TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

INFORME

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA C105/07 AIR BERLIN/LTU

EMPRESA NOTIFICANTE:

AIR BERLIN PLC

OBJETO:

ADQUISICIÓN POR PARTE DE AIR BERLIN PLC DEL CONTROL EXCLUSIVO SOBRE LoMa

INDICE

1. ANTECEDENTES	3
1.1. Remisión al Tribunal	3
1.2. Recepción del expediente y actuaciones del Tribunal	4
1.3. Personación y confidencialidad	4
2. PARTES INTERVINIENTES EN LA OPERACIÓN	6
2.1. AIR BERLIN PLC (AIR BERLIN)	6
2.2. LTU	7
2.3. Ámbitos de solapamiento	
3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN	14
4. APLICABILIDAD DE LA LEY DE DEFENSA DE	
COMPETENCIA	
5. INFORMACIÓN DE TERCEROS Y ALEGACIONES	
5.1. Remisión de la Nota Sucinta y respuestas recibidas	
5.2. Alegaciones del Notificante (AIR BERLIN).	
6. MERCADOS RELEVANTES	22
7. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MERCA	
AFECTADOS	
7.1. Demanda	
7.2. Oferta	
7.3. Precios	
7.4.1. El coste de las inversiones en activos reales	
7.4.2. La escasez de slots adecuados	
7.4.2.1. Problemática general	
7.4.2.2. La influencia de las restricciones de capacidad sol	
funcionamiento competitivo de los mercados de transporte aér	eo67
7.4.2.3. Las barreras de entrada relacionadas con slots e	
aeropuertos afectados por la operación	
8. VALORACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN	83
8.1. Efectos Unilaterales	
8.2. Posibles Efectos Coordinados de la Operación	
9. POSIBLES BENEFICIOS DERIVADOS DE LA OPERACIÓN	
10. CONCLUSIONES	112

1. ANTECEDENTES

1.1. Remisión al Tribunal

El día 3 de julio de 2007 tuvo entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (el Tribunal) el expediente relativo a la operación de concentración económica N-07044 AIR BERLIN/LTU, notificada por AIR BERLIN PLC (en adelante, AIR BERLIN), consistente en la adquisición por parte de AIR BERLIN del control exclusivo sobre LoMa-Beteiligungsgesellschaft mbH (en adelante LOMA).

Esta operación fue notificada al Servicio de Defensa de la Competencia (el Servicio) el 30 de abril de 2007 según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por constituir una operación de concentración que superaba el umbral previsto en el artículo 14.1 apartado a) y siendo de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la LDC en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El Servicio remitió este expediente al Tribunal por orden del Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda, con objeto de que, siguiendo las disposiciones del artículo 15.bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia¹, (LDC) emitiera el preceptivo Informe, al considerar que no se podía descartar que la operación notificada pudiera obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado.

El Tribunal ha de dictaminar al respecto, previa audiencia, en su caso, de los interesados. Para ello elabora este Informe en cumplimiento del art. 16 LDC analizando si el proyecto de operación obstaculiza el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado y, en su caso, si aporta alguna mejora en los términos previstos en el último párrafo del art. 16.1 LDC. El Tribunal podrá solicitar, asimismo, aquella información que estime necesaria de cualquier persona natural o jurídica, en los términos previstos en el art. 29 LDC. El Tribunal dispone de un plazo de dos meses para remitir su dictamen al Vicepresidente Segundo y Ministro de Economía y Hacienda para que lo eleve al Gobierno.

¹ Vid. Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (BOE 18-07-1989) www.tdcompetencia.es/normativa.asp#

1.2. Recepción del expediente y actuaciones del Tribunal

El Tribunal ha referenciado el expediente como C105/07 AIR BERLIN/LTU y, de conformidad con lo establecido por el art. 14.1 del Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, se ha designado responsable de la Ponencia al Vocal Sr. D. Fernando Torremocha y García Sáenz, actuando como Secretario Técnico de la misma el Subdirector General de Estudios, Sr. D. Alberto Soler Vera.

Con objeto de que los diferentes operadores económicos que pudieran, en su caso, verse afectados por la operación de concentración tuviesen la oportunidad de presentar sus consideraciones ante el Tribunal, se elaboró una Nota Sucinta sobre los extremos fundamentales de la operación, de acuerdo con el art. 14.2 del Real Decreto 1443/2001². Dicha Nota Sucinta fue puesta en conocimiento del Notificante el 4 de julio de 2007 para que pudieran manifestar por escrito los extremos de la información contenida en dicha Nota que considerasen debían mantenerse confidenciales. Una vez declarada su conformidad con la misma, ésta fue remitida a competidores, clientes, proveedores, organismos públicos potencialmente interesados, asociaciones de consumidores y usuarios y otras asociaciones del sector.

La legislación vigente faculta al Tribunal para solicitar, asimismo, aquella información que estime necesaria de cualquier persona natural o jurídica, en los términos previstos en el art. 29 LDC. En fechas 10, 11, 17 y 19 julio de 2007, respectivamente, el Tribunal solicitó al Notificante información adicional relativa a ciertos extremos que precisaban clarificación o explicación más detallada, que fue remitida en plazo, con fechas 18, 19, 23 y 27 de julio respectivamente.

1.3. Personación y confidencialidad

Por Providencia de fecha 5 de julio de 2007, en virtud de lo dispuesto en el art. 53 de la LDC y del art. 15.1 del RD 1443/2001, el Tribunal se dirigió al Notificante con el fin de que pudieran solicitar la confidencialidad de aquella información que considerasen oportuna.

Con fecha 13 de julio de 2007, el Notificante presentó ante el Tribunal, por motivo de secreto comercial, solicitud de confidencialidad sobre

4 / 115

_

² *Vid.* Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, en lo referente al control de las concentraciones económicas, (BOE 18-01-2002) www.tdcompetencia.es/normativa.asp#

diversos extremos de la Notificación y de la información adicional disponible en el expediente.

Con fechas 10, 11 y 12 de julio de 2007, el Tribunal solicitó información adicional a varias empresas competidoras SPANAIR, S.A., AIR EUROPA LÍNEAS AÉREAS, S.A., IBERIA, L.A.E., CLICKAIR, S.A., VUELING, S.A. RYANAIR LTD, DEUTSCHE LUFTHANSA AG, GERMANWINGS GMBH, TUI España Turismo, S.A., TUIFLY HAPAG-LLOYD EXPRESS GMBH, THOMAS COOK AG Y EASYJET SPAIN, S.L., así como a la entidad Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), que a su vez manifestaron los extremos que consideraban confidenciales.

Con fechas 10, 11 y 17 de julio de 2007, el Tribunal realizó tres requerimientos de información al Notificante, solicitando asimismo una versión no confidencial de los mismos si lo consideraba oportuno.

De acuerdo con el artículo 53 de la LDC, el Tribunal, mediante Auto de Confidencialidad de 26 de julio de 2007, resolvió respecto a la solicitud del Notificante y de las entidades anteriormente referidas, manteniendo confidenciales ciertas informaciones de la Notificación y/o de la documentación adicional incorporada al expediente, y denegando la confidencialidad de otros aspectos.

Con fecha 27 de julio de 2007, el Tribunal dio entrada a la respuesta al cuarto requerimiento de información al Notificante realizado el 19 de julio de 2007, en la que se solicitaba la confidencialidad de algunos de sus extremos. De esta forma, el Tribunal dictó un Auto de Confidencialidad adicional de 2 de agosto de 2007, resolviendo al respecto.

En el presente expediente de concentración económica, ninguna entidad solicitó al Tribunal el reconocimiento de la condición de partes interesadas y, por tanto, su personación en el mismo.

El Tribunal, dentro de las actuaciones conducentes a la elaboración del presente Informe, mantuvo dos reuniones con el Notificante, al objeto de aclarar ciertos aspectos de la operación.

2. PARTES INTERVINIENTES EN LA OPERACIÓN

2.1. AIR BERLIN PLC (AIR BERLIN)

AIR BERLIN es el socio principal de la sociedad comanditaria alemana AIR BERLIN PLC & Co. Luftverkehrs KG.

AIR BERLIN es una compañía aérea que opera destinos de corto y medio recorrido en Europa y ciudades turísticas cercanas a ésta. Su flota actual es de 88 aviones, de los que 17 pertenecen a su filial DBA, adquirida en verano de 2006, que según el Notificante sólo opera rutas dentro de Alemania.

La actividad de AIR BERLIN en España se concentra fundamentalmente en Palma de Mallorca. AIR BERLIN ofrece vuelos diarios a Palma de Mallorca desde 17 aeropuertos alemanes y 3 aeropuertos europeos³. Desde Palma de Mallorca, AIR BERLIN ofrece vuelos hacia destinos peninsulares⁴, hacia el resto de las Islas Baleares y a Portugal. Además AIR BERLIN ofrece vuelos directos desde aeropuertos alemanes a Barcelona y las Islas Canarias. Conviene reseñar que el número de vuelos semanales de AIR BERLIN con destino Mallorca ha aumentado de 140 a 360 en tan solo 6 años.

AIR BERLIN presta servicios de mantenimiento y asistencia técnica⁵ para aeronaves de su propia flota y también a terceros, siempre en aeropuertos alemanes y Palma de Mallorca. La facturación por estos servicios en 2006 fue de [>60] millones de euros.

Además, AIR BERLIN posee el (...) del capital social de la compañía aérea austriaca NIKI⁶

6 / 115

³ Los aeropuertos de salida de AIR BERLIN son: Amsterdam, Berlín (Schoenefeld y Tegel), Bremen, Dortmund, Dresde, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt/Main, Friedrichshafen, Hamburgo, Hanover, Colonia/Bonn, Karlsruhe/Baden-Baden, Leipzig/Halle, Linz, Londres-Stansted, Munich, Münster/Osnabrück, Nuremberg, Paderborn/Lippstadt, Palma de Mallorca, Rostock-Laage, Salzburgo, Stuttgart, Sylt, Viena y Zurich.

⁴ Éstas son: Alicante, Almería, Asturias/Oviedo, Barcelona, Bilbao, Faro, Ibiza, Jerez de la Frontera, Lisboa, Madrid, Mahon (Menorca), Málaga, Murcia, Oporto, Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia.

⁵(...).
⁶ (...).

La facturación de AIR BERLIN en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001⁷, es, según el Notificante, la siguiente:

Tabla 1. Volumen de ventas de AIR BERLIN (millones euros)			
2004 2005 2006			
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España*	[<60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación.

LTU 2.2.

LTU es una aerolínea alemana que pertenece a la sociedad de holdina LoMa⁸.

LTU programa rutas de corto y medio alcance en Europa y además vuelos de larga distancia desde aeropuertos alemanes hacia Norteamérica, Caribe, África y Asia (si bien los vuelos a media distancia y larga distancia predominan fuertemente dentro de su estructura de ventas, con un (...) y un (...) de las mismas, respectivamente). Posee una flota de 27 aviones. Precisamente este es el perfil que subraya AIR BERLIN para poner de relieve la complementariedad de las dos compañías involucradas en la operación. Lo cual no quita para que, pese a esta complementariedad, se produzcan ciertos solapamientos en las áreas comunes de negocio.

En España LTU opera vuelos desde 5 aeropuertos alemanes⁹ a 13 ciudades españolas 10, algunas de las cuales coinciden con las habituales de AIR BERLIN.

⁷ A la hora de determinar la facturación procedente de los vuelos regulares, se adopta el criterio de asignación geográfica establecido por el art. 5(1) del Reglamento 139/2004 y la Notificación de la Comisión sobre Cálculo de Volumen de Negocio de 1998. Este criterio consiste en la imputación de la facturación a aquel país en que se produce la prestación o entrega del servicio al consumidor, en este caso, el lugar de origen del vuelo.

⁸ LOMA también ostenta el (...) del capital de LTU Aircraft Manteinance GMBH (LAM), Leisure Cargo GMBH, BUY.bye Touristik GMBH y LTUplus GMBH. Además, LTU posee un (...) del capital de la sociedad en liquidación irlandesa ILTU Ireland Ltd.

Düsseldorf, Munich, Frankfurt, Berlín y Colonia/Bonn.

¹⁰Alicante, Almería, Fuerteventura, Gran Canaria, Ibiza, La Palma, Lanzarote, Madrid, Menorca, Málaga, Palma de Mallorca, Tenerife y Valencia.

LOMA también proporciona servicios de carga y servicios de asistencia técnica y mantenimiento de aviones¹¹. Sin embargo, según el Notificante, LOMA tiene una presencia residual en ambos mercados¹².

La facturación de LTU en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es, según el Notificante, la siguiente:

Tabla 2. Volumen de ventas de LTU (millones euros)			
2004 2005 2006			
Mundial	-[<2.500]	-[<2.500]	-[<2.500]
Unión Europea	-[>250]	-[>250]	-[>250]
España*	-[<60]	-[<60]	-[<60]

Fuente: Notificación

Tras la adquisición de un 50% de las participaciones de LTU por SWISSAIR en 1989 y la quiebra en 2001 de esta compañía, un administrador fiduciario se hizo cargo de las mismas. Desde entonces, LTU ha venido atravesando dificultades económicas, que desembocaron en la concesión en el mismo año de un paquete "de rescate" por el Land alemán de Renania-Westfalia. El importe del mismo ascendió a 120 millones de euros y fue autorizado por la Comisión Europea el 20 de diciembre de 2001.

Dos años más tarde y con el fin de reestructurar la compañía, el 19 de marzo de 2003 la CE aprobó tanto la ayuda de reestructuración final que el Land concedió a LTU en forma de aval de un crédito de 1.000 millones de euros y un plan de reestructuración económico presentado por LTU al gobierno alemán. Este plan incluía un calendario de repagos del crédito entre el 31 de diciembre de 2005 y el 31 de diciembre de 2008.

Entre los principales problemas que lastraban la situación de LTU, la CE identificó el exceso de capacidad debido en parte a la entrada de nuevas compañías en el sector (FYI FTI y DEUTSCHE BRITANNIA, de modo principal), el encarecimiento de los combustibles, el descenso de los precios en algunas rutas (en parte, para compensar la carencia de canales de distribución propios) más allá de los niveles sostenibles – dados sus costes—, la heterogeneidad de su parque de aeronaves —que le impedía explotar plenamente sus sinergias—, una estructura organizativa demasiado compleja y la insuficiencia de liquidez. Entre las

¹¹ (...).

¹² En carga estima que su cuota en las rutas entre España y Alemania es inferior al [0-10]%.

principales recomendaciones dirigidas a subsanar estos problemas se encontraban: la simplificación de la estructura empresarial, la concentración en las actividades básicas y en las rutas a media y larga distancia (el grueso de sus ventas) y la búsqueda de nuevos inversores como socios estratégicos para hacer frente al futuro de la compañía a largo plazo. El Notificante justifica la conveniencia de la adquisición de LTU por AIR BERLIN, dado que ello garantizaría el saneamiento ordenado de la compañía y el repago de las deudas asumidas con las autoridades alemanas.

2.3. **Ambitos de solapamiento.**

Analizaremos a continuación de modo más pormenorizado las actividades de ambas empresas, así como los solapamientos en cada una de ellas a que la operación notificada da lugar.

Servicios de carga

LoMA presta servicios de carga de aviones a través de su filial Leisure Cargo GmbH (LCG), tanto por medio de aviones de su propia flota como haciendo uso de aviones de otras compañías aéreas, (...) 13

Sin embargo, AIR BERLIN no presta servicios de carga, por lo que la operación notificada no dará lugar a solapamiento alguno en el ámbito de esta actividad.

Servicios de handling

Tanto AIR BERLIN como LTU prestan servicios de mantenimiento y asistencia técnica ubicados dentro de las categorías de handling cubiertas por la Directiva 96/67/CE. AIR BERLIN presta estos servicios directamente y LTU a través de su filial LTU Aircraft Maintenance GmbH (LAM). Ambas compañías prestan estos servicios tanto en régimen de autoasistencia como de asistencia a terceros.

AIR BERLIN presta asistencia a terceros en los aeropuertos de (...), aunque la dimensión de sus contratos de mantenimiento es reducida. En

¹³ Tradicionalmente la Comisión ha englobado los servicios de carga aérea dentro del mercado de producto de servicios de carga proporcionados por una gama amplia de medios de transporte, que incluiría también a los de carretera. Además, la dimensión geográfica de dicho mercado es, de acuerdo con esta visión, europea. Véase, a modo de ejemplo, la decisión del caso M. 3770 - Lufthansa/Swiss (párrafo 19).

concreto, su mayor cliente, $(...)^{14}$, cuyas necesidades de mantenimiento y asistencia técnica cubre en un (...) aproximadamente (el resto de sus clientes, en los diferentes aeropuertos, son mucho menos significativos). Respecto a sus actividades de autoasistencia, éstas se llevan a cabo en los aeropuertos de (...).

En cuanto a LTU, sus servicios de mantenimiento se desarrollan principalmente en los aeropuertos de (...). De entre sus clientes, resultan especialmente significativos, en términos de porcentaje de necesidades de mantenimiento cubiertas, (...) Con un carácter mucho más residual también atiende a (...), cuyas necesidades cubre aproximadamente en un (...). LTU no presta servicios de mantenimiento a terceros ni practica autoasistencia dentro de esta categoría en aeropuertos españoles.

Venta de plazas en rutas entre España y Alemania

Las partes operan en diversas rutas aéreas entre España y Alemania en las que se produce un solapamiento. En los siguientes cuadros se explicitan tales rutas, el resto de competidores presentes en las mismas y el carácter directo o indirecto de los vuelos que se operan en las mismas por cada aerolínea.

TABLA 3. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE ALICANTE Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN	PARTES	RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D+I(PMI)) LTU (D)	IBERIA (I)
MUNICH	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	IBERIA (I) SPANAIR-LUFTHANSA (I)

TABLA 4. RUTA MALLORCA Y AL		DE LAS PARTES ENTRE PALMA DE
AEROPUERTO ALEMÁN	PARTES	RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) IBERIA (I) SPANAIR (I) LUFTHANSA (D)
FRANKFURT	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) SPANAIR-LUFTHANSA (D+I) NORDIC LEISURE
BERLIN	AIR BERLIN (D)	CONDOR (D)

¹⁴ Deutsche BA ha sido adquirida por AIR BERLIN en 2006.

	LTU (D)	EASYJET (D)
	, ,	IBERIA (I)
		NORDIC LEISURE
	AIR BERLIN (D)	CONDOR (D)
MUNICH	` '	TUIFLY (D)
	LTU (D)	LUFTHANSA (I)

TABLA 5. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE MENORCA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO PARTES RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA		
MUNICH	AIR BERLIN (I(PMI)) LTU (D)	TUIFLY (D) SPANAIR-LUFTHANSA (I)

TABLA 6. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE IBIZA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO	PARTES	RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA
ALEMÁN		RUTA
	AIR BERLIN (D+I)	CONDOR (D)
DÜSSELDORF	LTU (D)	IBERIA (I)
	LIU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I)
	AIR BERLIN (D+I)	CONDOR (D)
MUNICH		IBERIA (I)
	LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I)
	AIR BERLIN (D)	CONDOR (D)
FRANKFURT		TUIFLY
	LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I)

TABLA 7. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE MÁLAGA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN	PARTES	RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	IBERIA (I) SPANAIR-LUFTHANSA (I) AIR FRANCE (I) SWISS (I)
MUNICH	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) SPANAIR-LUFTHANSA (I) IBERIA (I) SWISS (I) AIR FRANCE (I) ALITALIA (I)

TABLA 8. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE MADRID Y ALEMANIA ¹⁵		
AEROPUERTO ALEMÁN	PARTES RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA	
DÜSSELDORF	AIR BERLIN LTU	IBERIA SPANAIR-LUFTHANSA AIR FRANCE SWISS

TABLA 9. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE ALMERÍA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN	PARTES	RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (I) LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I)
MUNICH	AIR BERLIN (I) LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I) IBERIA (I)
FRANKFURT	AIR BERLIN (I) LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I) IBERIA (I)

TABLA 10. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE VALENCIA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA		
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (I) LTU (D)	IBERIA (I) AIR FRANCE (I) SPANAIR-LUFTHANSA (D+I)

TABLA 11. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE SEVILLA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA		
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (I) LTU (D)	SPANAIR-LUFTHANSA (I)

TABLA 12. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE TENERIFE SUR Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA		
COLONIA/BONN	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D)
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) IBERIA (I)
BERLIN	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D)

¹⁵ La presencia de AIR BERLIN en esta ruta es puramente residual ([0-10]%) de los pasajeros transportados en el año 2006. Se trata de una ruta dominada por las grandes compañías de bandera y en la que LTU ha ido adquiriendo un peso creciente en el tiempo, pero en la que la importancia de AIR BERLIN es marginal. Por ello, de aquí en adelante esta ruta dejará de ser considerada en el análisis.

-

IDEDIA (I)
I IDERIA (I)

TABLA 13. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE FUERTEVENTURA Y ALEMANIA			
AEROPUERTO PARTES RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA			
COLONIA/BONN	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) LUFTHANSA (I)	
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D)	
BERLIN	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY IBERIA (I)	

TABLA 14. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE LANZAROTE Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN	The state of the s	
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) IBERIA (I) SPANAIR-LUFTHANSA (I)

TABLA 15. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE GRAN CANARIA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA		
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) IBERIA (I) SPANAIR-LUFTHANSA (I)
COLONIA/BONN	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D)
BERLIN	AIR BERLIN (D+I) LTU (D)	CONDOR (D) TUIFLY (D) IBERIA (I)

TABLA 16. RUTAS CON SOLAPAMIENTO DE LAS PARTES ENTRE SANTA CRUZ DE LA PALMA Y ALEMANIA		
AEROPUERTO ALEMÁN RESTO DE COMPETIDORES EN LA MISMA RUTA		
DÜSSELDORF	AIR BERLIN (D+I) LTU (I)	CONDOR (I) TUIFLY (I) IBERIA (I) SPANAIR-LUFTHANSA (I)

AIR BERLIN vende asientos tanto a tour-operadores alemanes (esencialmente) como españoles (sólo residualmente), mientras que LTU vende plazas solamente a tour-operadores alemanes.

Acuerdos de código compartido de AIR BERLIN.

i) Con TUIFLY. (...) estuvo en vigor un acuerdo de código compartido estándar entre AIR BERLIN y TUIFLY, renovable temporada a temporada (según la definición de IATA). (...)

De entre las rutas regulares enumeradas anteriormente en que se producen solapamientos entre AIR BERLIN y LTU, este acuerdo de código compartido cubrió, (...).

ii) (...)

3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de AIR BERLIN del control exclusivo sobre LTU.

El 27 de marzo de 2007, las sociedades INTRO Verwaltungs GmbH (INTRO) MIC Marbach Beteiligung an Consulting GMBH (MIC)¹⁶ y VBE Beteiligungsgesellschaft mbH (VBE), celebraron el contrato de compraventa de acciones, por el que AIR BERLIN se compromete a adquirir (...) de LoMa. LoMa es una sociedad *holding*, que entre otras participaciones, es propietaria del (...) del capital social de la sociedad alemana denominada LTU Lufttransport-Unternehmen GMBH, que a su vez opera una aerolínea en Alemania bajo el nombre LTU. En la actualidad, INTRO, MIC y VBE poseen participaciones en el capital social de LoMa de un (...) respectivamente.

En la Cláusula 3 del Contrato de Compraventa de Acciones se estima en (...) euros el precio de la operación. AIR BERLIN no ha obtenido ninguna ayuda financiera de carácter público.

La ejecución de la operación de concentración ha sido notificada a las autoridades de competencia de España, Alemania y Austria, Portugal y Turquía.

Una vez se hayan cumplido todas las condiciones establecidas para completar la operación, AIR BERLIN adquirirá control exclusivo sobre LoMa, y por ende sobre todas sus filiales, incluyendo LTU.

14 / 115

¹⁶ Téngase en cuenta que a la fecha de celebración del acuerdo, LTU Beteiligungs-und Holding GMBH tenía una denominación social distinta: Blitz F07-dreiß-acht- GMBH.

4. APLICABILIDAD DE LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

A la vista de los datos aportados por el Notificante, en opinión de este Tribunal, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, al no alcanzarse los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1, por lo que la operación no alcanza dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su Notificación, al superarse el umbral establecido en el apartado a) del artículo 14.1 de la misma (como se verá más adelante, el incremento de cuota de mercado debido a la operación es superior al 25% en algunos de los mercados afectados). A la operación le es aplicable, en consecuencia, lo previsto en la LDC y en el Real Decreto 1443/2001 sobre control de concentraciones económicas.

La operación estaba sujeta a Notificación en otros países: Alemania, Portugal, Austria y Turquía, habiéndose presentado las correspondientes notificaciones con fechas 24 de abril, 11 de mayo, 30 de abril y 8 de junio –siempre de 2007–, respectivamente. En tres de estos países ya se ha obtenido la autorización incondicional de la operación: en Austria el 30 de mayo, en Turquía el 4 de julio y en Portugal el 23 de julio. El 23 de julio el Bundeskartellamt alemán emitió un borrador de autorización incondicional de la operación y el 8 de agosto, la autorización definitiva.

Tanto el SDC como el TDC se pusieron en contacto, al comienzo de sus períodos de instrucción correspondientes, con las autoridades del Bundeskartellamt, por entender que los efectos que concernían a la competencia en España se originaban en rutas que conectaban aeropuertos de nuestro país con aeropuertos alemanes. En particular, con fecha 25 de Junio de 2007 se recibió a solicitud del Servicio de Defensa de la Competencia, siguiendo los procedimientos ECA, una copia con el cuestionario del test de mercado efectuado por el Bundeskartellamt y posteriormente el Tribunal recibió copia en alemán de la decisión emitida por esta autoridad.

Sin menoscabo de la utilidad de esta colaboración entre autoridades, el presente expediente constituye un buen ejemplo de los problemas relativos a la tramitación de expedientes de control de concentraciones que caen bajo varias jurisdicciones. Este ha sido uno de los problemas recurrentes en cada una de las reformas del Reglamento Comunitario de

Concentraciones, especialmente en la última reforma que culminó en la aprobación del Reglamento 139/2004. No hay que olvidar que la Comisión Europea había defendido previamente a su elaboración, concretamente en el Libro Verde sobre la reforma del sistema comunitario de control de concentraciones, la regla 3+, es decir que serían de dimensión comunitaria las concentraciones que cayeran bajo la jurisdicción de las autoridades de, al menos, tres Estados miembros. Pero esta propuesta fue retirada (al igual que ocurrió con ocasión de la reforma de 1997) ante la resistencia de los Estados Miembros. En su lugar, se sustituyó por una mejora de los mecanismos de reenvío de los expedientes entre la Comisión y las autoridades nacionales en aquellos supuestos en los que la dimensión fuera comunitaria (art. 9 del Reglamento) y, en sentido contrario, de las autoridades nacionales en favor de la Comisión en aquellas concentraciones que, sin ser de dimensión comunitaria, fueran objeto de multinotificaciones (artículo 22 del Reglamento). En este supuesto nos encontramos ante una operación de concentración que por el volumen de negocios es de dimensión comunitaria, si bien por la regla de los 2/3 del último párrafo del artículo 1.2 del Reglamento, cae bajo la jurisdicción principal de la autoridad alemana, por lo que, para que la conociera la Comisión habría sido necesario que todas las autoridades de los Estados Miembros ante las que se hubiera presentado la Notificación (Alemania, Austria, España y Portugal) hubieran acordado la aplicación del artículo 22 y su reenvío a la Comisión, lo que no ha tenido lugar.

En estas condiciones, la operación debe ser analizada por las diferentes autoridades nacionales, lo cual implica ciertas duplicidades en el análisis y dificultades a la hora de valorar la operación y, en su caso, articular los remedios que se estimen pertinentes. No se puede olvidar, en primer lugar, que la operación afecta fundamentalmente al mercado alemán, y principalmente podría tener repercusiones sobre los alemanes usuarios de las líneas aéreas. Por otra parte, si bien podría resultar deseable que, en el caso de las multinotificaciones, las autoridades nacionales obraran con mayor grado de coordinación, ello no ha sido posible, ya que los mecanismos de coordinación entre autoridades de los Estados Miembros, que funcionan de manera satisfactoria en materia de resultan insuficientes campo de en el control concentraciones, fundamentalmente por la necesaria brevedad de los plazos para decidir en una materia en la que entran en juego importantes inversiones empresariales.

5. INFORMACIÓN DE TERCEROS Y ALEGACIONES

5.1. Remisión de la Nota Sucinta y respuestas recibidas

El Tribunal elaboró una Nota Sucinta resumiendo las características principales de la operación, las actividades de las empresas adquirente y adquirida y los mercados afectados por la misma. Esta Nota Sucinta fue remitida el 6 de julio de 2007 a alrededor de 60 entidades cuya actividad guarda relación directa o indirecta con la de las empresas que se concentran: compañías aéreas, agencias de viaje, empresas de handling, federaciones nacionales y regionales que agrupan a asociaciones de hosteleros, federaciones de turismo, asociaciones de consumidores y usuarios y a departamentos de la Administración Pública con competencias en materia de transporte.

La mayoría de estas entidades no contestó a la Nota Sucinta. Algunas otras, no obstante, emitieron una valoración sobre la operación como parte de los tests de mercado que el Tribunal realizó entre ellas. Podríamos sintetizar unos y otros tipos de pronunciamientos de la siguiente forma:

- -(...) puso de relieve la mayor fuerza negociadora de la empresa resultante a la hora de negociar precios en el ámbito de la venta de billetes a tour operadores en Alemania.
- -(...) pone de manifiesto que, como resultado de la operación, puede producirse un aumento de la posición de dominio de la compañía, principalmente en las rutas operadas desde Düsseldorf y Munich, lo que producirá un aumento de las tarifas en ciertas rutas debido a que la escasez de *slots* en los aeropuertos supone una importante barrera a la entrada a otras aerolíneas. Duda además de su capacidad de atender a incrementos de la demanda en esas rutas, fundamentalmente a causa de esta escasez de *slots* en algunos aeropuertos.
- -(...) considera que la cuota de mercado de pasajeros conjunta de AIR BERLIN y LTU en determinadas rutas entre España y Alemania supone una posición de dominio indiscutible. De esta manera la transacción propuesta puede "tener un claro efecto perjudicial ya que el cliente podría ver reducidas sus posibilidades de elección". Al ser tan bajos los niveles tarifarios de este mercado, (...) considera poco probable que esta fusión vaya a estimular el mercado. "Al contrario supondrá una barrera de entrada a otros competidores, algunos de ellos de red o tradicionales. Además, podría tener consecuencias en el segmento de la tour-

operación, especialmente desde Alemania, donde ambas compañías tienen una fuerte presencia. La transacción propuesta probablemente les permitirá controlar ese canal de venta y ello podría implicar la imposición de condiciones y precios".

- En los mismos términos se ha manifestado (...), señalando que la posición conjunta en determinadas rutas de AIR BERLIN y LTU es mayoritaria, por no decir dominante, perjudicando no sólo al resto de las compañías aéreas a la hora de abrir nuevas rutas, sino también al propio consumidor por la falta de oferta heterogénea.
- -(...) indicó que no poseía la información que le solicitaba el TDC en su requerimiento de información. Envió la respuesta a (...), pero ésta última no contestó. Aun así, hay que señalar que (...) sí envió una valoración de la operación al Bundeskartellamt alemán, en la cual se indicaba que la operación podría dañar seriamente la competencia en algunos de los mercados afectados.
- -(...) manifestó que tradicionalmente no ha operado en el mercado alemán, por lo que no conoce suficientemente sus particularidades. En atención a este hecho, no se pronuncia sobre los posibles efectos de la operación. Sin embargo, señala claramente que no tiene intención de entrar en estas rutas.
- -(...) considera que la operación de concentración no puede conducir a modificaciones sustanciales en ámbito de la venta de billetes a touroperadores. Por otro lado, pone de manifiesto la existencia de problemas en la obtención de *slots* en algunos aeropuertos como en Valencia, Palma de Mallorca, Canarias, Frankfurt o Dusseldolrf. Al mismo tiempo, constatan que no tienen previsto un incremento de frecuencias importante en esas rutas.
- -(...) no pone objeciones a la concentración pues considera que no existen barreras a la entrada, de manera que el incentivo a subir precios por parte de AIR BERLIN/LTU se verá reducido por la capacidad de entrada de otras aerolíneas en las rutas afectadas, tal y como se confirmó en el caso flybe/BA Connect. (...).
- No pusieron objeciones a la operación: la Dirección General de Transportes del Principado de Asturias, la Dirección General de Turismo de la Xunta de Galicia y la Fundación de Turismo de Menorca.

- La Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de las Palmas señaló que no podía opinar sobre la operación con los datos disponibles.
- La Federación del Turismo de Ibiza señalaba que, aunque su institución no resultaba afectada por la operación, se mostraba favorable a ella pues "el incremento de facilidades de vuelo para el turismo "residencial" permitirá el asentamiento de este último hasta alcanzar un volumen que justifique la operatividad y gasto interno mínimos, para mantener la actividad turística "tradicional", solapada con el mencionado turismo residencial. Es aquí, donde compañías potentes pueden abrir nuevos mercados, que otras compañías de menor envergadura, no estarían en disposición de realizar, por el riesgo económico que la falta de volumen y alternativas de aeropuertos de origen conlleva durante los meses de temporada baja".
- -(...), manifestaron que, dado el exceso de capacidad del mercado aéreo alemán, las alteraciones provocadas por la fusión serían más bien secundarias en el sector de operadores "chárter" y de bajo coste, debido a "que este mercado se distingue por una competencia en precios implacable". Sin embargo, consideran que como resultado de la operación, "es de esperar una fuerte competencia frente a la DEUTSCHE LUFTHANSA AG en su calidad de mayor y más potente compañía aérea del mercado de Alemania, de tal forma que, puede que incluso surgiera movimiento en el área de precios".
- La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) considera que la operación no tendrá efectos significativos sobre la expugnabilidad del mercado o la capacidad de respuesta en empresas competidoras.
- -La Dirección General de Aviación Civil del Ministerio de Fomento no detecta la posibilidad de conflictos respecto al mantenimiento de la competencia en el mercado español debido a que las frecuencias y rutas explotadas por LTU son relativamente escasas y en aquellas rutas en las que AIR BERLIN y LTU coinciden opera al menos otra compañía. De esta manera, "en el caso en que se llevara a cabo la concentración AIR BERLIN/LTU, no existiría la posibilidad de monopolio que pudiera ocasionar una disminución en la calidad de los servicios ofertados, así como un encarecimiento de los precios".
- La Asociación Española de Compañías Aéreas (AECA) manifestó que la operación "redundará en más rutas con mejores conexiones entre varios destinos europeos", no observando ningún aspecto negativo en la operación y señalando que "la integración económica de ambas

compañías permitirá la creación de un grupo independiente capaz de hacer frente a las posiciones dominantes existentes en el mercado y ofreciendo vuelos baratos para los usuarios".

5.2. Alegaciones del Notificante (AIR BERLIN).

AIR BERLIN remitió al Tribunal un primer bloque de alegaciones el 3 de agosto y las alegaciones finales el 10 de agosto de 2007. En conjunto, estas alegaciones giraron fundamentalmente en torno a los siguientes puntos:

- Lógica económica de la operación.
- Definición de los mercados.
- Características de los (supuestos) segmentos de venta a pasajeros individuales y de tour-operación.
- Inexistencia de barreras a la entrada en dichos (supuestos) segmentos de mercado.
- Ausencia de efectos adversos de la operación sobre la competencia, tanto coordinados como no coordinados.
- Efectos beneficiosos de la operación sobre la eficiencia económica y los consumidores.
- Apelación a las decisiones de autorización sin condiciones de las distintas autoridades de competencia implicadas en el caso.

Por motivos de coherencia argumental, estas alegaciones se han considerado en los apartados correspondientes para ilustrar mejor los diferentes puntos de vista en torno a cada una de las cuestiones fundamentales de la operación.

Antes de finalizar este apartado, es obligado hacer una referencia a la queja vertida por el notificante en la página 26 de sus alegaciones de 10 de agosto de 2007, relativa a la "inaudita" declaración de confidencialidad por el Tribunal de la mayor parte de las respuestas a los tests de mercado enviados por GERMANWINGS y SPANAIR, así como a la supuesta indefensión que ello habría provocado a AIR BERLIN. Es más, el Notificante intenta ampararse en doctrina consolidada del Tribunal sobre las implicaciones de las declaraciones de confidencialidad y su relación con los derechos de defensa de las partes. En concreto, AIR BERLIN alude al siguiente texto de la R. 185/96, de 29 de julio de 1997, Radio Fórmula, que establece que:

"[...] el mantenimiento de la confidencialidad afecta directamente a los denominados derechos de defensa, <u>de modo que nadie puede ser condenado en base a un documento que no ha podido ser rebatido por haber sido declarado confidencial [...]"¹⁷.</u>

El Tribunal no comparte en absoluto la idea de que esta declaración de confidencialidad haya causado indefensión en el Notificante. Y ello por varias razones:

- En primer lugar, no resulta oportuno hablar de "condena" cuando los documentos declarados confidenciales por el Tribunal se limitan a contener valoraciones de ciertos competidores de AIR BERLIN sobre el funcionamiento del mercado de transporte aéreo de pasajeros, las barreras a la entrada existentes en el mismo y sus planes de negocio futuros.
- Resulta también oportuno decir que el contenido de las respuestas de GERMANWINGS y SPANAIR no contienen, como ideas de fondo, argumentos diferentes de los expresados por otros competidores cuyas respuestas fueron declaradas públicas. Sin embargo, en el caso de las dos primeras empresas, sus contestaciones a los tests estaban teñidas en mayor medida de referencias a consideraciones sensibles sobre sus estrategias de negocio futuras y sus problemas competitivos, por lo que a petición expresa de ellas, el Tribunal decidió declararlas confidenciales en el entendimiento de que no contenían ningún elemento esencialmente "original" con respecto a las demás respuestas recibidas. Por esta razón, los comentarios efectuados por el Notificante a las restantes respuestas a los tests de mercado son perfectamente aplicables también a las de SPANAIR v GERMANWINGS y en este sentido las ha considerado y valorado el Tribunal. Dicho de otro modo, no existe ningún elemento de las respuestas de estas dos compañías que el Tribunal no considere concernido por las alegaciones del Notificante.
- Los argumentos que emplea el Tribunal en su decisión final sobre este caso no descansan decisivamente sobre las respuestas a los cuestionarios de GERMANWINGS y SPANAIR, ni siquiera en

_

¹⁷ Vid por todas, Resolución del Tribunal en el Expte. R 185/96, de 29 de julio de 1997, *Radio Fórmula*. Esta Resolución ha sido posteriormente confirmada por, entre otras, las Resoluciones del Tribunal en el Expte. R 526/02, de 20 de diciembre de 2002, *Spain Pharma / Smithkline*; y en el Expte. 560/03, de 4 de septiembre de 2003, *Empresas Eléctricas*.

mayor medida que sobre las de otros agentes que hayan enviado sus respuestas. El Tribunal ha tomado una decisión fundamentada en instrumentos analíticos de corte económico y en datos que la propia Notificante le ha proporcionado. De manera que, esta metodología utilizada ha llevado a que algunas conclusiones de esta decisión coincidan con las observaciones efectuadas no sólo por GERMANWINGS y SPANAIR, sino también por otros competidores de AIR BERLIN.

Por tanto, este Tribunal ha decidido desestimar los argumentos de AIR BERLIN en relación con esta hipotética "situación de indefensión" y considera que la jurisprudencia aludida por el Notificante no resulta de aplicación en este caso, ya que está formulada en contextos muy diferentes al que nos ocupa.

6. MERCADOS RELEVANTES

Para definir los mercados relevantes afectados en el presente caso, hay que tener en cuenta como punto de partida aquellas actividades que desarrollan las partes que se concentran y en las que se produce solapamiento. A este respecto es necesario realizar algunas consideraciones:

- Las rutas en las que se solapan AIR BERLIN como LTU con origen o destino en España tienen un carácter fundamentalmente turístico, lo que tiene inevitables efectos sobre el carácter de la demanda.
- Ambos operadores venden asientos tanto a pasajeros individuales como a tour-operadores.

La cuestión preliminar que se plantea es si las ventas de asientos a pasajeros individuales y a tour-operadores forman parte de un mismo mercado. En relación con ello, en varias decisiones sobre este sector, la Comisión ha considerado la venta de plazas en vuelos chárter un mercado distinto del de plazas en vuelos regulares. La razón de fondo es que, desde el punto de vista de la demanda, las condiciones imperantes en el primero son sustancialmente distintas a las relevantes en el segundo. En efecto, el primer mercado es uno de tipo mayorista —los demandantes, tour-operadores, compran usualmente los billetes en

¹⁸ Ver, por ejemplo, M. 4439-Ryanair/Aer Lingus, M. 1524-Airtours/First Choice (párrafos 34-50, no anulados por el THE) ó M. 3770-Lufthansa/Swiss.

grandes paquetes—, situado "aguas arriba" del de los consumidores de paquetes turísticos ofertados por los mismos tour-operadores y en el que estos últimos gozan de un poder de negociación muy superior al de los demandantes de billetes individuales (manifestado en forma de descuentos, horarios de vuelo flexibles, etc.) y construyen carteras de paquetes con criterios y objetivos diferentes a los de los consumidores individuales.

El Notificante defiende la inclusión en un único mercado de ventas de plazas a pasajeros individuales y a tour-operadores, sobre la base de una serie de argumentos dirigidos a mostrar la equiparación del poder negociador de ambas clases de demandantes:

- i. Los pasajeros individuales construyen cada vez más frecuentemente sus propios paquetes turísticos al margen de los tour-operadores, haciendo uso del volumen de información de rápido acceso que pueden conseguir a través de Internet. Esta tendencia explicaría la progresiva pérdida de peso de los tour-operadores dentro del aparato logístico turístico.
- ii. Los tour-operadores, en un intento de diferenciar al máximo sus servicios y adaptarlos a la demanda, compran cada vez más un mayor volumen de plazas individualmente.
- iii. El Notificante en sus alegaciones también argumenta que, en la práctica, los vuelos chárter ejercen una función disciplinante sobre los vuelos regulares a través de los denominados "dry seats", o plazas en vuelos chárter vendidas a pasajeros individuales, que serían, de acuerdo con los defensores de esta posición, directamente sustitutivas de los asientos ofertados en vuelos regulares. El Notificante alega, en cualquier caso, que los vuelos chárter implicados en esta operación tienen una oferta mayor de asientos para pasajeros individuales (de entre un 20-40%, como media, más allá del 10-15% encontrado habitualmente por la Comisión en sus tests de mercado).

El Tribunal, sin embargo, entiende que la capacidad de arbitraje por parte de ambos grupos de demandantes (pasajeros individuales y touroperadores) no es suficiente para evitar que las condiciones de demanda difieran sustancialmente entre ambos mercados:

 En cuanto al primero de los argumentos, hay que reseñar que los tour-operadores disponen de un know-how de estos mercados y una ventaja en términos de negociación de precios de alojamiento y transporte que impiden que, hoy por hoy, pueda considerarse su comportamiento equiparable al de los clientes individuales.

- Los tour-operadores siguen estrategias distintas a las de los pasajeros individuales debido a que el motivo por el que compran los billetes es distinto. Estos, para lograr una ventaja en costes sobre los consumidores individuales, adquieren grandes paquetes de plazas al principio de la temporada, aprovechándose del hecho de que los precios de éstas siguen una tendencia creciente a lo largo de la misma. El riesgo asumido por esta adquisición "temprana" de las plazas puede mitigarse por la diversificación de sus carteras en varios destinos turísticos.
- Los tour-operadores pueden comprar plazas en vuelos regulares con la intención de llegar a nichos de la demanda orientada a destinos muy específicos y/o poco masificados a lo largo de la temporada. Sea cual fuere el motivo, la compra de billetes regulares por touroperadores no modifica el hecho de que su know-how, su poder de negociación, su capacidad de sustituir y su estrategia sean diferentes que los de los pasajeros individuales.
- En línea con las observaciones de la Comisión en el caso RYANAIR/AER LINGUS, las limitadas frecuencias de los vuelos chárter merman notablemente su sustituibilidad con los vuelos regulares para pasajeros individuales, aun cuando los pasajeros predominantes en una ruta no muestren una elevada sensibilidad al tiempo. En todo caso, el Tribunal está de acuerdo en que el criterio relevante para separar mercados no es el de vuelos regulares o chárter –aunque pueda ser una proxy¹⁹ – sino el tipo de demandante: tour operador o pasajero individual.

En vista de todo ello, el Tribunal considera, en la línea defendida por el SDC, que se deben distinguir mercados diferentes para la venta de plazas a pasajeros individuales y a tour-operadores.

¹⁹ Sin perjuicio de ello, para valorar las posiciones de las empresas en el mercado de venta de plazas a pasajeros individuales, el Tribunal considera que el estudio de los vuelos regulares programados constituye una aproximación sujeta a un menor margen de error que el estudio conjunto de vuelos regulares y chárter.

Venta de plazas a tour-operadores

La Comisión ha tendido a considerar este mercado como de dimensión geográfica nacional. Los tour-operadores elaboran y comercializan los paquetes turísticos orientados a una demanda nacional, para lo cual adquieren a las compañías aéreas plazas en vuelos que parten y regresan al país de origen donde se ha configurado y ofertado el paquete y se demandan primordialmente por ciudadanos residentes en dicho país de origen. Por tanto, los tour-operadores planean su demanda de plazas en vuelos, fundamentalmente chárter, pensando en las características de los consumidores autóctonos, optimizando los enlaces entre sus ciudades de origen y los puntos de los que parten los vuelos y minimizando sus costes sobre una red de servicios nacionales²⁰. La compra de asientos para configurar los paquetes constituye, por tanto, un mercado nacional, dadas las características de la demanda, aunque los oferentes puedan ser compañías aéreas que operen rutas con destinos alternativos que comprendan incluso países diferentes.

En el presente caso, las partes venden asientos fundamentalmente a tour-operadores alemanes y en rutas que no sólo tienen origen o destino en aeropuertos españoles. Por ello, la operación afecta al mercado alemán de venta de asientos a tour-operadores alemanes, tal y como se recoge en la decisión del Bundeskartellamt. Por razones obvias, este mercado no constituye el centro del análisis del Tribunal, si bien a lo largo de dicho análisis al estudiar los efectos de la operación en determinadas líneas afectadas se tiene en cuenta el total de asientos vendidos, así como el desglose de asientos vendidos a cada uno de los grupos de demandantes (individuales y tour-operadores).

Venta de plazas a pasajeros individuales

²⁰ Para el consumidor "medio" de cualquier país, resulta todavía sumamente complejo adquirir paquetes turísticos a tour-operadores de otros países, por las dificultades de adquisición de catálogos, problemas lingüísticos, etc. A pesar de que la difusión del acceso a Internet está relajando progresivamente estas restricciones, todavía resultan de entidad suficiente como para apoyar esta definición del mercado geográfico.

En reiteradas ocasiones²¹, la Comisión ha considerado que el criterio más indicado para definir los mercados relevantes en el ámbito de los vuelos regulares de pasajeros es el de punto de origen-punto de destino (OD abreviadamente). En virtud del mismo, se delimita tanto el mercado de producto como el geográfico en torno a cada ruta que enlaza dos puntos (las ciudades A y B, genéricamente), correspondientes al principio y fin de un trayecto. Ello implica considerar, dentro de dicho mercado:

- Los vuelos directos que enlazan los aeropuertos de A y B.
- Los vuelos indirectos que unen los aeropuertos de A y B y resulten sustitutivos de los vuelos directos.
- Los vuelos, tanto directos como indirectos (en la medida en que resulten sustitutivos de los directos) que unan aeropuertos sustitutivos del de A con aeropuertos sustitutivos del de B.
- Otros medios de transporte alternativos que unan A y B (o sus respectivas zonas sustitutivas) en condiciones asimilables a las compañías aéreas.

La utilización de este enfoque se debe a razones de sustituibilidad por el lado de la demanda. En efecto, para los consumidores la necesidad de cubrir una determinada ruta es relativamente inelástica a consideraciones de precio, dado que constituye una necesidad (trabajo, parte de un paquete de vacaciones, etc.). Por ello, incrementos reducidos aunque significativos y permanentes del precio de las alternativas disponibles para cubrir una determinada ruta no ocasionarán, en condiciones normales, un cambio de ruta, si los motivos que generaron la necesidad de cubrirla no desaparecen²². Nótese además que, en el caso que nos ocupa, los medios de transporte alternativos que enlazan ciudades españolas y alemanas no tienen una duración equiparable a la de los servicios de transporte aéreo, por lo que ninguno de ellos puede

_

 $^{^{21}}$ Por citar algunos ejemplos: M. Ryanair/Aer Lingus, M. 3770 - Lufthansa/Swiss, M. 3280 - Air France/KLM, M. 2041 – United/US Airways, M. 2672 – SAS/Spanair.

²² En el caso M. 3280 Air France/KLM la Comisión consideró que este enfoque era más adecuado que el de competencia en torno a las redes de vuelos de las compañías aéreas, basado esencialmente en condiciones de oferta. Si bien es cierto que la posesión de una red con un núcleo diferenciado (como la que disfrutan AIR BERLIN y LTU) genera efectos en costes que pueden repercutirse sobre el precio de venta a través de descuentos a demandas de cierto volumen (diferenciándose con ello los oferentes en el mercado por la dimensión de su red), ello no es determinante a la hora de elegir una ruta de vuelo, decisión que viene dictada por otras consideraciones. De hecho, los consumidores tomarán en cuenta los programas de descuento de las compañías aéreas –cuya magnitud puede venir correlacionada positivamente con el tamaño de su red- sólo en la medida en que dichas compañías atiendan los trayectos que dicho consumidor necesita recorrer.

considerarse sustitutivo de estos últimos. Por ello, la definición de mercados en el caso de las ventas de plazas de avión a pasajeros individuales se realiza ruta a ruta.

Ello no quiere decir que no haya un segmento de la demanda que no tenga en cuenta consideraciones de precio al elegir su destino. Aquellos que viajen por motivo turismo -sin disponer de residencia en el destinoresponderán en mayor medida a consideraciones de precio. No obstante, hay que tener en cuenta, por un lado, que gran parte de estos clientes sensibles al precio recurre a compra de paquetes a tour-operadores, con lo que esos asientos forman parte de otro mercado. Por otro lado, incluso para aquellos pasajeros individuales que viajan por motivos turísticos, la elección de destinos se efectúa atendiendo a un conjunto amplio de variables, entre las cuales el precio medio del transporte no es sino una más de ellas. Factores como el atractivo del destino turístico, el precio del alojamiento, los servicios adicionales que pueden encontrarse o incluso el grado de información disponible son también esenciales. Este hecho reduce la sensibilidad al precio entre rutas y contribuye a que en el caso de las ventas de asientos a pasajeros individuales el mercado se delimite ruta a ruta. Sin perjuicio de esta definición, en el análisis de esta operación no se debe perder de vista que la naturaleza eminentemente turística de los destinos puede favorecer una elasticidad de la demanda inter-mercados mayor que lo que pueda ser habitual entre rutas con una mayor componente de pasajeros por motivo negocios.

Esta naturaleza eminentemente turística de los pasajeros individuales que compran billetes en las rutas en las que hay solapamiento también puede tener otras consecuencias sobre otros factores importantes, como la sensibilidad al tiempo de los clientes. Los pasajeros sensibles al tiempo se han venido definiendo como aquellos cuyo principal objetivo es alcanzar su destino en el menor tiempo posible, no flexibles en términos de hora de salida/llegada y que normalmente requieren de la compañía la posibilidad de cambiar su reserva incluso con escasa antelación sobre la hora de salida. Estos pasajeros pueden estar dispuestos a pagar un mayor precio con tal de obtener billetes que satisfagan estos requerimientos de "tiempo". Tradicionalmente se ha asumido que los pasajeros en viaje de negocios son más sensibles al tiempo que aquellos que viajaban por motivos de ocio²³.

²³ Con todo, tal y como explica la Comisión en el informe del caso Ryanair/Aer Lingus (M. 4439), la sensibilidad al precio de los viajeros por motivo de negocios se está incrementando sensiblemente, en buena medida gracias a la posibilidad de reservar billetes con compañías de

Podría plantearse el definir mercados distintos en función de esta sensibilidad al tiempo valiéndose de variables como los billetes restringidos o el motivo del viaje para segmentar la demanda. No obstante, el Tribunal no considera que se deba segmentar el mercado en función de la sensibilidad al tiempo de los clientes. Todos los pasajeros son, en mayor o menor medida -y dependiendo de las circunstanciassensibles al tiempo, de manera que pueden estar dispuestos a soportar un precio más elevado por una combinación de horarios mejor y viceversa. Es decir, existe un cierto trade-off entre tiempo y precio que puede ser más o menos intenso dependiendo del demandante del servicio y de las circunstancias del viaje. Sin embargo, ello no significa que haya que segmentar dos mercados en función de la sensibilidad al tiempo de los pasajeros²⁴. Primero, porque no es realista considerar que un grupo de pasajeros sustituye ilimitadamente entre tiempo y precio mientras que otro gran grupo no lo hace en absoluto. Tal enfoque resultaría artificial puesto que el trade-off tiempo-precio se produce en mayor o menor medida en todos los casos, sin que llegue a ser ilimitado en ninguno. Segundo, como sucede en la mayor parte de mercados, la propensión a sustituir entre productos puede variar entre demandantes sin que ello signifique que deba considerárseles necesariamente como integrantes de mercados diferentes. Tercero, porque las posibilidades de discriminar perfectamente entre grupos de demandantes, generando condiciones de mercado diferentes e impidiendo el arbitraje entre los supuestos mercados son limitadas.

No obstante, el hecho de que no se segmenten mercados relevantes en función de la sensibilidad al tiempo de los viajeros no significa que el motivo turístico de la mayor parte de los viajes que venden las partes y sus competidores en las rutas afectadas sea un factor a ignorar en el análisis.

Por último, para delimitar los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales ruta a ruta hay que tener en cuenta otros dos elementos: la

bajo coste y precios muy competitivos. De hecho, el 40% de los pasajeros por motivo negocios que respondieron al test que la Comisión llevó a cabo en este caso respondieron que el "mejor precio" había sido el móvil de elección de compañía aérea para sus viajes, frente a una proporción inferior al 62% para los viajeros por motivo ocio. Es más, el factor horarios sólo fue mencionado en esta encuesta por el 48% de los pasajeros por motivo negocios

²⁴ Además de las razones de demanda que se citan, un análisis de sustituibilidad por el lado de la oferta nos llevaría también a concluir que no debe considerarse la existencia de mercados diferentes en función de la sensibilidad al tiempo de los viajeros.

sustituibilidad entre vuelos directos e indirectos y la sustituibilidad entre aeropuertos.

Vuelos indirectos/directos

La Comisión se ha referido en varias ocasiones a los principales factores a considerar para determinar el grado de sustituibilidad de los vuelos indirectos respecto a los directos como medio de cubrir una ruta²⁵. En términos generales, la Comisión entiende que los vuelos indirectos entre dos puntos constituirán una restricción competitiva efectiva a los vuelos directos si se comercializan, junto con los vuelos directos, en los sistemas de reserva por ordenador, tienen una frecuencia al menos diaria y comportan una extensión limitada del viaje respecto a la duración de los vuelos directos. Este último requisito define una relación inversa entre duración del viaje en vuelo directo y posibilidad de que el vuelo indirecto pueda ser considerado un sustitutivo del primero, por cuanto que a menor duración, mayor extensión porcentual de la duración del vuelo directo constituirá el vuelo indirecto. Como ilustración, podría tomarse la referencia de unos 150 minutos de extensión que, en vuelos de larga distancia, la Comisión toma como umbral de extensión que determina la sustituibilidad (es decir, en torno a un máximo de un 33% de la duración del viaje directo).

En el caso que nos ocupa, las partes ofrecen vuelos cuya duración lleva a clasificarlos entre la corta y la media distancia. En todos las rutas los vuelos de LTU son directos, mientras que los de AIR BERLIN son directos desde algunas rutas y tanto directos como indirectos (mayoritariamente con escala en Palma de Mallorca) en otras.

El Notificante argumenta que vuelos directos e indirectos deberían formar parte de un único mercado relevante por varias razones:

- La escasa sensibilidad al tiempo de la gran mayoría de los usuarios de estos vuelos.
- Algunos precedentes comunitarios (básicamente el caso M. 2672- SAS/Spanair), en los que en ciertas rutas de media

-

²⁵ Algunas de ellas son M. Ryanair/Aer Lingus, M. 3940-Lufthansa/Eurowings, M. 3770-Lufthansa/Swiss, M. 3280-Air France/KLM, M. 2672-SAS/Spanair y M. 2041-United/US Airways.

distancia –entre España y la región escandinava– se dejaba la puerta abierta a considerar los vuelos indirectos como más competitivos respecto a los directos. Las razones aducidas eran dos. Por una parte, los vuelos indirectos implicaban una extensión reducida del viaje, en comparación con la duración total del mismo. Por otra, la frecuencia de los vuelos directos entre los pares de aeropuertos afectados era reducida (3 ó menos por semana).

Respecto a la primera de estas razones, ya se ha indicado la postura del Tribunal: puede aceptarse un grado significativo de sustituibilidad preciotiempo para algunos viajeros, pero ello no implica una elasticidad de sustitución infinita, ni siquiera extrema. En cuanto al segundo punto, el Tribunal lo considera razonable como punto de partida —sin que ello implique presuponer que en toda ruta vuelos directos e indirectos sean sustitutivos. Por este motivo, incluso aunque la duración de los vuelos indirectos en casi todas las rutas afectadas es notablemente superior a la de los vuelos directos, su sustituibilidad se evaluará en función tanto del incremento porcentual de duración que entrañan, como de las frecuencias relativas semanales de ambos tipos de vuelos.

Aceptando este criterio, podríamos agrupar las rutas consideradas en tres subconjuntos, que se analizan a continuación²⁶.

i. Rutas con frecuencias de vuelos directos continuas y elevadas. Es decir, rutas en que se opera uno o más vuelos directos todos los días de la semana, sin perjuicio de la compañía que lo haga. Suelen coincidir con las rutas de mayor tránsito anual. Son las que aparecen en las tablas 17 a 25.

TABLA 17. RUTA ALICANTE-DÜSSELDORF Duración v. indirectos en torno a 100% mayor a v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(1) Duración: 2 h 20 m.	Diario(2) 2(1),4(1),7(1) (Murcia)

²⁶ La operación ha sido notificada al Tribunal en un momento en que, si bien se ha producido la asignación de slots para la temporada IATA de verano de 2007, el proceso de negociación de los slots para la temporada de invierno 2007-2008 todavía no había concluido. En la fecha de discusión en Pleno de este Informe, todavía se desconoce la asignación definitiva de slots para

la temporada de invierno 2007-2008.

		Duración: 4 h 30 m.
LTU	Diario(2) Duración: 2 h 35 m.	
IBERIA		Diario(2) Duración: 5 h 05 m.
LUFT-SPAN		Diario(3) Duración: 4 h 50 m.
EASYJET	Diario(1) (Dortmund) Duración: 2 h 35 m.	
GERMANWINGS	2(1),4(1),6(1) (Colonia) Duración: 2 h 35 m.	

TABLA 18. RUTA PALMA DE MALLORCA-DÜSSELDORF Duración de v. indirectos entre +50% (LUFT-SPAN)) y +70% (IBERIA) que v.directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(4) Duración: 2 h 15 m.	
LTU	Diario(2) Duración: 2 h 25 m.	
CONDOR	Diario(1-2) Duración: 2 h 25 m.	
TUIFLY	Diario(2-5) Duración: 2 h 25 m.	
IBERIA		Diario(3) Duración: 4 h 10 m.
LUFT-SPAN		Diario(hasta 3) Duración: 3 h 45 m.
EASYJET	Diario(1) (Dortmund) Duración: 2 h 15 m.	
GERMANWINGS	Diario(1-3) (Colonia) 1(1),3(1),5(1),7(1) (Dortmund) Duración: 2 h 15 m.	
RYANAIR	Diario(1) a Düs-Weeze. Duración: 2 h 45 m.	

TABLA 19. RUTA PALMA DE MALLORCA-FRANKFURT Duración v. indirectos + 100% que v. directos			
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS	
AIR BERLIN	Diario(2-3) Duración: 2 h 10 m.		
LTU	3(1),5(1),6(1) Duración: 2 h 10 m.		
CONDOR	Diario(2) Duración: 2 h 10 m.		
TUIFLY	Diario(1-3) Duración: 2 h 05 m.		
IBERIA		Diario(2) Duración: 4 h 55 m.	
LUFT-SPAN		Diario(hasta 4) Duración mín: 3 h 45 m. Duración máx: 4 h 30 m	
RYANAIR	2(1),4(1),6(1) a Frank-Hahn Duración: 2 h 15 m.		

TABLA 20. RUTA PALMA DE MALLORCA-BERLIN			
Duración v. indirectos, como mínimo, +55% (SWISS) que v. directos			
AEROLÍNEA VUELOS DIRECTOS VUELOS INDIRECTOS			

AIR BERLIN	Diario(3-4)	
	Duración: 2 h 35 m.	
LTU	3(1),6(1)	
LIU	Duración: 2 h 35 m.	
CONDOR	1(2),3(2),5(2),7(2)	
CONDOR	Duración: 2 h 35 m.	
EASYJET	Diario(1-2)	
EASTJET	Duración: 2 h 40 m.	
IBERIA		Diario(2)
		Duración: 4 h 20 m.
LUFT-SPAN		1(2),3(2),5(2),7(2)
		Duración: 4 h 15 m.
SWISS		Diario(2)
		Duración: 4 h 00 m.

TABLA 21. RUTA PALMA DE MALLORCA-MUNICH Duración v. indirectos +77% q. v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(3) Duración: 2 h 10 m.	
LTU	Diario(1) Duración: 2 h 10 m.	
CONDOR	Diario(2) Duración: 2 h 10 m.	
TUIFLY	Diario(2) Duración: 2 h 10 m.	
LUFT-SPAN		Diario(hasta 3) Duración: 3 h 50 m.

TABLA 22. RUTA IBIZA- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +65% (AIR BERLIN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(1) Duración: 2 h 25 m.	Diario(1) Duración: 4 h 00 m.
LTU	Diario(1) Duración: 2 h 25 m.	
CONDOR	4(1),6(1) Duración: 2 h 25 m.	
IBERIA		Diario(2) Duración: 5 h 20 m.
LUFT-SPAN		Diario(2-4) Duración mín.: 4 h 45 m. Duración máx.: 5 h 15 m.
GERMANWINGS	Diario(1) (Colonia) Duración: 2 h 25 m. 2(1),4(1) (Dortmund) Duración: 2 h 35 m.	

TABLA 23. RUTA IBIZA-MUNICH Duración v. indirectos, como mínimo, +50% (LUFT-SPAN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(1)	Diario(1)

	Duración: 2 h 20 m.	Duración: 4 h 45 m.
LTU	Diario(1)	
LIO	Duración: 2 h 25 m.	
CONDOR	4(1),6(1)	
CONDOR	Duración: 2 h 20 m.	
IBERIA		Diario(2)
IDERIA		Duración: 5 h 15 m.
		Diario(2-4)
LUFT-SPAN		Duración mín.: 3 h 30 m.
		Duración máx.: 4 h 40 m.

TABLA 24. RUTA MÁLAGA- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +55% (AIR BERLIN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	Diario(1) Duración: 2 h 55 m.	Diario(2) Duración mín.: 4 h 40 m. Duración máx.: 5 h 15 m.
LTU	Diario(1) Duración: 3 h 00 m.	
RYANAIR	1(1),3(1),5(1),7(1) Duración: 3 h 00 m.	
IBERIA		Diario(3) Duración: 5 h 20 m.
LUFT-SPAN		Diario(1-2) Duración: 5 h 20 m.
EASYJET	Diario(1) (Dortmund) Duración: 3 h 00 m.	

TABLA 25. RUTA MÁLAGA-MUNICH Duración v. indirectos, como mínimo, +53% (LUFT-SPAN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	3(1),7(1) Duración: 3 h 15 m.	Diario(2) Duración: 5 h 00 m.
LTU	Diario(1) Duración: 3 h 00 m.	
CONDOR	2(1),4(1),7(1) Duración: 2 h 55 m.	
ALITALIA		Diario(1) Duración: 5 h 00 m.
IBERIA		Diario(2) Duración: 4 h 55 m.
LUFT-SPAN		Diario(3) Duración mín.: 4 h 55 m. Duración máx: 5 h 30 m.

En estos casos, parece claro que la delimitación de mercados distintos para vuelos directos e indirectos resulta oportuna. Además, como se aprecia en todas las tablas, la duración de los vuelos directos es muy inferior a la de los vuelos indirectos. Todas estas razones atenúan en gran medida la sustituibilidad entre ambos, hecho que refrendan los tests de mercado y la observación de cuotas de

mercado residuales para los vuelos indirectos –aun a pesar de tener, en casi todos los casos, un mayor número de frecuencias diarias que los vuelos directos.

ii. Rutas con frecuencias de vuelos directos discontinuas pero abundantes. En estos casos, no todos los días de la semana estarían cubiertos por vuelos directos, aunque a) el número de días cubiertos por vuelos directos y b) el número total de frecuencias semanales, son tales que configuran una alternativa viable a los vuelos indirectos.

TABLA 26. RUTA ALICANTE-MUNICH Duración v. indirectos, como mínimo, +80% (AIR BERLIN) que v. directos			
AEROLÍNEA	ROLÍNEA VUELOS DIRECTOS VUELOS INDIRECTOS		
AIR BERLIN	2,5,6(1), 7(2)	1-6(2), 7 (1)	
AIR DERLIN	Duración: 2 h 30 m.	Duración: 4 h. 5 m5 h. 15 m.	
LTU	3,5,7(1)		
	Duración: 2 h 35 m.		
IBERIA		Diario(3)	
IDERIA		Duración: 4 h 50 m.	
LUET CDAN		Diario(2-4)	
LUFT-SPAN		Duración: 5 h-5h. 20 m.	

TABLA 27. RUTA VALENCIA- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +50% (AIR BERLIN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN		Diario(2) Duración mín: 4 h 00 m. Duración máx: 4 h 25 m.
LTU	5(1),7(1) Duración: 2 h 40 m.	
IBERIA		Diario(2)
		Duración: 4 h 40 m.
LUFT-SPAN	3(1),6(1),7(1)	Diario(hasta 5)
LOI 1-01 AIV	Duración: 2 h 30 m.	Duración: 4 h 30 m.
TUICLY	2(1),7(1) (Colonia)	
TUIFLY	Duración: 2 h 25 m.	
RYANAIR	1(1),3(1),5(1),7(1) a Düs- Weeze Duración: 2 h 30 m.	

TABLA 28. RUTA SEVILLA- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +67% (AIR BERLIN) que v. directos		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN		Diario(2) Duración mín: 4 h 45 m. Duración máx: 5 h 20 m.
LTU	1(1),5(1) Duración: 2 h 50 m.	

		Diario(3)
IBERIA		Duración mín: 4 h 40 m.
		Duración máx: 5 h 30 m.
		Diario(2)
LUFT-SPAN		Duración mín: 5 h 45 m.
		Duración máx: 6 h 30 m.
	Diario(1) (Jerez), desde	
RYANAIR	oct. A Düs-Weeze.	
	Duración: 2 h 45 m.	
CONDOR	1(1),5(1) (Jerez)	
CONDOR	Duración: 2 h 45 m.	
	2(1),4(1),6(1) desde	
RYANAIR	Sevilla a Düs-Weeze	
	Duración: 2 h 45 m.	

TABLA 29. RUTA TENERIFE SUR- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +45% (AIR BERLIN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	1(1),4(1),6(1) Duración: 5 h 05 m.	3(1) Duración: 6 h 40 m.
LTU	3(1),6(1) Duración: 4 h 35 m.	
CONDOR	3(1),5(1),7(1) Duración: 4 h 30 m.	
TUIFLY	1(1),4(1),6(1) Duración: 4 h 50 m.	
IBERIA		Diario(3) Duración: 7 h 05 m.

TABLA 30. RUTA TENERIFE SUR-COLONIA Duración v. indirectos +48% que v. directos			
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS	
AIR BERLIN	1(1),4(1),6(2) Duración: 4 h 30 m.	3(1) Duración: 6 h 40 m.	
LTU	2(1),3(1),6(1) Duración: 4 h 30 m.		
CONDOR	3(2),5(2),7(2) Duración: 4 h 30 m.		
TUIFLY	1(1),4(1),6(1) Duración: 4 h 30 m.		

TABLA 31. RUTA .GRAN CANARIA-COLONIA

Duración v. indirectos entre +26% y +43% que v. directos. Véase que aunque las frecuencias de los v. directos son escasas, las de los v. indirectos tampoco son superiores, siendo sus duraciones mayores.

AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	6(1),7(1)	2(1),7(1)
	Duración: 4 h 30 m.	Duración mín: 5 h 40 m.

		Duración máx: 6 h 35 m.
LTU	3(1)	
LIO	Duración: 4 h 35 m.	
CONDOR	3(1)	
CONDOR	Duración: 4 h 35 m.	
TUIFLY	3(1)	
TOIFLY	Duración: 4 h 35 m.	

Consiguientemente, también en estas rutas podrían diferenciarse como mercados separados los de vuelos directos y vuelos indirectos.

Hay que anotar que en las rutas Sevilla-Düsseldorf y Valencia-Düsseldorf no se produce solapamiento alguno en los mercados de vuelos directos o indirectos entre las partes, por lo que de aquí en adelante éste dejará de considerarse como mercado afectado.

iii. Rutas con frecuencias de vuelos directos discontinuas y escasas. Estas son rutas en las que no solo no están cubiertos todos los días de la semana por vuelos directos, sino que además hay un número reducido de días abastecidos por los mismos e incluso a menudo el número total de frecuencias semanales es muy bajo en comparación con los vuelos indirectos.

TABLA 32. RUTA MENORCA-MUNICH Duración v. indirectos, como mínimo, +52% (LUFT-SPAN) que v. directos.				
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS		
AIR BERLIN		4(1),7(1) Duración: 4 h 00 m.		
LTU	7(1) Duración: 2 h 05 m.			
TUIFLY	7(1) Duración: 2 h 15 m.			
LUFT-SPAN		Diario(1-3) Duración mín: 3 h 10 m. Duración máx: 4 h 05 m.		

TABLA 33. RUTA ALMERÍA- DÜSSELDORF				
Duración v. indirectos, como mínimo, +41% (LUFT-SPAN) que v. directos.				
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS		
AIR BERLIN		3(1)		
AIN BENEIN		Duración: 4 h 55 m.		
LTU	3(1),6(1)			
	Duración: 2 h 50 m.			
IBERIA		Diario(2)		
IDERIA		Duración: 4 h 55 m.		

Duración: 4 h 00 m.	LUFT-SPAN	Diario(3) Duración: 4 h 00 m.
---------------------	-----------	-------------------------------

TABLA 34. RUTA ALMERÍA-MUNICH Duración v. indirectos, como mínimo, +70% que v. directos (AIR BERLIN E IBERIA).		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN		3(2) Duración: 4 h 50 m.
LTU	3(1) Duración: 2 h 50 m.	
IBERIA		Diario(2) Duración: 4 h 50 m.
LUFT-SPAN		Diario(3) Duración: 5 h 55 m.

TABLA 35. RUTA ALMERÍA-FRANKFURT Duración v. indirectos, como mínimo, +64% (IBERIA) que v. directos.			
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS	
AIR BERLIN		3(1) Duración: 5 h 50 m.	
LTU	3(1) Duración: 2 h 45 m.		
IBERIA		Diario(3) Duración mín: 4 h 30 m. Duración máx: 5 h 30 m.	
LUFT-SPAN		Diario(3) Duración mín: 4 h 35 m. Duración máx: 5 h 55 m.	

TABLA 36. RUTA TENERIFE SUR-BERLIN Duración v. indirectos, como mínimo, +19% (AIR BERLIN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	1(1),6(1) Duración: 5 h 20 m.	2(3),6(1) Duración mín: 6 h 20 m. Duración máx: 6 h 55 m.
LTU	4(1) Duración: 5 h 10 m.	
CONDOR	6(1) Duración: 5 h 20 m.	
TUIFLY	6(1) Duración: 5 h 20 m.	
IBERIA		Diario(2) Duración: 7 h 15 m.
LUFT-SPAN		Diario(2) Duración: 8 h 15 m.

TABLA 37. RUTA FUERTEVENTURA-COLONIA Duración v. indirectos +70% que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	1(1),6(1) Duración: 4 h 30 m.	
LTU	4(1) Duración: 4 h 30 m.	
CONDOR	6(1)	

	Duración: 4 h 30 m.	
TUIFLY	6(4) Duración: 4 h 30 m.	
LUFT-SPANAIR		Existen. Frecuencias no disponibles.

TABLA 38. RUTA FUERTEVENTURA-BERLIN Duración v. indirectos, como mínimo, +21% (AIR BERLIN) que v. directos.			
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS	
AIR BERLIN	1(1),4(1),6(1) Duración: 4 h 50 m.	1(1),6(1) Duración mín: 5 h 15 m. Duración máx: 6 h 55 m.	
LTU	1(1) Duración: 4 h 20 m.		
CONDOR	6(1) Duración: 4 h 50 m.		
TUIFLY	1(1),4(1), 5(1),6(1) Duración: 4 h 40 m.		
IBERIA		Diario(2-3) Duración: 7 h 15 m.	
LUFT-SPAN		Diario(varios vuelos) Duración: 8 h 00 m.	
AUSTRIAN		Diario(1) Duración: 7 h 00 m.	

TABLA 39. RUTA LANZAROTE- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +52% (AIR BERLIN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	2(1),6(1),7(1) Duración: 4 h 10 m.	7(1) Duración: 6 h 20 m.
LTU	2(1),7(1) Duración: 4 h 25 m.	
CONDOR	2(1),6(1) Duración: 4 h 25 m.	
TUIFLY	2(1),7(1) Duración: 4 h 15 m.	
IBERIA		Diario(2-3) Duración: 7 h 30 m.
LUFT-SPAN		Diario(3) Duración: 6 h 35 m.

TABLA 40. RUTA GRAN CANARIA- DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +46% (LUFT-SPAN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	3(1),5(1),7(1)	
	Duración: 5 h 10 m.	
LTU	3(1),6(1)	
	Duración: 4 h 40 m.	
CONDOR	3(1),5(1),7(1)	
	Duración: 4 h 40 m.	
TUIFLY	3(1),5(1),7(1)	
	Duración: 4 h 45 m.	
IBERIA		Diario(1)

	Duración: 6 h 55 m.
LUFT-SPAN	Diario(1)
	Duración: 6 h 50 m.

TABLA 41. RUTA GRAN CANARIA-BERLIN Duración v. indirectos, como mínimo, +27% (AIR BERLIN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	3(1),7(2) Duración: 5 h 10 m.	2(1),3(1),6(1) Duración mín: 6 h 30 m. Duración máx: 6 h 55 m.
LTU	7(1) Duración: 5 h 05 m.	
CONDOR	1(1),3(1),5(1) Duración: 5 h 00 m.	
TUIFLY	6(2) Duración: 5 h 05 m.	
IBERIA		Diario(3) Duración: 7 h 15 m.

TABLA 42. RUTA SANTA CRUZ DE LA PALMA-DÜSSELDORF Duración v. indirectos, como mínimo, +43% (AIR BERLIN) que v. directos.		
AEROLÍNEA	VUELOS DIRECTOS	VUELOS INDIRECTOS
AIR BERLIN	6(1) Duración: 3 h 30 m.	6(1) Duración: 5 h 00 m.
LTU		3(1) Duración: 6 h 05 m.
CONDOR		2(1) Duración: 6 h 00 m.
TUIFLY		1(1) Duración: 7 h 15 m.
IBERIA		Diario(1) Duración: 8 h 00 m.
LUFT-SPAN		Diario(1) Duración: 7 h 00 m.

En este escenario, el desequilibrio de frecuencias entre vuelos directos y vuelos indirectos es tal que podría dejarse abierta la inclusión de los vuelos indirectos en un único mercado de ventas de plazas a pasajeros individuales. Esta mayor sustituibilidad se refleja en algunas rutas en una cuota ligeramente mayor sobre el total de pasajeros anuales que en las rutas de los grupos i) y ii), pero aun así la desventaja respecto a las compañías que ofertan vuelos directos suele ser muy evidente. Con todo, incluso aunque en ellas la sustituibilidad entre vuelos directos e indirectos sea mayor, cuando las diferencias en duración sean sustanciales, los segundos parten con una desventaja natural que a menudo las compañías de bandera como IBERIA o LUFTHANSA son incapaces de compensar a través del precio, dadas sus fuertes desventajas en costes. Por ello, la desventaja respecto a las compañías que ofertan vuelos directos suele ser muy evidente.

En cualquier caso, la decisión de incluir o no los vuelos indirectos como parte del mismo mercado que los directos, no altera decisivamente los resultados del análisis ruta por ruta.

Sustituibilidad entre aeropuertos.

La Comisión suele estudiar la sustituibilidad entre aeropuertos desde el punto de vista de la demanda y la oferta. Desde la perspectiva de la demanda, se abordan factores como la distancia entre el aeropuerto y el centro de la ciudad a la que el viajero pretende desplazarse —pudiendo aplicarse un cierto factor corrector, al partir y/o llegar buena parte de los pasajeros al extrarradio de la ciudad— o los servicios que ofrecen los aeropuertos a los diferentes segmentos de clientes. Desde el lado de la oferta, se intenta verificar si las compañías aéreas encuentran algún problema a la hora de cambiar sus programaciones de vuelo e intercambiar en ellas un aeropuerto por otro (el más notable suele ser la escasez de slots). Así pues, se hará uso de estos dos instrumentos para llegar a algunas conclusiones.

i) Aeropuertos alemanes

En este punto, se confrontará tanto el análisis de mercado efectuado por el Bundeskartellamt en su decisión preliminar, como las conclusiones de casos recientes de la Comisión y los propios tests de mercado efectuados por el Tribunal.

En cuanto a los tres aeropuertos de Berlín (Tegel, Schönefeld y Tempelhof), el informe de la Comisión en el caso RYANAIR/AER LINGUS se inclina por su sustituibilidad. Las respuestas a los tests del Tribunal también se decantan por esta solución. El Tribunal puede aceptar grosso modo esta sustituibilidad, aunque con el matiz de que probablemente no sea enteramente simétrica, puesto que Berlín-Tegel, como veremos más adelante, está aquejado de problemas de capacidad mucho más severos que Schönefeld y Tempelhof. En la medida en que ello puede crear fricciones a la sustituibilidad por el lado de la oferta, es más correcto afirmar que Schönefeld y Tempelhof pueden ser buenos sustitutivos de Tegel que a la inversa, pese a que desde el punto de vista de la demanda la relación pudiera ser simétrica.

Por lo que respecta a **Frankfurt y Frankfurt-Hahn**, estos dos aeropuertos también fueron considerados sustitutivos en el caso RYANAIR/AER LINGUS. Sin embargo, los tests realizados por el Tribunal no arrojan un resultado enteramente concluyente. Las

respuestas remitidas se reparten entre aquellos que respaldan la sustituibilidad y aquellos que subrayan la distancia entre Frankfurt-Hahn y la ciudad de Frankfurt (120 kilómetros), apuntando que tan solo para el subconjunto de pasajeros menos sensibles al tiempo podría hablarse de sustituibilidad por el lado de la demanda²⁷. Además, también se destaca en algunas respuestas el tamaño reducido de los aeropuertos secundarios alemanes como Frankfurt-Hahn —que podría propiciar problemas de capacidad en el medio plazo—, su bajo nivel de prestaciones en comparación con los aeropuertos primarios y su red de comunicaciones todavía insuficiente para un gran porcentaje de pasajeros²⁸. Por ello, el Tribunal considerará en lo sucesivo a Frankfurt-Hahn sólo un sustitutivo imperfecto del aeropuerto de Frankfurt, válido sólo para un cierto segmento de pasajeros por motivo turismo.

Para el aeropuerto de Munich, al cual el Notificante había vinculado con el de Augsburg como posible sustitutivo, la práctica totalidad de las respuestas a los tests no respaldan esta tesis, dada la distancia que media entre ambos y al hecho de que ambos ni siquiera se ofertan conjuntamente en los vuelos con destino Munich. Por tanto, el Tribunal descarta la sustituibilidad entre ambos.

Finalmente, resta por determinar la sustituibilidad de **los aeropuertos del Rin** –que fue aceptada por el SDC en su informe. Para esbozar las posibilidades de sustitución desde el punto de la demanda, la tabla 43 muestra el tiempo mínimo de desplazamiento entre los aeropuertos de la zona del Rin y las ciudades correspondientes:

TABLA 43: DISTANCIAS MÍNIMAS ENTRE AEROPUERTOS Y CENTRO CIUDADES. ALEMANIA.

DÜSSEL	DORF	COLO	NIA	ВОМ	IN	DORTI	MUND
Aeropuertos	Mínima duración	Aeropuertos	Mínima duración	Aeropuertos	Mínima duración	Aeropuertos	Mínima duración

²⁷ Esto es, incluso para el pasajero "representativo" considerado, con elasticidad de sustitución tiempo-precio significativa, la diferencia en precio tendría que ser muy importante para que se planteara aceptar esta alternativa.

²⁸ La principal implicación de la principal de la principal implicación de la principal de la p

²⁸ La principal implicación de estas características de los aeropuertos secundarios alemanes es la reducción de la sustituibilidad por el lado de la oferta, ya que importantes compañías se resisten a utilizarlos, al ser incongruentes con su política de servicios al cliente y su propia imagen.

Düsseldorf	7'	Düsseldorf	38'	Düsseldorf	1h.3'	Düsseldorf	46'
Düsseldorf/ Wreze	51'	Düsseldorf/ Wreze	1h.11'	Düsseldorf/ Wreze	1h.31'	Düsseldorf/ Wreze	1h.20'
Colonia/ Bonn	42'	Colonia/ Bonn	14'	Colonia/ Bonn	32'	Colonia/ Bonn (2)	1h.29'
Dortmund	1h.13'	Dortmund (1)	1h.14'	Dortmund	1h.31'	Dortmund	22'

(1) y (2): En estos dos casos los mínimos tiempos se basan en transporte privado. En transporte público son superiores.

Fuente: Notificante.

A la vista de la tabla, se aprecia cómo algunas distancias superan considerablemente el benchmark de la Comisión de una hora de distancia, incluso aplicando una cierta corrección para superar las posibles limitaciones del criterio de distancia al centro de la ciudad. Por ello, considerar como hace el SDC que todos estos aeropuertos constituyen una red de puntos de origen/destino sustitutivos entre sí resulta una presunción demasiado aventurada, en opinión del Tribunal.

Una posibilidad, para simplificar el problema, puede consistir en renunciar a pronunciarse sobre la sustituibilidad dentro de la red entera de aeropuertos y limitarse a identificar los sustitutivos con aquellos que forman parte de las rutas en las cuales se producen solapamientos entre las partes, es decir, Düsseldorf y Colonia/Bonn. Este es implícitamente el enfoque seguido por el Bundeskartellamt y el Tribunal estima que es una aproximación razonable.

Para el aeropuerto de Düsseldorf, el Bundeskartellamt considera que los aeropuertos de Colonia/Bonn, Dortmund y Düsseldorf-Weeze son buenos sustitutivos. En los tests de mercado realizados por el Tribunal se confirma una sustituibilidad alta con Colonia/Bonn (a 42 minutos del centro de Düsseldorf), aunque existen discrepancias respecto a Düsseldorf-Weeze y Dortmund (el primero a 90 kilómetros del centro de Düsseldorf y el segundo a más de una hora de distancia del mismo punto). Los reparos puestos por algunos operadores a Düsseldorf-Weeze son análogos a los opuestos a Frankfurt-Hahn (distancia y características del aeropuerto), aunque en este caso la distancia es ligeramente menor, y Dortmund parece definitivamente una alternativa más dudosa incluso que Düsseldorf-Weeze. Por tanto, el Tribunal juzga que mientras el aeropuerto de Colonia/Bonn representa un sustitutivo cercano al de Düsseldorf (sin problemas de slots actuales, además), la

sustituibilidad de Düsseldorf-Weeze solo puede ser tomada como parcial y la de Dortmund, débil.

Para el aeropuerto de Colonia/Bonn, aparte de la alternativa más evidente, Düsseldorf, el resto de aeropuertos secundarios de la zona parecen menos adecuados que para los viajes con destino Düsseldorf (tanto Düsseldorf-Weeze como Dortmund se encuentran a más de una hora de Colonia). A ello habría que añadir la sustituibilidad por el lado de la oferta del aeropuerto de Düsseldorf es mucho menor que por el lado de la demanda, dadas las importantes restricciones de slots que sufre éste. En suma, el Tribunal aprecia que el aeropuerto de Düsseldorf podría tener un grado de sustituibilidad intermedia con el de Colonia (elevada por el lado de la demanda, pero más reducida por el de la oferta) y que los de Düsseldorf-Weeze y Dortmund serían sólo sustitutivos lejanos del de Colonia.

ii) Aeropuertos españoles.

De entre los aeropuertos españoles origen/destino de las rutas afectadas por la operación, la Comisión ha aceptado en el caso RYANAIR/AER LINGUS la sustituibilidad de Tenerife Sur y Tenerife Norte y Alicante y Murcia. El Tribunal coincide en que existe una sustituibilidad entre los dos primeros, pero ha encontrado más dificultades para definir el patrón de sustituibilidad entre los aeropuertos de Alicante, Valencia y Murcia. Algunas respuestas a los tests han puesto de relieve que para los puntos ubicados entre Valencia y Alicante, como Benidorm y Denia, Valencia sería mucho mejor sustitutivo que Murcia. Por tanto, parece más coherente asumir que Alicante tiene como sustitutivos imperfectos a Valencia y Murcia, porque existen segmentos amplios de pasajeros para los que alguno de los dos últimos no sería una buena alternativa. En cualquier caso, ello no afectará sustancialmente al análisis ruta a ruta pertinente.

Dado que el grado de sustituibilidad entre algunos aeropuertos es impreciso, el Tribunal optará por dejar parcialmente abierta la definición de los mercados afectados, de un modo que no afecte esencialmente el resultado del análisis. Así, en principio se ceñirá al estudio de rutas estrictas –con vuelos directos e indirectos o sólo directos, según el caso—entre pares de aeropuertos, y sobre esta base, considerará un conjunto de "isocronas" de sustituibilidad decreciente entre aeropuertos próximos, tomando en cuenta de modo cualitativo el nivel de sustituibilidad detectado.

De esta manera, las posibilidades de sustitución entre los aeropuertos afectados se articularán de la siguiente forma:

- Munich carece de aeropuertos sustitutivos.
- Berlín-Tegel tiene como sustitutivos a Berlín-Tempelhof y Berlín-Schönefeld.
- Frankfurt tiene como sustitutivo intermedio-lejano a Frankfurt-Hahn.
- Düsseldorf tiene como sustitutivo cercano a Colonia/Bonn, sustitutivo intermedio a Düsseldorf-Weeze y sustitutivo lejano a Dortmund.
- Colonia tiene como sustitutivo intermedio a Düsseldorf y como sustitutivos lejanos a Düsseldorf-Weeze y Dortmund.
- Tenerife Sur tiene como sustitutivo cercano a Tenerife Norte.
- Alicante tiene como sustitutivos intermedios a Valencia y Murcia.

Realizadas las anteriores consideraciones, el Tribunal entiende que los mercados afectados por la operación notificada y que deben ser objeto de su análisis son los siguientes:

- 1. Alicante-Düsseldorf.
- 2. Alicante-Munich.
- Palma de Mallorca-Düsseldorf.
- 4. Palma de Mallorca-Frankfurt.
- 5. Palma de Mallorca-Berlín.
- 6. Palma de Mallorca-Munich.
- 7. Menorca-Munich.
- 8. Ibiza-Düsseldorf.
- 9. Ibiza-Munich.
- 10. Ibiza-Frankfurt.
- 11. Málaga-Düsseldorf.
- 12. Málaga-Munich.
- 13. Almería-Düsseldorf.
- 14. Almería-Munich.
- 15. Almería-Frankfurt.
- 16. Tenerife Sur-Düsseldorf.
- 17. Tenerife Sur-Colonia.
- 18. Tenerife Sur-Berlín.
- 19. Fuerteventura-Düsseldorf.
- 20. Fuerteventura-Colonia.
- 21. Fuerteventura-Berlín.
- Lanzarote-Düsseldorf.

- 23. Gran Canaria-Düsseldorf.
- 24. Gran Canaria-Colonia.
- 25. Gran Canaria-Berlín.
- 26. Santa Cruz de la Palma-Düsseldorf.

En cada mercado se analizarán en su caso posibles alternativas competitivas que enlacen estos orígenes con sus aeropuertos más directamente sustitutivos.

7. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MERCADOS AFECTADOS

7.1. Demanda.

El tráfico anual de pasajeros en las rutas afectadas por la operación muestra grandes diferencias, pudiéndose encontrar una gama completa de situaciones, entre las muy transitadas y las de reducida demanda anual. La siguiente tabla muestra los pasajeros totales durante el año 2006 en las rutas a analizar, ordenadas de mayor a menor demanda. A la derecha del número de pasajeros, se muestra su descomposición en pasajeros individuales y pasajeros que han adquirido sus billetes a través de tour-operadores.

TABLA 44. PASAJEROS POR RUTA EN 2006

RUTAS	PASAJEROS TOTALES 2006	PASAJEROS INDIVIDUALES 2006	VENTAS A TOUR- OP. 2006
Palma-Düsseldorf	[<1.000.000]	[<1.000.000]	[<1.000.000]
Palma-Berlín	[<650.000]	[<500.000]	[<500.000]
Palma-Munich	[<650.000]	[<500.000]	[<500.000]
Fuerteventura- Düsseldorf	[>100.000]	[<100.000]	[>100.000]
Tenerife Sur- Düsseldorf	[>100.000]	[<100.000]	[>100.000]
Gran Canaria- Düsseldorf	[>100.000]	[<100.000]	[>100.000]
Málaga-Düsseldorf	[>100.000]]	[>100.000]	[<100.000]
Alicante-Düsseldorf	[>100.000]	[>100.000]	[<100.000]
Ibiza-Düsseldorf	[>100.000]	[<100.000]	[>100.000]
Málaga-Munich	[>100.000]	[>100.000]	[<100.000]
Tenerife Sur-Berlín	[>100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Lanzarote- Düsseldorf	[>100.000]]	[<100.000]	[<100.000]
Gran Canaria-Berlín	[>100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Gran Canaria- Colonia	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Fuerteventura-Berlín	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]

Ibiza-Frankfurt	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Alicante-Munich	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Fuerteventura- Colonia	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Tenerife Sur-Colonia	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Ibiza-Munich	[<100.000]	[<100.000]	[<100.000]
Lanzarote-Berlín	[<50.000]	[<50.000]	[<50.000]
Almería-Düsseldorf	[<50.000]	[<50.000]	[<50.000]
Santa Cruz de la Palma-Düsseldorf	[<50.000]	[<50.000]	[<50.000]
Almería-Frankfurt	[<25.000]	[<25.000]	[<25.000]
Menorca-Munich	[<25.000]	[<25.000]	[<25.000]
Almería-Munich	[<25.000]	[<25.000]	[<25.000]

Fuente: Notificante.

- En términos de pasajeros totales, las rutas con mayor tráfico (a distancia de las demás) son las que parten de Palma de Mallorca. En segundo lugar se situarían las rutas que parten de los aeropuertos de las Islas Canarias, Málaga, Alicante e Ibiza dirigidos a Düsseldorf, y posteriormente las rutas que parten de los mismos aeropuertos dirigidos a otros destinos alemanes, como Munich, Berlín y Frankfurt. Al final de la lista se sitúan aeropuertos con tráfico muy reducido, como los de Almería, Menorca y Santa Cruz de la Palma (que constituiría una excepción al comportamiento de los restantes aeropuertos canarios).
- En términos de pasajeros individuales, las rutas con mayor tráfico vuelven a ser las que parten de Palma de Mallorca, también con una diferencia muy sensible respecto a los demás. Sin embargo, el hecho más notable en la ordenación con respecto a esta variable es la gran pérdida de peso de las rutas que parten de los aeropuertos canarios, al tener éstas un elevado porcentaje de ventas a tour-operadores. Así, por ejemplo, los porcentajes de pasajeros individuales sobre el total de pasajeros son particularmente bajos en rutas como Fuerteventura-Colonia (...%), Gran Canaria-Colonia (...%), Lanzarote-Düsseldorf (...%), Tenerife Sur-Colonia (...%), Tenerife Sur-Berlín (...%), Fuerteventura-Berlín (...%) o Gran Canaria-Berlín (...%). Este bajo volumen de pasajeros individuales hacen que en estas rutas sea una práctica relativamente frecuente la coexistencia de pasajeros individuales y pasajeros que hayan adquirido su plaza vía touroperadores en vuelos regulares, dadas las dificultades de llenar los vuelos regulares exclusivamente con pasajeros individuales. Ello evita que los excesos de capacidad no sean tales que impidan compensar los costes fijos de los vuelos regulares.

Estas circunstancias en las rutas canarias posibilitan que otras rutas, con menor número de pasajeros totales, pero mayor porcentaje de pasajeros individuales, emerjan en la lista hasta situarse detrás de las rutas con origen/destino en Palma de Mallorca. Sería el caso de Málaga-Düsseldorf, Alicante-Düsseldorf o Málaga-Munich, con porcentajes de pasajeros individuales respectivamente de (...)%, (...)% y (...)%. En menor medida, las rutas que parten de Ibiza también se benefician de porcentajes más bajos que las rutas canarias de venta a tour-operadores, situándose en un nivel de pasajeros individuales similar a muchas de estas últimas. Así, por ejemplo, los porcentajes de ventas a pasajeros individuales serían de (...)% en Frankfurt-Ibiza, (...)% en Ibiza-Munich y (...)% en Ibiza-Düsseldorf.

Por último, a pesar de que las ventas a tour-operadores en las rutas desde Almería son inferiores que las de las rutas canarias, su escaso tráfico en pasajeros totales las relega de nuevo al final de la lista en cuanto a importancia en tráfico de pasajeros individuales.

El carácter predominantemente turístico de la demanda en estas rutas favorece en términos generales un comportamiento marcadamente estacional de la misma, con una mayor densidad de la demanda en torno a la temporada de verano (de acuerdo con la definición de IATA).

La siguiente tabla resume la media de porcentaje totales en invierno y verano en cada una de las rutas afectadas durante las dos últimas temporadas.

TABLA 45: PORCENTAJE MEDIO DE PASAJEROS EN LAS TEMPORADAS DE INVIERNO Y VERANO (AÑOS 2005-2006).

RUTA	INVIERNO	VERANO
Alicante-Düsseldorf	[30-40]%	[60-70]%
Almería-Düsseldorf	[30-40]%	[60-70]%
Fuerteventura-Düsseldorf	[50-60]%	[40-50]%
Gran Canaria-Düsseldorf	[50-60]%	[40-50]%
Ibiza-Düsseldorf	[10-20]%	[80-90]%
Lanzarote-Düsseldorf	[50-60]%	[40-50]%
Málaga-Düsseldorf	[30-40]%	[60-70]%
Menorca-Düsseldorf	[0-10]%	[90-100]%
Palma-Düsseldorf	[20-30]%	[70-80]%
Sta. Cruz de la Palma-Düsseldorf	[50-60]%	[40-50]%
Tenerife Sur-Düsseldorf	[60-70]%	[30-40]%
Alicante-Munich	[20-30]%	[70-80]%

Almería-Munich	[10-20]%	[80
Ibiza-Munich	[10-20]%	[80
Menorca-Munich	[0-10]%	[90-100]%
Málaga-Munich	[20-30]%	[70-80]%
Palma-Munich	[20-30]%	[70-80]%
Fuerteventura-Colonia	[50-60]%	[40-50]%
Gran Canaria-Colonia	[60-70]%	[30-40]%
Tenerife Sur-Colonia	[50-60]%	[40-50]%
Fuerteventura-Berlín	[50-60]%	[40-50]%
Gran Canaria-Berlín	[60-70]%	[30-40]%
Palma-Berlín	[20-30]%	[70-80]%
Tenerife Sur-Berlín	[60-70]%	[30-40]%
Almería-Frankfurt	[10-20]%	[80-90]-90]%
Ibiza-Frankfurt	[10-20]%	[80%

Fuente: Notificante.

De estas cifras se aprecia que la diferencia entre invierno y verano (favorable al segundo) es marcada, fundamentalmente en las rutas que parten de aeropuertos del Mediterráneo. En las rutas desde Canarias la distribución de pasajeros suele ser más equilibrada e incluso en algunos caso favorecer al invierno.

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que las compañías aéreas son conscientes de la estacionalidad de la demanda y ajustarán su capacidad tomando en cuenta la misma. En este sentido, el Notificante argumenta que la demanda en estas rutas es notablemente volátil, en función de cambios de preferencias de los consumidores, modas, precios, etc.

La cuestión de la sensibilidad al precio de la demanda ya se ha avanzado en el apartado sobre definición de mercados. Profundizando en ello, y desde un punto de vista técnico, el producto que se ofrece (asientos en vuelos a pasajeros individuales) se caracteriza por un determinado precio y se diferencia por el momento en que se oferta y la duración del servicio. Las preferencias podrían visualizarse como un segmento de tiempo de duración 24 horas, a lo largo del cual se situaría la hora ideal de viaje para cada consumidor. En este segmento, existirían determinadas zonas donde se agruparía la mayor densidad de consumidores (serían los intervalos que contienen las preferencias "modales"). Estas zonas serían, las horas de la mañana —de 9 a 14 horas, en casi todos los países—, así como las horas centrales de la tarde (de 16 a 19-20 horas, aproximadamente). En la medida en que la oferta

_

²⁹ Técnicamente, cuando se combina precio y diferenciación de producto dentro de un intervalo de características continuo (como es el caso de la franja horaria y la duración) las preferencias de los consumidores y su elección obedecen a una "tecnología Hotelling".

de un vuelo se sitúe dentro de zona ideal de un consumidor, éste podrá aceptar un precio más alto, dado que la variedad de producto adquirido satisface en mayor medida sus preferencias. Sin embargo, si la hora de vuelo se ubica lejos de su zona ideal, se demandará un precio menor cuanto mayor sea la lejanía, como compensación a la pérdida de satisfacción que comporta un desplazamiento a horas intempestivas³⁰.

El Notificante ha argumentado que, en la medida en que una gran parte de sus pasajeros viajan por motivo ocio y turismo, su sensibilidad al tiempo es muy baja, mientras que la sensibilidad al precio es muy elevada. Hay que precisar, no obstante, que en ningún momento el Notificante ha aportado estimaciones rigurosas sobre los distintos motivos de viaje de sus pasajeros.

No obstante, a la vista de los tests de mercado aplicados tanto por el Bundeskartellamt como de las valoraciones y percepciones de mercado recabadas por el Tribunal, puede concluirse lo siguiente:

- Parece indudable que, en la mayor parte de los pasajeros transportados por AIR BERLIN y LTU, existe una sensibilidad al tiempo tal que permite una relación de intercambio entre precio y franja horaria en que se viaja, en la medida en que la mayor parte de los viajeros encuestados señalan el precio como uno de los principales factores por los que se guían a la hora de elegir aerolínea (y para una proporción importante, la principal). Ello parece apuntar además a que esta elasticidad al precio sería significativa, aunque no se dispone de información suficiente para afirmar que muy elevada. De hecho, en los test mencionados, inmediatamente después del precio suelen citarse consideraciones sobre los horarios de vuelo.
- Esta elasticidad frente al precio del transporte aéreo probablemente tendría un valor diferente intra-mercado, es decir en función de las franjas horarias ofrecidas por las compañías aéreas en una ruta, que inter-mercados, atendiendo a la capacidad de elección del destino, y plausiblemente habría que pensar que la primera podría ser mayor que la segunda. Como ya hemos comentado, para los que viajan por

³⁰ Este concepto de sensibilidad de hecho tiene dos elasticidades de sustitución asociadas: una, la elasticidad entre franjas horarias y otra, la elasticidad entre franja horaria demandada y precio.

motivos turísticos, la elección de destinos se efectúa atendiendo a un conjunto amplio de variables, entre las cuales el precio medio del transporte no es sino una más de ellas. Seleccionado el destino, se escogería el operador de transporte aéreo y tipo de billete que se considerase más ventajoso. El papel del precio en esta decisión en los viajes turísticos es todavía más relevante y de aquí que se afirme que la elasticidad precio intra-mercado (una vez elegido el destino) sea todavía mayor.

7.2. Oferta.

Principales operadores en los mercados afectados y sus vínculos.

En las rutas afectadas operan predominantemente las siguientes compañías (además de AIR BERLIN y LTU): CONDOR FLUGDIENST, TUIFLY, EASYJET; RYANAIR, GERMANWINGS, IBERIA, LUFTHANSA y SPANAIR. En menor medida, también lo hacen AIRFRANCE, SWISSAIR y ALITALIA, aunque sólo con carácter residual en pocas de estas rutas. Además, aunque todavía no están presentes en estas rutas, se menciona en diversas fuentes como potenciales entrantes a VUELING, CLICKAIR y AIR EUROPA.

Las actividades de estas compañías se producen tanto en el mercado de venta de plazas a pasajeros individuales como en el de ventas a touroperadores, aunque el peso de cada mercado en su negocio difiere. Entre las que dedican en mayor medida su capacidad a tour-operadores se encuentran lógicamente aquellas empresas integradas verticalmente con tour-operadores: TUIFLY y CONDOR (con en torno a un (...)% de sus ventas dirigidas a tour-operadores). También SPANAIR (con un (...)% aproximadamente) y LTU (con alrededor de un (...)%). Entre las más volcadas hacia pasajeros individuales, EASYJET v RYANAIR (con sólo un (...)% de ventas a tour-operadores cada una), LUFTHANSA e IBERIA (con un (...)%) y GERMANWINGS (...)% a tour-operadores). Dentro de este ranking, AIR BERLIN se encontraría en una posición intermedia, registrando alrededor de un (...)% de sus ventas a touroperadores. Por tanto, la entidad resultante de la operación –siempre en el supuesto de que los clientes de ambas partes se mantenganpresentaría un componente más marcado que el originario de AIR BERLIN hacia la venta a tour-operadores.

Hay que señalar, además, que algunas de estas compañías están ligadas por vínculos de propiedad u operativos. Así, CLICKAIR está controlada por IBERIA, (...). Además, GERMANWINGS está participada

en un (...)% por LUFTHANSA, que además posee el control de la compañía. Por su parte, CONDOR está participada tanto por THOMAS COOK GROUP como por LUFTHANSA, si bien es la primera la que posee el control. Conviene destacar que THOMAS COOK AG –antigua matriz de CONDOR– también forma parte de THOMAS COOK GROUP, siendo THOMAS COOK AG uno de los principales clientes, en el mercado de ventas tour-operadores, de AIR BERLIN y LTU. Una relación similar es la que vincula a TUIFLY con TUI, otro de los principales tour-operadores alemanes y también cliente de AIR BERLIN y LTU en el mercado de ventas a tour-operadores.

En cuanto a los vínculos de tipo operativo, tanto LUFTHANSA como IBERIA forman parte de alianzas de compañías. LUFTHANSA forma parte de STAR ALLIANCE, a la que también pertenecen otros operadores como SAS, SPANAIR (con la que además LUFTHANSA opera en estas rutas con código compartido), BRITISH MIDLAND, UNITED AIRLINES; US AIRWAYS o AIR CANADA. IBERIA forma parte de la alianza ONE WORLD, a la que pertenecen también (sin ánimo de ser exhaustivos) AMERICAN AIRLINES, BRITISH AIRWAYS, FINNAIR, JAPAN AIRLINES y QANTAS. Además, si bien CONDOR y GERMANWINGS no pertenecen en sentido estricto a ninguna alianza, tienen suscrito un acuerdo de cooperación que reproduce, en pequeña escala, los mecanismos básicos de funcionamiento de una alianza -lo cual ha sido facilitado por la presencia de LUFTHANSA en el capital de ambas compañías-. AIR BERLIN, LTU y TUIFLY no pertenecen a ninguna alianza, si bien, como ya se anticipó, hasta hace algunos meses AIR BERLIN y TUIFLY tenían suscrito un acuerdo de código compartido y en prensa se especuló con la firma de otro acuerdo de este tipo con CONDOR, aunque las conversaciones no se materializaron en ningún avance tangible.

Estructura de costes de las compañías aéreas.

En este punto habría que distinguir dos aspectos: la forma de las funciones de costes y los niveles de costes.

Forma de las funciones de costes

Hasta mediados de los años 70, los detractores de la liberalización del transporte aéreo argumentaban que éste estaba caracterizado por amplios tramos de economías de escala asociadas a estructuras de costes unitarios decrecientes, por lo que defendían la elevada concentración en estos mercados utilizando argumentos de eficiencia

productiva. Esto es, desde un punto de vista social, tenía sentido concentrar la provisión de estos servicios para el conjunto de rutas en un número reducido de empresas, en la medida en que el coste total era inferior al derivado de descentralizar la oferta en un número superior de aerolíneas.

Sin embargo, a comienzos de los años 80 surgen aportaciones teóricas y empíricas que harán modificar esta perspectiva. Así, el trabajo seminal de Caves, Christensen y Tretheway (1984)³¹, que partía de una distinción entre economías de densidad (referidas a variaciones en el coste unitario del output dentro una misma ruta) y economías de escala (referidas a variaciones en el coste unitario del output debidas a variaciones proporcionales en el tamaño de la red completa y en el output de cada ruta de dicha red). Las economías de densidad en una cierta ruta se originarían a partir de los ahorros en costes unitarios que supondría la consecución de altas frecuencias de vuelo en dicha ruta, por ejemplo, en términos de costes de mantenimiento y funcionamiento de aviones, de atención a los pasajeros, de publicidad e información, etc.

En dicho trabajo, realizado para una muestra de aerolíneas de Estados Unidos, se encontraba una fuerte evidencia de economías de densidad para líneas de todos los tamaños, al tiempo que rendimientos constantes a escala en toda la red operada por la empresa. Posteriormente, un volumen considerable de literatura ha tendido a confirmar estos resultados.³²

Ambos argumentos unidos nos llevan a que la entrada de operadores es factible y que el número de empresas que operan en términos globales dando servicios aéreos no tiene por qué ser reducido. Sin perjuicio de ello, sí se puede requerir una cierta concentración por rutas con el fin de explotar las economías de densidad. Esta concentración será lógicamente mayor cuanto menor sea el volumen de negocio que mueve la línea en concreto. Este marco teórico es consistente con la experiencia de los últimos años, en que con la liberalización de los mercados de servicios aéreos se ha producido la entrada de operadores, sin perjuicio de que se detecte cierta especialización y concentración por rutas.

2,

³¹ Caves, D.W.; Christensen, L.R.; Tretheway, M.W. (1984): "Economies of density versus economies of scale: why trunk and local service airline costs differ". Rand Journal of Economics, 15, pp. 471-489.

³² Un buen ejemplo puede encontrarse en Brueckner, J.K.; Spiller, P.T. (1994): "Economies of Traffic Density in the Deregulated Airline Industry". Journal of Law and Economics, 37 (2).

El nivel de los costes

Las compañías "maduras" que llevan ya tiempo instaladas en el mercado, que a menudo disfrutan de una o varias redes de rutas interconectadas con las de otras compañías similares, están sujetas a distintos factores que elevan sensiblemente su nivel de costes totales por unidad de producto. Ello es perfectamente compatible con la existencia de economías de densidad analizada en el apartado anterior, que determina meramente el perfil decreciente de la curva de costes medios por ruta. Mientras que las economías de densidad muestran la evolución de los costes medios conforme nos movemos a lo largo de la misma, el nivel de costes haría referencia a la existencia de una función de costes medios situada más o menos hacia arriba con respecto al eje de los costes.

Los factores a que estamos aludiendo serían básicamente los siguientes:

- Una elevada posibilidad de conexión entre redes dominadas por distintas aerolíneas, lo que implica costes adicionales en términos de necesidades de conexión entre puntos geográficos, coordinación de sistemas informáticos, aviones e infraestructuras e incluso un mayor uso de determinadas infraestructuras aeroportuarias.
- Altos costes de trabajo y otros inputs derivados de la provisión de servicios, relacionados a menudo con el origen público de gran parte de las compañías que más años llevan presentes en el mercado. Uno de los ejemplos más claros de las variables desencadenantes de estos costes sería el importante poder de negociación sindical en la plantilla de las aerolíneas, capaz de determinar resultados no competitivos en la negociación de los salarios.
- La provisión de servicios de "valor añadido" junto al mero transporte, como las salas de espera VIPS, determinadas clases de menús a bordo, etc.

Buena parte de estos costes adquieren el carácter de variable estratégica de diferenciación del producto, dirigida especialmente a los pasajeros menos flexibles en tiempo, menos sensibles a precios y más a otras serie de cualidades del servicio, como la fluidez en las conexiones a otros vuelos, la comodidad, etc. Estos costes, forman parte de los costes totales en que incurren las compañías más maduras en el conjunto de

segmentos de mercados en que operan, siendo la mayor parte de los mismos costes fijos.

Desde esta perspectiva, cobra también sentido la discriminación de precios que realizan estas compañías entre *business* y turista. Por una parte, tratan de explotar al máximo la propensión al gasto de pasajeros menos sensibles a precios para cubrir sus importantes costes fijos por unidad de producto mientras que, al mismo tiempo, cargan precios inferiores (más conectados con sus costes marginales, más reducidos) para captar a los pasajeros más sensibles al precio.

Por el contrario, las compañías de bajo coste tienden a eludir buena parte de estos costes. Aunque la generalización en este punto es difícil, mayoritariamente ofrecen un producto más simple –a menudo simplemente el servicio de transporte– y no un paquete de servicios ligados a un billete, su red de conexiones con otras compañías es más tenue y tienen un historial mucho más corto en el mercado, lo que les libera de ciertas inercias "heredadas" en la formación de sus costes. Ello tiene principalmente tres consecuencias:

- Su nivel de costes por unidad de producto suele ser inferior a las de las compañías "maduras"³³.
- La capacidad de las aerolíneas de bajo coste para diferenciar su producto es inferior, razón por la cual su capacidad de penetración en los mercados de pasajeros menos flexibles al tiempo es inferior, mientras que ha resultado superior en los aeropuertos "no céntricos", donde para la implantación el factor "conexiones" tiene una relevancia menor.
- Un margen de maniobra menor en precios de las empresas maduras instaladas ante la irrupción en el mercado de una empresa de bajos costes que lance precios inferiores a los de las primeras. De cualquier modo, esta afirmación se matizará convenientemente más tarde al hablar del papel de las restricciones de capacidad.

_

³³ Lo que significaría no sólo que su curva de costes medios se sitúa por debajo –al menos en algunos tramos- que las de las compañías maduras, sino que o las economías de densidad de las segundas no tienen la suficiente entidad para cortar a los costes de las primeras, o que si existen tales puntos de corte, la concentración de servicios en una sola ruta no es suficiente como para situarse más allá del punto de corte.

Estas consideraciones sobre forma y nivel de los costes tienen varias implicaciones fundamentales:

El fenómeno de las economías de densidad puede limitar severamente el número de agentes que pueden actuar rentablemente en una ruta. Esto puede suceder porque, al prolongarse el tramo decreciente de los costes medios por vuelo, un número bajo de compañías pueden atender en condiciones de rentabilidad económica a toda la demanda existente en dicha ruta. Ello tendrá tantas más probabilidades de suceder: i) cuanta más intensa sea la acumulación de frecuencias en unas pocas compañías, dado que ello les conferirá mayores economías de densidad y ii) cuanto más reducida sea la demanda en esa ruta.

De hecho, es rara la ruta (de entre las afectadas por la operación) en la que el número de compañías es superior a 5 ó 6, y cuando el número roza este umbral casi siempre es a costa de uno o dos operadores que atienden a una fracción residual de la demanda.

Decir lo anterior no implica necesariamente afirmar que es más eficiente, desde un punto de vista social, que en una ruta existan los menos operadores posibles (o, llevado al extremo, un solo operador). Si bien es cierto que, dada una curva de demanda, puede resultar más eficiente desde un punto de vista productivo la existencia de un número reducido de operadores (por su compatibilidad con la minimización de costes productivos totales), habrá que confrontar estas posibles ganancias de bienestar con las pérdidas que ello puede ocasionar a los consumidores, en términos de pérdida de su excedente.

 Las economías de densidad pueden constituir también barreras a la entrada en una ruta, en especial cuando operando en la misma haya ya algunas compañías que disfrutan de economías de densidad considerables.

Los costes de las compañías relacionadas con la operación

En cuanto a los niveles de costes de las compañías implicadas, el Notificante ha realizado algunas estimaciones de sus costes variables más costes fijos operativos por kilómetro, así como los de sus competidores. (...) De esta comparación se desprende que tanto AIR BERLIN como LTU, a pesar de defender su carácter "híbrido" entre una naturaleza *low-cost* y la provisión de un mayor número de servicios de

valor añadido que las *low-cost* puras, tienen en realidad unos costes más favorables que algunas *low-cost* tradicionales, como EASYJET, CONDOR y TUIFLY. También es cierto que otras *low-cost* les aventajarían en este ámbito (sería el caso de RYANIR y CLICKAIR), aunque en realidad el número de compañías que lo harían, al menos de entre sus rivales principales y/o potenciales rivales, no es nada amplio.

Por lo que respecta a las economías de densidad de que disfrutan las compañías que operan en las líneas implicadas en la operación, hay un número importante de ellos que utilizan algunos aeropuertos como hubs, o centros de su red de rutas y que pueden proporcionarles importantes economías de densidad. Así, el hub principal de AIR BERLIN es el aeropuerto de Berlín-Tegel y dentro de España, en menor medida, Palma de Mallorca, donde la mayor parte de sus vuelos desde aeropuertos españoles mediterráneos hacen escala en su camino hacia Alemania. LTU tiene su hub principal Düsseldorf, CONDOR en Frankfurt, TUIFLY en Colonia y Hannover, GERMANWINGS en Colonia, IBERIA en Madrid y Barcelona (donde hacen escala la mayoría de sus vuelos indirectos), SPANAIR en Palma de Mallorca principalmente –y en menor medida, Barcelona–, CLICKAIR en Barcelona y fuera de los aeropuertos afectados, EASYJEY en Londres – Lutton y RYANAIR en Dublín.

El refuerzo de las economías de densidad que propiciará la operación en algunos aeropuertos, mejoraría en principio la posición de AIR BERLIN en términos de costes respecto a sus competidores.

Grado de ocupación de la capacidad

Tanto el Notificante como algunas respuestas a los tests de mercado efectuados han puesto de relieve el exceso de capacidad existente en el sector como de una de las principales características estructurales del mismo.

En realidad, la existencia de un exceso de capacidad puede surgir por varias razones. En primer lugar, la relativa indivisibilidad de la oferta de capacidad puede dar lugar a que, una vez obtenido el derecho a explotar una franja horaria, el número de plazas ofertado deba ser superior al que la compañía puede captar en el mercado. En línea con ello, una compañía puede asumir un cierto riesgo de incurrir en excesos de capacidad a cambio de explotar las economías de densidad y prevenir la entrada de terceros. Además, desde una perspectiva más intertemporal, puede tener sentido el mantenimiento de ciertos *slots*, cuando se espera una coyuntura de demanda más baja y que tendrá como coste la

infrautilización del *slot*, en lugar de su pérdida. Por otra parte, el Notificante ha explicado que la existencia de excesos de capacidad puede deberse al perfil creciente de precios entre el comienzo de la oferta y la salida del vuelo. De esta forma, se prefiere fidelizar la compra temprana que ocupar plenamente los aviones.

El Tribunal no posee suficientes datos como para concluir que los excesos de capacidad tengan una gran influencia en el caso que nos ocupa. Para AIR BERLIN, sus porcentajes de ocupación fueron muy altos durante la temporada de 2006, especialmente en las rutas que partían de los aeropuertos de Berlín y Colonia/Bonn (...%), ligeramente menores en las rutas que parten de Frankfurt (...%), en las que partían de Munich y Düsseldorf. En 2005 estas tasas de ocupación fueron inferiores en la práctica totalidad de las rutas –incluso en las de mayor estabilidad en la demanda—, aunque en media se situaron (...)%. En las temporadas de invierno la ocupación es menor, situándose como media entre (...) de las plazas disponibles. En la misma temporada de invierno de 2006 la tasa de ocupación de LTU fue algo inferior a la de AIR BERLIN, rondando el (...)%, aunque no se disponen de datos de esta compañía para las temporadas de verano.

7.3. Precios.

De acuerdo con el Notificante, la estrategia más habitual de fijación de precios en estos mercados se articula en dos fases. En primer lugar, se lanza un precio mínimo para los pasajeros individuales que deseen reservar sus plazas con mayor antelación. Posteriormente, a medida que el nivel de ocupación del vuelo aumenta, el precio se va elevando, siguiendo una tendencia básicamente creciente. El nivel de la pendiente de esta línea de tendencia dependería de factores como la velocidad a la que se incrementa la tasa de ocupación de los vuelos, el grado de competencia existente en la ruta, etc.

También según el Notificante, la principal función que cumpliría este perfil creciente de precios sería proporcionar un estimulo al demandante para que realice su adquisición lo antes posible, reduciendo así el nivel de incertidumbre al que se enfrentarían las compañías en cuanto a su nivel de ocupación y fidelizando a los clientes. De esta forma, si una compañía consigue crear una sólida reputación de precios al alza a partir del precio de salida (con leves altibajos en torno a la tendencia), incluso a costa de perder un cierto volumen de demanda respecto a otros competidores que no sigan esta estrategia (los menos), conseguirá anticipar sus ventas y

evitar pérdidas mayores derivadas de descensos indeseados de los precios por debajo del nivel inicial en el caso de que los clientes esperen capacidad ociosa y reducciones de precios.

Los gráficos siguientes (3-5) muestran, para 3 rutas distintas (Palma de Mallorca hacia Düsseldorf, Mallorca y Frankfurt respectivamente) los comportamientos de los precios de las principales líneas (en las semanas previas a la fecha de partida de sus vuelos, la semana 23 del año) que operan en dicha ruta.

<u>GRÁFICO 3:</u> Estudio de precios en la ruta: Dusseldorf – Palma de Mallorca

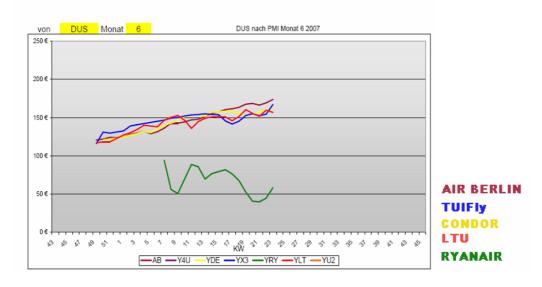


GRÁFICO 4:

Estudio de precios en la ruta: Colonia – Palma de Mallorca

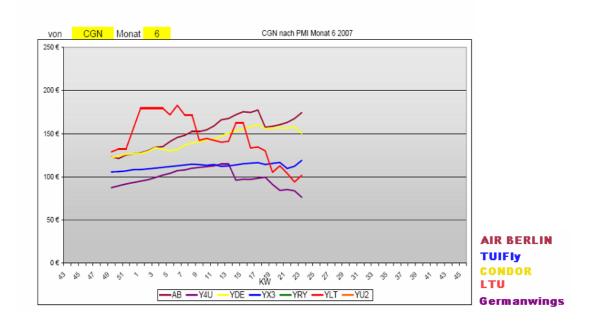
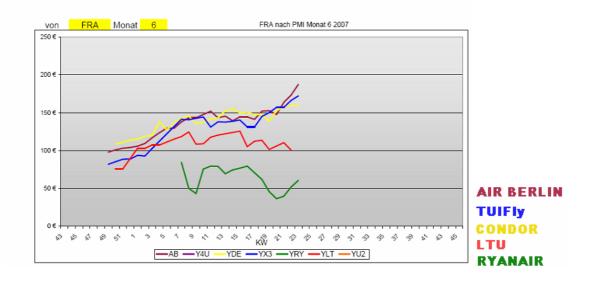


GRÁFICO 5.

Estudio de precios en la ruta: Frankfurt – Palma de Mallorca



De estos gráficos se desprenden algunas apreciaciones significativas:

- Existen diferenciales persistentes y visibles en la evolución de los precios de algunas compañías. Así, en las dos rutas en que RYANAIR opera, los precios de ésta se mantienen sustancialmente por debajo de los del resto de las compañías durante todos los días de la muestra. En esta cuña de precios podría influir tanto la estructura de costes aparentemente más favorable de RYANAIR como el hecho de que dirige sus vuelos a Düsseldorf-Weeze y Frankfurt-Hahn, cuya sustituibilidad con los aeropuertos principales es reducida. Este diferencial se observa también entre GERMANWINGS y sus competidores en la ruta Palma de Mallorca-Colonia durante la mayor parte de los días de la muestra, así como para LTU en la ruta Palma de Mallorca-Frankfurt.
- La presunta forma ascendente de los precios a lo largo del tiempo no siempre se observa. Dentro de una misma ruta hay compañías que la siguen más que otras. Por ejemplo, es muy dudoso que RYANAIR siga este perfil en las dos rutas en que está presente, como también es dudoso respecto a LTU en la ruta de Palma de Mallorca-Colonia. Tanto AIR BERLIN como CONDOR se adaptan en mayor medida a esta trayectoria creciente.

Estas variaciones dentro de la tendencia pueden obedecer a la necesidad de ajustar la oferta a la evolución real de la demanda y a una cierta competencia en precios. De esta forma, cuanto menor sea la demanda residual a la que se enfrenta un operador (entiéndase demanda total-demanda máxima que puedan captar los restantes operadores con sus capacidades respectivas), mayores serán sus incentivos a competir en precios. Esto explicaría el comportamiento de LTU, que tiende a reducir precios con mayor intensidad en la ruta Palma de Mallorca-Frankfurt, en la que posee un menor número de frecuencias respecto al resto de operadores (y a la *low-cost*). Sin embargo, en la ruta de Palma de Mallorca-Düsseldorf, en la cual posee un porcentaje de frecuencias mucho más amplio, su conducta se alinea casi perfectamente con la del resto de compañías (exceptuando la *low-cost*).

 Aunque la existencia de fases más o menos prolongadas de decrecimiento de precios, hace factible la prolongación de la competencia durante toda la trayectoria de venta de los billetes, las trayectorias predominantemente crecientes de los precios, unidas a la volatilidad del tamaño, momento y duración de los cambios de pendiente, afianzan un incentivo para el consumidor a reservar lo antes posible sus billetes. Ello confiere un papel importante a los precios de salida como indicador de competencia en precios.

Más allá de este análisis sobre la estrategia de precios de los operadores, interesa analizar en qué medida LTU puede considerarse un competidor en precios de AIR BERLIN. AIR BERLIN ha alegado en todo momento que LTU no es su competidor más directo, e incluso ha puesto en cuestión (siquiera implícitamente) incluso que LTU represente competencia real para AIR BERLIN. Para acreditar esto alude principalmente a la superioridad en términos de economías de densidad, por las mayores frecuencias de vuelo de que dispone, en comparación con LTU, en casi todas las rutas afectadas, y de escala, por el mayor factor de carga de sus aviones.

Sin negar la ventaja competitiva que las economías de densidad puedan conferir a AIR BERLIN, lo cierto es que LTU si ejerce cierta presión competitiva sobre el mismo. Del análisis de sus precios mínimos en las diversas rutas en que se han producido solapamientos para la temporada de verano de 2006³⁴, se deduce que LTU es un competidor más agresivo en precios en un buen número de ellas, en particular, en aquellas rutas que parten de los aeropuertos de las islas Canarias.

TABLA 46. PRECIOS MÍNIMOS (EN EUROS) DE AIR BERLÍN Y LTU. TEMPORADA DE VERANO DE 2006.

RUTA	AIR BERLIN	LTU	
Alicante-Düsseldorf	[<50]	[<75]	
Alicante-Munich	[<50]	[<75]	
Palma-Düsseldorf	[<50]	[<75]	
Palma-Frankfurt	[<50]	[<75]	
Palma-Berlín.	[<50]	[<75]	
Palma-Munich	[<50]	[<75]	
Ibiza-Düsseldorf	[<50]	[<75]	
Ibiza-Frankfurt	[<50]	[<75]	
Málaga-Düsseldorf	[<50]	[<75]	
Málaga-Munich	[<50]	[<75]	
Tenerife Sur-Colonia	[>75]129	[<75]	·
Tenerife Sur-Berlín	[>75]	[<75]	·

³⁴ Se recogen aquellas rutas en las que tanto AIR BERLIN como LTU operaban en verano de 2006 y se dispone de datos tanto sobre sus frecuencias como sobre sus precios mínimos.

_

Fuerteventura-Düsseldorf	[>75]	[<75]
Fuerteventura-Colonia	[>75]	[<75]
Fuerteventura-Berlín	[>75]	[<75]
Lanzarote-Düsseldorf	[>75]	[<75]
Gran Canaria-Düsseldorf	[>75]	[<75]
Gran Canaria-Colonia	[>75]	[<75]
Gran Canaria-Berlín	[>75]	[<75]

Fuente: Notificante. Se incluyen en los precios tasas e impuestos.

La homogeneidad en los precios mínimos en las diferentes rutas por parte de LTU podría revelar una estrategia basada en subvenciones cruzadas entre rutas (de aquellas que le son más rentables a las que lo son menos) con el fin de mantener en todas ellas un nivel de precios que le permita competir con el resto de operadores y, fundamentalmente con AIR BERLIN³⁵.

En directa relación con este problema, resulta sorprendente que AIR BERLIN pueda defender simultáneamente la supremacía en costes que le confieren sus economías de densidad y de escala, junto con la perfecta expugnabilidad de estos mercados frente a potenciales entrantes. Visto desde otro ángulo: si un competidor como LTU, con una trayectoria histórica bien consolidada en estas rutas y un volumen de frecuencias, aunque a menudo inferior al de AIR BERLIN, en general muy significativo, preocupa tan escasamente a AIR BERLIN, ¿qué impacto competitivo podrían producir nuevos entrantes en estos mercados, cuya escala de operaciones sería muy probablemente inferior a la de LTU?

7.4. Barreras a la entrada.

En el sector de transporte aéreo, las barreras regulatorias al ejercicio de la actividad desaparecieron en la Unión Europea en 1997³⁶. En la actualidad cualquier compañía comunitaria puede prestar libremente servicios de transporte aéreo en el interior de la UE, tanto de vuelos intracomunitarios como nacionales.

³⁵ De hecho, el Tribunal ha analizado los índices de esfuerzo competitivo que demuestran que, dadas las ventajas de economías de densidad de que disfruta AIR BERLIN, el diferencial de precios entre ambas compañías debería ser mayor. No es cierto, por tanto que, de cara al consumidor, el concepto de "esfuerzo competitivo" no sea relevante para decantarse, ya que, de resultar inferior el esfuerzo competitivo de LTU, su diferencial de precios con AIR BERLIN en determinadas rutas sería todavía mucho mayor

³⁶ Reglamento (CEE) 2408/1992, del Consejo, de 23 de julio de 1992, en vigor desde el 1 de abril de 1997.

Cuestión distinta es que determinados rasgos estructurales del sector puedan obstaculizar la entrada en estos mercados. Sería el caso especialmente de los sistemas de asignación de *slots* y, en menor medida, de las inversiones necesarias para la adquisición de activos reales³⁷ y de los costes de cambio entre compañías para los consumidores.

7.4.1. El coste de las inversiones en activos reales.

Las inversiones necesarias para desarrollar la actividad de transporte aéreo de pasajeros son elevadas (aeronaves y, en menor medida, personal cualificado y costes hundidos –p.ej. publicidad– derivados de la apertura de nuevas rutas). Sin embargo, el Notificante destaca que existe una amplia gama de fórmulas y estructuras financieras³⁸ para acceder a los activos necesarios para la operación de líneas regulares de transporte de pasajeros³⁹ y personal cualificado, que facilitan la realización de la inversión necesaria para el establecimiento de nuevas rutas por operadores ya existentes.

Además, las aerolíneas ya instaladas tienen fácil acceso a proveedores de aviones como AIRBUS, BOEING, FOKKER o EMBREAER, proveedores de combustible como BP, EXON, SHELL y REPSOL, así como a personal cualificado, pilotos y tripulación de cabina. Los servicios de mantenimiento suelen contratarse a empresas especializadas.

7.4.2. La escasez de slots adecuados

³⁷ En los mercados de transporte aéreo de pasajeros existen distintas formas de fidelización que generan costes de cambio a los clientes (los llamados *frequent flyer programs*, los efectos de red que facilitan la existencia de interconexiones, las economías de densidad que aseguran la existencia de frecuencias,... Estos costes de cambio entre compañías suelen citarse como otra posible barrera de entrada en este negocio. Para un potencial entrante, captar clientes de una compañía de bandera, con una imagen de marca arraigada, programas de fidelización efectivos y sensibles al tiempo y por tanto, con una marcada preferencia por las facilidades de interconexión y los billetes abiertos para elegir frecuencia— puede ser difícil y requerir de un notable esfuerzo en precios. No obstante, los costes de cambio no parecen un factor especialmente disuasorio de la entrada en los mercados analizados en este caso, donde las compañías de bandera no tienen una presencia importante y los clientes son fundamentalmente pasajeros individuales por motivo turístico, menos sensibles al tiempo y con una frecuencia de vuelo no excesivamente elevada, lo que les hace menos "fidelizables".

³⁸ En particular, arrendamientos operativos, alquileres de aviones con o sin tripulación, etc. ³⁹ (...).

7.4.2.1. Problemática general

Cuando un avión desea volar entre dos puntos, necesita contar con derechos reconocidos de despegue y aterrizaje en los dos aeropuertos de origen y destino, respectivamente. Estos derechos, que se entienden siempre circunscritos a fechas concretas y a franjas horarias determinadas, se denominan en terminología técnica *slots*.

Los procedimientos para la asignación de *slots* en los aeropuertos europeos vienen regulados en el Reglamento 95/93/CE y sus modificaciones posteriores. El caso fundamental que recoge esta norma —y también el más frecuente en la práctica, al menos en los principales aeropuertos europeos— es aquel en que, debido a las restricciones de capacidad existentes en un aeropuerto (que no pueden resolverse mediante ampliaciones de capacidad a corto plazo), es preciso proceder a un racionamiento de los *slots* existentes.

En este sentido, dos son las soluciones que aporta el Reglamento.

- Una, la "facilitación de horarios" en un aeropuerto. Los aeropuertos facilitados son aquellos donde se aprecia un riesgo de congestión en determinados períodos del día, de la semana o del año que puede evitarse mediante la cooperación voluntaria entre compañías aéreas. Cuando éste es el caso, se designa un facilitador de horarios para hacer compatibles los horarios de las compañías aéreas que presten servicio en ese aeropuerto o tengan intención de hacerlo.
- Otra, la denominada "coordinación" del aeropuerto, cuando la escasez de franjas horarias (en comparación con la demanda de las mismas) es severa. La constatación de dicha escasez puede partir bien del operador aeroportuario, bien de un conjunto de compañías aéreas que representen más de la mitad de las operaciones de dicho aeropuerto. Trasladada esta preocupación a las autoridades del Estado Miembro y consultados los agentes involucrados, las primeras podrán determinar, si lo consideran oportuno, que el aeropuerto sea declarado totalmente coordinado. En tal caso, se designará a un coordinador (persona física o jurídica con profundos conocimientos

del sector) como máximo responsable de supervisión del proceso de asignación de las franjas horarias sujetas a racionamiento⁴⁰.

El proceso de asignación que consigna el Reglamento se estructura en varias fases:

- Primera, delimitación del conjunto de slots a asignar cada temporada IATA (de verano o invierno, ambas semestrales). Este conjunto (o pool, en la terminología del Reglamento), está compuesto por aquellos slots que, habiendo estado a disposición de una compañía durante la temporada equivalente anterior, hubieran sido utilizados en menos de 80%⁴¹ y a los que esta compañía no deseara renunciar, más los slots de nueva creación en el aeropuerto, más aquellos que hubieran quedado sin utilizar durante la temporada equivalente anterior. Por tanto, se observa que el pool tiene una naturaleza residual, lo que habitualmente sesga a la baja su tamaño. El coordinador deberá informar a todas las partes interesadas, cuando se lo pidan y en plazo razonable, de la composición del pool, así como de las consideraciones utilizadas en su determinación.
- Segunda. Aquellas compañías que desean disponer de *slots* dentro del pool comunican sus solicitudes al coordinador.
- Tercera. Reparto del pool, del cual se garantiza que un 50% deberá ir destinado a nuevos entrantes⁴².

La asignación de *slots* del *pool*, en cada una de los 50% señalados por el Reglamento, se realiza de acuerdo tanto a los criterios básicos señalados en el propio Reglamento (preferencia a los servicios aéreos comerciales

⁴⁰ El coordinador será auxiliado en sus funciones por el Comité de Coordinación, de carácter consultivo, compuesto por las compañías aéreas que utilicen regularmente el aeropuerto, las autoridades aeroportuarias y los representantes del control del tráfico aéreo.

⁴¹ Salvo que esta infrautilización se haya producido por razones de naturaleza especial, enumeradas taxativamente en el propio Reglamento.

⁴² Se entiende por nuevo entrante 1) toda aquella compañía que solicite franjas para cualquier día y que disponga de menos de cuatro franjas en ese aeropuerto durante ese día o 2) que solicite franjas para un servicio sin escalas entre dos aeropuertos comunitarios en los que un máximo de dos compañías efectúen un servicio directo el día para el que se efectúa la solicitud, disponiendo el solicitante de menos de 4 franjas horarias en dicho aeropuerto para dicho servicio sin escalas ese día, o 3) que solicite franjas en ese aeropuerto para un servicio regular sin escalas entre ese aeropuerto y un aeropuerto regional cuando ninguna otra compañía aérea efectúe un servicio regular directo entre dichos aeropuertos o sistemas de aeropuertos y que dispondría, en caso de que se le concediese la solicitud, de menos de 5 franjas en dicho aeropuerto ese día para dicho servicio sin escalas.

–y en particular a los servicios regulares y a los no regulares programados– y, en la medida posible, directrices propuestas por el Comité de Coordinación que tengan en cuenta las condiciones locales), así como a las recomendaciones de la industria, recogidas en el documento *Worlwide Scheduling Guidelines*, publicado por IATA. En concreto, entre los que sigue AENA en los aeropuertos españoles se encuentran el de operaciones solicitadas como continuación de la temporada adyacente (prioridad *year-round*), la frecuencia semanal y período de operación (mayor frecuencia y/o período, mayor prioridad) y el tamaño y tipo de mercado, cumpliendo el requisito de mezcla equilibrada de operaciones de corto, medio y largo radio, para satisfacer mejor la demanda de transporte de los pasajeros⁴³.

Aparentemente la regulación pretende favorecer la entrada de nuevos operadores, preservando los derechos de los ya instalados. No obstante, en aeropuertos sometidos a congestión la entrada enfrenta dificultades:

- En primer lugar, es muy habitual que en los aeropuertos coordinados el tamaño del pool de slots asignables cada temporada sea relativamente reducido. Ello implica que el 50% de dicho pool, asignable directamente a nuevos entrantes, resultará todavía más reducido en muchos casos.
- La disponibilidad de slot no asegura la entrada en una ruta determinada. Pueden existir varios nuevos entrantes que solicitarán el spot disponible, posiblemente cada uno con la intención de darle un uso muy diferente al resto.
- Por último, no debe olvidarse que la entrada en una ruta implica la consecución de *slots* compatibles entre sí en el aeropuerto de origen y de destino.
- Incluso aunque sea viable conseguir los slots necesarios para operar una ruta, la entrada debe ser económicamente rentable para que se produzca. En efecto, si la entrada se produce fuera del horario comercial más rentable, el nuevo competidor deberá procurar compensar esta desventaja mediante unos precios

_

⁴³ El proceso de asignación de slots es continuo a lo largo de cada temporada desde su inicio, de forma que las compañías aéreas pueden efectuar nuevas solicitudes, modificar las existentes o cancelar las mismas en cualquier momento previo a la fecha de operación. Por lo tanto, es posible efectuar nuevas asignaciones una vez iniciada la temporada siempre que exista capacidad disponible para ello.

sensiblemente más bajos de los ofrecidos por las compañías instaladas (ello en el caso más favorable, en el que exista la demanda de vuelos tenga una elasticidad-precio elevada). Por lo tanto, este condicionante limita considerablemente la gama de posibles entrantes en función de sus estructuras de costes, tanto más cuanto menor sea el volumen de operaciones con que irrumpen en el mercado y/o cuanto mayores sean las economías de densidad disfrutadas por las empresas previamente instaladas en la ruta. Visto desde otra perspectiva, mientras que para las compañías instaladas en una escala importante en una determinada ruta resulta más factible en términos de rentabilidad aprovechar un *slot* fuera de las horas más comerciales —tanto por sus ventajas en costes como por su know-how acumulado sobre la estructura de la demanda —, ello es mucho más improbable en un entrante que disfrute de capacidad marginal en dicha ruta.

Estos factores justifican por qué, incluso aunque existan *slots* disponibles como manifiesta el Notificante⁴⁴, puede haber dificultades para la entrada. De hecho, la presencia de *slots* libres a media temporada puede revelar que hay otros factores que impiden la explotación de esas teóricas oportunidades de beneficio. En definitiva, la existencia de *slots* es una condición necesaria, pero no suficiente para que el acceso pueda producirse con éxito. La dificultad de conseguir articular un conjunto de *slots* adecuados para explotar una ruta de manera rentable constituye una barrera a la entrada a considerar en particular entre aeropuertos coordinados.

7.4.2.2. La influencia de las restricciones de capacidad sobre el funcionamiento competitivo de los mercados de transporte aéreo

De lo analizado hasta ahora puede deducirse que numerosas rutas de transporte aéreo de pasajeros están considerablemente afectadas, a corto plazo, por las decisiones previas de inversión en capacidad realizadas por las aerolíneas. Dados los *slots* obtenidos, incluso teniendo en cuenta la posible capacidad de reserva con que cuenten las aerolíneas⁴⁵, lo cierto es que, en un momento dado, cada empresa

⁴⁴ El Notificante ha puesto de relieve en sus alegaciones cómo, en un punto escogido de la temporada de verano de 2007, en las rutas en que la operación genera solapamientos existen slots disponibles una hora antes de la salida y una hora después de la llegada de sus vuelos la mayoría de los días de la semana.

⁴⁵ Bien propias, bien en aeronaves de otras compañías, conseguidas a través de acuerdos de interlineado o de bloqueo de plazas.

instalada no puede sino ofrecer un número limitado de plazas por franja horaria.

Este hecho no es inocuo a la hora de determinar los incentivos de las empresas que operan en el mercado. En efecto, cada empresa sólo estará motivada a ofrecer aquel precio que le permita vender su capacidad instalada, pero no a practicar recortes adicionales en los precios más allá de ese nivel. En otras palabras, una vez utilizada completamente su capacidad, reducciones en los precios sólo producirían una minoración de los beneficios, al no poderse atender la demanda adicional captada gracias a tal reducción⁴⁶.

La estrategia de un entrante será habitualmente la de ofertar plazas a precios inferiores para vencer sus desventajas competitivas y captar a la parte más flexible al precio de la demanda, asegurándose que ocupa su capacidad. Ello explica que sean las compañías *low-cost* quiénes hayan protagonizado los procesos más recientes de entrada.

Al producirse la entrada a precios inferiores a los de las empresas instaladas, éstas pueden aproximar sus precios a los de la entrante, en particular sus precios mínimos de salida, para intentar mitigar la reducción de la demanda residual. En este caso incurrirían en una merma de su beneficio por la reducción de precios practicada. Si la diferencia de precios es grande la reducción del beneficio puede ser superior a la que experimentarían dejando que el entrante se lleve una parte de la demanda. En estos casos la compañía instalada puede optar por no responder a la entrada y continuar vendiendo plazas a un precio similar al que venían marcando. Esta estrategia de acomodación de las instaladas —y de cierta independencia en precios— será tanto menos probable (ceteris paribus) cuanto:

- Menos asimétrico resulte el reparto de capacidades entre los competidores. Cuanto más amplio sea el lote de *slots* con que cuente la entrante y/o más pasajeros se capaz de atraer, más

⁴⁶ Diversos autores han analizado cómo bajo las condiciones descritas se llega a este tipo de resultado. Kreps, Scheinkman (1983): "Quantity precommitment and Bertrand competition yield Cournot outcomes". Bell Journal of Economics, 14 (2), pp. 326-337. Con posterioridad al artículo seminal de Kreps y Scheinkman, se ha ido complementando el mismo con distintas extensiones. Así, Boccard y Wanthy (2000) extienden el resultado de Kreps y Scheinkman a n empresas; Loertscher (2005) demuestra la validez del anterior resultado en un marco en que los costes marginales de ampliación de la capacidad son no nulos y existen n empresas, y Martin (1999) replica las predicciones de Kreps y Scheinkman en un entorno de bienes diferenciados.

restringida se verá la demanda residual de las instaladas y mayor será su incentivo a competir en precio.

- Menor sea la sensibilidad al tiempo de los pasajeros. Si los pasajeros están dispuestos a aceptar las franjas horarias de que dispone el entrante mayor será la pérdida de pasajeros para el instalado y mayor su necesidad de ser competitivo.
- Menor sea la diferencia en costes con las instaladas. Si los costes del instalado no difieren enormemente del entrante la competencia en precios entre ellos puede ser más intensa.

Cabe concluir que la intensidad de la competencia en precios puede ser menor si la asignación de *slots* resulta muy asimétrica, porque confiere poder de mercado al instalado. De la misma manera, el impacto competitivo de los entrantes dependerá del volumen total de *slots* con los que entra y la calidad de los mismos, especialmente en lo que a su franja horaria de ubicación hace referencia, además de su ventaja en costes o la sensibilidad a precios de la demanda.

El comportamiento descrito explica tanto la mayor tendencia a la baja de los precios en el mercado de pasajeros flexibles al tiempo, sobre todo en aquellas rutas en que la entrada de empresas *low-cost* ha sido más intensa, como el mantenimiento del poder de mercado de las instaladas cuando la entrada de las *low-cost* se ha producido en peores condiciones.

7.4.2.3. Las barreras de entrada relacionadas con slots en los aeropuertos afectados por la operación

a) Aeropuertos alemanes.

Para conocer el grado de disponibilidad de *slots* en los aeropuertos alemanes de destino en las rutas afectadas, el Tribunal ha atendido tanto a los propios informes recientes de la Comisión como a los tests de mercado efectuados entre diversas empresas del sector aéreo.

Actualmente los aeropuertos de Frankfurt, Munich, Düsseldorf y Berlín-Tegel tienen el carácter de coordinados, mientras que el de Colonia/Bonn y Berlín-Schönefeld no (por tanto, no presentan por el momento restricción de *slots* alguna).

Respecto a los aeropuertos coordinados, la valoración que la Comisión realiza de las posibilidades de acceso a los mismos es diversa. Las

restricciones de acceso más severas se encuentran en el aeropuerto de Frankfurt⁴⁷, en el que la gran escasez de *slots* constituye claramente, a ojos de la Comisión, una barrera a la entrada. Los aeropuertos de Munich y Düsseldorf⁴⁸ presentan problemas de congestión serios en las horas punta, si bien quedan *slots* disponibles a horas menos atractivas a priori. Respecto a los aeropuertos de Berlín⁴⁹, en Tegel existen problemas serios debido a la escasa capacidad de las terminales, mientras que en Schönefeld y Tempelhof la Comisión no considera que existan restricciones destacables.

Los tests de mercado efectuados muestran unos resultados en la línea de las impresiones de la Comisión. En particular, un número estimable de operadores ha apuntado su preocupación por la situación de congestión de algunos de estos aeropuertos y la dificultad de conseguir *slots* en los mismos. De manera recurrente se citan los de Düsseldorf, Munich y Frankfurt. Este extremo es consistente con las conclusiones del análisis teórico efectuado por el Tribunal, según el cual el análisis de las barreras a la entrada debe dirigirse no sólo a la disponibilidad de *slots*, sino a su ubicación horaria y al volumen total disponible. De acuerdo con este enfoque, algunas compañías perciben las restricciones de *slots* existentes como fuertemente vinculantes, incluso a pesar de la disponibilidad física de *slots*.

Una cuestión directamente relacionada con esta última es la posibilidad de utilizar determinados aeropuertos "secundarios" presumiblemente sustitutivos de los tres anteriores como vía para soslayar la escasez de slots en los puntos neurálgicos del tejido aeroportuario alemán. Así, especialmente algunas compañías de bajo coste vienen utilizando los aeropuertos de Dusseldorf-Weeze (y, eventualmente, Dortmund) como alternativa al de Düsseldorf y el de Frankfurt-Hahn como alternativa al de Frankfurt. En cuanto a Munich, los solicitantes han apuntado a la posible sustituibilidad entre el aeropuerto de Munich y el de Augsburg. Todos estos aeropuertos se caracterizarían porque no están coordinados.

Respecto a los dos primeros pares considerados, Dusseldorf-Weeze/ Düsseldorf y Frankfurt-Hahn/Frankfurt, los tests de mercado indican mayoritariamente, como ya señalamos antes, una posible sustituibilidad parcial desde el punto de la vista de la demanda al menos para los

⁴⁷ Ver caso M. 3770 Lufthansa/Swiss, párrafo 32.

⁴⁸ Ver caso M. 3770 Lufthansa/Swiss (párrafo 33).

⁴⁹ Ver casos M.3770 Lufthansa/Swiss (párrafo 77) y M.3940 Lufthansa/Eurowings (párrafo 48).

pasajeros menos sensibles al tiempo, cuando se razona en términos de distancia diferencial desde estos aeropuertos a los centros de la ciudades más cercanas⁵⁰. Aun así, el tono predominante en las respuestas es de cautela, ante un fenómeno que se considera incipiente y cuyo grado de sustituibilidad real con los aeropuertos tradicionales es todavía desconocido. En este sentido, se trata de aeropuertos más pequeños -y como tales con posibilidades de sufrir posibilidades de congestión a medio plazo, aunque no de manera inmediata-, con una gama de servicios más reducida que los aeropuertos mayores y con infraestructura de comunicación más incompleta. Todos estos aspectos podrían limitar la sustituibilidad entre unos y otros aeropuertos desde el punto de vista de la oferta, al reducir o hacer más incierto el atractivo de estos nudos secundarios para un número importantes de potenciales competidores del Notificante. Finalmente, en cuanto a los aeropuertos de Munich y Augsburg, la visión generalizada de los operadores es que es muy difícil que puedan resultar sustitutivos desde el punto de vista de la demanda.

En conclusión, el Tribunal considera que existen al menos tres aeropuertos alemanes con problemas de congestión importantes (Frankfurt, Düsseldorf y Munich), los cuales son percibidos como un obstáculo objetivo por la mayor parte de los competidores de AIR BERLIN y LTU (incluso para alguno de bajo coste) para expandir su actividad en estas rutas. Es cierto que la existencia de aeropuertos alternativos, como Dusseldorf-Weeze, Frankfurt-Hahn y Colonia/Bonn, en los que por el momento no existen limitaciones de slots, podrían mitigar hasta cierto punto estas restricciones. No obstante, resulta demasiado aventurado afirmar que estos otros aeropuertos puedan paliar con efectividad el problema.

b) Aeropuertos españoles.

De entre los afectados por la operación, actualmente son aeropuertos coordinados durante todo el año los de Alicante, Palma de Mallorca, Fuerteventura, Gran Canaria, La Palma, Lanzarote, Tenerife Norte, Tenerife Sur y Málaga. Son coordinados solamente durante la temporada de verano los de Almería, Menorca e Ibiza. Tienen horarios facilitados

_

⁵⁰ Aun así, ver matices sobre grado de sustituibilidad entre estos pares de aeropuertos en el apartado sobre definición de mercados. En este punto se concluye que la sustituibilidad entre los aeropuertos de Düsseldorf-Düsseldorf-Weeze podría ser intermedia, mientras que entre Frankfurt y Frankfurt-Hahn podría ser, a lo sumo, intermedia. Dortmund se considera una alternativa más lejana a Düsseldorf que Düsseldorf-Weeze.

durante todo el año los de Sevilla y Valencia y, solamente durante la temporada de invierno, los de Almería, Menorca e Ibiza.

Los tests de mercado efectuados apuntan a los aeropuertos de Palma de Mallorca, Alicante e Ibiza como aquellos en los que los competidores de AIR BERLIN y LTU encuentran mayores dificultades para conseguir nuevos *slots*. Aun así, comparativamente se hace mayor énfasis en las restricciones encontradas en los aeropuertos alemanes que en los españoles.

Las siguientes tablas llevan a cabo una aproximación de las posibilidades de penetración de nuevos entrantes en los aeropuertos españoles afectados por la operación. La tabla estudia, para las cuatro últimas temporadas de invierno y verano, el porcentaje de los *slots* a disposición de las compañías en el horario más comercial (entre 8 y 20 horas) que han sido obtenidos a partir del *pool* de *slots* de cada aeropuerto. Así, un porcentaje bajo de procedencia de *slots* del *pool* podría interpretarse de tres formas diferentes: o como una baja proporción de *slots* que revierten al *pool* (bien por ser la mayor parte de ellos históricos y haber sido retenidos por sus poseedores, bien por existir restricciones de capacidad en el aeropuerto, o por ambas razones), o como una baja demanda de *slots* (el caso menos frecuente, dentro del horario "comercial").

TABLA 47. PORCENTAJE PROMEDIO DE SLOTS DISPONIBLES PROCEDENTES DEL POOL

PO	RCENTAJE PRO	MEDIO DE SLOT	S EN EL POOL	
	VERANO	OS 07-04	INVIERN	OS 06-03
AEROPUERTO	Horario Comercial (8 a 20 h)	Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)	Horario Comercial (8 a 20 h)	Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)
Alicante	18,4%	22,4%	31,5%	16,7%
Murcia	23,2%	9,4%	24,9%	9,7%
Palma	23,2%	29,6%	32,0%	31,1%
Menorca	24,9%	12,1%	20,9%	9,0%
Ibiza	30,1%	38,3%	24,0%	16,2%
Málaga	22,0%	30,6%	31,4%	16,6%
Almeria	43,5%	9,4%	26,0%	10,4%
Valencia	30,1%	19,7%	32,7%	15,2%
Sevilla	36,0%	16,5%	30,0%	10,0%
Tenerife Norte	16,8%	4,4%	23,5%	5,1%
Tenerife Sur	34,8%	28,6%	36,5%	32,2%
Fuerteventura	22,6%	5,8%	28,3%	7,1%
Lanzarote	25,3%	10,7%	29,6%	16,1%
Gran Canaria	20,8%	17,7%	28,1%	25,7%
La Palma	27,5%	17,0%	30,3%	2,9%

Fuente: AENA.

Como se aprecia en la tabla, en la mayor parte de los aeropuertos se verifican dos regularidades: i) Los *pools* de *slots* tienen en general mayor tamaño en la temporada de invierno que en la de verano, lo que es lógico si se tiene en cuenta el volumen de operaciones planeado en una y otra y ii) en la temporada de verano, el tamaño medio de las adquisiciones de *slots* del *pool* se sitúa, en media, el 20-30% de los *slots* disponibles totales.

Ello implica, como parece lógico, que el tamaño del conjunto de *slots* históricos supera con creces, en la totalidad de aeropuertos considerados, el volumen de *slots* que se ponen en circulación en cada temporada y son susceptibles de ser adquiridos por nuevos entrantes. Considerando que solo el 50% de dicho *pool* queda reservado a nuevos entrantes, parece claro que estos últimos, en media, suelen tener opción a adquirir, en régimen de preferencia, hasta un 10-15% de los *slots* disponibles a lo largo del horario comercial. Sobre esta cifra habría que tener en cuenta la pluralidad de solicitudes que se reciben, los criterios de priorización antes comentados e incluso las propias prioridades de las compañías solicitantes, que harán dirigirse las solicitudes a aquellas

rutas más rentables (que pueden ser distintas a las que unen Alemania y España).

Estas reflexiones se complementan con las tablas 48-62, que aparecen a continuación. Estas describen el grado de penetración tanto de AIR BERLIN y LTU como de sus competidores en los aeropuertos afectados durante las últimas cuatro temporadas de invierno y verano⁵¹. Diferencias positivas evidencian mayor penetración del operador en cuestión en las rutas que parten de cada aeropuerto.

TABLA 48.

i												
		AEROPU	ERTO DE A	ALICANTE.	EVOLUCIÓ	N DE LA DIS	STRIBUCIÓI	N DE LOS N	MOVIMIENT	OS PROGRA	AMADOS	
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario	Comercial (8 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	0 a 8 h y 20	Horario	Comercial (8	8 a 20 h)	Horario no	comercial ((a 24 h)	0 a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	14,7%	14,6%	0,1%	15,7%	12,8%	2,9%	13,3%	13,9%	-0,6%	8,5%	3,0%	5,5%
LTU	2,1%	3,2%	-1,1%	0,0%	1,5%	-1,5%	5,3%	6,7%	-1,4%	0,0%	0,1%	0,0%
CONDOR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	-0,2%	0,0%	0,1%	-0,1%
TUIFLY	0,0%				5,0%	-5,0%	0,0%	2,6%	-2,6%	0,0%	0,2%	-0,2%
SPANAIR	14,4%	11,7%	2,7%	14,1%	13,7%	0,4%	14,4%	11,7%	2,7%	19,3%	11,9%	7,3%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	19,5%	25,6%	-6,1%	25,8%	31,7%	-5,9%	26,2%	24,6%	1,6%	38,8%	45,5%	-6,7%
EASYJET	35,2%	31,5%	3,7%	25,6%	32,5%	-6,9%	36,7%	33,4%	3,3%	16,0%	28,6%	-12,6%
GERMANWINGS	0,4%	0,0%	0,4%	1,7%	0,0%	1,7%	0,8%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	8,1% 0,0% 8,1% 3,9% 0,0%					3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	1,2% 0,0% 1,2% 3,8% 0,0%					3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	4.3%	10.1%	-5.8%	9.3%	2.9%	6.5%	3.4%	7.0%	-3.6%	17.5%	10.7%	6.8%

⁵¹ En concreto, para cada aeropuerto se ha calculado la variación a lo largo de los últimos cuatro años, para cada temporada de verano e invierno, entre su participación en los movimientos programados totales del aeropuerto en horario "comercial" y "no comercial" (comprendiendo estos conceptos idénticos intervalos que en la tabla 49).

TABLA 49.

		AEROPI	UERTO DE	MURCIA. E	VOLUCIÓN	DE LA DIS	TRIBUCIÓN	DE LOS MO	OVIMIENTO	S PROGRA	MADOS	
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario	Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial ((a 24 h)	0 a 8 h y 20	Horario	Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	4,1%	0,0%	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,0%	0,0%	7,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LTU	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CONDOR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TUIFLY	0,0%	0,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SPANAIR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	-33,3%	0,0%	0,3%	-0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	0,0%	0,3%	-0,3%	0,0%	33,3%	-33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EASYJET	19,9%	0,0%	19,9%	12,0%	0,0%	12,0%	22,7%	0,0%	22,7%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	76,0%	99,1%	-23,0%	87,2%	0,0%	87,2%	70,3%	99,7%	-29,5%	100,0%	100,0%	0,0%
VUELING	0,0%				0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	0,0%	0,6%	-0,5%	0,8%	33,3%	-32,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 50.

							,					
	AE	ROPUER	TO DE PA	LMA DE M	1ALLORC		CIÓN DE I AMADOS	_A DISTRI	BUCIÓN D	DE LOS MO	OVIMIENT	OS
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario (Comercial	(8 a 20 h)		o comerci y 20 a 24 h	•	Horario (Comercial	(8 a 20 h)		o comercia y 20 a 24 h	,
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03
AIR BERLIN	34,0%	27,3%	6,7%	26,6%	17,9%	8,6%	43,6%	31,0%	12,5%	17,2%	16,6%	0,6%
LTU	2,0%	2,7%	-0,7%	2,3%	3,2%	-0,9%	2,9%	3,3%	-0,4%	2,6%	0,9%	1,7%
CONDOR	5,3%	7,5%	-2,2%	11,7%	10,5%	1,1%	3,0%	5,4%	-2,4%	10,8%	3,5%	7,3%
TUIFLY	8,6%	11,0%	-2,3%	14,7%	16,0%	-1,3%	4,8%	16,5%	-11,7%	7,4%	5,0%	2,4%
SPANAIR	13,1%	8,6% 11,0% -2,3% 13,1% 15,9% -2,8%			14,3%	-0,6%	11,0%	10,3%	0,7%	16,2%	19,9%	-3,8%
LUFTHANSA	1,4%	2,3%	-0,9%	0,0%	0,2%	-0,2%	0,7%	0,3%	0,3%	0,0%	0,6%	-0,6%
IBERIA	7,5%	10,0%	-2,4%	5,4%	9,4%	-4,0%	9,9%	9,8%	0,1%	16,4%	23,4%	-7,0%
EASYJET	7,5%	6,9%	0,6%	7,1%	7,2%	-0,1%	7,4%	5,3%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	2,0%	0,0%	2,0%	3,1%	1,2%	1,9%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	2,7%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	1,2%	1,2% 0,4% 0,9%			1,1%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	13,2%	13,2% 15,1% -1,8%			18,7%	-4,1%	15,4%	16,8%	-1,4%	29,4%	30,0%	-0,6%
SWISS	1,2%	1,1%	0,1%	0,0%	0,3%	-0,3%	1,1%	1,2%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 51.

		AEROPU	ERTO DE M	IENORCA.	EVOLUCIÓ	N DE LA DIS	STRIBUCIÓ	N DE LOS M	MOVIMIENT	OS PROGR	AMADOS	
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario	Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20	Horario	Comercial (3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	4,3%	6,8%	-2,5%	9,8%	7,1%	2,7%	4,1%	0,6%	3,5%	0,0%	1,0%	-1,0%
LTU	0,8%	3,8%	-3,0%	0,0%	1,5%	-1,5%	0,0%	0,3%	-0,3%	0,0%	0,3%	-0,3%
CONDOR	1,8%	2,2%	-0,4%	1,7%	2,6%	-0,9%	0,0%	0,2%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
TUIFLY	4,8%	6,2%	2,2% -0,4% 1,7% 2,6% 6,2% -1,4% 3,7% 5,8%			-2,1%	0,0%	0,6%	-0,6%	0,0%	0,2%	-0,2%
SPANAIR	46,3%	37,7%	8,6%	23,3%	19,3%	4,0%	31,0%	0,2%	30,9%	0,0%	0,0%	0,0%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	20,9%	30,8%	-9,8%	30,5%	44,8%	-14,3%	38,7%	62,5%	-23,8%	73,0%	73,9%	-0,9%
EASYJET	1,6%	0,0%	1,6%	4,2%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,0%	0,0%	0,0%				0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	7,7% 0,0% 7,7% 7,9% 0,0%						0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	11,8%	12,5%	-0,7%	18,9%	18,8%	0,1%	26,1%	35,7%	-9,5%	27,0%	24,6%	2,4%

TABLA 52.

		AERO	PUERTO DI	E IBIZA. EV	OLUCIÓN [DE LA DISTI	RIBUCIÓN E	DE LOS MO	VIMIENTOS	PROGRAM	1ADOS	
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario (Comercial (8	8 a 20 h)	Horario no	comercial ((a 24 h)	a 8 h y 20	Horario (Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial ((a 24 h)	a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	17,8%	15,6%	2,2%	10,5%	8,5%	1,9%	12,0%	16,0%	-4,0%	0,5%	1,1%	-0,5%
LTU	4,7%	5,9%	-1,2%	0,3%	6,0%	-5,8%	5,4%	5,4%	0,1%	0,3%	0,5%	-0,2%
CONDOR	1,8%	4,1%	-2,3%	4,7%	4,2%	0,5%	0,2%	0,5%	-0,3%	0,3%	0,1%	0,2%
TUIFLY	0,0%	3,0%	-3,0%	0,0%	2,7%	-2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SPANAIR	25,4%	29,4%	-4,0%	20,6%	29,7%	-9,1%	23,0%	16,2%	6,8%	25,8%	22,9%	2,8%
LUFTHANSA	0,0%	2,3%	-2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	13,9%	14,7%	-0,8%	15,2%	22,3%	-7,1%	38,3%	36,8%	1,6%	31,1%	40,2%	-9,1%
EASYJET	8,4%	3,2%	5,3%	17,5%	11,9%	5,6%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	4,0%	2,9%	1,1%	4,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	8,1%	0,0%	8,1%	18,3%	7,5%	10,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	1,1%	0,0%	1,1%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	14,9%	19,0%	-4,1%	8,5%	7,1%	1,5%	21,0%	25,1%	-4,1%	42,0%	35,2%	6,7%

TABLA 53.

		AEROF	PUERTO DE	MÁLAGA.	EVOLUCIÓ	N DE LA DIS	TRIBUCIÓ	N DE LOS N	OVIMIENT	OS PROGR	AMADOS	
			VEF	RANO					INVI	ERNO		
	Horario	Comercial	(8 a 20 h)	Horario no	comercial (a 24 h)	(0 a 8 h y 20	Horario	Comercial	(8 a 20 h)	Horario no	comercial a 24 h)	(0 a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	11,6%	9,4%	2,2%	2,7%	8,0%	-5,4%	8,6%	9,9%	-1,2%	3,6%	2,1%	1,5%
LTU	2,3%	2,3%	0,0%	0,0%	0,6%	-0,6%	4,1%	3,8%	0,3%	0,0%	0,1%	-0,1%
CONDOR	0,7%	3,2%	-2,5%	2,5%	3,7%	-1,2%	1,5%	2,6%	-1,1%	2,3%	1,6%	0,7%
TUIFLY	0,2%	3,0%	-2,7%	0,6%	1,6%	-1,1%	0,0%	3,6%	-3,6%	0,0%	0,8%	-0,8%
SPANAIR	16,8%	17,4%	-0,6%	24,8%	27,3%	-2,5%	15,9%	17,6%	-1,7%	24,8%	23,0%	1,8%
LUFTHANSA	2,0%	2,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%	2,1%	2,4%	-0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	13,2%	21,2%	-8,0%	14,8%	21,4%	-6,6%	15,6%	21,3%	-5,7%	33,7%	35,5%	-1,7%
EASYJET	25,8%	23,7%	2,1%	25,6%	22,5%	3,1%	28,9%	22,6%	6,2%	6,8%	19,6%	-12,8%
GERMANWINGS	0,2%	1,0%	-0,7%	0,6%	0,0%	0,6%	0,2%	0,8%	-0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	5,5%	1,0%	4,5%	0,5%	0,3%	0,2%	2,9%	0,6%	2,4%	3,4%	0,2%	3,2%
VUELING	5,8%	0,0%	5,8%	4,3%	0,0%	4,3%	3,7%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	1,6%	0,0%	1,6%	8,1%	0,0%	8,1%	1,1%	0,0%	1,1%	8,9%	0,0%	8,9%
AIR EUROPA	8,3%	5,1%	3,2%	15,2%	9,8%	5,4%	9,0%	4,6%	4,4%	16,5%	9,9%	6,7%
SWISS	2,6%	2,8%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	3,1%	-0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR FRANCE	0,0%	4,0%	-4,0%	0,0%	4,8%	-4,8%	0,0%	4,8%	-4,8%	0,0%	7,2%	-7,2%
ALITALIA	3,3%	4,0%	-0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	2,4%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 54.

		AEROPUERTO DE ALMERÍA. EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS MOVIMIENTOS PROGRAMADOS													
			VER	RANO					INVI	ERNO					
	Horario	Comercial (8 a 20 h)	Horario no	comercial (a 24 h)	0 a 8 h y 20	Horario	Comercial (8 a 20 h)	Horario no	comercial a 24 h)	(0 a 8 h y 20			
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04			
AIR BERLIN	5,8%	48,3%	-42,5%	0,0%	18,3%	-18,3%	8,8%	34,6%	-25,8%	0,0%	75,0%	-75,0%			
LTU	5,8%	26,2%	-20,4%	17,2%	18,3%	-1,1%	4,6%	21,6%	-17,0%	4,4%	0,0%	4,4%			
CONDOR	0,0%	2,6%	-2,6%	0,0%	1,0%	-1,0%	0,0%	20,9%	-20,9%	0,0%	18,8%	-18,8%			
TUIFLY	0,0%	17,2%	-2,7%	0,0%	61,4%	-1,1%	0,0%	11,3%	-3,6%	0,0%	6,3%	-0,8%			
SPANAIR	32,3%	1,8%	30,5%	50,9%	1,0%	49,9%	27,6%	5,3%	22,3%	58,5%	0,0%	58,5%			
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
IBERIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
EASYJET	29,1%	0,0%	29,1%	31,8%	0,0%	31,8%	47,5%	0,0%	47,5%	0,0%	0,0%	0,0%			
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
RYANAIR LTD.	24,5%	0,0%	24,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	2,9%	33,7%	0,0%	33,7%			
VUELING	0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0%						0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
AIR EUROPA	2,5%	3,9%	-1,4%	0,1%	0,0%	0,1%	8,5%	6,3%	2,3%	3,4%	0,0%	3,4%			

	AER	OPUERTO	DE VALE	NCIA. EV	OLUCIÓN	DE LA DI	STRIBUCI	ÓN DE LO	S MOVIMI	ENTOS PI	ROGRAMA	ADOS
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario (Comercial ((8 a 20 h)		o comercia / 20 a 24 h		Horario (Comercial	(8 a 20 h)		o comercia / 20 a 24 h	
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03
AIR BERLIN	2,8%	5,2%	-2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	9,4%	-4,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LTU	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	1,0%	0,0%	1,0%	0,3%	0,0%	0,3%
CONDOR	0,0%	2,1%	-2,1%	0,0%	4,5%	-4,5%	0,1%	2,1%	-2,1%	0,0%	1,1%	-1,1%
TUIFLY	3,1%	11,1%	-8,0%	1,8%	0,0%	1,8%	1,3%	10,0%	-8,7%	1,1%	0,0%	1,1%
SPANAIR	14,1%	3,1% 11,1% -8,0% 14,1% 13,9% 0,2%			23,0%	2,1%	15,6%	15,9%	-0,3%	24,9%	19,1%	5,8%
LUFTHANSA	2,3%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	16,3%	41,8%	-25,5%	32,5%	41,9%	-9,4%	21,5%	43,2%	-21,8%	23,8%	51,0%	-27,2%
EASYJET	8,0%	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%	0,0%	6,2%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	19,7%	0,0%	19,7%	3,7%	0,0%	3,7%	18,6%	0,0%	18,6%	12,6%	0,0%	12,6%
VUELING	19,8%	6,5%	13,3%	6,7%	9,6%	-2,9%	18,1%	0,0%	18,1%	8,4%	0,0%	8,4%
CLICKAIR, S.A.	6,2% 0,0% 6,2%		7,7%	0,0%	7,7%	5,5%	0,0%	5,5%	5,9%	0,0%	5,9%	
AIR EUROPA	7,6%	11,3%	-3,7%	22,4%	14,9%	7,5%	6,3%	6,6%	-0,3%	22,9%	28,7%	-5,8%
SWISS	0,0%	8,0%	-8,0%	0,0%	6,1%	-6,1%	0,0%	12,7%	-12,7%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 56

		AEROPI	JERTO DE	SEVILLA. E	VOLUCIÓN	I DE LA DIS	TRIBUCIÓN	I DE LOS M	OVIMIENTO	S PROGRA	MADOS	
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario (Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20	Horario	Comercial (3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	6,4%	5,3%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	6,6%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
LTU	0,2%	0,3%	-0,1%	1,5%	2,2%	-0,7%	0,0%	1,7%	-1,7%	0,0%	0,1%	-0,1%
CONDOR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TUIFLY	0,0%	2,2%	-2,2%	0,0%	0,4%	-0,4%	8,3%	2,7%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%
SPANAIR	9,7%	11,2%	-1,5%	8,8%	9,5%	-0,7%	9,5%	3,4%	6,1%	8,9%	1,6%	7,4%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	28,3%	60,1%	-31,7%	35,8%	76,8%	-41,0%	20,2%	71,6%	-51,3%	41,9%	77,3%	-35,4%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	10,5%				0,0%	4,8%	6,3%	0,0%	6,3%	11,6%	0,0%	11,6%
VUELING	19,8%	0,6%	19,2%	10,2%	0,0%	10,2%	20,0%	0,0%	20,0%	5,7%	0,0%	5,7%
CLICKAIR, S.A.	12,2%	0,0%	12,2%	25,1%	0,0%	25,1%	14,0%	0,0%	14,0%	30,9%	0,0%	30,9%
AIR EUROPA	12,9%	20,3%	-7,5%	13,8%	11,1%	2,8%	15,3%	14,0%	1,2%	0,9%	21,0%	-20,1%

						,		,				
	AEROPU	ERTO DE	TENERIF	E NORTE.	EVOLUC	IÓN DE LA	A DISTRIB	UCIÓN DE	E LOS MO	VIMIENTO	S PROGR	AMADOS
			VER	ANO					INVI	RNO		
	Horario (Comercial ((8 a 20 h)		o comerci / 20 a 24 h	•	Horario (Comercial	(8 a 20 h)		o comercia y 20 a 24 h	
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03
AIR BERLIN	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%
LTU	2,1%	2,4%	-0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CONDOR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
TUIFLY	0,0%	0,2%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	-1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
SPANAIR	35,4%	0,0% 0,2% -0,2% 35,4% 32,0% 3,4%			30,2%	-2,1%	29,8%	30,5%	-0,8%	25,6%	32,4%	-6,8%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	27,4%	31,9%	-4,5%	31,4%	35,2%	-3,8%	31,6%	32,8%	-1,2%	29,2%	39,4%	-10,2%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	5,9%	0,0%	5,9%	9,0%	0,0%	9,0%	3,7%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0% 0,0% 0,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	29,0%	33,5%	-4,5%	31,5%	34,6%	-3,1%	29,4%	32,2%	-2,8%	45,2%	28,3%	17,0%
SWISS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 58

	AEROP	UERTO D	E TENERI	FE SUR.	EVOLUCIO	ÓN DE LA	DISTRIBU	CIÓN DE I	LOS MOVI	MIENTOS	PROGRA	MADOS
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario (Comercial ((8 a 20 h)		o comercia / 20 a 24 h	,	Horario (Comercial ((8 a 20 h)		o comercia / 20 a 24 h	,
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03
AIR BERLIN	14,4%	13,6%	0,9%	2,1%	4,2%	-2,1%	15,4%	16,5%	-1,1%	0,6%	4,3%	-3,6%
LTU	4,1%	5,7%	-1,6%	0,2%	1,4%	-1,2%	4,7%	6,8%	-2,0%	1,1%	1,2%	-0,1%
CONDOR	17,7%	14,6%	3,1%	6,7%	3,0%	3,7%	24,1%	20,3%	3,8%	3,6%	2,3%	1,3%
TUIFLY	22,1%	16,6%	5,4%	4,7%	6,8%	-2,1%	26,5%	20,3%	6,2%	0,7%	3,9%	-3,2%
SPANAIR	21,1%	22,1% 16,6% 5,4% 21,1% 21,8% -0,7%			40,6%	-2,8%	15,4%	13,3%	2,0%	46,4%	30,8%	15,7%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	6,3%	11,5%	-5,2%	9,5%	15,1%	-5,6%	4,1%	9,3%	-5,1%	14,8%	17,4%	-2,6%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,9%	0,0%	0,9%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0% 0,0% 0,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0% 0,0% 0,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	11,8%	14,3%	-2,5%	38,5%	28,9%	9,6%	8,6%	11,9%	-3,3%	32,3%	39,8%	-7,5%
SWISS	1,6%	1,9%	-0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	1,2%	1,6%	-0,4%	0,6%	0,4%	0,1%

	AEROPUERTO DE FUERTEVENTURA. EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS MOVIMIENTOS PROGRAMADOS											
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario (Comercial	(8 a 20 h)		o comerci / 20 a 24 h	cial (0 a 8 h h) Horario Comercial (8 a 20 h)			(8 a 20 h)	Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)		
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03	Inv 06	Inv 03	Dif 06-03
AIR BERLIN	16,3%	14,5%	1,7%	20,3%	27,5%	-7,2%	17,6%	16,9%	0,8%	22,9%	38,1%	-15,3%
LTU	6,0%	9,0%	-3,0%	2,8%	5,7%	-3,0%	7,0%	9,6%	-2,7%	24,1%	7,9%	16,2%
CONDOR	11,6%	16,8%	-5,2%	14,4%	5,4%	9,0%	20,8%	18,2%	2,7%	0,4%	16,8%	-16,4%
TUIFLY	20,0%	25,7%	-5,7%	56,7%	44,9%	11,9%	26,9%	32,0%	-5,1%	43,7%	17,8%	25,9%
SPANAIR	11,3%	15,2%	-3,9%	2,9%	9,3%	-6,4%	6,4%	7,1%	-0,8%	0,4%	0,5%	-0,1%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	7,8%	10,4%	-2,6%	0,0%	0,4%	-0,4%	7,5%	6,8%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	10,5%	0,0%	10,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	14,9%	7,1%	7,8%	2,9%	6,5%	-3,6%	10,6%	6,6%	4,0%	8,6%	18,8%	-10,2%
SWISS	1,7%	1,3%	0,4%	0,0%	0,3%	-0,3%	0,9%	2,8%	-1,9%	0,0%	0,0%	0,0%

TABLA 60

		AEROPUERTO DE LANZAROTE. EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS MOVIMIENTOS PROGRAMADOS										
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario Comercial (8 a 20 h)			Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)			Horario (Comercial (8	3 a 20 h)	Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	9,5%	9,1%	0,4%	12,5%	9,7%	2,8%	12,4%	13,8%	-1,5%	6,2%	7,3%	-1,1%
LTU	3,1%	6,3%	-3,2%	0,0%	1,6%	-1,6%	3,8%	5,5%	-1,8%	0,8%	0,3%	0,5%
CONDOR	6,4%	12,3%	-5,8%	5,1%	2,1%	3,1%	16,8%	18,2%	-1,5%	1,9%	4,4%	-2,5%
TUIFLY	10,5%	12,3%	-1,8%	23,0%	10,1%	12,9%	14,1%	18,3%	-4,3%	6,6%	2,2%	4,4%
SPANAIR	30,9%	29,5%	1,5%	15,2%	35,8%	-20,6%	20,2%	17,6%	2,6%	6,0%	21,6%	-15,6%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	8,6%	9,9%	-1,3%	0,8%	7,2%	-6,4%	6,9%	8,9%	-2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	31,0%	20,7%	10,3%	43,3%	33,5%	9,8%	26,0%	17,5%	8,5%	78,5%	64,2%	14,2%

TABLA 61

	AEROPUERTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS MOVIMIENTOS PROGRAMADOS											
			VER	ANO					INVIE	ERNO		
	Horario Comercial (8 a 20 h)			Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)			Horario Comercial (8 a 20 h) Horario no comercial (0 a 8 h y 2 a 24 h)			a 8 h y 20		
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	10,3%	8,3%	2,0%	3,7%	5,7%	-2,1%	8,1%	12,6%	-4,4%	2,8%	3,5%	-0,7%
LTU	2,8%	5,5%	-2,7%	0,2%	0,9%	-0,7%	4,3%	5,3%	-1,0%	0,5%	0,9%	-0,4%
CONDOR	15,5%	10,5%	5,0%	3,0%	2,9%	0,1%	18,4%	13,6%	4,8%	2,6%	3,5%	-0,9%
TUIFLY	4,3%	13,2%	-9,0%	1,3%	8,8%	-7,5%	20,2%	17,9%	2,3%	0,8%	4,1%	-3,2%
SPANAIR	30,3%	23,2%	7,1%	37,4%	34,7%	2,7%	21,6%	20,5%	1,0%	40,5%	41,0%	-0,5%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	27,5%	27,6%	-0,1%	21,4%	19,6%	1,8%	20,1%	20,6%	-0,5%	19,6%	26,7%	-7,1%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	9,3%	11,6%	-2,3%	32,9%	27,3%	5,6%	7,2%	9,5%	-2,2%	33,2%	20,4%	12,8%

	AERO	PUERTO DI	E SANTA CF	RUZ DE LA I	PALMA. EV	OLUCIÓN E	DE LA DISTI	RIBUCIÓN I	DE LOS MO	VIMIENTOS	PROGRAM	MADOS
			VER	ANO					INVIE	RNO		
	Horario Comercial (8 a 20 h)		Horario no comercial (0 a 8 h y 20 a 24 h)		Horario Comercial (8 a 20 h)			Horario no	comercial (0 a 24 h)	a 8 h y 20		
	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Ver 07	Ver 04	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04	Inv 06	Inv 03	Dif 07-04
AIR BERLIN	13,9%	12,1%	1,8%	0,0%	86,4%	-86,4%	10,0%	16,1%	-6,1%	0,0%	0,0%	0,0%
LTU	6,5%	9,6%	-3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	10,1%	19,7%	-9,6%	0,0%	0,0%	0,0%
CONDOR	21,1%	33,4%	-12,3%	78,8%	0,0%	78,8%	32,4%	30,3%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
TUIFLY	5,8%	1,0%	4,7%	0,0%	0,0%	0,0%	23,8%	5,0%	18,7%	0,0%	0,0%	0,0%
SPANAIR	17,4%	3,7%	13,7%	21,2%	13,6%	7,6%	5,7%	0,0%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%
LUFTHANSA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IBERIA	27,5%	40,1%	-12,6%	0,0%	0,0%	0,0%	17,9%	28,8%	-11,0%	100,0%	0,0%	100,0%
EASYJET	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GERMANWINGS	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RYANAIR LTD.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
VUELING	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CLICKAIR, S.A.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AIR EUROPA	7,8%	0,0%	7,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%

Fuente de las tablas 48-62: AENA.

De las tablas expuestas es posible obtener una serie de conclusiones:

 En todos los aeropuertos se observan variaciones entre competidores en la distribución de movimientos programados, siendo de gran intensidad en algunos casos.

- Como es de prever, tales variaciones en la distribución de movimientos programados suelen ser más intensas en horario no comercial y en temporada de invierno, cuando hay más slots disponibles. Sin embargo, se aprecian también movimientos significativos en la distribución de slots en el caso de algunos aeropuertos en horario comercial y en verano.
- A menudo, aunque no siempre, estas variaciones se traducen en un aumento de la penetración de las compañías *low-cost*. En algunos casos este incremento de la penetración es de cierta entidad incluso en horario comercial y en temporada alta como en el caso de RYANAIR (Fuerteventura, Sevilla, Valencia, Málaga, Alicante y en menor medida Palma de Mallorca), VUELING (Málaga, Sevilla, Valencia, Ibiza y menoría) e EASYJET (Almeria, Ibiza y Murcia).
- El grado de penetración de AIR BERLIN ha tendido a mantenerse estable o a aumentar durante los últimos años (menos en el caso de Menoría, Almería y Valencia), mientras que el de LTU se ha mantenido o reducido suavemente.
- SPANAIR, compañía con hub en Palma de Mallorca, ha incrementado su penetración en otros aeropuertos como alicante, Almería, Menoría, Tenerife Norte, Gran Canaria y La Palma.

En todo caso a la hora de analizar estos datos es preciso tener presente que al estar analizando la tasa de variación como media del periodo 2006-2004 puede estar enmascarando el hecho de que la penetración se esté acelerando, esto es, que el aumento de la penetración esté siendo mayor en temporadas más recientes. En este sentido, los últimos datos publicados por AENA y recogidos por la empresa apuntan a una intensificación notable de la penetración de las *low-cost*.

En definitiva, desde una perspectiva de conjunto tanto para aeropuertos españoles como alemanes, no se puede obviar que estamos ante unos mercados donde existen barreras a la entrada. Las respuestas a los tests recibidas por el Tribunal son, en líneas generales, congruentes con esta conclusión⁵². La necesidad de disponer de *slots* en unas condiciones que hagan la entrada rentable dada la existencia de economías de densidad resta inmediatez y frecuencia a los procesos de entrada y dificultan el incremento de la penetración. Los operadores que en los últimos años

-

⁵² (...) .

han penetrado en estas rutas han sido compañías de bajo coste, con diferencias sensibles en su estructura de coste respecto a las compañías "híbridas" ya instaladas (como AIR BERLIN, LTU, CONDOR y TUI). En vista de ello, aunque la entrada es factible y puede ser efectiva, no estamos ante mercados donde pueda ser considerado un factor de respuesta rápido ante variaciones en las condiciones de mercado y su efecto puede venir limitado por una sustituibilidad imperfecta (por franja horaria, por basarse en aeropuertos secundarios,...) o por una escala reducida. Con todo, determinados factores hacen que, sobre todo a medio plazo, estos mercados puedan ser más permeables. En concreto, los esfuerzos previstos en mejorar y ampliar las infraestructuras en una serie de aeropuertos españoles relevantes (Málaga, Palma de Mallorca y Menorca, principalmente)⁵³ pueden permitir incrementos de capacidad en las líneas existentes que potencialmente pueden traducirse en una mayor penetración de terceros operadores o en la apertura de nuevas líneas hasta cierto punto sustitutivas de las existentes. Por otra parte, la estructura de oferta en el mercado ha mostrado un comportamiento dinámico en los últimos años, con la aparición de nuevos modelos de negocio que están favoreciendo un efecto creación de mercado significativo, que se traduce en nuevas rutas y penetración -con mayor o menor ritmo- en las existentes.

8. VALORACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN

La adquisición de LTU por AIR BERLIN da lugar a la creación de un operador que refuerza su posición en ciertos mercados de venta de asientos a clientes individuales, con el consiguiente riesgo de efectos unilaterales. Dadas las características de estos mercados, resulta además necesario analizar si la operación refuerza la probabilidad de efectos coordinados. Ambas cuestiones se analizan a continuación.

8.1. Efectos Unilaterales

La posibilidad de efectos unilaterales habrá que tenerla en cuenta para cada uno de los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales correspondientes a rutas entre aeropuertos españoles y alemanes afectados por la operación. El Tribunal considera que para valorar el impacto de la operación es importante tener en cuenta las cuotas de

⁵³ Noticias aparecidas en Europa Press y la Agencia EFE el 9 y el 23 de julio, respectivamente.

mercado tanto en términos de frecuencias de vuelos programados como de pasajeros que han volado con cada compañía. Los datos sobre frecuencias de vuelos programados no ofrecen lógicamente información sobre el número de pasajeros realmente transportado, ni permiten diferenciar entre ventas de asientos a pasajeros individuales y a touroperadores. No obstante, ofrecen una información relevante sobre los límites a la capacidad de los operadores presentes en cada ruta, que se puede complementar con el estudio de la distribución de las frecuencias a lo largo de la semana.⁵⁴

Los datos de número de pasajeros transportados presentan ciertos problemas teóricos y prácticos. Por una parte, captan mal el potencial de un operador, puesto que un vuelo con una capacidad reducida de transporte de pasajeros puede ser sustituido por otro con capacidad mayor, que genere mayores economías de escala en esa frecuencia y, en el conjunto de las frecuencias operadas, contribuya en mayor medida a crear economías de densidad. De ahí que sea bueno complementar el análisis con variables de capacidad. Por otro lado, los operadores aeroportuarios (en España, AENA) sólo procesan los datos sobre número de pasajeros totales en cada ruta (y de cada compañía) sobre una base anualizada. Por ello, el resultado es que los datos sobre número de pasajeros transportados en 2006 se refieren a todo el año natural, entre enero y diciembre, sin distinción de la temporada de verano de la invierno.

En el análisis se consideran los vuelos regulares. Aunque este sistema está sujeto a un pequeño error, en la medida en que no recoge los pasajeros individuales que han adquirido su billete en vuelos chárter, el Tribunal como la Comisión en sus análisis entiende que la mayor parte de los vuelos chárter están ocupados por pasajeros que han adquirido sus billetes a tour- operadores, lo que hace de la primera variable una proxy mejor y proporcione una imagen de cada mercado de pasajeros

-

⁵⁴ La fuente de los datos de movimientos programados de vuelos directos en la temporada de verano de 2007 en las rutas afectadas es AENA, mientras que la distribución semanal de estas frecuencias programadas ha sido proporcionada por el propio Notificante. Las tablas de frecuencias efectivas de vuelos en la temporada de verano de 2007 no tienen por qué coincidir exactamente con las frecuencias programadas, proporcionadas por AENA. Mientras las primeras se refieren a la distribución de vuelos reales en la temporada, las segundas marcan un umbral superior de vuelos, dados por los *slots* de que se disponen al comienzo de la temporada. Por ello, cuando el umbral de vuelos es mayor que el número de vuelos reales dado por las frecuencias desarrolladas, se optará por considerar este último (dado que la diferencia entre ambos es un número de frecuencias que se renuncia a utilizar).

individuales suficientemente representativa como para poder extraer las conclusiones necesarias.

En el apartado sobre definición de mercados ya se puso de manifiesto la conveniencia de tener en cuenta la sustituibilidad entre aeropuertos en algunos casos. La estrategia del Tribunal a la hora de calcular las cuotas de frecuencias programadas en las rutas ha sido la siguiente: se toma, en principio, la definición más amplia del mercado de vuelos directos (incluyendo todos aquellos aeropuertos que en opinión del Notificante podrían resultar sustitutivos). Por ejemplo, en un vuelo a Düsseldorf se incluirían vuelos que, partiendo de la misma zona de captación del aeropuerto español correspondiente, se dirigen no sólo a Düsseldorf, sino también a Düsseldorf-Weeze, Colonia y Dortmund. A partir de ahí, se "cualifican" las conclusiones obtenidas en el análisis de cuotas en función del grado de sustituibilidad que el Tribunal haya atribuido a cada uno de los aeropuertos "secundarios" implicados en cada ruta.

En lo que respecta a los mercados en que vuelos directos e indirectos pudieran llegar a ser sustitutivos, AENA carece de los datos de vuelos indirectos, por lo que las cuotas consideran solamente frecuencias de vuelos directos. Sin embargo, la consideración de los vuelos indirectos se realiza de un modo cualitativo, por medio de las frecuencias semanales proporcionadas por el Notificante y la duración relativa de dichos vuelos con respecto a la duración media de los vuelos directos en la misma ruta.

Hecho este preámbulo metodológico, pasemos al estudio individual de los mercados afectados por la operación.

1. Vuelos directos Alicante-Düsseldorf.

TABLA 63. RUTA ALICANTE-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007						
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE				
AIR BERLIN	[<200]	[30-40]%				
LTU	[<200]	[20-30]%				
COMBINADO	[>200]	[50-60]%				
EASYJET(DORTMUND)	[<200]	[30-40]%				
GERMANWINGS(COLONIA/BONN) [<200] [10-20]%						
TOTAL	[>200]	_				

La operación supondría la consolidación por AIR BERLIN de en torno a un [50-60]% de las frecuencias. Esta proporción difícilmente podría

considerarse que otorgue una posición de dominio a AIR BERLIN, especialmente teniendo en cuenta la presencia de GERMANWINGS, con [<200] frecuencias ([<6] semanales) dirigidas a Colonia (de elevada sustituibilidad), la próxima irrupción de RYAN AIR hacia Düsseldorf-Weeze (de sustituibilidad intermedia) y la presencia de EASYJET hacia Dortmund (de sustituibilidad más lejana con Düsseldorf, aunque con el [30-40]% de las frecuencias actuales de la ruta Alicante-Düsseldorf y vuelos diarios). Además, la entrada de RYANAIR probablemente hará descender las frecuencias acumuladas por AIR BERLIN por debajo del [50-60]% (si bien el número total de frecuencias programadas por RYANAIR todavía se desconoce).

Por lo tanto, no parece probable que la operación vaya a provocar una obstaculización de la competencia efectiva en este mercado.

2. Vuelos directos Alicante-Munich.

TABLA 64. RUTA ALICANTE-MUNICH. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007							
MOVIMIENTOS PORCENTAJE							
AIR BERLIN	[<200]	[70-80]%					
LTU	[<200]	[20-30]%					
COMBINADO							

La operación representaría el monopolio de AIR BERLIN en el mercado de vuelos directos en esta ruta, al absorber íntegramente las [<200] frecuencias programadas, dado que LTU era el único competidor de AIR BERLIN. Munich no tiene aeropuertos sustitutivos y la consecución de *slots* en este aeropuerto no es fácil. Esta eliminación de LTU es tanto más preocupante porque, aun cuando el número de frecuencias de LTU no era muy alto (en torno al [20-30%]) de las de la ruta, la ubicación de los vuelos era competitiva en los días de solapamiento, ya que disponía de un vuelo los viernes y otro los domingos y por tanto estaba en disposición de competir en los desplazamientos de fin de semana. Con anterioridad a la operación, a pesar de la diferencia de frecuencias LTU estaba en posición de ejercer cierta presión competitiva sobre AIR BERLIN ya que los viernes y los domingos –posiblemente los días claves de esta ruta— tanto AIR BERLIN como LTU disponían de una frecuencia (al menos en los tramos esenciales de la temporada).

Por ello, la operación es susceptible de obstaculizar la competencia en este mercado. Se trata de una ruta además en la que la mayoría de

pasajeros adquieren su asiento individualmente ([80-90]%) si bien tiene un tamaño medio, a la luz de los datos de al tabla 44 ([<100.000] pasajeros individuales transportados).

3. Vuelos directos Palma de Mallorca-Düsseldorf.

TABLA 65. RUTA PALMA DE MALLORCA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007						
_	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE				
AIR BERLIN	[<1000]	[20-30]%				
LTU	[<1000]	[10-20]%				
COMBINADO	[>1000]	[30-40]%				
CONDOR	[<1000]	[10-20]%				
TUIFLY	[<1000]	[20-30]%				
RYANAIR	[<1000]	[0-10]%				
EASYJET(DORTMUND)	[<1000]	[0-10]%				
GERMANWINGS(COLONIA/BONN)	[<1000]	[10-20]%				
TOTAL	[>1000]					

La operación producirá la acumulación del [30-40]% de frecuencias directas de la ruta en manos en AIR BERLIN. Esta cifra deja libre todavía un número considerable de frecuencias a otros competidores como CONDOR y TUIFLY, que también estructuran sus trayectos hacia el mismo aeropuerto de Düsseldorf (y que conjuntamente constituyen casi un [30-40]% de las frecuencias), GERMANWINGS hacia Colonia y, con un menor grado de sustituibilidad, EASYJET y GERMANWINGS hacia Dortmund y RYANAIR hacia Düsseldorf-Weeze. Además, los vuelos de estos competidores tienen también un carácter diario, con lo que constituyen una alternativa factible a AIR BERLIN.

Por lo tanto, no es de esperar que la operación vaya a provocar una obstaculización de la competencia efectiva en este mercado, que por otro lado es la de mayor tamaño por número de pasajeros individuales -y totales- transportados.

4. Vuelos directos Palma de Mallorca-Frankfurt.

TABLA 66. RUTA PALMA DE MALLORCA-FRANKFURT. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007						
MOVIMIENTOS PORCENTAJE						
AIR BERLIN	[<750]	[30-40]%				
LTU	[<750]	[0-10]%				
COMBINADO	[<750]	[40-50]%				

CONDOR	[<750]	[20-30]%
TUIFLY	[<750]	[10-20]%
RYANAIR	[<750]	[0-10]%
TOTAL	[>750]	

La operación permitirá a AIR BERLIN consolidar alrededor de un [40-50]% de frecuencias directas en esta ruta. Sin embargo, quedan todavía un número importante de frecuencias en manos CONDOR y TUIFLY, que también vuelan hasta el mismo aeropuerto de Frankfurt (conjuntamente, [40-50]%) y RYANAIR, con [0-10]% de las frecuencias, si bien al aeropuerto de Frankfurt-Hahn, de menor sustituibilidad con Frankfurt. La distribución de los vuelos es CONDOR y TUIFLY es diaria y equiparable a la de AIR BERLIN, aunque RYANAIR sólo oferta vuelos en días intercalados. De cualquier manera, habría que considerar también que la adición de frecuencias que implica la adquisición de LTU es relativamente baja ([0-10]%), partiendo de una situación en la que AIR BERLIN no tiene posición de dominio en la ruta.

Por lo tanto, no es de esperar que la operación vaya a provocar una obstaculización de la competencia efectiva en este mercado.

5. Vuelos directos Palma de Mallorca-Berlín.

TABLA 67. RUTA PALMA DE MALLORCA-BERLIN. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007					
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE			
AIR BERLIN	[<750]	[50-60]%			
LTU	[<750]	[0-10]%			
COMBINADO	[>750]	[60-70]%			
CONDOR	[<750]	[10-20]%			
EASYJET	[<750]	[20-30]%			
TOTAL	[>750]				

Tras la operación, AIR BERLIN se hará con el [60-70]% de las frecuencias de la ruta. Si bien es cierto que la adición que lleva consigo la adquisición de LTU es realmente pequeña ([0-10]% en términos de cuota y menos de un punto en términos de pasajeros transportados en el 2006), lo cierto que es la desproporción de partida en el reparto de frecuencias totales entre AIR BERLIN y sus competidores era ya notable. Después de AIR BERLIN, en términos de frecuencias, se situaría EASYJET, con un [20-30]% de las frecuencias, que resultan competitivas

en términos de distribución de los vuelos, porque como los de AIR BERLIN son diarios y CONDOR, con un [10-20]% de las frecuencias, que aunque situadas en días alternos, implican dos vuelos cada día. A pesar del reparto desequilibrado de frecuencias, hay que tener en cuenta que cada dos días consecutivos habría 3-4 vuelos de competidores de AIR BERLIN, lo que reduciría su poder de mercado⁵⁵. El fin de semana (entendiendo por tal el período viernes-domingo), CONDOR e EASYJET operarían entre 7 y 10 vuelos, lo que parece una alternativa razonable a la adición de un solo vuelo el sábado que posibilitaría la compra de LTU.

En consecuencia, es dudoso que en estas condiciones AIR BERLIN disfrute de auténtico poder de mercado en esta ruta y en cualquier caso su refuerzo sería marginal. Por lo tanto, no es de esperar que la operación vaya a provocar una obstaculización significativa de la competencia efectiva en este mercado. Se trata de otra de las rutas donde el volumen de pasajeros individuales –y totales—transportados es elevado.

6. Vuelos directos Palma de Mallorca-Munich.

TABLA 68. RUTA PALMA DE MALLORCA-MUNICH. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007						
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE				
AIR BERLIN	[<750]	[30-40]%				
LTU	[<750]	[10-20]%				
COMBINADO	[<750]	[40-50]%				
CONDOR	[<750]	[20-30]%				
TUIFLY	[<750]	[20-30]%				
TOTAL	[<750]					

AIR BERLIN acumularía tras la operación un [40-50]% de las frecuencias, representando la adquisición de LTU una pequeña adición en las mismas ([10-20]%). Quedan como competidores CONDOR y TUI, con porcentajes de frecuencias prácticamente iguales y significativos, operando vuelos al propio aeropuerto de Munich. Además, la distribución de las frecuencias es diaria y equiparable para los consumidores a la de AIR BERLIN.

⁵⁵ De hecho, el precio mínimo marcado por AIR BERLIN para la temporada de verano de 2006 volvió a aproximarse considerablemente al de LTU (49 euros versus 36).

Por lo tanto, no es de esperar que la operación vaya a provocar una obstaculización de la competencia efectiva en este mercado.

7. Vuelos directos Menorca-Munich.

TABLA 69. RUTA MENORCA-MUNICH. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007					
	MOVIMIENTOS ⁵⁶	PORCENTAJE			
AIR BERLIN	[<100](v. indir.)	[50-60]%			
LTU	[<100]	[20-30]%			
COMBINADO	[<100]	[70-80]%			
TUIFLY	[<100]	[20-30]%			
TOTAL	[<100]				

A priori este mercado podría englobar tanto vuelos directos como indirectos, dado que solo existe un día a la semana en que están disponibles aquellos. AIR BERLIN sólo opera vuelos indirectos. La operación le permitiría hacerse con 24 frecuencias de vuelos directos de LTU, casi tantos como los que tiene su principal rival, TUI, con 21 frecuencias. Con ello, el domingo AIR BERLIN pasaría a operar 2 de los 3 vuelos existentes (sin contar los de las compañías de bandera). Sin embargo, a esta acumulación habría que oponer el hecho de que el vuelo de AIR BERLIN los domingos tiene una duración de alrededor del 92% más de tiempo de los de LTU y TUI, por lo que difícilmente esta concentración de frecuencias podría ser perjudicial para la competencia. Además, LUFTHANSA opera entre 1 y 3 frecuencias diarias, algunas de las cuales implican un alargamiento de la duración del 52%, inferior a la de los vuelos indirectos de AIR BERLIN. Todo ello se traduce en que el volumen de pasajeros transportados por AIR BERLIN en la ruta en 2006 no llegue al [10-20]% y que la cuota combinada de las partes sea inferior al [40-50]%.

En consecuencia, no es previsible que en esta ruta la operación produzca un deterioro sustancial de la competencia que, por otra parte, es una de las de menor número de pasajeros individuales transportados.

⁵⁶ Excluyendo en principio los de las compañías de bandera.

8. Vuelos directos Ibiza-Düsseldorf.

TABLA 70. RUTA IBIZA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007			
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE	
AIR BERLIN	[<500]	[30-40]%	
LTU	[<500]	[20-30]%	
COMBINADO	[<500]	[50-60]%	
CONDOR	[<500]	[0-10]%	
GERMANWINGS	[<500]		
(COLONIA/BONN y DORTMUND)		[30-40]%	
TOTAL	[>500]		

La operación permitiría a AIR BERLIN acumular alrededor del [50-60]% de las frecuencias directas. GERMANWINGS tiene aparentemente también una cuota significativa [30-40]%), aunque hay que tener en cuenta que un [0-10]% corresponde a vuelos al aeropuerto de Dortmund, sustitutivo lejano del de Düsseldorf. El [20-30]% tampoco tiene como destino el mismo aeropuerto de Düsseldorf, sino el de Colonia, aunque la sustituibilidad entre ambos ha sido considerada alta. Mucho más residual es la presencia de CONDOR, que tan sólo posee un [0-10]% de las frecuencias directas al aeropuerto de Düsseldorf. Eliminando los vuelos a Dortmund, la cuota de AIR BERLIN se situaría en torno a un [60-70]% de las frecuencias directas.

En términos de distribución semanal de las frecuencias, las de GERMANWINGS a Colonia son diarias, al igual que las de AIR BERLIN y LTU, con lo que la proporción de frecuencias diarias sería favorable a AIR BERLIN. Por su parte, tanto las frecuencias de CONDOR como las de GERMANWINGS hacia Dortmund son poco competitivas en comparación con las de AIR BERLIN (2 a la semana en cada caso versus 14 tras la operación). Esta distribución de las frecuencias hace que su cuota en términos de pasajeros transportados sea más elevada y unida a la de LTU se situaría por encima del (...). Hay que destacar además que GERMANWINGS apuntó en su respuesta al test de mercado que dudaba seriamente que, ante una elevación de la demanda en sus rutas, pudiera atender la misma dadas las restricciones de *slot*s que afrontaba.

En conclusión, puede afirmarse que la operación presenta un riesgo importante de crear una posición de dominio de AIR BERLIN en este mercado.

9. Vuelos directos Ibiza-Munich.

TABLA 71. RUTA IBIZA-MUNICH. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[20-30]%
LTU	[<100]	[40-50]%
COMBINADO	[<100]	[60-70]%
CONDOR	[<100]	[30-40]%
TOTAL	[>100]	

La operación haría que AIR BERLIN acumulase un [60-70]% de frecuencias en este mercado a partir de una adición muy importante proporcionada por LTU, del [40-50]% de las frecuencias. Quedaría como competidor CONDOR, con el [30-40]% de las frecuencias. Hay que decir, sin embargo, que la distribución de las mismas a lo largo de la semana resulta más desfavorable que la de AIR BERLIN, ya que mientras que ésta se haría con 2 frecuencias diarias, CONDOR sólo operaría 1 vuelo dos días a la semana. En fin de semana (de viernes a domingo), AIR BERLIN dispondría de 6 frecuencias, frente a 1 de CONDOR el sábado. Con todo, lo cierto es que en términos de pasajeros transportados en 2006 los datos revelan que Condor ha sido un competidor efectivo que ha transportado a una mayoría de los pasajeros.

Por ello, no puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

10. Vuelos directos Ibiza-Frankfurt

TABLA 72. RUTA IBIZA-FRANKFURT. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007			
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE	
AIR BERLIN	[>100]	[50-60]%	
LTU	[<100]	[10-20]%	
COMBINADO	[>100]	[60-70]%	
CONDOR	[<100]	[30-40]%	
TOTAL	[>100]		

La situación de esta ruta no es muy distinta a la anterior. Merced a la operación, AIR BERLIN acumularía un [60-70]% de las frecuencias de la temporada en la ruta, mientras que el resto quedarían para CONDOR. En

este caso, además, ni AIR BERLIN dispondría de vuelos todos los días (4 días con dos los domingos y en dos días del fin de semana), ni CONDOR tampoco (3 días de la semana). Los fines de semana AIR BERLIN pasaría de operar 2 (de 4 vuelos totales) a 3 vuelos, si bien los vuelos de AIR BERLIN y CONDOR estarían igualados entre semana (2 cada uno). La adición en términos de cuota de frecuencias representada por la compra de LTU es relativamente pequeña ([10-20]%). En términos de cuota de pasajeros la adición resulta todavía menor y la cuota del competidor habría rondado en 2006 el [40-50]% del mercado.

Consiguientemente, no puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

11. Vuelos directos Málaga-Düsseldorf.

TABLA 73. RUTA MÁLAGA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[>100]	[30-40]%
LTU	[>100]	[20-30]%
COMBINADO	[>100]	[60-70]%
CONDOR	[<100]	[0-10]%
RYANAIR	[<100]	[0-10]%
EASYJET (DORTMUND)	[>100]	[30-40]%
TOTAL	[>250]	

La operación permitiría operar a AIR BERLIN un [60-70]% de las frecuencias directas de la ruta, gracias a la adición de un [20-30]% que representaría la adquisición de LTU. Véase además que, en realidad, esta cifra minusvalora el verdadero poder de mercado que se generaría para AIR BERLIN ya que, aunque EASYJET posee el [30-40]% de las frecuencias en la definición más amplia del mercado, el vuelo que opera tiene como destino el aeropuerto de Dortmund, sólo débilmente sustitutivo del de Düsseldorf. El resto de competidores tiene un peso menor en la ruta. La cifra de frecuencias de RYANAIR está sesgada a la baja (0-10), por haber comenzado a ofrecer servicios al final de la temporada de verano de 2007, si bien también hay que tener en cuenta que su destino es Düsseldorf-Weeze, cuya sustituibilidad con Düsseldorf es solo intermedia. Finalmente, la presencia de CONDOR es puramente testimonial, con dos frecuencias programadas en toda la temporada.

En cuanto a la distribución semanal de las frecuencias, las de EASYJET son plenamente equiparables a las de AIR BERLIN (1 diaria versus dos de AIR BERLIN), aunque hay que insistir que su destino es Dortmund, mientras que RYANAIR opera un vuelo en días alternos (tendría, en una temporada completa, un máximo⁵⁷ de [>100], frente a [>100] de AIR BERLIN). En fin de semana, AIR BERLIN operaría 6 vuelos, frente a 3 de EASYJET (a Dortmund) y un máximo de 2 de RYANAIR (a Düsseldor-Weeze).

En este caso la asimetría en la asignación de *slots* y el menor potencial de los competidores para aprovechar las economías de densidad se refleja en un escaso volumen de pasajeros transportados, que no llega al [0-10]% para el conjunto de los mismos en 2006.

En estas condiciones, habría un cierto riesgo de que la operación obstaculizara la competencia efectiva en el mercado.

12. Vuelos directos Málaga-Munich.

TABLA 74. RUTA MÁLAGA-MUNICH. MOVIMIENTOS			
PROGRAMADOS. VERANO 2007			
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE	
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%	
LTU	[>100]	[50-60]%	
COMBINADO	[>100]	[70-80]%	
CONDOR	[<100]	[20-30]%	
TOTAL	[>100]		

La operación proporcionaría a AIR BERLIN un [70-80]% de las frecuencias en esta ruta, gracias al [50-60]% de frecuencias que podría incorporar tras la compra de LTU. CONDOR operaría las restantes frecuencias.

La mejor distribución semanal de frecuencias la tiene LTU, con 1 diaria, mientras que las de AIR BERLIN (con dos semanales) y CONDOR (con 3 semanales no son muy distintas). Por tanto, la adquisición de LTU desequilibraría claramente el mercado. En fin de semana, AIR BERLIN pasaría de gestionar 1 de 5 vuelos a 4 de 5 vuelos. CONDOR se ha

⁵⁷ La programación de RYANAIR sólo puede ser abordada en términos de máximas frecuencias posibles, dado que se desconoce todavía el número de frecuencias que programará para la temporada de verano de 2008. Esto no significa que el número final de frecuencias tenga por qué corresponder con este umbral máximo.

mostrado como un competidor efectivo hasta la fecha, con capacidad de atraer pasajeros ([40-50]% de pasajeros transportados en 2006). La cuestión es si con esta importante adición de frecuencias en el operador resultante su posición no se debilitaría.

En estas condiciones, habría un cierto riesgo de que la operación obstaculizara la competencia efectiva en el mercado.

13. Vuelos Almería-Düsseldorf.

TABLA 75. RUTA ALMERÍA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[0-10]%
LTU	[<100]	[90-100]%
COMBINADO	[<100]	[90-100]%
TOTAL	[<100]	

En este mercado hay que considerar tanto los vuelos directos como los indirectos, dado que sólo existen 2 frecuencias semanales de vuelos directos. En vuelos indirectos la ventaja en frecuencias de las compañías de bandera es mucho mayor que la de AIR BERLIN, puesto que mientras las primeras tienen entre 2 y 3 frecuencias diarias, AIR BERLIN tiene tan sólo una frecuencia semanal y su vuelo dura más de un 73% que los que actualmente fleta LTU. Esta duración diferencial de los vuelos indirectos de AIR BERLIN lleva a concluir que, con anterioridad a la operación, éstos eran escasamente sustitutivos respecto a los de LTU y que su presencia era residual (menos de 7 puntos de cuota en términos de pasajeros). AIR BERLIN viene a hacerse con la cuota de LTU en este mercado, en el que cuenta con la presión competitiva de compañías de bandera. De hecho, la cuota combinada de ambos sería del [70-80]% en términos de total de pasajeros.

Estamos hablando además de rutas de un tamaño muy reducido, donde no es realista esperar que operen vuelos directos varios operadores de manera rentable.

Por ello, no puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

14. Vuelos Almería-Munich

TABLA 76. RUTA ALMERÍA-MUNICH. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[0-10]%
LTU	[<100]	[90-100]%
COMBINADO	[<100]	[90-100]%
TOTAL	[<100]	_

La situación es muy similar a la ruta anterior. El miércoles es el único día de coincidencia entre el vuelo directo de LTU y los 2 indirectos de AIR BERLIN, aunque éstos tienen una duración por encima del 70% de la de los de LTU. Por tanto, su grado de sustituibilidad es reducido.

Esta ruta tiene un tamaño todavía más reducido que el de la anterior, donde no es realista esperar que operen vuelos directos varios operadores de manera rentable.

No puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

15. Vuelos Almería-Frankfurt.

TABLA 77. RUTA ALMERÍA-FRANKFURT. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[0-10]%
LTU	[<100]	[90-100]%
COMBINADO	[<100]	[90-100]%
TOTAL	[<100]	

Los mismos razonamientos utilizados en los dos casos anteriores puede aplicarse también a esta ruta. El único día de coincidencia de los vuelos indirectos de AIR BERLIN (con 1 sólo vuelo a la semana) y del directo de LTU es el miércoles, aunque la duración del primero es 112% mayor que la del segundo, porque su sustituibilidad es muy reducida. El tamaño del mercado es también reducido.

No puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

16. Vuelos directos Tenerife Sur-Düsseldorf.

TABLA 78. RUTA TENERIFE SUR-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[0-10]%
LTU	[<100]	[20-30]%
COMBINADO	[<100]	[20-30]%
CONDOR	[>100]	[40-50]%
TUIFLY	[<100]	[30-40]%
TOTAL	[>100]	

La operación permitirá a AIR BERLIN elevar su cuota de frecuencias en esta ruta hasta [20-30]%. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que en sentido estricto los vuelos programados de AIR BERLIN hacia el aeropuerto de Düsseldorf no llegan al [0,10]%; complementariamente, habría que considerar el [10-20]% de frecuencias cuyo destino es Colonia (sustitutivo cercano de Düsseldorf) y el [0-10]% hacia Dortmund (alternativa más lejana a Düsseldorf). Quedarían, no obstante, agentes más fuertes en esta ruta, como CONDOR (con un [40-50]%) de las frecuencias y TUI (con [30-40]%). Excluyendo los vuelos de AIR BERLIN hacia Dortmund, cuya pertenencia a este mercado es dudosa, la cuota conjunta de AIR BERLIN y LTU no llegaría al [20-30]%.

Las distribuciones semanales de los vuelos de los competidores de AIR BERLIN son equiparables a los de éste (unos 3 semanales). Como consecuencia de la operación, AIR BERLIN ampliaría sus frecuencias en fin de semana desde entre 1 y 5 a entre 2 y 5 y, entre semana, desde entre 2 y 6 a entre 3 y 6. Todo ello no parece suficiente para conferirle poder de mercado.

Por estas razones, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en el mercado.

17. Vuelos directos Tenerife Sur-Colonia.

TABLA 79. RUTA TENERIFE SUR-COLONIA. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%
LTU	[<100]	[0-10]%
COMBINADO	[<100]	[20-30]%
CONDOR	[>100]	-[40-50]%
TUIFLY	[<100]	[30-40]%
TOTAL	[>100]	

La operación permitirá a AIR BERLIN elevar su cuota de frecuencias directas hasta un [20-30]%, con un incremento reducido representado por la compra de LTU ([0-10]%). CONDOR y TUI continuarán siendo los principales agentes de este mercado. Ante una desproporción tan fuerte de frecuencias, la distribución semanal de las mismas pierde relevancia.

Dicho lo anterior, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en el mercado.

18. Vuelos Tenerife Sur-Berlín.

TABLA 80. RUTA TENERIFE SUR-BERLIN. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[30-40]%
LTU	[<100]	[10-20]%
COMBINADO	[<100]	[50-60]%
CONDOR	[<100]	[20-30]%
TUIFLY	[<100]	[20-30]%
TOTAL	[>100]	

Ciñéndonos en primer lugar a los vuelos directos, AIR BERLIN podría acumular gracias a la operación un [50-60]% de estas frecuencias, gracias a la adición de un [10-20]% procedente de LTU. Tanto CONDOR como TUI tendrían una cuota mucho más baja, de en torno a un 20-30% cada uno.

Pero además, hay que tener en cuenta que las reducidas frecuencias semanales de vuelos directos (ubicadas solamente en 3 días de la

semana) hacen plausible que los vuelos indirectos, o como mínimo los más reducidos, pudieran formar parte del mismo mercado. En este sentido, los vuelos indirectos de AIR BERLIN sólo incrementan la duración de los directos un 18,75% y los de IBERIA algo más, aunque tampoco excesivamente (un 40%), con una cuota de mercado en términos de pasajeros sensiblemente superior a otras rutas (de en torno a un [10-20]%).

A pesar de que la acumulación de frecuencias que alcanzaría AIR BERLIN es importante, es dudoso que la competencia en el mercado se modificase sustancialmente tras la operación. Ésta tiene lugar principalmente en fin de semana (el único vuelo semanal de LTU parte los jueves) y en este intervalo la operación no da lugar a cambio alguno (AIR BERLIN seguiría teniendo 2/4 frecuencias, excluyendo a las compañías de bandera). Durante el resto de la semana, es cierto que AIR BERLIN acumularía una frecuencia más sobre las ya existentes (pasaría de 4 a 5), aunque éste no parece un cambio muy importante, teniendo en cuenta que en este segmento IBERIA ofrece 2 frecuencias diarias con una duración sólo ligeramente superior que la de AIR BERLIN.

Hechas las anteriores consideraciones, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

19. Vuelos directos Fuerteventura-Düsseldorf.

TABLA 81. RUTA FUERTEVENTURA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%
LTU	[<100]	[10-20]%
COMBINADO	[<100]	[20-30]%
CONDOR	[<100]	[20-30]%
TUIFLY	[>100]	[40-50]%
RYANAIR	[<100]	[0-10]%
TOTAL	[>100]	

La operación incrementará las frecuencias acumuladas por AIR BERLIN hasta [20-30]%. Quedan, sin embargo, otros competidores con cuotas de frecuencias importantes, como CONDOR ([20-30]%), TUI ([40-50]%) y RYANAIR hasta Düsseldorf-Weeze, que sólo aparece con 10 frecuencias

registradas por haber iniciado su actividad en esta ruta al final de la temporada.

La distribución semanal de las frecuencias refuerza esta imagen de fragmentación de la ruta. Con 3 días de vuelos, AIR BERLIN se situaría por debajo de TUI, con 4 días a la semana y RYANAIR, con otros 4 días a la semana (aunque por delante de CONDOR, con un solo día). En fines de semana, esta fragmentación persiste: AIR BERLIN pasaría de tener 1 de 6 frecuencias a 2 de 6 frecuencias. Todo ello difícilmente podría constituir un marco que posibilite una posición de dominio.

Por todo ello, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

20. Vuelos Fuerteventura-Colonia.

TABLA 82. RUTA FUERTEVENTURA-COLONIA. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007			
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE	
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%	
LTU	[<100]	[0-10]%	
COMBINADO	[<100]	[20-30]%	
CONDOR	[<100]	[20-30]%	
TUIFLY	[>100]	[40-50]%	
RYANAIR	[<100]	[0-10]%	
TOTAL	[>100]		

El mercado podría tener una amplitud máxima tal que incluyera tanto vuelos directos como indirectos, si bien solo LUFTHANSA opera vuelos indirectos. Excluyendo a LUFTHANSA, AIR BERLIN acumularía [20,30]% de las frecuencias de vuelos directos, pero quedarían otros competidores con cuotas más importantes: CONDOR ([20-30]%), TUI ([40-50]%) y RYANAIR, si bien el aeropuerto de Düsseldorf-Weeze no tiene una sustituibilidad cercana con el de Colonia (sus frecuencias de nuevo son reducidas por la misma razón expuesta antes).

La competencia más intensa en la ruta se produce en fin de semana, con lo que el vuelo que opera LTU los jueves no alterará sustancialmente este esquema. Así, en fin de semana AIR BERLIN seguirá operando solamente 1 de los 3 vuelos existentes. A ello habría que añadir marginalmente las frecuencias que pueda aportar LUFTHANSA, aunque la duración de sus vuelos es más de un 70% más prolongada que la de los vuelos directos.

Por todo ello, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

21. Vuelos Fuerteventura-Berlín.

TABLA 83. RUTA FUERTEVENTURA-BERLIN. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[60-70]%
LTU	[<100]	[20-30]%
COMBINADO	[>100]	[90-100]%
CONDOR	[<100]	[0-10]%
TOTAL	[>100]	

La máxima amplitud del mercado podría englobar tanto vuelos directos como indirectos. Tomando la definición más estrecha (solo vuelos directos), AIR BERLIN acumularía como consecuencia de la operación un [90-100]% de las frecuencias (a consecuencia de la incorporación de un [20-30]% de las frecuencias, procedentes de LTU), lo que supone 4 de las 5 frecuencias semanales de vuelos directos. Aunque CONDOR opera un vuelo ubicado en fin de semana, su presencia a lo largo de la temporada es muy reducida, con sólo el [0-10]% de las frecuencias. Ello amplía la importancia estratégica del único vuelo semanal que opera LTU, al representar en la práctica uno de los escasos focos potenciales de competencia en la ruta. Véase que, incluso aunque CONDOR aprovechara al máximo su día semanal de vuelos (lo que le daría 26 vuelos en la temporada), el porcentaje combinado de AIR BERLIN y LTU llegaría al [70-80%]. A la inversa, con una utilización mínima de frecuencias tanto por AIR BERLIN como por CONDOR, el deseguilibrio seguiría presente.

Además, AIR BERLIN opera vuelos indirectos en la ruta, algunos de los cuales tiene una duración sólo un 21% superior a la de los vuelos directos. También otras compañías de bandera ofrecen vuelos indirectos, si bien con unas duraciones sensiblemente más desfavorables (por ejemplo, la duración de los de IBERIA sería, como mínimo, 67% superior a los directos, y la de los de LUFTHANSA, como mínimo un 85%).

No obstante, en términos de pasajeros los datos revelan que los vuelos indirectos deben constituir una alternativa efectiva, puesto que la cuota combinada de las partes sería sólo de un [20-30]% con respecto al total de los pasajeros transportados. Por otra parte, en los aeropuertos de

Berlín- Schönefeld y Berlín-Tempelhof no existen restricciones de *slots* severas, aunque hay que tener en cuenta también que no es una línea con una densidad de tráfico alta y que tras la operación ya existirían 5 compañías instaladas. De hecho, TUI, que hasta el año pasado ofrecía también vuelos directos en esta ruta, ha tenido que salir de la misma⁵⁸. En definitiva, parece que en esta ruta existen presiones competitivas que subsistirían después de la operación.

En estas condiciones, no puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

22. Vuelos Lanzarote-Düsseldorf

TABLA 84. RUTA LANZAROTE-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%
LTU	[<100]	[20-30]%
COMBINADO	[<100]	[40-50]%
CONDOR	[<100]	[20-30]%
TUIFLY	[<100]	[20-30]%
TOTAL	[>100]	

La extensión máxima del mercado podría alcanzar a todo vuelo ofrecido, si bien es muy improbable que los vuelos indirectos de AIR BERLIN pudieran entrar en el mismo, al tener una duración [50-60]% superior a los directos y estar programados en un solo día, en el que además abundan los vuelos directos. Partiendo de esta premisa, la operación dotaría a AIR BERLIN de un [40-50]% de las frecuencias, si bien quedan todavía operadores con numerosas frecuencias; CONDOR y TUI (ambos con [20-30]%) –excluyendo las frecuencias de las compañías de bandera.

La distribución de las frecuencias es similar entre AIR BERLIN y CONDOR-TUI (3 días semanales del primero versus dos en los segundos). En fin de semana, la operación permitiría a AIR BERLIN pasar de 2 frecuencias de 5 a 3 frecuencias de 5 (si bien tampoco puede

⁵⁸ La salida de TUI también ha contribuido a crear una posición de dominio en la ruta para AIR BERLIN. Los datos de cuotas en términos de pasajeros para 2006 se consideran especialmente poco significativos, al corresponder a una situación en que TUI todavía competía.

excluirse una cierta contribución de las compañías de bandera, con 2-3 frecuencias al día). Entre semana, AIR BERLIN pasaría de 1 frecuencia de 4 a 2 de 4. Todo ello no parece suficiente para crear una posición de dominio clara para AIR BERLIN.

Por todo ello, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

23. Vuelos Gran Canaria-Düsseldorf.

TABLA 85. RUTA GRAN CANARIA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[0-10]%
LTU	[<100]	[10-20]%
COMBINADO	[<100]	[20-30]%
CONDOR	[>100]	[40-50]%
TUIFLY	[<100]	[30-40]%
TOTAL	[>100]	

Dado que sólo existen 3 días de operación de vuelos directos a la semana, no puede excluirse que los vuelos indirectos formen parte del mismo mercado, aunque hay que tener presente que las duraciones de los vuelos de las compañías de bandera son más de un [40-50]% superiores a las de los directos. Dicho lo cual, AIR BERLIN acumularía un [20-30]% de las frecuencias directas tras la operación, quedando todavía competidores con elevadas frecuencias directas, como CONDOR ([40-50]%) y TUI ([30-40]%).

La distribución de las frecuencias de vuelos directos de unos y otros es muy similar (2-3 días a la semana). En fin de semana, AIR BERLIN pasaría de controlar entre 2 y 7 frecuencias a entre 3 y 7 frecuencias y entre semana, de entre 1 y 4 a entre 2 y 4.

Con todo ello, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

24. Gran Canaria-Colonia.

TABLA 86. RUTA GRAN CANARIA-COLONIA. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[10-20]%
LTU	[<100]	[0-10]%
COMBINADO	[<100]	[20-30]%
CONDOR	[>100]	[40-50]%
TUIFLY	[>100]	[30-40]%
TOTAL	[>100]	

La extensión máxima del mercado podría englobar los vuelos indirectos, dado que los vuelos directos sólo se ofrecen 3 días a la semana y que los vuelos indirectos de AIR BERLIN tienen una duración que excede a la de los directos entre un [20-30] la operación haría que AIR BERLIN acumulase un [20-30]% de las frecuencias directas, mientras que quedarían todavía competidores con elevadas frecuencias directas: CONDOR ([40-50]%) y TUI ([30-40]%). Si se incluyesen los vuelos indirectos de AIR BERLIN en el mercado la proporción se incrementaría para AIR BERLIN, pero no hasta el punto de desequilibrar radicalmente el panorama.

Además, se da la circunstancia de que los vuelos directos de AIR BERLIN se ubican en fin de semana, mientras que los de sus competidores, entre semana, por lo que su sustituibilidad previa tampoco es plena. A este respecto, el efecto principal de la operación sería la irrupción de AIR BERLIN en los vuelos entre semana (adquiriría de LTU 1, de 3 existentes), o, si se contabilizan los indirectos, pasaría de dos a cuatro, si bien de los dos uno sería 43% más prolongado que los directos).

Con todo ello, no es previsible que la operación obstaculice la competencia efectiva en este mercado.

25. Vuelos Gran Canaria-Berlín.

TABLA 87. RUTA GRAN CANARIA-BERLIN. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[50-60] %
LTU	[<100]	[10-20]%
COMBINADO	[>100]	[60-70]%
CONDOR	[<100]	[10-20]%
TUIFLY	[<100]	[20-30]%



Dado que sólo se ofertan vuelos directos 3 días a la semana, la máxima amplitud del mercado podría incorporar vuelos indirectos (la prima mínima de duración de los de AIR BERLIN se situaría sólo en alrededor de un 27% sobre los directos). La duración de los vuelos indirectos de IBERIA sería superior a los de AIR BERLIN (42% más prolongados que los vuelos directos). Ciñéndonos a vuelos directos, la operación permitiría a AIR BERLIN acumular un [60-70]% de las frecuencias, gracias a un incremento de [10-20]% que comportaría la adquisición de LTU.

En cuanto a la distribución de frecuencias, la compra de LTU permitiría incorporar una estratégica frecuencia ubicada en el domingo. Con ello, en fin de semana AIR BERLIN pasaría de gestionar entre 3 y 7 a entre 4 y 7 frecuencias el fin de semana. CONDOR ofrece vuelos 3 días a la semana y TUI puede operar hasta dos vuelos en sábado. En cuanto a IBERIA, dispone de 3 frecuencias diarias, aunque indirectas. La existencia de presión competitiva es consistente con los datos de pasajeros transportados en 2006, puesto que las partes que se concentran harían transportado a menos de una cuarta parte de los pasajeros de la ruta.

En estas condiciones, no puede afirmarse que la operación presente un riesgo significativo de obstaculizar la competencia efectiva en este mercado.

26. Vuelos Santa Cruz de la Palma-Düsseldorf.

TABLA 88. RUTA STA CRUZ DE LA PALMA-DÜSSELDORF. MOVIMIENTOS PROGRAMADOS. VERANO 2007		
	MOVIMIENTOS	PORCENTAJE
AIR BERLIN	[<100]	[40-50]%
LTU	[<100]	[20-30]%
COMBINADO	[<100]	[70-80]%
CONDOR	[<100]	[20-30]%
TUIFLY	[<100]	[0-10]%
TOTAL	[>100]	

Al existir vuelos directos un solo día a la semana (el de AIR BERLIN), no parece enteramente descartable que los vuelos indirectos puedan formar parte del mismo mercado, aunque la duración de los mismos sea sensiblemente superior. Los vuelos indirectos más breves serían los de AIR BERLIN (43% más prolongados que los directos) y los más largos

los de las compañías de bandera (con una duración más del doble de la de los vuelos directos)⁵⁹.

Mediante la operación, AIR BERLIN eliminaría uno de sus principales competidores en esta ruta, que le aportaría algo menos de un tercio de las frecuencias –excluyendo las de las compañías de bandera– y una proporción muy sustancial en términos de pasajeros. Quedaría como competidor principal CONDOR, con algo menos de un tercio de las frecuencias y con un único día de vuelo, entre semana. La presencia de TUI en términos de frecuencias sería testimonial y, respecto a las compañías de bandera, la duración de sus vuelos –más del doble de la de los directos– reduce en gran medida su sustituibilidad con los vuelos de sus competidores, a pesar de que sus frecuencias son mucho más competitivas⁶⁰.

En estas condiciones, habría un cierto riesgo de que la operación obstaculizara la competencia efectiva en el mercado.

Conclusión

En definitiva, en la mayor parte de las rutas, la operación no genera un riesgo significativo para la competencia porque existen competidores que representan una alternativa efectiva para los pasajeros individuales y que pueden ejercer por tanto una restricción competitiva sobre la nueva entidad.

Las rutas en que se podrían plantear riesgos para la competencia son las siguientes:

- Málaga-Düsseldorf
- Málaga-Munich
- Alicante-Munich
- Ibiza-Düsseldorf
- Santa Cruz de la Palma-Düsseldorf

⁵⁹ El Notificante afirma que las frecuencias de vuelos directos de los competidores en esta ruta proporcionadas por AENA corresponden básicamente a vuelos indirectos.

⁶⁰ De hecho, la cuota de mercado en términos de pasajeros de las compañías de bandera en esta ruta fue muy baja.

Las dos primeras pueden considerarse rutas de tráfico medio, mientras que las otras tres son rutas de tráfico escaso o incluso muy escaso en el caso de la última. En todo caso, las rutas en la que se identifican posibles riesgos constituyen una proporción pequeña de las afectadas por la operación.

Hipotéticamente cabría plantearse alguna condición referida a la cesión de *slots* en las líneas señaladas. Pero para que esas medidas tuvieran efecto, habida cuenta que tales líneas unen aeropuestos alemanes con otros españoles precisarían la cesión simultánea de ambos slots, es decir tanto en Alemania como en España, y si tales medidas son posibles, no puede ocultarse su dificultad. En primer lugar porque no hay que olvidar que cuando se han aprobado en distintas decisiones de la Comisión Europea han tenido lugar en un procedimiento, como es el comunitario, en el que la Comisión aprueba los compromisos propuestos por las partes, a diferencia de lo que ocurre en la Ley española de 1989, aplicable a este expediente, en la que los remedios se reflejan en condiciones impuestas por las autoridades sin que hayan sido propuestas por el Notificante. Y en segundo lugar, que la cesión de slots dependientes de las autoridades aeronáuticas alemanas, cuando la autoridad alemana de la competencia no ha propuesto tales condiciones encierra ciertas dificultades que no se pueden obviar.

Aun así, este Tribunal podría plantearse una condición de este tipo si estuviera convencido de que resulta necesario contrarrestar el deterioro en el bienestar que la operación vaya a producir. Pero tal no es el caso si tenemos en cuenta que existen determinados factores que hacen menos plausible que la competencia se vea obstaculizada en los mercados afectados, incluso en esas líneas:

- En todos los casos que se han analizado los pasajeros individuales tienen una o varias alternativas a las que pueden recurrir.
 Básicamente, existen otras compañías operando en la ruta con vuelos directos o indirectos.
- El hecho de que la demanda sea fundamentalmente de naturaleza turística y, por tanto, tenga una menor sensibilidad al tiempo y mayor al precio hace que los operadores, aunque acumulen un número elevado de frecuencias, no puedan deteriorar mucho sus condiciones de oferta, porque la demanda responderá migrando a otras franjas horarias o, aunque sean sustitutivos menos perfectos, incluso a otras rutas.

- Además, hay que tener en cuenta que pare el análisis hemos tomado como proxy del mercado los vuelos regulares, pero los pasajeros individuales también pueden recurrira los denominados "dry seats", o plazas en vuelos chárter vendidas a pasajeros individuales, que constituyen una presión competitiva adicional.
- Lo anterior se agudiza por el hecho de que la posible pérdida de pasajeros –en rutas que además no tienen una gran afluencia- resulta más gravosa en términos de pérdidas de economías de densidad. Dicho en otros términos, dadas las características de la demanda en las rutas consideradas, puede resultar más rentable ofrecer asientos en condiciones competitivas para "crear mercado" y aprovechar las economías de escala y densidad.
- Dado que la operación favorece el aprovechamiento de economías de densidad, el hecho de que exista cierta presión competitiva incluso en estas líneas favorece el traslado de las potenciales eficiencias a los consumidores.

En estas condiciones, no resulta necesario imponer condiciones que contrarresten los posibles efectos restrictivos de la operación, dado que la probabilidad de que existan resulta baja.

8.2. Posibles Efectos Coordinados de la Operación.

En los mercados de la venta de asientos a pasajeros individuales concurren determinados elementos estructurales que pueden facilitar la coordinación de comportamientos entre operadores.

- El reducido número y la repetición de los mismos jugadores (AIR BERLIN, LTU, CONDOR y TUIFLY) en un número elevado de mercados y temporada tras temporada, ya que el sistema de asignación de slots vigente les faculta a conservar para la siguiente temporada sus slots, siempre que hayan sido utilizados en más de un 80%. Estas características serán más significativas al eliminar una alternativa a AIR BERLIN, es decir LTU.
- Existencia de vínculos económicos entre cuatro competidores próximos. AIR BERLIN, LTU CONDOR y TUIFLY venden billetes tanto a pasajeros individuales como a tour-operadores y además, CONDOR y TUIFLY están integrados verticalmente con dos touroperadores, THOMAS COOK y TUI, respectivamente. A su vez, THOMAS COOK y TUI compran billetes tanto a sus respectivas filiales

aéreas como a AIR BERLIN y LTU. Aunque a priori pudiera esperarse que THOMAS COOK y TUI adquieran la totalidad de los billetes a las empresas de sus respectivos grupos, CONDOR y TUI, una parte muy sensible de sus compras se efectúan a AIR BERLIN y LTU. El Notificante ha aportado explicaciones a este fenómeno que permite aclarar su racionalidad económica. Existen básicamente dos razones que motivan esta compra cruzada de billetes:

- a) En ciertas rutas y/o tramos de temporada no resulta eficiente incurrir en los costes fijos que lleva aparejado el flete de un vuelo chárter de CONDOR y TUIFLY, de manera que los pasajeros de THOMAS COOK y TUI se incluyen en los aviones de AIR BERLIN y LTU.
- b) Como razón complementaria a la anterior, también se sitúa en línea con las respuestas a los tests, el mayor atractivo que, en ciertos momentos, para los clientes de THOMAS COOK y TUI pueden tener los horarios y las fechas de los vuelos de AIR BERLIN y LTU que los de CONDOR y TUIFLY.

Por lo tanto, AIR BERLIN y LTU compiten en los mercados de ventas de billetes a pasajeros individuales con el mismo grupo al que venden billetes para conformar paquetes de tour-operación. Esta mutua dependencia podría favorecer la existencia de mecanismos de represalia —bien en los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales o más plausiblemente en los de venta a tour-operadores—que favorecieran la colusión tácita o explícita en los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales.

- Una elevada transparencia en precios y en cantidades. Se conocen las frecuencias de antemano y el seguimiento de precios se realiza mediante el software denominado QL2, al que tienen fácil acceso las compañías aéreas como AIR BERLIN y LTU dado su tamaño y capacidad financiera.
- Un considerable grado de homogeneidad del producto vendido, en cuanto a las características de los vuelos que ofrecen estas compañías y la duración de los mismos. Si bien es cierto que existe un cierto componente de diferenciación en función de la franja horaria (o del día del vuelo, especialmente en aquellas rutas con un número bajo de frecuencias).

- Existencia de focos en torno a los cuales puede gravitar el equilibrio cooperativo, debido a que el competidor con mayor número de frecuencias en una ruta tendrá mayor capacidad de marcar el precio de forma independiente, al estar sujeto en menor medida a restricciones de capacidad.
- La existencia de barreras a la entrada, procedentes de la escasez de slots de calidad en una gran mayoría de las rutas consideradas. Como ya se explicó antes, esta barrera no posee la suficiente entidad como para imposibilitar por completo el acceso de nuevos entrantes, pero sí para condicionar considerablemente su potencial competitivo.

Sin embargo, hay factores que previenen este tipo de comportamientos coordinados, factores a tener en cuenta incluso en el escenario en el que se produzca la operación.

- Los incentivos de las partes no necesariamente se encuentran alineados. De hecho, el interés de los operadores aéreos integrados verticalmente de vender los asientos a precios más elevados es más dudoso.
- AIR BERLIN y LTU, que disponen de una extensa gama de touroperadores en Alemania a los que colocar sus billetes, en caso de que la demanda procedente de THOMAS COOK y TUI se extinguiera. Así, durante los tres últimos años, AIR BERLIN y LTU han alquilado volúmenes significativos de plazas, además de THOMAS COOK y a otros tour-operadores alemanes, como ALLTOURS, FTI-TOURISTIK. REWE 5VORFLUG. L-TUR. TOURISTIK. FROSCHTOURISTIK y SCHAVINLAND. Aunque las ventas han sido de menor cuantía, habría que mencionar también otras alternativas, como NIKI LUFTHART, PHOENIX REISEN, REINHARD TOURISTIK, SCHÜRMAN, MÜLLER TOURISTIK, etc. Esto limita el supuesto poder de represalia de los tour-operadores.
- Aunque la operación, al eliminar una alternativa a AIR BERLIN, tiende a reducir sensiblemente el poder de negociación de THOMAS COOK y TUI frente a la resultante. Hay que señalar, no obstante, que si bien las compras de los tour-operadores a AIR BERLIN y LTU han sido tendencialmente altas, no son la única alternativa en el mercado de plazas para tour-operadores de manera que hay elementos que limitan la capacidad de represalia de la nueva entidad. Su actividad se encuentra diversificada entre diversos destinos y proveedores, de manera que el volumen que suponen las líneas afectadas en el total

de su negocio es limitado. Existen por otra parte en muchas de las rutas operadores de entidad a los que acudir como alternativa, siendo la principal sus respectivas filiales CONDOR y TUIFLY y, en última instancia, el incremento de capacidad es factible a medio plazo en la mayor parte de las rutas para buscar alternativas al nuevo operador por la entidad resultante.

- En cambio, a corto plazo probablemente la capacidad puede no ser lo suficientemente flexible como para desencadenar guerras de precios de manera creíble.

Por todas estas razones, el Tribunal considera que la operación no incrementa de forma significativa el riesgo de efectos coordinados en los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales.

9. POSIBLES BENEFICIOS DERIVADOS DE LA OPERACIÓN

Los beneficios que, según AIR BERLIN, traería consigo esta operación, son principalmente de dos tipos:

i) Expansión y mejora de la red de conexiones que proporciona AIR BERLIN a muchos aeropuertos españoles.

Gracias a las sinergias en costes que proporcionaría la operación (de alrededor de [...] euros), AIR BERLIN estaría en mejores condiciones para 1) crear nuevas conexiones de los aeropuertos españoles con otros destinos a media y/o larga distancia y 2) incrementar su actividad en las conexiones ya existentes.

Las principales ventajas de esta estrategia serian a) un refuerzo a la afluencia de turistas alemanes a España, b) un mayor apoyo al desarrollo del sector hostelero independiente –a través de vuelos dirigidos primordialmente a pasajeros individuales— en ciertas zonas de España, como por ejemplo Canarias, cuyos principales establecimientos están siendo progresivamente adquiridos por los grandes tour-operadores internacionales (como THOMAS COOK y TUI) c) mejores conexiones de los pasajeros españoles con el resto del mundo, incluyendo los procedentes de aeropuertos situados en regiones periféricas españolas.

ii) Una consolidación del aeropuerto de Palma de Mallorca como uno de los principales hubs del Mediterráneo. Ello consolidaría su posición como tercer aeropuerto español y noveno del área

mediterránea, con la consiguiente creación de puestos trabajos directos e indirectos.

La estrategia de creación de nuevas conexiones de AIR BERLIN en aeropuertos españoles se ha venido produciendo ya a gran escala con anterioridad a la operación. Así, en los últimos años se han abierto nuevas rutas partiendo de aeropuertos de Asturias, Bilbao, Santiago, Sevilla, Murcia, etc. De la misma forma, el desarrollo del aeropuerto de Palma se ha producido en ausencia de esta operación de concentración. Por tanto, si AIR BERLIN consideraba ya estas políticas son económicamente rentables en ausencia de la operación, no acaba de apreciarse con claridad cuál es la fundamentación económica por la cual, en ausencia de esta operación, esta línea de actuación dejaría de ser adecuada.

Dicho esto, el Tribunal reconoce que la operación podría traer consigo ahorros de costes y ventajas derivadas de las economías de escala y densidad. En la medida en que en la mayoría de las rutas existe una presión competitiva efectiva, es factible que estas ventajas se trasladen consumidores.

10. CONCLUSIONES

1. La operación de concentración analizada consiste en la toma de control exclusivo de LTU por AIR BERLIN. AIR BERLIN y LTU son compañías aéreas que operan vuelos con origen en aeropuertos alemanes y destino en aeropuertos de diferentes países. AIR BERLIN opera destinos de corto y medio recorrido en Europa. LTU programa rutas de corto y medio alcance en Europa, aunque en su estructura de negocios preponderan los vuelos de larga distancia desde aeropuertos alemanes hacia Norteamérica, Caribe, África y Asia.

Nos encontramos ante una operación de concentración que por el volumen de negocios es de dimensión comunitaria, si bien por la llamada regla de los 2/3 del último párrafo del artículo 1.2 del Reglamento, cae bajo la jurisdicción principal de la autoridad alemana. Aunque la operación afecta fundamentalmente a los consumidores alemanes, ha venido sujeta a Notificación en otros países además de Alemania, como son Portugal, Austria, España y Turquía. En el momento de emitir este dictamen las autoridades alemanas, austriacas, portuguesas y turcas han aprobado ya la operación.

- 2. Ambas partes venden asientos tanto a pasajeros individuales como a tour-operadores. El Tribunal considera que se deben distinguir mercados diferentes para la venta de plazas a pasajeros individuales y a tour-operadores. En línea con lo concluido por otras autoridades, el mercado de venta de asientos a tour-operadores es de carácter nacional, en este caso alemán, por lo que el Tribunal no centra su análisis en el mismo. Los mercados de venta de asientos a pasajeros individuales se definen ruta a ruta. Se consideran afectados por la operación un total de 26 mercados constituidos por rutas que enlazan aeropuertos alemanes con destinos españoles.
- 3. Dadas las rutas afectadas, la naturaleza de la demanda es eminentemente turística, lo que favorece una demanda más elástica, tanto por su sensibilidad al tiempo –pasajeros más flexibles a la hora de elegir franja horaria— como por su sensibilidad ante el precio. Es cierto que podría distinguirse entre dos clases de turistas: el que acude a hotel o apartamento turístico y el que ha adquirido una propiedad en una zona turística, y la elasticidad en el segundo supuesto es menos, pero esa diferenciación no obstaculiza el análisis que se realiza en el presente informe".
- 4. Por el lado de la oferta, estos mercados presentan la peculiaridad de que el acceso viene subordinado a la adquisición necesaria de slots o derechos de despegue y aterrizaje en ciertas franjas horarias, que constituyen restricciones de oferta. Las asimetrías en la distribución de capacidades de oferta que pueden conllevar los slots condicionan la competencia en cada ruta. Una distribución muy asimétrica de slots puede proporcionar al operador que goza de mayores y mejores frecuencias poder de mercado y dotarle de cierta independencia de comportamiento. Por otra parte, la necesidad de disponer de slots en unas condiciones que hagan la entrada rentable dada la existencia de economías de densidad resta inmediatez y frecuencia a los procesos de entrada y puede dificultar el incremento de la penetración.
- 5. En la mayor parte de las rutas, la operación no genera un riesgo significativo para la competencia porque existen competidores que representan una alternativa efectiva para los pasajeros individuales y que pueden ejercer una restricción competitiva sobre la nueva entidad. En determinadas rutas (Málaga-Düsseldorf, Málaga-Munich, Alicante-Munich, Ibiza-Düsseldorf, Santa Cruz de la Palma-Düsseldorf) la distribución de frecuencias de vuelo entre operadores a que da lugar la operación podría plantear riesgos para el desarrollo

de la competencia. No obstante, existen determinados factores que previenen que la competencia se vea obstaculizada en los mercados afectados. En todos los casos que se han analizado, los pasajeros individuales tienen una o varias alternativas a las que pueden recurrir. Además, dadas las características de la demanda en las rutas consideradas y la existencia de economías de densidad y de escala, la compañía debe tener un incentivo a "crear mercado", no a reducirlo.

Por cuanto antecede, el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, ha acordado remitir al Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda para su elevación al Gobierno el siguiente:

DICTAMEN

El Pleno, teniendo en cuenta los efectos sobre la competencia que podría causar la operación objeto de este Informe y analizadas las circunstancias que concurren en el presente caso, considera que procede no oponerse a la operación notificada ANEXO I. CUOTAS DE MERCADO EN TÉRMINOS DE PASAJEROS. AÑO 2006.

[CONFIDENCIAL]