-----------	-----------	------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Información provista por las partes notificantes en base a datos provistos por la Administración Nacional de Aviación (ANAC).

16. Conforme se desprende de la Tabla 2, en las rutas Buenos Aires–Iguazú, Buenos Aires–Salta, Buenos Aires–Neuquén y Buenos Aires–Bariloche, las cuotas conjuntas de las empresas involucradas se encuentran por debajo del 20%. En tal sentido, los «Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas»<sup>4</sup> (en adelante, “Lineamientos”) indican que si la participación de mercado conjunta de las empresas involucradas es menor al 20%, la operación no debería generar preocupación en términos de reducción de la competencia.

17. En referencia a la ruta Buenos Aires–Mendoza, la participación nacional combinada de JETSMART ARG y NORWEGIAN ARG es igual a 25,5%, enfrentando al líder del mercado, AEROLÍNEAS ARGENTINA, y a LATAM, las cuales en forma conjunta concentran cerca del 65% mercado, entre otras empresas con cuotas que se encuentran por debajo del 8%, como FLYBONDI y ANDES.

18. Cabe destacar que el rápido y sólido ingreso de NORWEGIAN ARG a la ruta Buenos Aires–Mendoza, en la que se encuentra presente hace poco más de un año, evidencia que las barreras de ingreso son bajas.

19. Por su parte, en la ruta Buenos Aires–Córdoba, la participación conjunta supera levemente el 20%. Tal como sucede en el resto de las rutas afectadas, las empresas involucradas enfrentan el liderazgo de AEROLÍNEAS ARGENTINAS, en este caso con una cuota que ronda el 55% del mercado, seguido por LATAM (15,72%) y otros competidores con cuotas menores —FLYBONDI y ANDES.

20. Considerando que el aumento que se produce en el IHH es menor a 150 puntos y que la participación conjunta de las empresas involucradas es inferior al 50%, como surge de los Lineamientos citados, la operación bajo análisis no despierta preocupación desde el punto de vista de defensa de la competencia en la ruta Buenos Aires–Córdoba.

21. Por todo lo expuesto, la presente operación no tendría la capacidad de restringir o distorsionar la competencia en la prestación de servicios de transporte aéreo de pasajeros en ninguna de las rutas afectadas, de modo que pueda resultar un perjuicio para el interés económico general.

### **II.3. Cláusulas de Restricciones**

22. Habiendo analizado la documentación aportada, esta Comisión Nacional advierte la presencia de cláusulas restrictivas de la competencia, las cuales se encuentran estipuladas en la «Oferta Irrevocable N<sup>o</sup> 1/2019», celebrado entre NORWEGIAN AIR SHUTTLE ASA y NORWEGIAN AIR UK LIMITED, por un lado, y JETSMART e INDIGO ARGENTINA PARTNERS LIMITED, por el otro.

23. El «Artículo 6.5 (a) | Obligación de no competir; obligación de no realizar propuestas de trabajo», estipulado en la oferta mencionada en el párrafo anterior, establece en primer término que NORWEGIAN AIR SHUTTLE ASA, NORWEGIAN AIR UK LIMITED y sus afiliadas se comprometen —por un período de CINCO (5) AÑOS a partir de la fecha de cierre de la transacción— a (i) no establecer una aerolínea de

corta distancia en América del Sur (en adelante, el “Negocio Competitivo”); (ii) asistir a terceros para que se dediquen al Negocio Competitivo; o (iii) adquirir instrumentos de capital en empresas que se dediquen al Negocio Competitivo.

24. La sub-sección (b) de la cláusula mencionada dispone que NORWEGIAN AIR SHUTTLE ASA, NORWEGIAN AIR UK LIMITED y sus afiliadas se comprometen—por un periodo de DOS (2) AÑOS a partir de la fecha de cierre de la transacción— a (i) no alentar, inducir o intentar que un empleado de NORWEGIAN AIR cese su relación laboral con la compañía, (ii) ni contratar a un empleado de la compañía objeto de la operación notificada.

25. En este caso, y según se ha expuesto en la sección precedente, esta Comisión no ha encontrado elementos de preocupación respecto de la operación notificada y, habiendo evaluado los criterios de necesidad, vinculación, duración, partes involucradas y alcance, no existen objeciones que formular a las restricciones estipuladas, tal como han sido acordadas en el marco de la transacción —en las condiciones y términos ya reseñados.

### **III. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO**

26. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración, conforme lo previsto en los Arts. 9 y 84 de la Ley N° 27.442, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

27. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Art. 7, inc. (c), de la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia.

28. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera la suma correspondiente a cien millones (100.000.000) de unidades móviles —monto que, a partir del dictado de la Resolución SCI 145/2019, equivale a PESOS DOS MIL MILLONES SEISCIENTOS CUARENTA MIL (\$2.640.000.000)—, lo cual se encuentra por encima del umbral establecido en el Art. 9 de la Ley N° 27.442, y la transacción no resulta alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.<sup>5</sup>

### **IV. PROCEDIMIENTO**

29. El día 11 de diciembre de 2019, JETSMART e INDIGO ARGENTINA PARTNERS LIMITED notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación del Formulario F1 correspondiente.

30. El día 27 de diciembre de 2019 —y tras analizar las presentaciones efectuadas—, esta Comisión Nacional consideró que la información presentada se hallaba incompleta, formulando observaciones al F1 y haciéndoles saber a las partes que el plazo previsto en el Art. 14 de la Ley N° 27.442 no comenzaría a correr hasta tanto no dieran cumplimiento a lo solicitado. Este proveído fue notificado el día 2 de enero de 2019.

31. Con fecha 9 de enero de 2020, y en virtud de lo estipulado por el Art. 17 de la Ley N° 27.442, se solicitó a la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE AVIACIÓN CIVIL (en adelante, “ANAC”) que se expida con

relación a la operación en análisis.

32. En relación a lo consignado en el párrafo anterior, cabe destacar que ANAC no ha brindado una respuesta a la intervención que oportunamente se les solicitara, por lo que —conforme a lo previsto en el ya citado Art. 17 de la Ley N° 27.442 y su normativa complementaria— se considera en este acto que no tienen objeción alguna que formular a la misma.

33. Finalmente, con fecha 7 de febrero de 2020, las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado, y comenzando a correr el plazo establecido en el Art. 14 de Ley N° 27.442 el día hábil posterior al enunciado.

## V. CONCLUSIONES

34. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 8 de la Ley N° 27.442, al no restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

35. Por ello, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia aconseja a la Señora Secretaria de Comercio Interior autorizar la operación notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. por parte de JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 14, inc. (a), de la Ley N° 27.442.

---

<sup>1</sup> El fundador y socio gerente de INDIGO PARTNERS, LLC. —fondo que también controla a la aerolínea low cost norteamericana Frontier Airlines— es el Sr. William “Bill” Franke.

<sup>2</sup> Ver la presentación de fecha 3 de enero de 2020 (N° de Orden 15, pág. 123/125).

<sup>3</sup> Ver Dictamen N° 1319 del 25 de agosto de 2016, correspondiente al Expediente S01: 0242000/2012 caratulado “LAN AIRLINES S.A.; COSTA VERDE AERONÁUTICA S.A. E INVERSIONES MINERAS DEL CANTÁBRICO S.A. Y TAM S.A. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. N° 1006)” y Dictamen N° 1094 del 12 de diciembre de 2014, correspondiente al Expediente S01: 0252139/2010 caratulado “IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA S.A. Y BRITISH AIRWAYS PIC S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. N° 840)”.

<sup>4</sup> Los «Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas» fueron aprobados por la Resolución SC N° 208/2018 de fecha 11 de abril de 2018.

<sup>5</sup> Al respecto, conviene destacar que la Ley N° 27.442 establece en su Art. 85 que “A los efectos de la presente ley defínase a la unidad móvil como unidad de cuenta. El valor inicial de la unidad móvil se establece en veinte (20) pesos, y será actualizado automáticamente cada un (1) año utilizando la variación del índice de precios al consumidor (IPC) que publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) o el indicador de inflación oficial que lo reemplace en el futuro. La actualización se realizará al último día hábil de cada año, entrando en vigencia desde el momento de su publicación. La Autoridad Nacional de la Competencia publicará el valor actualizado de la unidad móvil en su página web”. El 25 de abril de 2019, el Secretario de Comercio Interior dictó la Resolución 145/2019, que en su Art. 1 establece “... para el año 2019 el valor de la unidad móvil definida en el Artículo 85 de la Ley N° 27.442, en la suma de PESOS VEINTISÉIS CON CUARENTA CENTAVOS (\$ 26,40).”.

---

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2020.02.21 15:52:48 -03:00

Eduardo Stordeur  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2020.02.21 16:24:21 -03:00

María Fernanda Vieceus  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2020.02.26 14:50:55 -03:00

Rodrigo LUCHINSKY  
Presidente  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL  
ELECTRONICA - GDE  
Date: 2020.02.26 14:51:29 -03:00



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2020 - Año del General Manuel Belgrano

**Dictamen firma conjunta**

**Número:** IF-2020-80250060-APN-CNDC#MDP

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Jueves 19 de Noviembre de 2020

**Referencia:** Conc. 1737 - Dictamen Complementario

---

**SEÑORA SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR**

Elevamos para su consideración el presente dictamen complementario, referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el expediente EX-2020-62221195- -APN-DR#CNDC del Registro del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, caratulado: **“JetSMART Holdings Limited e Indigo Argentina Partners Limited S/NOTIFICACIÓN ART. 9 DE LA LEY N° 27.442.”**

**I. ANTECEDENTES**

1. El día 11 de diciembre de 2019, esta Comisión Nacional recibió la notificación de una operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. (en adelante, “NORWEGIAN ARG”) por parte de JETSMART HOLDING LIMITED (en adelante, “JETSMART”).
2. NORWEGIAN ARG es una aerolínea *low cost* dedicada al transporte aéreo de pasajeros de cabotaje, que opera regularmente numerosas rutas aéreas en la República Argentina.
3. En cuanto a JETSMART, es un vehículo jurídico que a su vez controla a JETSMART AIRLINES S.A. (en adelante, “JETSMART ARG”), también una aerolínea *low cost* que ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros de cabotaje en la República Argentina. JETSMART ARG es integrante de una aerolínea regional articulada alrededor de JETSMART, la cual cuenta con operaciones en la República Argentina y Chile —país donde opera a través de JETSMART AIRLINES SPA.
4. La transacción se estructuró mediante la adquisición por parte de JETSMART, y su afiliada INDIGO ARGENTINA PARTNERS LIMITED, del 100% de las acciones con derecho a voto en NORWEGIAN AIR ARGENTINA HOLDING S.A. —entidad legal que es la única tenedora de acciones emitidas por NORWEGIAN ARG.
5. Con fecha 26 de febrero de 2020, esta Comisión Nacional emitió su Dictamen IF-2020- 12587310-APN-CNDC#MDP, en el cual recomendó a la Señora Secretaria de Comercio Interior autorizar la operación notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. por parte de JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 14, inc. (a), de la Ley N.º 27.442.

**II. PROCEDIMIENTO A PARTIR DEL DICTADO DEL DICTAMEN N° IF-2020-12587310-APN-CNDC#MDP**

6. El 17 de julio de 2020, la Subsecretaría de Políticas para el Mercado Interno del Ministerio de Desarrollo Productivo remitió las presentes actuaciones mediante providencia PV-2020-45894854-APN-SSPMI#MDP, señalando que “... *dado que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA posee actualmente una nueva composición de sus miembros, se remiten las actuaciones de la referencia para su tratamiento por la totalidad de los nuevos integrantes de la mentada Comisión.*”

7. Ahora bien, sin perjuicio de sostener lo oportunamente recomendado en su dictamen del 26 de febrero de 2020, esta Comisión Nacional estima necesario expedirse sobre la definición del mercado relevante de la operación.

## **II.1. Definición del Mercado Relevante**

8. El dictamen elaborado previamente por esta CNDC, había analizado la operación considerando que, en el servicio de transporte aéreo de pasajeros a nivel nacional, cada ruta constituye un mercado relevante en sí mismo, entendiéndose por ruta a una determinada combinación de ciudades origen-destino (enfoque «O&D»).

9. Dada las participaciones de mercado de las firmas involucradas, y en virtud de lo dispuesto por los “Lineamientos para el Control de Concentraciones Económicas”, esta Comisión Nacional no creyó necesario profundizar el análisis con el objeto de formular una definición de mercado relevante en sentido estricto. Sin embargo, dada la dinámica y cambios que han experimentado las políticas comerciales de las líneas aéreas tanto a nivel internacional como —de manera más incipiente— a nivel local producto de la mayor presión competitiva que los modelos de negocios de las aerolíneas *low cost* comenzaron a ejercer, se estimó pertinente reconsiderar el análisis y profundizar el mismo.

### **II.1.1. Análisis de jurisprudencia internacional y nacional**

10. En términos generales, las aerolíneas *low cost* o de bajo costo penetraron los mercados del transporte aéreo ofreciendo pasajes baratos, punto a punto, sin servicios complementarios, operando principalmente en rutas de corta distancia donde había suficiente demanda potencial por parte de consumidores sensibles a los precios. Las aerolíneas *low cost* logran costos operativos más bajos que las aerolíneas tradicionales, recortando servicios complementarios e incurriendo en menores costos aeroportuarios y de marketing y publicidad, lo que les permite ofrecer tarifas más económicas vendiendo sólo el pasaje, con la opción de que los pasajeros puedan agregar los servicios adicionales a diferentes precios.

11. Habiendo relevado y revisado jurisprudencia internacional de la Comisión Europea<sup>1</sup> y de la agencia regulatoria del Brasil, el Consejo Administrativo de Defensa Económica (CADE),<sup>2</sup> no se ha hallado en ningún caso que en la definición de mercado relevante interviniera un criterio que diferenciara estrictamente entre empresas *low cost* y no *low cost*. Sin embargo, hay un criterio que se considera en el análisis en el que puede encontrarse implícita esa distinción, que es la diferenciación entre grupos de pasajeros. Dicho criterio permite establecer dos grupos de pasajeros: pasajeros sensibles al tiempo o *premium*, y pasajeros no sensibles al tiempo o no *premium*.

12. El primer grupo incluye a aquellos pasajeros que tienden a viajar por asuntos de negocios (clientes corporativos) y que, por lo general, necesitan de mayor flexibilidad con sus tickets aéreos para poder realizar cambios, lo que implica, por ejemplo, contar con la posibilidad de cancelación sin penalización y a costo cero, poder modificar el horario de partida, entre otras. Por lo tanto, están dispuestos a pagar mayores precios por esta flexibilidad. Por su parte, los pasajeros no sensibles al tiempo —no *premium*— son aquellos que viajan principalmente por ocio/placer y/o fines recreativos, para visitar amigos y familiares, reservando con bastante tiempo de anticipación sus billetes, por lo que contar con flexibilidad en sus reservas y en sus tickets no es una necesidad, de modo que le asignan mayor importancia al precio del mismo y son más sensibles ante sus variaciones.

13. Cuando se revisa la jurisprudencia a nivel nacional, esta Comisión Nacional ha tenido en cuenta el criterio mencionado tanto en sus investigaciones como en el análisis de la operación entre AEROLINEAS ARGENTINAS y ALITALIA.<sup>3</sup> Sin embargo, también se ha verificado que las aerolíneas no cuentan con información que les permita distinguir estrictamente entre los pasajeros sensibles al tiempo o *premium* y los no *premium*. En dicho caso se concluyó

que la variable que puede considerarse como estimativa para clasificar entre distintos tipos de pasajeros se vincula con el tipo de tarifa (turística vs. ejecutiva), por encontrarse asociada a los servicios ofrecidos y/o incluidos por cada operador.

14. Adicionalmente, la autoridad europea ha concluido en diversos casos, particularmente en los más recientes, que los límites entre los pasajeros sensibles y no sensibles al tiempo se ha vuelto cada vez más difusa a lo largo de los años, existiendo un espectro más amplio de pasajeros, con varias combinaciones de preferencias relativas al precio, flexibilidad del billete y frecuencia de los vuelos. En particular, en el Caso No. M.7541 - IAG / AER LINGUS,<sup>4</sup> la investigación de mercado llevada a cabo le ha permitido concluir que no era apropiado distinguir entre ambos grupos de pasajeros en vuelos de corta distancia (párrafo 28) y que, en su lugar, resultaba oportuno considerar un mercado que comprenda a la totalidad de pasajeros. Un análisis similar, pero sin diferenciar tan taxativamente entre rutas de corta y larga distancia, se realizó en el Caso No. M.6663 – RYANAIR / AER LINGUS III.<sup>5</sup>

15. Para llegar a dicha conclusión se basaron en aseveraciones realizadas por las partes y terceros, referidas a que en los últimos años el límite se ha vuelto difuso, a partir de que todos los pasajeros, en general, se han tornado más sensibles al precio, especialmente en períodos de bajo crecimiento económico, y que cada vez son más los clientes corporativos que buscan precios bajos.<sup>6</sup> A su vez, manifestaron que en vuelos de corta distancia la diferenciación se ha vuelto, de cierto modo, artificial, dado que no se observa la existencia de grandes diferencias en los servicios ofrecidos a distintos tipos de pasajeros (como por ejemplo, el caso de los servicios diferenciales disponibles para pasajeros sensibles, como las comidas incluidas, revistas, diarios, entre otros, que también están disponibles para los pasajeros no sensibles con un *upgrade* de la tarifa).

16. En definitiva, lo que resulta relevante considerar es si los servicios ofrecidos por las diferentes aerolíneas en rutas de corta distancia tienden o no a converger y, como sostiene la Comisión Europea en el citado caso, ello efectivamente se verifica (párrafo 292) de modo que tanto operadores *low cost* como no *low cost* tienden a ofrecer servicios más comparables a los ojos de los clientes.

17. En el caso de la operación bajo análisis, cabría preguntarse si tanto AEROLINEAS ARGENTINAS como LATAM podrían ser considerados competidores directos y/o cercanos de las empresas involucradas. Previo al ingreso de las firmas fusionadas, ambas tradicionalmente consideradas como operadores *low cost*, las empresas existentes en el mercado ofrecían distintas tarifas asociadas a una mayor o menor flexibilidad, según el caso, y a la oferta de servicios diferentes, cubriendo así a todos los tipos de pasajeros. Dicha política o modelo de negocios tuvo que profundizarse a partir del ingreso reciente de las aerolíneas *low cost* al mercado argentino, que hizo que rápidamente las aerolíneas establecidas en el país se adaptaran al esquema de tarifas por aquellas ofrecidas, readecuando el mismo para poder competir de manera más directa —en particular, para no perder pasajeros sensibles al precio.

18. De esta manera, el esquema de análisis tradicional, que podría relacionar a operadores *low cost*, atendiendo pasajeros no sensibles al tiempo, y a operadores no *low cost* captando los clientes sensibles al tiempo —especialmente para vuelos de cabotaje y/o de corta distancia— a nivel nacional, dejaría de ser sostenible, conforme a los criterios internacionales expuestos.

### **II.1.2. Modelo de negocios y estructura tarifaria de las empresas**

19. A efectos de reunir evidencia respecto de los aspectos previamente señalados para el caso bajo análisis, a continuación, se analiza el modelo de negocios con el que opera la compradora, JETSMART, y la estructura tarifaria con la que participa en el mercado, a partir de que la tarifa es la variable que nos permite aproximarnos a una clasificación entre distintos tipos de pasajeros. El mismo análisis se efectuará con respecto a AEROLÍNEAS ARGENTINAS S.A. (en adelante, “AA”), principal jugador del mercado y considerado un operador no *low cost* en el análisis tradicional. También se presentará, a fines comparativos, el modelo con el que opera en el país FB LÍNEAS AÉREAS S.A. (en adelante, “FB”), otra de las empresas definidas como *low cost* que ingresaron al mercado argentino en el último tiempo.

20. Cada aerolínea tiene su modelo de negocio en particular. Tanto JETSMART como FB se basan en el concepto de pagar únicamente por lo que se usa, ofreciendo una tarifa base que incluye únicamente el viaje con un bolso de mano, a la que se le adicionan costos asociados a beneficios opcionales: transporte de equipaje de mano, equipaje en bodega, selección de asiento, embarque prioritario, impresión de tarjeta de embarque (pre *check in*), menú a bordo, entre otros.

21. JETSMART ofrece dos posibilidades: una, que consiste en ir sumando los beneficios opcionales individualmente a la tarifa aérea base (denominada tarifa SMART), y otra, los llamados «packs JetSMART» a través de los cuales se ofrecen un conjunto o “*pack*” de beneficios adicionales con un descuento: Vuelo ligero, Pack SMART y Pack FULL. Los mismos se muestran en el Cuadro 1.

Cuadro 1: JETSMART. Modelo de negocio y esquema de tarifas

CONCEPTO	Vuela ligero	Pack SMART	Pack FULL
Tarifa aérea (*)	si	si	si
bolso de mano (1)	si	si	si
equipaje de mano (2)	no	si	si
equipaje facturado (3)	no	si	si
asiento estándar (4)	no	si	si
embarque prioritario (5)	no	si	si
impresión tarjeta de embarque (6)	no	no	si
flexiSMART (costo 0) (7)	si	si	si

Referencias: (1) Equipaje que puede llevarse a bordo durante el viaje, incluido en la tarifa aérea (Tarifa SMART). (2) Equipaje que puede llevarse a bordo durante el viaje en la cabina del avión (*carry on*). (3) La maleta facturada en la bodega del avión. (4) Fila 15 a 32. (5) Ahorro de la fila y embarque al avión antes que todos los demás pasajeros. (6) Impresión de la tarjeta de embarque en el *counter* de aeropuerto. (7) Posibilidad de modificar la reserva por una vez hasta una hora antes del vuelo sin pagar el cargo por cambio. Aplica diferencia tarifaria si corresponde.

(\*) Detalles de la tarifa

Tarifa	SMART. Es el monto que se paga por volar de un tramo a otro. Siempre incluye el bolso de mano.
Bolso de Mano	Equipaje incluido.
Equipaje de Mano (h/ 10 kg.)	Costo adicional.
Equipaje Facturado (h/ 23kg)	Costo adicional, con posibilidad de agregar hasta cinco maletas.
Selección de asientos	Asignación aleatoria sin costo adicional. Selección de asiento con costo adicional, diferente según la fila seleccionada.
Cambios	Permitidos cambios de nombre, vuelo, fecha y ruta, con costo adicional.
Devolución	No admite devoluciones o reembolsos de pasaje ni opcionales. Solo devolución de tasas de embarque.
Otros servicios (Embarque prioritario, impresión de tarjeta de embarque, congelamiento de precio de reserva por 24 o 48 horas y menú a bordo.	Costo adicional.

Fuente: elaboración propia, en base a información obrante en la página web de la empresa: <https://jetsmart.com/ar/es>.

22. Por su parte, FB, al igual que la JETSMART, ofrece una tarifa única que permite viajar al pasajero sólo con equipaje de mano, a la cual en el proceso de compra se le van adicionando sucesivos valores en función de los servicios que decidan agregarse: transporte de equipaje en cabina, equipaje en bodega, embarque preferente, impresión de tarjeta de embarque, elección de asiento. También ofrece menú de servicio a bordo de *snacks* que se pueden adquirir con anticipación.

Cuadro 2: FLYBONDI. Modelo de negocio y esquema de tarifas

<u>TARIFA BASE</u>			
· Equipaje de mano (hasta 6 Kg.)	incluido		

<u>Opcionales a facturar individualmente:</u>			
· Equipaje en cabina (Carry-on) (hasta 9 Kg.):	costo adicional		
· Equipaje en bodega (hasta 12 Kg. o hasta 20Kg.)	costo adicional, con posibilidad de agregar hasta dos maletas de 20 Kg.		
· Embarque preferente	costo adicional		
· Impresión tarjeta de embarque (pre pago check-in)	costo adicional		
· Elección asiento	costo adicional, diferente según fila.		

Fuente: elaboración propia, en base a información obrante en el sitio web de la empresa: <https://flybondi.com/ar>.

23. AA, en cambio, ofrece directamente un esquema de tarifas en el que las mismas se diferencian en virtud de la posibilidad de incluir o no tres servicios adicionales: transporte de equipaje de mano, transporte de equipaje en bodega, y posibilidad de devolución de pasaje. A diferencia de JETSMART y FB, la selección de asiento es un servicio que viene incluido en cada tarifa, en tanto que tampoco se analizan las opciones de embarque preferente y de impresión de tarjeta de embarque, que se realiza por defecto. No obstante, al igual que ambas firmas mencionadas, AA ofrece una tarifa PROMO, que es la que permite viajar solamente con bolso de mano, y es la equivalente a la tarifa SMART de JETSMART y la tarifa base de FB, como así también la posibilidad de incluir a la misma con costo adicional el transporte de una maleta en bodega, siendo otra opción con un precio diferente a las tarifas ofrecidas. Estas tarifas se muestran en el Cuadro 3.

Cuadro 3: AEROLINEAS ARGENTINAS. Modelo de negocio y esquema de tarifas

CONCEPTO	PROMO	BASE	PLUS	FLEX	PREMIUM ECONOMY
Selección de asiento	si	Si	si	si	si
Equipaje de mano	no	Si	si	si	si
Equipaje en bodega	con cargo	con cargo	1 pieza de 15kg	2 piezas de 15kg	2 piezas de 23kg

Cambio de pasajes	Permite (*)				
Devolución de pasajes	no	No	\$ 1.000	si	si
Millas Aerolíneas Plus	si	Si	si	si	si

Referencias: (\*) Un cambio permitido sin penalidad ni diferencia de tarifa para emisiones hasta el 31 de agosto de 2020, siempre que se respete la temporada del ticket original y el regreso sea antes del 15 de diciembre de 2021.

Fuente: elaboración propia, en base a información obrante en el sitio web de la empresa: <https://www.aerolineas.com.ar/>

24. La variable restante que marca una diferenciación entre las tarifas ofrecidas tiene que ver con la posibilidad de devolución de pasajes, incluida a partir de la tarifa PLUS, con cargo adicional, y en las dos tarifas restantes que ofrecen mayor flexibilidad a los pasajeros: FLEX y PREMIUM ECONOMY. En este sentido, AA cubre ampliamente a este tipo de pasajeros sensibles al tiempo o *premium* las tarifas mencionadas más elevadas, a diferencia de JETSMART y FB, que no tienen una política de devolución de pasajes. En cuanto a la política de cambio de pasajes, las tres empresas tienen una política similar de incluir en todas sus tarifas dicha opción con un costo adicional.<sup>7</sup>

25. En resumen, en el caso de FB cada servicio es facturado de manera opcional y con un cargo adicional, mientras que JETSMART, si bien también permite la suma de cargos por cada servicio añadido, paralelamente ofrece paquetes que incluyen dichos beneficios de manera conjunta, dando lugar a una tarifa diferente y, evidenciando con ello, un esquema de tarifas en los que le permite ubicar su modelo de negocios entre aquellos exhibidos por FB, por un lado, y AA, por otro.

26. Asimismo, se desprende de lo mencionado anteriormente, que las líneas aéreas incluidas en el presente análisis ofrecen una variedad muy amplia de opciones de vuelo con distintas prestaciones y precios. La incorporación de la tarifa PROMO a la oferta de AA y una política más flexible en cuanto a la compra anticipada de equipaje adicional, le permitió adecuarse a una oferta más competitiva y volvió más difusa la categorización de cada aerolínea entre opciones *low cost* y no *low cost*, así como la clasificación de los viajeros en cuanto a aquellos que son más o menos sensibles al tiempo, según el tipo de pasaje adquirido.

### II.1.3. Análisis comparativo de tarifas ofrecidas por las empresas

27. En esta sección se procederá a analizar las tarifas vigentes ofrecidas por las tres aerolíneas presentadas en la sección precedente, sobre la base de un relevamiento de tarifas realizado por esta Comisión Nacional en septiembre de 2020 a los fines del presente análisis, para cada una de las rutas consideradas en la presente operación de concentración económica:<sup>8</sup>

i) Buenos Aires – Puerto Iguazú; ii) Buenos Aires – Salta; iii) Buenos Aires – Córdoba; iv) Buenos Aires – Mendoza; v) Buenos Aires – Neuquén, y vi) Buenos Aires – San Carlos de Bariloche.

28. A continuación, se lleva a cabo un análisis de las tarifas que exhiben las diferentes aerolíneas, a fin de determinar si las mismas podrían fundamentar una segmentación de mercado entre aerolíneas *low cost* y no *low cost* y, en última instancia, su tratamiento como mercados relevantes separados.

29. Con este propósito, en primer lugar, se decidió agrupar las tarifas relevadas en 4 grupos, en función de los servicios ofrecidos por cada aerolínea, incluidos en cada tarifa, tomando como base y referencia el esquema tarifario presentado por AA. Cada grupo de tarifas<sup>9</sup> para llevar a cabo la comparación entre las aerolíneas se define de la siguiente manera:

TARIFA 1: vuelo con bolso de mano únicamente. AA, además, incluye el servicio de selección de asientos, sin posibilidad de quitarlo. FB y JETSMART ofrecen dicho servicio con un costo adicional.

TARIFA 2: Vuelo con equipaje de mano en cabina.<sup>10</sup>

TARIFA 3: Vuelo con equipaje de mano y equipaje en bodega facturado, incluyendo elección de asiento estándar, embarque preferente o prioritario e impresión de tarjeta de embarque.<sup>11 12</sup>

TARIFA 4: Incluye las dos tarifas ofrecidas por AA que contemplan como opción la devolución del pasaje sin cargo alguno, además ofrecer el transporte de dos maletas en cada caso, y en la última con mayor kilaje.<sup>13</sup>

30. En segundo lugar, para cada ruta origen-destino y tipo de tarifa (1, 2, 3 y 4) se calculó el promedio entre el precio de FB y el de JETSMART, comparándolo con la tarifa correspondiente de AA en cada una de las 6 fechas relevadas. En función de ello, se establecieron los diferenciales de tarifas para cada fecha, luego se identificaron las fechas en las que se registraron mayores y menores diferenciales tarifarios, y se calculó el diferencial promedio correspondiente a las 6 fechas evaluadas.

31. Los resultados del ejercicio se sintetizan en el Cuadro 4 donde se exhiben los rangos entre los cuales oscilaron los diferenciales de tarifa en cada caso. Para cada rango se muestran tres valores: el límite inferior, que es el menor diferencial porcentual encontrado; el límite superior, que representa el mayor diferencial de tarifa en términos porcentuales observado, y el promedio.

32. De la observación del Cuadro 4, se desprende que en el caso de la tarifa más económica (Tarifa 1), los diferenciales se mueven en intervalos muy amplios, que evidencian una brecha que, medida punta contra punta, oscila entre los 40 y los 45 puntos porcentuales. Paralelamente, se advierte que solo en el caso de la ruta Buenos Aires – Salta, AA comercializa pasajes con tarifas que, en ciertas fechas, resultan inferiores al promedio de tarifas ofrecidas por las compañías *low cost*.

Cuadro 4: Esquema tarifario comparativo en el mercado nacional de cabotaje: diferencial de tarifa entre el promedio de tarifas de empresas *low cost* y la tarifa de AA. Intervalos de variación.

RUTA (origen-destino)	TARIFA 1			TARIFA 2			TARIFA 3		
	Límite inferior	Límite superior	Promedio	Límite inferior	Límite superior	Promedio	Límite inferior	Límite superior	Promedio
Buenos Aires – Pto. Iguazú	40,4%	85,5%	60,9%	8,6%	56,8%	20,7%	6,6%	31,8%	22,5%
Buenos Aires - Salta	-15,9%	29,0%	1,7%	-31,3%	-10,7%	-17,5%	-16,5%	10,1%	-5,6%
Buenos Aires -	16,3%	42,7%	29,2%	-9,7%	4,7%	-3,5%	-1,4%	12,6%	5,7%

Córdoba									
Buenos Aires - Mendoza	49,9%	90,9%	71,2%	6,3%	38,2%	26,0%	19,3%	41,4%	15,6%
Buenos Aires – Neuquén <sup>14</sup>	40,1%	102,1%	67,9%	18,8%	272,5%	111,9%	14,5%	256,7%	98,0%
Buenos Aires - San Carlos de Bariloche	6,0%	46,0%	18,5%	-12,9%	3,9%	-4,5%	-0,5%	20,1%	7,9%

Fuente: elaboración propia, sobre la base de datos relevados de los sitios web de las empresas.

33. No obstante, el diferencial de tarifas anteriormente referenciado tiende a reducirse de manera sustancial cuando la comparación se hace entre tarifas que incluyen más servicios, tanto en el caso de la Tarifa 2 como de la Tarifa 3, promediando los 20 puntos porcentuales al considerar el conjunto de las rutas bajo análisis.

34. Al mismo tiempo, se advierte que cuando se toma Tarifa 2, las tarifas ofrecidas por AA resultan menores a las ofrecidas por JETSMART en una gran cantidad de casos. Una situación similar se observa al analizar las tarifas agrupadas dentro de la Tarifa 3. Efectivamente, en la ruta Buenos Aires – Salta el diferencial promedio pasa a ser negativo, indicando que, para las fechas relevadas, AA ofrece tarifas más económicas que las aerolíneas *low cost*, tomadas como promedio. Asimismo, en las rutas Buenos Aires – Córdoba y Buenos Aires – San Carlos de Bariloche, es posible verificar el mismo fenómeno para determinadas fechas puntuales.

35. La reducción de la brecha existente en el caso de la Tarifa 2 y la Tarifa 3, en comparación con lo observado para el caso de la Tarifa 1, permite inferir que la competencia por precio en ambos segmentos resulta menos significativa, a diferencia de lo que se evidencia en la Tarifa 1, en la que se compete prácticamente por precio y no por servicio.

36. En este sentido, es preciso agregar que, si bien la amplitud de esta brecha podría ser un indicio de que las tarifas más elevadas del grupo no resulten competitivas, pueden existir variables que afecten el comportamiento del consumidor a la hora de elegir su vuelo, difíciles de cuantificar y que, por tanto, no se reflejen directamente en el precio, como puede ser la posibilidad de elegir entre diferentes horarios de vuelo, contar con una mayor frecuencia de los mismos, considerar si se trata de una aerolínea de bandera o no, la facilidad de acceso o conexión con los diferentes aeropuertos, en virtud de su localización, entre otras variables.

37. Por último, resta mencionar que las tarifas FLEX y PREMIUM ECONOMY de AA no encuentran su equivalente en las tarifas a las que comercializan sus pasajes las otras dos empresas, dado que las primeras contemplan necesariamente la posibilidad de devolución de pasajes, como ya fuera mencionado, lo cual no es una opción en el caso de las aerolíneas *low cost*.<sup>15</sup>

38. Del análisis realizado en párrafos anteriores, se infiere que, si bien es posible advertir que FB termina siendo la aerolínea que comercializa sus pasajes en todas las rutas consideradas a menores precios, en general, sea cuales sean los servicios opcionales que se decidan incluir, no se evidencia la misma claridad cuando se compara el universo de tarifas ofrecidos por JETSMART con el que exhibe AA. Si bien es mayor el número de rutas en el que la primera puede resultar

más económica que la segunda, existen rutas donde se invierte dicha relación y otras donde las tarifas de ambos operadores aéreos tienden a converger y asemejarse.

39. De todas maneras, lo que sí se pone en evidencia es que cada una de las aerolíneas ofrece esquemas tarifarios propios, diversos y competitivos, que responden a diferentes servicios ofrecidos, que permiten cubrir las demandas y preferencias de los distintos tipos de pasajeros, sin poder asociar de manera taxativa un tipo de tarifa con un grupo de pasajeros en particular, más aún cuando se pretende segmentarlos entre pasajeros sensibles al precio o *premium*, y no sensibles al precio o no *premium*, tornándose difusos los límites entre ambos grupos. En otras palabras, si bien los servicios comercializados por las distintas aerolíneas en vuelos de cabotaje presentan distinto grado de diferenciación, ello no da sustento a definiciones de mercados relevantes separados para los servicios ofrecidos por las denominadas aerolíneas de pasajeros *low cost* y no *low cost*, sino que se trata de servicios que se ajustan a consumidores con características diversas dentro de un mismo mercado.

40. Esta conclusión se refuerza con la información que se presenta en el Cuadro 5, en el que se muestran los diferenciales de tarifa que surgen de comparar, para cada ruta, y teniendo en cuenta la agrupación de tarifas previamente definida, la tarifa máxima de las tres líneas aéreas en cada grupo de tarifa y la tarifa mínima de ellas en el grupo de tarifa siguiente.

41. Al igual que en el Cuadro 4, la información se presenta en rangos o intervalos de valores, dentro del cual se ubicaron los diferenciales de tarifa en cada caso, considerando las fechas alternativas de viaje contempladas. Para cada rango o intervalo se exhiben tres valores: el límite inferior, que es el menor diferencial porcentual encontrado; el límite superior, que equivale el mayor diferencial de tarifa en términos porcentuales observado, y el promedio.

Cuadro 5: Esquema tarifario comparativo en el mercado nacional de cabotaje: diferencial de tarifa entre la tarifa MÁXIMA de las tres empresas analizadas en una tarifa (Tx) y la tarifa MÍNIMA de las tres empresas en la tarifa siguiente (Tx+1). Intervalos de variación.

RUTA (origen-destino)	Diferencial tarifa entre máxima Tarifa 1 y mínima Tarifa 2			Diferencial tarifa entre máxima Tarifa 2 y mínima Tarifa 3			Diferencial tarifa entre máxima Tarifa 3 y mínima Tarifa 4		
	Límite inferior	Límite superior	Promedio	Límite inferior	Límite superior	Promedio	Límite inferior	Límite superior	Promedio
Buenos Aires – Pto. Iguazú	-30,9%	0,8%	-8,1%	-28,4%	-10,4%	-17,2%	12,6%	22,4%	15,0%
Buenos Aires - Salta	-16,7%	9,4%	-0,6%	-26,7%	0,7%	-13,7%	-15,9%	1,0%	-5,4%
Buenos Aires - Córdoba	2,1%	18,5%	15,4%	-4,0%	21,2%	6,5%	8,7%	14,7%	11,0%
Buenos Aires -	-19,9%	-1,7%	-12,4%	-26,7%	-12,9%	-19,8%	11,0%	12,0%	11,9%

Mendoza									
Buenos Aires - Neuquén	-22,3%	46,1%	7,7%	-73,1%	6,7%	-29,6%	6,0%	13,2%	10,5%
Buenos Aires - San Carlos de Bariloche	8,3%	14,4%	11,1%	-24,0%	7,7%	-6,4%	-6,1%	16,6%	6,7%

Fuente: elaboración propia, sobre la base de datos relevados de los sitios web de las empresas.

Nota: para mayor información y por cuestiones metodológicas, consultar el anexo obrante al final del presente dictamen.

42. Cuando se observan los valores porcentuales encontrados, se verifica que muchos de ellos tienen un signo negativo. Ello indica que la tarifa mínima de un segmento o grupo de tarifa es inferior a la tarifa máxima del segmento de tarifa precedente, que es una tarifa que incluye una menor cantidad de servicios ofrecidos por parte de las compañías aéreas. De manera inversa, la tarifa máxima de un grupo de tarifa se posiciona por encima del valor mínimo de tarifa que se releva en el segmento de tarifa posterior, que representa a tarifas ofrecidas por parte de las empresas que incluyen un mayor número de servicios adicionales.

43. La elevada cantidad de casos en los que se manifiesta el patrón mencionado no hace más que confirmar la idea de que las distintas tarifas que ofrecen las firmas analizadas constituyen un continuo de valores que expresan el abanico de productos que ofrecen, con el objeto de satisfacer la demanda de distintos tipos de consumidores. De esta manera, no se encuentran argumentos que permitan definir mercados relevantes separados para los servicios ofrecidos por las denominadas aerolíneas de pasajeros *low cost* y *no low cost*.

44. Adicionalmente, cabe mencionar que los diferenciales observados, en promedio, no superan los 20 puntos porcentuales, en valores absolutos, salvo en un solo caso en que dicho diferencial se ubicó cerca del -30%, sin evidenciar, por consiguiente, saltos significativos en las tarifas.

45. Para complementar el análisis, resulta pertinente agregar que las diferentes empresas ofrecen sus servicios de viaje con una frecuencia de vuelos bastante dispar, destacándose, en particular, el gran número de vuelos diarios que comercializa AA en las diferentes rutas origen-destino. En efecto, se advierte que JETSMART y FB ofrecen, en cada una de las rutas analizadas, un vuelo diario como máximo, y en el caso de esta última para algunas rutas posee una frecuencia todavía menor, tal como se verifica en las rutas Buenos Aires – Neuquén, cubierta con tres vuelos semanales; Buenos Aires - Mendoza, con cinco vuelos por semana, y Buenos Aires – Córdoba, con seis vuelos semanales. La misma situación también se registra en la ruta Buenos Aires – San Carlos de Bariloche, la que opera con dos vuelos diarios. AA, en cambio, tiene una frecuencia de vuelos muy superior, cubriendo cada tramo origen/destino con una cantidad de vuelos directos que oscilan entre cinco y diez. Este dato explica también la elevada participación de mercado que en cada ruta tiene AA, estando presente no solo con diferentes opciones de tarifa sino también con elevada frecuencia y horarios de vuelo.

46. Para terminar, es preciso mencionar que las rutas analizadas son cubiertas por vuelos directos, sin escala, de una duración que oscila entre 1 hora y 15 minutos, y 2 horas y 30 minutos, según el tramo que se considere. Este aspecto, sumado al análisis efectuado precedentemente, no hace más que confirmar que en vuelos de cabotaje, en el territorio nacional, la diferenciación entre distintos tipos de pasajeros se ha vuelto, en cierto modo, artificial y que, en efecto, no se observa la existencia de grandes diferencias en los servicios ofrecidos a pasajeros sensibles al tiempo y no sensibles al

tiempo en vuelos de cabotaje que determinen la necesidad de definir mercados relevantes separados.

47. En este punto cabe agregar que esta Comisión Nacional, no consideró necesario incluir en análisis a los vuelos con escala, por los motivos que se exponen a continuación.

48. En primer lugar, debido a que la única firma que los ofrece es AA. En segundo término, en virtud de que, en la totalidad de casos observados, prácticamente se verifica una mayor duración de estos vuelos y su comercialización a precios superiores, de modo que difícilmente un pasajero estaría dispuesto a abordar un vuelo con escala, demorando más tiempo y abonando un precio más elevado. En otras palabras, no se verifica la existencia de menores precios que hagan que el consumidor elija dichos vuelos a costa de un mayor tiempo de viaje, en particular, en el caso de los pasajeros sensibles al precio.

#### **II.1.4. Conclusiones**

49. A modo de conclusión, cabe destacar que el esquema tarifario introducido por AA para competir con las líneas *low cost*, no permite hacer una clara diferenciación de productos entre las líneas aéreas tradicionales y los nuevos formatos introducidos en el mercado aéreo argentino en los últimos años. Las tarifas han ido convergiendo, sin poder definir una clara segmentación según los operadores referenciados.

50. Asimismo, los vuelos de cabotaje se caracterizan por ser vuelos directos, donde la opción de escalas no es válida por su alto costo y su mayor duración.

51. Por último, en lo que se refiere a la flexibilidad de los vuelos, tan sólo AA permite la devolución de los pasajes, siendo su cambio en todos casos posible con un costo adicional.

52. Por todo lo expuesto, sumado al hecho de que los datos suministrados por el sistema IATA no permiten diferenciar entre los usuarios sensibles y no sensibles al tiempo, no resulta razonable segmentar el mercado de vuelos de cabotaje entre las aerolíneas *low cost* y aquellas que no lo son.

53. De este modo, el análisis empírico refuerza lo sostenido en la jurisprudencia nacional e internacional, de modo que esta Comisión Nacional no encuentra, en el presente caso, evidencias que justifiquen la definición de mercados relevantes separados para los servicios ofrecidos por las denominadas aerolíneas de pasajeros *low cost* y no *low cost*.

54. En conclusión, luego de analizar la jurisprudencia comparada y en base a la evidencia empírica recolectada por esta CNDC, quienes suscriben el presente dictamen sostienen la pertinencia del análisis realizado en el Dictamen IF-2020-12587310-APN-CNDC#MDP de fecha 26 de febrero de 2020, por lo que se ratifica la recomendación a la Señora Secretaria de Comercio Interior de autorizar la operación notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. por parte de JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 14, inc. (a), de la Ley N.º 27.442.

### **III. CONCLUSIONES**

55. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 8 de la Ley N.º 27.442, al no restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

56. Por ello, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia aconseja a la Señora Secretaria de Comercio Interior autorizar la operación notificada, la cual consiste en la adquisición del control exclusivo indirecto sobre NORWEGIAN AIR ARGENTINA S.A.U. por parte de JETSMART HOLDING LIMITED, todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 14, inc. (a), de la Ley N.º 27.442.

---

<sup>1</sup> Caso Nro. Comp/M. 8361 – Qatar Airways/Alisarda/Meridiana; Caso Nro. Comp/M.7333 – Alitalia/Etihad; Caso Nro. Comp/M.6663 – Ryanair/Aer Lingus III; Caso Nro. Comp/M.5440 – Lufthansa/Austrian Airlines, entre otros.

<sup>2</sup> Dictamen N° 109/2020/CGAA5/SGA1/SG, correspondiente al acto de Concentración N° 08700.001133/2020-70 (AZUL LINHAS AÉREAS BRASILEIRAS S.A. E TWO TAXI AÉREO LTDA.); Dictamen N° 9/2017/CGAA4/SGA1/SG, correspondiente al acto de concentración N° 08700.003715/2017-95, (Latam Airlines Group S.A. y American Airlines Inc); Dictamen N° 9/2016/CGAA4/SGA1/SG, correspondiente al acto de concentración N° 08700.004211/2016-10 (TAM Linhas Aéreas S.A., Iberia Líneas Aéreas de España, S.A y Operadora, Sociedad Unipersonal e British Airways Plc; Dictamen N°11/2015/CGAA4/SGA1/SG, correspondiente al acto de concentración N° 08700.000517/2015-16 (VRG LINHAS AÉREAS S.A., AEROLÍNEAS ARGENTINAS S.A., AUSTRAL LÍNEAS AÉREAS - CIELOS DEL SUR S.A) entre otros.

<sup>3</sup> Ver dictamen IF-2020-11912489-APN-CNDC#MDP, de fecha 20/02/2020 correspondiente a la operación de concentración económica que tramitó ante esta Comisión Nacional bajo el expediente EX-2018-30960689- -APN-DGD#MP del Registro del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado: “CONC. 1644 - AEROLINEAS ARGENTINAS S.A. Y ALITALIA SOCIETÁ AEREA ITALIANA S.P.A. S/ NOTIFICACIÓN ART. 9 DE LA LEY 27.442.”

<sup>4</sup> Para más información, ver la decisión correspondiente, de fecha 14/07/2015, en el siguiente enlace: [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7541\\_20150714\\_20212\\_4484749\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7541_20150714_20212_4484749_EN.pdf).

<sup>5</sup> Para mayor información, consulta la decisión correspondiente en el siguiente enlace: [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6663\\_9077\\_1.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6663_9077_1.pdf), en particular, el párrafo 387 y anteriores. Allí la Comisión Europea sostuvo explícitamente que no era apropiado definir mercados separados para diferentes categorías de pasajeros, según la distinción entre pasajeros sensibles y no sensibles al tiempo, pasajeros de negocios y de placer, o una distinción similar.

<sup>6</sup> En este sentido, la investigación de mercado demostró también que una parte sustancial de los clientes comerciales eligen cada vez más a empresas low cost para sus viajes de negocios, nivelando aún más las diferencias que pueden asociar a los operadores tradicionales no *low cost* con clientes sensibles al tiempo o *premium*, y los operadores *low cost* con pasajeros no sensibles al tiempo o no *premium* (párrafo 25), y que en los últimos años estos últimos operadores han desarrollado diversas estrategias para atraer a los clientes corporativos.

<sup>7</sup> Es preciso advertir que las distintas líneas aéreas actualmente ofrecen la posibilidad de cambio sin penalidad bajo ciertas condiciones y para determinados períodos puntuales, en el contexto particular actual por la pandemia de la COVID 19.

<sup>8</sup> Las tarifas obtenidas son tarifas finales a pagar por el pasajero, incluyendo impuestos (nacionales y provinciales), tasas (de seguridad y aeroportuaria) y cargos por administración, según el caso. Se eligieron aleatoriamente 6 fechas alternativas de viaje, entre octubre 2020 y febrero 2021, contemplando fecha de ida y fecha de vuelta, con diferente duración de viaje o cantidad de días de estadía en el lugar de destino, a saber: a) Fecha 1: IDA: jueves 29/10/20 - VUELTA: jueves 05/11/20; b) Fecha 2: IDA: viernes 13/11/20 - VUELTA: miércoles 18/11/20; c) Fecha 3: IDA: sábado 28/11/20 - VUELTA: jueves 10/12/20; d) Fecha 4: IDA: viernes 18/12/20 - VUELTA: domingo 03/01/21, e) Fecha 5: IDA: domingo 10/01/21 - VUELTA: domingo 24/01/21, y f) Fecha 6: IDA: miércoles 27/01/21 - VUELTA: lunes 08/02/21.

<sup>9</sup> Prácticamente la totalidad de las tarifas relevadas fueron directamente extraídas de los sitios web de las empresas. Sin embargo, esta CNDC debió construir dos tarifas, a efectos comparativos y a fin de obtener tarifas equivalentes para las tres aerolíneas, como se detalla en la explicación de cada grupo de tarifa.

<sup>10</sup> Para tener una tarifa equivalente a la tarifa BASE ofrecida por AA, esta CNDC construyó aquella correspondiente a JETSMART. Se la identificó como “Vuelo ligero + *carry on*”, calculada a partir de sumar al *pack* básico “Vuelo ligero” el costo adicional de transportar en cabina una maleta o equipaje (*carry on*). Para el caso de FB, no fue posible construirla dada la imposibilidad de acceder al costo del equipaje en cabina a través de la página *web* de la empresa.

<sup>11</sup> Para tener una tarifa comparable con la tarifa PLUS, ofrecida por AA, y la tarifa del *pack* “Pack FULL”, de JETSMART, se construyó la tarifa denominada “Base con adicionales”, de FB, obtenida tras agregar a su tarifa base los adicionales a facturar individualmente (equipaje en bodega, selección de asiento estándar, embarque preferente o prioritario e impresión de tarjeta de embarque).

<sup>12</sup> Se observaron algunas divergencias entre las tarifas de las distintas empresas, debido, por un lado, a que no pudo saberse si el servicio de embarque preferente está reconocido por AA y, por otro, a que AA en esta tarifa también incluye la posibilidad de devolución de pasaje con un cargo adicional, opción que no es válida para las otras firmas, bajo ninguna

circunstancia. A su vez, se constató que JETSMART ofrece dos tarifas alternativas que pueden ser agrupadas en este conjunto: la tarifa “Pack SMART” y la tarifa “Pack FULL”. Dado que la única diferencia entre ambas es que la última incluye la impresión de la tarjeta de embarque, a fin de alcanzar la mayor homogeneidad posible dentro de cada grupo de tarifas, sólo se consideró y se incorporó en el análisis la tarifa “Pack FULL”.

<sup>13</sup> No fue posible construir tarifa alguna comparable por parte de FB y JETSMART, dado que ninguna de las dos firmas contempla la posibilidad de devolución de pasaje, variable que esta CNDC consideró fundamental para construir tarifas equivalentes, más allá de que ambas ofrecen agregar mayor equipaje en los vuelos, con costo adicional.

<sup>14</sup> Se constató que, en 2 de las 6 fechas alternativas de viaje relevadas, AA ofrecía los tramos de regreso de sus vuelos para todas sus tarifas, a un precio sustancialmente elevado, sin contar tampoco con disponibilidad de tarifa PROMO en dichos casos, situaciones atípicas si se comparan con el resto de los casos y también con lo observado en las demás rutas analizadas. Ello dio como resultado que los diferenciales de tarifa en esta ruta fueran significativamente elevados, en particular, para la Tarifa 2 y la Tarifa 3, con el consecuente impacto al promediar los diferenciales de las 6 fechas de viaje relevadas.

<sup>15</sup> Si esta variable fuera excluida del análisis, tanto JETSMART como FB podrían competir en dicho tramo de tarifa, básicamente porque se trata de tarifas que se destacan por incluir un mayor kilaje de transporte de equipaje en bodega. La posibilidad de transportar una cantidad superior de maletas en bodega es contemplada por ambos operadores aéreos, mediante la posibilidad de adicionar y cobrar individualmente las valijas adicionales que se deseen transportar. De modo que en el análisis de tarifas realizado con la muestra seleccionada, la tarifa FLEX de AA se acerca sustancialmente a los valores a los cuales JETSMART podría comercializar idénticos servicios. Por su lado, la tarifa PREMIUM ECONOMY de AA, alcanza valores muy superiores en todas las opciones de las rutas analizadas, valores que más que triplican el valor de la tarifa PROMO y más que duplican el valor de la tarifa PLUS de la propia empresa, poniendo en evidencia el elevado precio que debería estar dispuesto a pagar un pasajero por la posibilidad de poder devolver su pasaje sin penalidad y a costo cero.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2020.11.19 14:56:05 -03:00

Guillermo Marcelo Perez Vacchini  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2020.11.19 15:01:53 -03:00

Balbina Maria Griffa Diaz  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2020.11.19 15:10:48 -03:00

Pablo Lepere  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2020.11.19 17:42:41 -03:00

Rodrigo Luchinsky  
Presidente  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2020.11.19 17:42:42 -03:00