

EL TRANSPORTE AÉREO EN ESPAÑA

Pedro L. MARÍN

I. CAMBIOS REGULATORIOS: EL INICIO DE LA COMPETENCIA

La apertura de las rutas aéreas de un país a la competencia de empresas tanto nacionales como extranjeras es el elemento final de cualquier proceso de liberalización. La posibilidad de que una compañía abastezca una ruta interior de otro país se denomina derecho de cabotaje, y nunca se había producido hasta la apertura de los mercados internos de los países de la Unión Europea llevada a cabo entre 1993 y 1997. No obstante, al restringirse únicamente a compañías de otros países de la UE, no puede considerarse realmente distinta de la producida en el mercado interior de los Estados Unidos, donde cualquier compañía norteamericana puede entrar.

Sin duda, el antecedente más próximo a la liberalización del espacio aéreo europeo es el del mercado interior de Estados Unidos. En 1978, tras un período de rígida regulación, durante el cual el organismo regulador fijaba los precios, distribuía las rutas y controlaba la entrada de nuevos competidores, la *Airline Deregulation Act* eliminó gradualmente todas las restricciones. Hasta aquel momento, el mercado aéreo interno había estado dividido en áreas geográficas en las que cada compañía actuaba como un monopolista. De ahí el nombre de las compañías: *Southern, Northwest, Eastern,...* Por su parte, las rutas internacionales estaban reservadas a otras

compañías distintas: Pan Am y Trans World Airlines.

La estricta regulación del sector se apoyaba en las características de éste. El transporte aéreo se enfrenta a un problema de indivisibilidad de la producción. Si una compañía decide volar en una ruta, una vez asignado un avión a ésta, tiene que producir un número fijo de unidades, medidas por asientos/km desplazados, independientemente del número de pasajes vendidos. Una vez se incurre en los costes de desplazar el avión en el espacio a lo largo de la ruta y en presencia de asientos vacíos, al ser el coste adicional de transportar un pasajero más próximo a cero, resulta óptimo para la compañía intentar vender sus asientos en el último momento a cualquier precio positivo. Esto conduciría a una situación de competencia destructiva en que ninguna empresa podría sobrevivir en el mercado en ausencia de regulación. Si bien esto pudo ser un problema en los primeros momentos de la historia de la aviación civil, el gran tamaño de los mercados actuales en relación con el tamaño de los aviones utilizados, el elevado número de rutas en que una misma empresa compete y las posibilidades de combinar distintos tipos de avión hacen que esta característica sea un problema fácilmente superado por las aerolíneas en entornos competitivos.

Así pues, la liberalización de este mercado supuso la libertad de fijación de precios, capacidades y frecuencias, y la apertura de todas las rutas a cualquier competidor nacional. En cual-

quier caso, dado el tamaño del mercado de EE.UU., la liberalización supuso un cambio radical en el comportamiento de las empresas. Así, tras un período de fuerte entrada —entre 1978 y 1985 se pasa de 36 a 123 compañías—, la competencia en precios y frecuencias se hizo tan fuerte que la mayoría de las aerolíneas iniciaron una fase de pérdidas a pesar del fuerte incremento de la demanda, que crece en un 50 por 100 en cuanto a número de pasajeros transportados. La solución a este problema vino del propio mercado, mediante la aparición de un conjunto de 'innovaciones' que cambiaron la forma de competir y favorecieron a las grandes compañías.

Estas innovaciones fueron las siguientes:

1) Organización centro-radio (*hub-and-spoke*) de la red de rutas. Las compañías dirigieron todos sus vuelos hacia un gran aeropuerto, o *hub*, en el que redistribuían a los pasajeros hacia sus destinos finales. La reducción en el número de rutas directas y el uso de aviones mayores implicaba enormes reducciones en costes. Los pasajeros, a su vez, veían cómo las frecuencias aumentaban notablemente, y aunque el tiempo de viaje real aumentaba, la diferencia entre las horas deseadas de salida y llegada y las que ahora podía ofrecer una compañía se reducía ostensiblemente.

2) Sistemas computerizados de reservas. La inclusión de toda la información de precios y frecuencias y la posibilidad de hacer reservas, emitir o cancelar billetes con un programa informático centralizado, al que tienen acceso directo las agencias de viaje, facilita enormemente las ventas. Estos programas suponen fortísimas inversiones en costes irrecuperables que tan só-

lo compañías muy grandes pueden permitirse, como indica el hecho de que en Europa se hayan tenido que crear consorcios de compañías para poder formar dos únicos sistemas: *Galileo* que agrupa a Aer Lingus, Alitalia, British Airways, KLM, Olympic Airways y Swissair, y *Amadeus* que pertenece a Air France, Iberia, Lufthansa y SAS. En sus inicios, la compañía propietaria podía presentar su propia información en pantalla de forma claramente discriminatoria, relegando la de sus competidores a segundas o terceras pantallas, tamaños de letra inferiores o colores poco visibles. Aunque en la actualidad todos estos elementos están regulados, Williams (1993) afirma que el 50 por 100 de las reservas realizadas en una agencia de viajes son para la compañía cuyos datos aparecen en la primera línea de la primera pantalla, que obviamente es la empresa propietaria del sistema. Aparte de esto, los sistemas son una fuente de información perfecta e instantánea sobre los precios, horarios y plazas ofrecidas por todos los competidores, lo cual permite el ajuste instantáneo a cualquier cambio observado.

3) Los programas para pasajeros frecuentes. Tratan de fidelizar a los clientes de la compañía y se dirigen principalmente a los viajeros de negocios, cuyas empresas pagan sus billetes.

A estos elementos se une lentamente un aspecto clave que ayuda a salvaguardar a las compañías establecidas de la presión de una mayor competencia: la congestión aeroportuaria. El incremento del tráfico provoca que, a principios de los noventa, los seis mayores aeropuertos empiecen a dar claros síntomas de congestión. Esta situación es mucho más dramática en Europa, donde todos los grandes aeropuertos estaban al límite de su

capacidad antes de producirse la liberalización, el sistema de control del tráfico aéreo no está centralizado ni coordinado entre países y existen fuertes restricciones ecológicas y medioambientales por la mayor densidad de población.

A pesar de estos elementos, que de alguna manera han limitado o suavizado la competencia, el saldo de la liberalización del mercado interior norteamericano puede considerarse favorable. Los precios medios son más bajos aunque existe mucha más discriminación, siendo las diferencias entre los precios máximos y mínimos en una ruta mucho mayores que antes (1). Asimismo, las frecuencias y el número medio de competidores en las rutas son mayores.

La segunda experiencia de liberalización de un mercado doméstico fue la del Reino Unido, que tampoco incorporaba la posibilidad de cabotaje. En 1984 se liberaliza el mercado en lo referente a entrada y fijación de precios, y en 1987 se privatizan la compañía de bandera, *British Airways*, y los aeropuertos. El reducido tamaño del mercado doméstico, apenas tres rutas de más de 350 km, y la congestión de los aeropuertos londinenses limitaron ampliamente los efectos de esta liberalización.

La liberalización del mercado interno español es el último paso del proceso de liberalización gradual impulsado por las autoridades comunitarias (Marín, 1994, realiza una revisión de este proceso de liberalización). En concreto, el tercer paquete de medidas de la UE establece libertad de entrada y de fijación de frecuencias y capacidades, y libre competencia en precios, excepto para aquéllos considerados demasiado altos, de forma que puedan resultar de la colusión de las

compañías, o demasiado reducidos y que, por consiguiente, pongan en peligro la viabilidad del sector. Estos derechos se restringen a compañías de la UE, y entran en vigor en enero de 1993, pudiendo los países miembros aplazarlos para las rutas internas hasta abril de 1997. Aunque en este caso se da derecho de cabotaje a empresas extranjeras, debemos recordar que dentro de la UE nos encontramos en un entorno económico similar al del mercado interior de EE.UU.

En este contexto, la posición adoptada en España al respecto es de una apertura gradual en el período 1993-1997. Así, cualquier compañía española puede volar en rutas internas de forma regular a partir de 1993; poco después lo podrán hacer otras compañías europeas, cuando su vuelo interior forme parte de una ruta internacional, y en 1997 se liberaliza totalmente el mercado.

II. LAS EMPRESAS ESTABLECIDAS Y LOS NUEVOS COMPETIDORES

1. La compañía de bandera

La regulación de los servicios aéreos internos regulares en todos los países europeos durante los ochenta era similar a la del mercado interior de los EE.UU. antes de 1978. La entidad reguladora, dependiente del ministerio encargado del transporte, fijaba precios, frecuencias y capacidades en cada ruta y controlaba la entrada de nuevas compañías. La única diferencia estribaba en que dado el menor tamaño de los mercados, existía una gran compañía, posiblemente apoyada por algunas filiales, que servía al mercado en régimen de monopolio. A diferencia de EE.UU., esta compañía oficial

o de bandera, ya que ostentaba los colores nacionales, era de carácter público.

La compañía de bandera española es Iberia, y junto a sus filiales Aviaco, Viva Air, Binter Canarias y Binter Mediterráneo, forma el Grupo Iberia. Aunque no es posible distinguir claramente el reparto del mercado que se ha producido entre estas compañías, porque ha ido variando a lo largo del tiempo, podríamos asociar Iberia a las rutas internacionales, Aviaco a las nacionales, Viva Air a vuelos chárter, Binter Canarias al tráfico aéreo de las islas Canarias y Binter Mediterráneo a algunas rutas regionales que en sus últimos tiempos se redujeron a Málaga-Valencia, Málaga-Melilla y Almería-Melilla.

Como ya se ha mencionado, las compañías de bandera europeas estaban acostumbradas a funcionar en régimen de monopolio en su mercado interno y a compartir en régimen de duopolio regulado las rutas internacionales, en las que fijaban precios de acuerdo con la compañía de bandera del otro país y repartían capacidades y frecuencias a partes iguales. En los años ochenta, la falta de competencia ya había distorsionado totalmente los incentivos de las empresas, que empezaban a enfrentarse a problemas de gestión importantes. Uno de sus principales problemas era su estructura de costes. Los sueldos que cobraban todos sus empleados eran demasiado elevados. Neven y Röller (1996) muestran que en industrias reguladas de estas características los trabajadores consiguen incorporar a sus salarios una parte de los beneficios de la empresa; de esta forma, los costes de producción son indirectamente determinados por los propios precios y los beneficios. Cuando estos beneficios se reducen, es difícil convencer a los

empleados de que sus salarios también deben reducirse. La mayoría de las líneas aéreas americanas pasaron por este tipo de situaciones. Al ser empresas privadas, entraron en procesos de suspensión de pagos, cuando no de quiebra, que convencieron a su personal de la necesidad de volver a negociar desde el principio sus condiciones laborales. Neven y Röller analizan empíricamente este tipo de situaciones utilizando datos de las compañías de bandera europeas, y demuestran que existe un claro componente endógeno en la determinación de los salarios. Asimismo, la política seguida para la compra de aeronaves parecía no seguir ninguna visión estratégica. Esto se reflejaba en flotas con demasiados tipos de avión y escasa flexibilidad.

Otro problema era una política expansiva siguiendo criterios de carácter más político que económico. Así, sin definir claramente el papel de cada una de sus filiales, sin organizar previamente su red de rutas y sin reducir su estructura de costes a la par que algunos de sus competidores europeos, Iberia se embarca a principios de los noventa en la compra de aerolíneas sudamericanas que están siendo privatizadas. Llega a controlar la mayor parte del capital (entre un 30 y un 85 por 100 en distintos momentos del tiempo) y a gestionar Aerolíneas Argentinas y su filial Austral, y compra porciones significativas del capital de Ladeco y Viasa. En cierto sentido, la compra de estas participaciones estaba dirigida a hacer a la compañía más atractiva de cara a una posible privatización y a la firma de alianzas estratégicas con otras líneas aéreas del Norte de Europa o de Estados Unidos.

La estrategia que distintos países europeos siguieron pa-

ra promover las mejoras en la eficiencia y la productividad fueron varias. Desde mediados de los ochenta, y sobre todo con la implantación en 1987, por parte de la UE, de un primer paquete de medidas liberalizadoras dirigido a aumentar paulatinamente la competencia, era fácil prever que en no más de diez años el sector iba a liberalizarse totalmente y la competencia reinaría en Europa. También se sabía ya entonces que, como resultado de este proceso, únicamente las compañías más eficientes sobrevivirían, y las restantes serían absorbidas en mejores o peores condiciones por alguna de las supervivientes.

La estrategia de algunos países en aquel momento fue la de introducir competencia en su mercado progresivamente y por delante de la normativa europea. El ejemplo paradigmático es el del Reino Unido, que en 1982 firmó acuerdos bilaterales liberalizadores con los EE.UU. en los que se permitía la libre competencia en tarifas, sujetas a doble desaprobación de los dos países firmantes, la libertad de frecuencias y capacidades y la libertad de entrada en la ruta. Otros países europeos como Holanda, Alemania e Irlanda siguieron iniciativas parecidas. Además, este conjunto de países firmaron acuerdos que liberalizaron el tráfico internacional existente entre ellos y concedieron el derecho de abastecer estas rutas a las compañías norteamericanas (quinta libertad) que desearan hacerlo. Marín (1995) analiza el efecto que esta liberalización parcial tuvo sobre el comportamiento de las empresas en estas rutas internacionales, y observa que la competencia en precios se hizo más intensa, las compañías iniciaron nuevas estrategias para aumentar sus ventas y aumentaron el control sobre sus costes. A pesar de todo esto, las cuotas de

mercado apenas se vieron alteradas. Simultáneamente, Reino Unido liberalizó su mercado interior y privatizó su compañía de bandera y sus aeropuertos.

Frente a esta estrategia, otros países europeos mantuvieron sus rutas, tanto interiores como internacionales, cerradas a la competencia en espera de la apertura gradual prometida por la Comisión Europea. La idea subyacente consistía en restaurar la rentabilidad de sus poco competitivas compañías de bandera al abrigo de una regulación proteccionista. Marín (1998) estima cuidadosamente la productividad y la eficiencia de la mayoría de las compañías europeas y norteamericanas durante los ochenta, y analiza la trayectoria de tres grupos de aerolíneas: las norteamericanas, las pertenecientes a países que habían iniciado una liberalización parcial durante los ochenta y las del resto de países europeos, entre los que se encuentra España. La tendencia general parece ser una reducción de la eficiencia inmediatamente después de la introducción de un proceso liberalizador. Esto indica que existen costes de ajuste relacionados con las dotaciones de factores productivos, de forma que las compañías pueden cambiar rápidamente su nivel producción y su red de rutas, pero necesitan tiempo antes de poder ajustar su flota y, sobre todo, su nivel de empleo. Esta tendencia se mantiene durante aproximadamente cinco años, período tras el cual la productividad de las compañías aumenta y supera los niveles de partida.

Así, a finales de los ochenta, la eficiencia de las aerolíneas de Estados Unidos se encuentra por encima de la de todas sus rivales, y la de las compañías de países europeos que iniciaron liberalizaciones parciales a mediados de los ochenta está recu-

perando sus niveles iniciales y sigue una tendencia creciente. Sin embargo, las empresas de otros países europeos se encuentran por debajo de todas las restantes aerolíneas y aún no han iniciado ningún proceso de reorganización interna. Si extrapolamos esta situación a los años noventa, era de esperar que, tras la liberalización de 1993, estas compañías redujeran su eficiencia en el corto plazo para empezar a recuperarla sólo a partir de 1998 o 1999. En resumen, la estrategia proteccionista no estaba dando incentivos suficientes para que las empresas aumentaran su competitividad, y todo el ajuste quedaba pospuesto para un período de mayor competencia internacional y más dificultades para recibir subvenciones públicas. Esto parece describir bastante bien la evolución de Iberia durante los últimos años.

Iberia recibe varias inyecciones de dinero público en 1992, 1994 y 1995, y vende buena parte de sus participaciones en Sudamérica para obtener el capital adicional necesario para enjugar sus deudas. Además, a partir de 1992, inicia una política de reajuste de sus factores productivos. Por una parte, renueva la mayor parte de su flota, reduciendo considerablemente la gran variedad de modelos de avión que utiliza. De diez tipos de avión distintos, Iberia reduce su flota a un máximo de cuatro tipos. Por otra parte, congela primero y reduce después los salarios de todo su personal y reduce su número en más de 7.000 empleados entre 1992 y 1996.

2. Los nuevos competidores

La existencia de una fuerte regulación dio lugar al desarrollo de un mercado de vuelos no regulares, conocidos como chárter,

necesario para abastecer la creciente demanda del sector turístico. Estos vuelos eran cubiertos por compañías privadas y estaban exentos de la regulación previa. Sin embargo, las posibilidades de este segmento del mercado estaban limitadas porque los vuelos debían estar orientados a turistas, y al menos el 80 por 100 de las ventas de cada avión debían formar parte de un paquete turístico incluyendo servicios adicionales como el alojamiento. Esta segmentación del mercado permitía a las compañías de vuelos chárter ofrecer precios inferiores sin temor a la represalia de las empresas oficiales. Además, la entrada en cualquier ruta internacional intra-europea requería únicamente la aprobación por parte del país de destino, fácil de conseguir puesto que servía para potenciar el desarrollo de su sector turístico.

En EE.UU., este segmento del mercado quedó limitado a un 5 por 100 del tráfico aéreo tras el proceso de liberalización. Sin embargo, en Europa constituía la única posibilidad para escapar a la regulación, por lo que durante la década de los ochenta llegó a representar más del 80 por 100 de los vuelos en países como España, Grecia y Portugal, y más del 50 por 100 en Austria, Italia y Reino Unido. Esto hace que en los años noventa nos encontremos con un elevado número de líneas aéreas de cierta entidad dedicadas a esta actividad desde hace años, y que pueden introducirse fácilmente en el segmento de vuelos regulares. La realidad es que a pesar de los enormes flujos turísticos entre otros países europeos y España, la mayoría de las compañías chárter tienden a ser de la misma nacionalidad que los turistas que transportan. A principios de los noventa, aproximadamente tan sólo el 15 por 100 de los vuelos

chárter con salida o llegada en un aeropuerto español pertenecían a compañías españolas. Estas eran las primeras candidatas para entrar en el mercado interior de vuelos regulares tras la liberalización.

Esta entrada no se produjo hasta finales de 1993. Las compañías culpaban de este retraso a problemas con el *handling*. Hasta entonces existía un solo operador en cada aeropuerto, Iberia, y según las compañías rivales los precios que fijaba eran demasiado elevados para hacer beneficiosa la entrada.

El caso de entrada más conocido es sin duda el de Air Europa, compañía asociada a Viajes Halcón. Esta aerolínea, de gran tradición en el mercado chárter, inicia operaciones en el mercado regular en noviembre de 1993, cuando cuenta aproximadamente con 1.000 empleados, 13 aviones de 148 asientos y 4 de 228 asientos. Inicialmente, entra en algunas rutas entre la península y los archipiélagos, pero su verdadero despegue se produce con la entrada en el puente aéreo el 31 de enero de 1994, con nueve vuelos diarios en cada

sentido y unas tarifas claramente inferiores a las de Iberia. Esta compañía había además conseguido convertirse en segundo operador del *handling* en la mayoría de los grandes aeropuertos españoles como Mallorca, Madrid, Tenerife y Barcelona.

La compañía Spanair tiene unas características y una trayectoria similares. Participada por Viajes Marsans y la aerolínea escandinava SAS, entra en el puente aéreo el 8 de marzo de 1994, con 7 vuelos diarios de lunes a viernes y la misma tarifa que Air Europa. Posteriormente, se expande en el mercado de vuelos regulares, sobre todo en las rutas entre Madrid y los archipiélagos. El cuadro n.º 1 recoge la evolución de estas dos compañías en cuanto a facturación, número de pasajeros transportados y número de empleados hasta 1996.

Un conjunto de compañías distinto lo forman las llamadas regionales, compañías nuevas sin vocación de competir con Iberia, que sólo tratan de alimentar sus grandes rutas con otras de menor entidad. El caso ejemplar de este tipo de aerolíneas lo

constituye la valenciana Air Nostrum, que empieza sus operaciones en junio de 1994 conectando Valencia a las Baleares y Barcelona inicialmente, y posteriormente, a Madrid, Zaragoza y Bilbao. Unos pocos años después, Air Nostrum conseguirá un contrato de franquicia con Iberia que le permite funcionar de forma rentable en éstas y otras muchas rutas utilizando el nombre de Iberia Regional. La clave de este tipo de compañías es el uso de aviones de menor capacidad, 50 pasajeros, con costes muy inferiores. Menos éxito tuvieron otras aerolíneas que intentaron seguir estrategias parecidas, como Líneas Aéreas de Navarra o Líneas Aéreas Guipuzcoanas.

Un último grupo de compañías lo forman las filiales de compañías previamente existentes que se dedicaban a segmentos del mercado distintos y, tras la liberalización, deciden entrar en el de tráfico regular de pasajeros. Así, Seur utiliza su filial Swiftair para transportar pasajeros entre Badajoz y Madrid y entre Badajoz y Barcelona en aviones de 19 plazas. Seur rentabiliza de esta forma los aviones que utiliza para transportar mercancía y que

CUADRO N.º 1

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DE IBERIA

Año	Compañía	Facturación (millones ptas.)	Número de Pasajeros	Número de empleados
1992	Air Europa	25.100	2.200.000	701
	Spanair	26.200	1.937.000	645
1993	Air Europa	29.659	3.021.322	782
	Spanair	28.539	2.105.746	715
1994	Air Europa	38.000	3.436.025	1.193
	Spanair	33.207	2.806.140	1.156
1995	Air Europa	48.300	4.300.000	1.500
	Spanair	43.900	3.332.616	1.280
1996	Air Europa	62.790	No disponible	1.950
	Spanair	48.000	No disponible	1.500

Fuente: El País, domingo 27 de octubre de 1996.

permanecen disponibles a determinadas horas del día. Otra empresa de mensajería que inició operaciones como ésta fue Pan Air, que creó su filial Paukn Air para cubrir rutas entre Melilla y Málaga, Almería y Madrid. En la misma línea, Gestair, la primera empresa española de aero-taxis, crea una filial, Regional Líneas Aéreas, para expandir su negocio de tráfico de pasajeros de negocios hacia rutas no cubiertas por ninguna otra compañía como Madrid-Reus.

La incursión de compañías extranjeras en el tráfico interior español ha sido anecdótica. La escandinava SAS inicia operaciones en el puente aéreo en noviembre de 1993, pero se retira cuando su filial Spanair consolida posiciones. El resto de ejemplos consisten en tramos de rutas internacionales.

III. CAMBIOS EN LOS PRECIOS Y LA ESTRUCTURA DE MERCADO

1. La estrategia de precios

Desde 1993 hasta la actualidad podemos distinguir claramente dos períodos marcados por un cambio radical en la estrategia de la compañía de bandera, Iberia. Durante el primer período, que dura hasta abril de 1997, la aerolínea mantiene un comportamiento agresivo en un mercado que se le escapa de las manos a gran velocidad. Veremos que durante este período la compañía utiliza todos los medios a su alcance para detener a sus rivales, y llega a ser acusada de comportamientos depredadores ante las autoridades europeas por varias compañías y por la propia Asociación Española de Compañías Aéreas, AECA. A

partir de la conocida subida conjunta de precios que se produce en abril de 1997, por la que se abre un expediente sancionador por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia, por comportamiento colusivo con sus rivales Air Europa y Spanair, la política de la compañía pasa a ser más conciliadora.

La entrada en 1994 de varias compañías españolas en la ruta Madrid-Barcelona, compitiendo con el puente aéreo de Iberia, supuso un gran golpe para ésta, que obtenía aproximadamente un 10 por 100 de sus ingresos únicamente de esta ruta, y una parte aún más importante de sus beneficios. En 1994, Iberia ofrecía únicamente una tarifa de 29.900 pesetas por un trayecto de ida y vuelta con un billete tipo puente aéreo, es decir, sin reserva, del tipo «llegue y vuele». Existía un total de 28 a 30 vuelos diarios en cada sentido, que se correspondían con 15 minutos de espera entre un vuelo y otro en las horas punta y 30 a 60 minutos en horas valle.

Air Europa inicia operaciones en la ruta Madrid-Barcelona el 31 de enero de 1994 con 9 vuelos, y declara que su cuota de mercado objetivo está entre el 15 y el 20 por 100. La tarifa básica que ofrece es de 20.000 pesetas, con un descuento del 10 por 100 si se adquiere un bono de diez viajes y una tarifa reducida de 13.800 pesetas para los menores de 25 años y los mayores de 60. Exactamente en la misma fecha, Iberia comienza a ofrecer cinco vuelos diarios con reserva en esta ruta, es decir, fuera del puente aéreo, a 17.900 pesetas, recordando marginalmente la tarifa de Air Europa. Asimismo, introduce tarifas reducidas en el puente aéreo a 23.900 pesetas en horas valle. Apenas dos meses después, Spanair entra en la ruta con 7 vuelos diarios y los mismos

precios que Air Europa. En mayo, Air Europa se ve obligada a reducir sus frecuencias en cuatro vuelos diarios y en junio rebaja sus precios a 17.000 pesetas. Un lento pero continuo recorte de tarifas se va produciendo hasta que en 1996 se han alcanzado unas tarifas mínimas de 15.800 pesetas para Air Europa y Spanair y 17.900 para Iberia, para estancias entre 4 y 14 días y compra con al menos dos días de antelación. Éste es un claro ejemplo de incremento de capacidad y reducción de tarifas por parte de Iberia ante la llegada de la competencia.

Se denomina comportamiento depredador a cualquier actividad seguida por una empresa con el fin de expulsar a sus competidores del mercado, y sus formas más características son el recorte de precios y el incremento de la capacidad ofrecida tras producirse la entrada del rival en el mercado. La compañía agresora espera volver a una situación de monopolio tras expulsar a sus competidores. Una empresa puede encontrar rentable esta estrategia, a pesar de las pérdidas que le puede suponer en el corto plazo, si considera que puede crearle una reputación que aleje a otros rivales potenciales de sus mercados. Este tipo de comportamiento siempre se dirige a rivales considerados más débiles y está fuertemente penalizado por las leyes de defensa de la competencia.

En Estados Unidos, tras la liberalización del mercado interno, se produjeron varios casos en los que una compañía aérea fue penalizada por seguir este tipo de comportamiento. En algunos casos, la nueva compañía ni siquiera invadió una ruta existente, sino que había iniciado operaciones en una nueva ruta. Ante el temor de que el rival se consolidara y expandiera paulatinamen-

te su red de rutas, una de las grandes compañías iniciaba operaciones en el nuevo mercado haciendo que nadie obtuviera beneficios en la ruta. Esto no suponía ningún problema para una gran compañía aérea, porque podía subvencionar las pérdidas con sus beneficios en otras rutas, pero sí para la nueva compañía, que se veía obligada a suspender operaciones. A continuación, también la empresa grande abandonaba la ruta.

Durante el período 1994-1996, las compañías del Grupo Iberia protagonizaron, aparte del ejemplo de la ruta Madrid-Barcelona, otras situaciones ambiguas. Air Nostrum inició operaciones en la ruta Valencia-Bilbao en marzo de 1995, con dos vuelos de 50 per-

sonas. A continuación, Aviaco, que ya tenía un vuelo diario en la ruta, introdujo otro. En abril de ese mismo año, Líneas Aéreas Navarras, LAN, inició sus operaciones en la ruta Pamplona-Madrid; Aviaco tenía 2 vuelos de 120 pasajeros, uno por la mañana y otro por la noche y LAN añade 3 vuelos de 48 pasajeros, mañana, tarde y noche. Aviaco responde incluyendo un vuelo por la tarde de 120 pasajeros. Como resultado LAN suspende sus planes de expansión a la ruta Pamplona-Reus y realiza una primera denuncia de competencia desleal. Durante todo ese año y el siguiente se suceden numerosas denuncias de todas las compañías, y la propia AECA, que acusa a Iberia de precios

depredadores. Las denuncias se basan en que Iberia es una compañía pública y sigue recibiendo subvenciones para llevar a cabo su reestructuración.

El cuadro n.º 2 ilustra la evolución de los precios en las principales rutas españolas hacia tarifas cada vez más reducidas. Como se puede observar, en 1996 el 30 por 100 de las rutas que habían sido monopolio de Iberia se habían abierto a la competencia.

El cambio en la estrategia de Iberia se produce en abril de 1997. Las tarifas de Iberia, Air Europa y Spanair aumentan simultáneamente alrededor de un 30 por 100 en todas las rutas donde compiten. Las razones

CUADRO N.º 2

TARIFAS DOMÉSTICAS POR COMPAÑÍA DE 1996 (EN PESETAS)

Ruta	Compañía	Turista normal	Tarifa reducida	Super reducida	Tarifa mínima
Madrid-Palma de Mallorca	Iberia/Aviaco	32.200	21.000	16.100	11.900
	Air Europa	18.900	17.900	15.800	10.900
	Spanair	19.800	17.800	15.800	11.800
	Air Nostrum	31.350			15.100
Madrid-Santiago de Compostela ..	Iberia	34.400	19.800	17.200	11.900
	Air Europa	18.900	17.800	15.800	10.900
	Spanair	19.800	17.800	15.800	11.800
Madrid-Málaga	Iberia	33.800	26.100	16.900	11.900
	Air Europa	18.900	17.800	15.800	10.900
	Spanair	19.800	17.800	15.800	11.800
Madrid-Bilbao	Iberia	32.400	25.000	16.900	11.900
	Air Europa	18.900	17.800	15.800	10.900
	Spanair	19.800	17.800	15.800	11.800
	Air Nostrum	25.000			11.900
Madrid-Las Palmas.....	Iberia	59.200	38.500	29.600	23.900
	Air Europa	35.800	32.900	27.900	23.500
	Spanair	37.800	32.900	27.900	23.800
Madrid-Barcelona	Iberia	31.400			17.900
	Air Europa	19.800			15.800
	Spanair	19.800			15.800
Barcelona-Málaga	Iberia	46.600	35.900	23.800	18.900
	Air Europa	25.900	22.900	19.900	17.900
	Spanair	25.800	22.900	19.900	18.800
Barcelona-Las Palmas	Iberia	74.300	48.300	37.200	27.000
	Air Europa	42.900	37.900	32.900	26.900
	Spanair	43.800	37.900	32.900	27.800

Fuente: Elaboración propia a partir de *El País*, domingo 27 de octubre de 1996 y *Actualidad Económica*, lunes 28 de octubre de 1996.

aludidas son el encarecimiento del dólar y del petróleo. El Ministerio de Economía y Hacienda solicita una investigación al Tribunal de Defensa de la Competencia. Coincidiendo con esta subida de tarifas, las tres compañías firman un acuerdo interlínea por el cual hacen equiparables algunos de sus billetes para facilitar la movilidad de sus clientes cuando se cancela un vuelo o pierden el avión. El cuadro n.º 3 recoge las nuevas tarifas y el incremento producido con respecto a la situación anterior.

La subida de precios, junto al colapso inminente de Barajas y la mayoría de los aeropuertos españoles, llevan al mercado interior español a una nueva situación de calma. Las nuevas aerolíneas renuncian a sus planes de expansión por falta de derechos de aterrizaje y despegue y, consistentemente, renuncian a una política de precios a la baja cuyo único objetivo era aumentar su cuota de mercado.

En lo que respecta a las rutas de baja intensidad, en las que estaban apareciendo nuevas compañías locales, Iberia firma un contrato de franquicia con Air Nostrum, la mayor de las regionales, hasta el año 2002 (2), por el que esta última puede utilizar el nombre de Iberia Regional, con todo lo que esto representa: sistema computerizado de reservas, *handling*, etc.. De esta forma, Iberia puede entrar a competir en estas rutas con los aviones de menor tamaño y coste de Air Nostrum. Esto supone un enorme crecimiento para Air Nostrum, que reemplaza a Aviaco en las rutas de menor tráfico y entra en nuevas rutas antes de que lo haga otra compañía regional. Con esta estrategia, Iberia consigue hacer desaparecer al resto de compañías regionales, que no pueden competir frente a una igual en costes, pero con la garantía y la infraestructura de Iberia detrás.

2. La estructura de mercado

La entrada de nuevos competidores —principalmente Air Europa, Spanair y Air Nostrum— se centra en las rutas con los archipiélagos y las peninsulares que cubren distancias superiores a los 400 km. El cuadro n.º 4 recoge la evolución de las rutas donde se produce la entrada entre 1993 y 1997. Como puede observarse, la mayor parte de las entradas se produce en invierno de 1994. A partir de ese momento, la situación se estabiliza y el número medio de competidores permanece en torno a tres empresas en media. El cuadro n.º 5 recoge la evolución de las cuotas de mercado en estas mismas rutas. En general, se observa una caída paulatina de las cuotas de mercado de las empresas del grupo Iberia que se reduce hasta un 50 por 100 en algunas rutas y a un 70 por 100 en media. Air Europa y Spanair alcanzan cuotas entre un 15 y un 30 por 100 en las numerosas rutas

CUADRO N.º 3

REVISIÓN DE TARIFAS EN ABRIL DE 1997 (EN PESETAS)

Ruta	Compañía	TURISTA NORMAL		TURISTA REDUCIDA		TURISTA MÍNIMA	
		Tarifa	Incremento (*)	Tarifa	Incremento (*)	Tarifa	Incremento (*)
Madrid-Barcelona	Iberia	32.000	0,00	25.600	14,00	16.700	26,35
	Air Europa	27.200	25,76	22.950	20,70	15.100	0,00
	Spanair	27.200	25,74	23.000	20,87	15.200	19,74
Madrid-Palma de Mallorca	Iberia	33.300	0,00	23.400	-8,12	16.100	23,60
	Air Europa	28.300	31,10	21.000	12,86	15.200	25,66
	Spanair	28.400	28,17	21.000	22,86	15.200	19,74
Barcelona-Canarias	Iberia	60.800	0,00	42.600	8,69	29.600	17,91
	Air Europa	51.700	29,59	38.350	13,17	27.150	11,97
	Spanair	51.600	25,58	38.300	26,11	27.200	11,03
Madrid-Canarias	Iberia	48.600	0,00	38.900	12,85	23.700	18,57
	Spanair	41.300	35,84	35.000	33,14	22.000	16,82
Madrid-Málaga	Iberia	35.100	0,00	28.100	5,34	16.900	27,22
	Air Europa	29.800	31,54	25.300	27,67	15.400	20,78
	Spanair	29.800	34,56	25.300	27,67	15.300	21,14

Nota: (*) Incremento con respecto al año anterior en porcentaje.

Fuente: Actualidad Económica, lunes 5 de mayo de 1997.

CUADRO N.º 4

NÚMERO DE COMPAÑÍAS POR RUTA

Ruta	Verano 1993	Invierno 1993-94	Verano 1994	Invierno 1994-95	Verano 1995	Invierno 1995-96	Verano 1996	Invierno 1996-97	Verano 1997
Barcelona-Málaga ...	1	1	1	2	2	2	3	3	4
Barcelona-Sevilla ...	1	1	1	2	2	2	2	2	2
Madrid-Barcelona ...	1	1	3	3	3	3	3	3	3
Madrid-Alicante	1	1	1	2	2	2	3	2	1
Madrid-Bilbao	1	1	1	2	2	2	3	4	4
Madrid-Málaga	2	2	1	2	2	2	3	4	4
Madrid-Santiago	1	1	1	3	3	3	3	3	3
Madrid-Sevilla	1	1	1	1	1	1	1	2	1
Madrid-Valencia.....	1	1	1	2	3	3	2	2	2
Madrid-Palma	2	3	4	4	4	4	4	4	4
Madrid-Tenerife	1	2	2	3	3	3	3	3	3
Madrid-Las Palmas ..	2	2	4	4	4	4	4	4	4
Media.....	1,25	1,41	1,75	2,50	2,60	2,60	2,72	3,00	2,92

Fuente: REY (1999).

que abastecen, y Air Nostrum y Paukn Air se especializan en un menor número de rutas y mantienen cuotas menores. La situación de Air Nostrum cambiará notablemente tras el acuerdo de franquicia con Iberia, ya que sustituirá muchos vuelos del grupo y ampliará notablemente sus cuotas de mercado.

Según Rey (1999) la movilidad de las compañías ha sido particularmente elevada en España. Esta situación ha sido bastante peculiar si la comparamos con los restantes países europeos, que liberalizaron sus mercados domésticos al mismo tiempo que España. En buena parte, esto es debido a las características geográficas del territorio nacional. España es uno de los pocos países donde existe un amplio número de rutas con distancias claramente superiores a los 400 km. A esto debemos unir la importancia de las rutas con los archipiélagos canario y balear y la escasez de una red de ferrocarriles de alta velocidad y autopistas que conecten las grandes ciudades. Todo esto determi-

na la existencia de un amplio número de rutas con suficiente volumen de tráfico para resultar rentables aun en presencia de dos o tres competidores. A esto ha contribuido la débil posición de Iberia, que debía asumir simultáneamente un complicado proceso de reestructuración interna, el desmantelamiento de la mayor parte de su red en Sudamérica y la búsqueda de socios extranjeros para no quedar fuera de las grandes alianzas internacionales que se estaban formando durante el período.

IV. CONCLUSIONES

Tras un período de intensa competencia, hemos alcanzado una fase de calma tarifaria. Las tarifas actuales son bajas en comparación con las de rutas parecidas en otros países europeos, y los empresarios del sector declaran que apenas pueden cubrir costes. El número de pasajeros en rutas nacionales se ha casi duplicado desde 1993. Air Nostrum es la compañía regional de mayor crecimiento en Europa

y se ha convertido en un fabuloso alimentador para los vuelos de Iberia; Air Europa y Spanair se mantienen en la retaguardia como una amenaza creíble, aunque latente, para Iberia, e Iberia, que trata de consolidar sus alianzas internacionales, espera recibir una última inyección de dinero del Ministerio, cada vez más difícil de justificar ante la Comisión Europea, antes de ser privatizada.

Todo parece funcionar bien en el sector excepto que los aeropuertos están totalmente colapsados y lo estarán durante los próximos diez años, según las predicciones más optimistas, que los pilotos de Iberia nunca llegan a ponerse de acuerdo del todo con la compañía y reabren las negociaciones en cuanto se aproxima un nuevo período vacacional, que no existe ninguna coordinación entre los países en lo que respecta al espacio aéreo europeo, y que los controladores que se ocupan del espacio aéreo español son claramente insuficientes. Todo esto se resume en falta de planificación e incapaci-

CUADRO N.º 5

CUOTA DE MERCADO DE LAS COMPAÑÍAS (PORCENTAJE)

Ruta	Compañía	Verano 1993	Invierno 1993-94	Verano 1994	Invierno 1994-95	Verano 1995	Invierno 1995-96	Verano 1996	Invierno 1996-97	Verano 1997
Barcelona-Málaga	Iberia	100	100	100	92,6	87,4	91,3	71,8	74,3	66,2
	Air Europa				7,4	12,6	8,7	18,2	9,8	15,2
	Spanair							6,2	16,0	12,2
	Paukn Aair							3,9		6,1
Barcelona-Sevilla	Iberia	100	100	100	83,2	82,2	84,4	82,0	83,0	81,24
	Air Europa				16,8	17,8	15,6	18,0	17,0	18,2
Madrid-Barcelona	Iberia	100	100	68,3	70,9	68,4	66,8	70,1	61,1	69,6
	Air Europa			15,2	11,2	13,5	14,7	12,8	16,0	7,9
	Spanair			16,6	18,0	18,0	18,4	17,1	22,9	22,5
Madrid-Alicante	Iberia							11,0	11,8	
	Aviaco	100	100	100	85,4	97,6	100	88,9	88,2	100
	Air Europa				14,6	2,4		0,1		
Madrid-Bilbao	Iberia	100	100	100	90,7	98,2	94,9	96,4	61,2	74,9
	Air Europa				9,3	1,8			17,2	7,2
	Spanair								19,0	17,4
	Air Nostrum						5,1	3,6	2,7	0,5
Madrid-Málaga	Iberia	98,2	95,4	100	91,7	90,9	82,4	78,0	64,0	67,4
	Aviaco	1,8	4,6							
	Air Europa				8,3	9,1	17,6	16,9	13,5	13,7
	Spanair								17,8	16,7
Madrid-Santiago	Iberia	100	100	100	80,8	78,5	69,1	61,8	51,3	55,6
	Air Europa				7,8	11,6	19,2	17,2	18,4	17,2
	Spanair				11,4	9,9	11,7	20,9	30,3	27,2
Madrid-Sevilla	Iberia	100	100	100		100	95,3	100	98,5	100
	Air Nostrum						4,7		1,5	
Madrid-Valencia.....	Iberia	100	100	100	91,2	79,6	90,8	90,4	90,1	84,7
	Air Europa				8,8	9,5				
	Air Nostrum						11,0	9,2	9,6	15,3
Madrid-Palma	Iberia	75,8	50,1	46,1	36,5	44,3	37,3	43,4	32,0	36,9
	Aviaco	24,2	36,4	19,6	28,0	15,9	14,3	16,1	14,2	14,4
	Air Europa		13,5	19,1	15,8	23,3	22,9	13,9	22,8	20,7
	Spanair			15,2	19,7	16,4	25,2	26,6	31,1	28,0
Madrid-Tenerife	Iberia	100	87,5	89,4	75,8	79,5	72,0	69,0	69,9	75,6
	Air Europa		12,5	10,6	15,9	13,7	18,4	20,6	20,7	14,4
	Spanair				8,3	6,8	9,7	10,4	9,4	1,0
Madrid-Las Palmas ..	Iberia	90,7	88,3	75,1	68,7	67,3	60,5	61,2	66,4	69,2
	Aviaco	9,3	11,7	5,4	8,8	7,3	6,9	6,4	6,7	7,3
	Air Europa			11,1	9,3	1,0	11,9	12,6	9,8	7,6
	Spanair			8,4	13,2	15,3	20,6	19,9	17,1	15,9
Media.....	Iberia	97,0	93,1	80,5	73,9	74,2	71,4	71,2	63,5	68,4
	Aviaco	3,0	4,5	1,9	3,3	2,2	1,8	2,1	1,7	1,9
	Air Europa		2,4	9,2	11,7	12,5	13,4	12,6	14,9	10,5
	Spanair			8,4	8,1	10,3	12,6	13,0	19,0	7,8
	Air Nostrum					0,8	0,8	0,6	0,6	0,9

Fuente: REY (1999).

dad para predecir la evolución de los precios, el consiguiente incremento en la demanda y el efecto que esto podría tener sobre un

espacio aéreo congestionado ya antes de producirse la liberalización. Así pues, la liberalización del tráfico aéreo comercial en

Europa y en España puede dejar de tener sentido si no se dota al mercado de las infraestructuras adecuadas y no se liberalizan si-

multáneamente sectores colindantes, como los de formación de pilotos, controladores, etcétera. Por el momento, habrá que esperar a que todos estos problemas se resuelvan antes de seguir adelante con el proceso competitivo.

NOTAS

(1) Véase EVANS y KESSIDES (1993) para un análisis detallado de este efecto.

(2) Este contrato ha sido tan exitoso que las partes acaban de renovarlo hasta el 2008 (*El Mundo*, 2-09-99).

BIBLIOGRAFÍA

EVANS, W. N., y KESSIDES, I. (1993), «Structure, conduct, and performance in the deregulated airline industry», *Southern Economic Journal*, págs. 450-467.

MARÍN, Pedro L. (1994), «Liberalización y competencia en los mercados aéreos europeos», *Economistas*, 60, páginas 412-417.

— (1995), «Competition in European aviation: pricing policy and market structure», *Journal of Industrial Economics*, 43 (2), páginas 141-160.

— (1998), «Productivity differences in the airline industry: partial deregulation versus short-run protection», *International Journal of Industrial Organization*, 16, páginas 395-414.

NEVEN, Damien, y RÖLLER, Lars H. (1996), «Rent sharing in the European airline industry», *European Economic Review*, 40, págs. 933-940.

REY, Belen, (1999), *Efectos de la liberalización del transporte aéreo sobre el mercado español de vuelos regulares (1989-1997)*, tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

WILLIAMS, G. (1993), *The airline industry and the impact of deregulation*, Ashgate Publishing Limited, Cambridge.

Resumen

En este trabajo se analiza la evolución de los precios y la estructura de mercado del sector aéreo en las rutas internas españolas. Se observa que tras la liberalización se produjo una fuerte y rápida entrada de compañías en la mayoría de las rutas. Estas compañías eran empresas chárter ya existentes o líneas aéreas regionales de nueva creación. La primera respuesta de la compañía de bandera fue bastante agresiva en términos de precios y frecuencias, pero a partir de 1997 se volvió más cooperativa. A continuación, la entrada se paralizó por problemas de congestión aeroportuaria.

Palabras clave: líneas aéreas, liberalización, predación, colusión.

Abstract

In this study we analyse the price trends and market structure of the air sector on Spanish domestic routes. We see that following on from liberalisation a swift heavy influx of companies took place on the majority of routes. These carriers were existing charter companies or newly established regional air lines. The initial response of the flag company was fairly aggressive in terms of prices and frequencies, but it became more cooperative after 1997. The influx was then brought to a halt by airport congestion troubles.

Key words: air lines, liberalisation, depredation, collusion.

JEL classification: L19, L93.