



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-04010 VIAJES IBERIA / TUI ESPAÑA (Negocio de Agencias de Viajes)

Con fecha 16 de febrero de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte del Grupo IBEROSTAR, a través de VIAJES IBERIA, S.A., del negocio minorista de carácter emisor de agencias de viajes de la sociedad TUI ESPAÑA, S.A.

Dicha notificación ha sido realizada por VIAJES IBERIA, S.A. según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 3 de marzo de 2004 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 5 de marzo de 2004. Se envió un nuevo requerimiento de información con fecha 18 de marzo de 2004 que fue cumplimentado el 30 de marzo. Finalmente, este Servicio requirió del notificante con fecha 30 de marzo de 2004 un tercer requerimiento que fue cumplimentado el 2 de abril de 2004.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **2 de abril de 2004**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de la compañía VIAJES IBERIA, S.A., integrada en el grupo turístico de origen español IBEROSTAR, del negocio minorista vacacional de TUI ESPAÑA, S.A.



Concretamente, son objeto de compraventa los siguientes activos o valores de la rama de actividad minorista de carácter emisor (o Negocio de Agencias de Viajes) de TUI ESPAÑA, S.A.:

- a) La titularidad de los locales donde se ubican las 63 oficinas a través de las cuales se desarrolla la actividad minorista de carácter emisor de TUI ESPAÑA, S.A.
- b) La subrogación en los derechos y obligaciones laborales existentes entre TUI ESPAÑA y los trabajadores que prestan sus servicios en las indicadas oficinas.
- c) La titularidad de activos fijos ubicados en dichas oficinas, incluyendo todo el mobiliario, enseres, máquinas de hardware, centralitas e instalaciones.
- d) El fondo de comercio del Negocio de Agencia de Viajes desarrollado en las 63 oficinas, incluyendo cartera de clientes, relaciones con los proveedores existentes en el momento de la compra, así como cualquier información necesaria para la continuidad del Negocio que se adquiere.

Cabe destacar que como consecuencia de la operación notificada no existirá cambio alguno en la titularidad de las acciones de TUI ESPAÑA, S.A. que continuará siendo de sus actuales socios. Por otra parte, TUI ESPAÑA, S.A. seguirá operando en el mercado español a través de TQ3 TRAVEL SOLUTIONS, S.L., en viajes de empresa (*Business Travel*), así como en el negocio mayorista o touroperador a través de AMBASSADOR TOURS, S.A., la cual oferta sus productos bajo las marcas “Expomundo”, “Entorno Natural” y “No Más Fronteras”. Tampoco afectará la enajenación a la división de receptivo de TUI ESPAÑA, S.A., su negocio principal.

Los términos y condiciones de la concentración constan en un “Contrato de Promesa Irrevocable de Compraventa de Negocio Minorista de Agencia de Viajes” suscrito por VIAJES IBERIA y TUI ESPAÑA el 19 de enero de 2004.

La operación notificada se encuentra condicionada, en cuanto a su eficacia y perfeccionamiento, entre otras cuestiones, a la obtención de la correspondiente autorización por parte de los órganos y autoridades competentes en materia de defensa de la competencia.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia y no captación

De acuerdo con la Estipulación DÉCIMOTERCERA del “Contrato de Promesa Irrevocable de Compraventa de Negocio Minorista de Agencia de Viajes” (el Contrato), TUI ESPAÑA se compromete, por tres años desde la fecha de suscripción del Contrato, a no realizar ningún acto encaminado a recuperar la clientela transmitida a VIAJES IBERIA como “Fondo de Comercio de la rama de Agencias de Viaje Minoristas”, así como a no hacer oferta de trabajo ni contratar, directa o indirectamente, al personal incluido en la compraventa, salvo acuerdo entre ambas partes.

II.2. Tratamiento preferente

En su Estipulación NOVENA, el Contrato indica expresamente que VIAJES IBERIA considerará de manera preferente la compra de productos ofertados por las mayoristas de TUI ESPAÑA, AMBASSADOR TOURS y EXPOMUNDO, sobre el resto de productos de touroperadores ofertados en el mercado por terceros.



De acuerdo con la notificante, dicha cláusula no implica una obligación para VIAJES IBERIA ni establece un precio o un mínimo de ventas de dichos productos. Su justificación viene dada porque TUI ESPAÑA, como consecuencia de la operación notificada, dejará de tener una red distribuidora minorista de su producto mayorista, motivo por el cual solicitó la inclusión de dicha cláusula, que, en ningún caso, según VIAJES IBERIA, constituye un compromiso en firme.

II.3. Valoración

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2001/C188/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de las restricciones accesorias no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con el notificante, la operación VIAJES IBERIA/TUI ESPAÑA (Negocio Agencias de Viajes) no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CE) nº 1310/97, por lo que la operación carece de dimensión comunitaria.

No obstante, la operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1.b) de la mencionada norma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. VIAJES IBERIA, S.A. (VIAJES IBERIA)

La Adquirente, con sede en Palma de Mallorca, es una empresa perteneciente al grupo turístico español IBEROSTAR fundado en 1930, cuya matriz es IBEROSTAR HOTELES Y APARTAMENTOS, S.L., controlada en última instancia por la familia Fluxá.

Son los principales negocios o ramas de actividad de IBEROSTAR: los hoteles (IBEROSTAR), las agencias de viajes minoristas (VIAJES IBERIA), la compañía aérea de vuelos chárter (IBERWORLD), agencias de receptivo (IBEROSERVICE), y la mayorista VIAJES IBEROJET, que desglosa su oferta a través de las marcas: “Solplan”, “Iberojet”, “Turavia”¹ y “Viva Tours”².

El Grupo IBEROSTAR cuenta con numerosas empresas, siendo sus principales áreas de negocio: los hoteles y apartamentos IBEROSTAR, la compañía aérea de vuelos chárter

¹ Expediente N-03003 del SDC.

² Expediente N-03078 del SDC.



IBERWORLD, la agencia de servicios de receptivo IBEROSERVICE, el touroperador IBEROJET y las agencias de viajes minoristas VIAJES IBERIA.

VIAJES IBERIA, en particular, se dedica al desarrollo de las actividades propias de una agencia de viajes mixta (minorista-mayorista) consistente en la venta de servicios turísticos al cliente final, entre los que se encuentran aquellos viajes combinados comercializados bajo la denominación de Producto propio que son confeccionados directamente por VIAJES IBERIA.

La facturación del Grupo IBEROSTAR en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas Grupo IBEROSTAR (Millones de euros)			
	2000	2001	2002
Mundial	1.470	1.667	1.953
Unión Europea	126	186	207
España	1.225	1.346	1.604

Fuente: Notificación.

IV.2 TUI ESPAÑA, S.A.

Filial del primer grupo turístico europeo TUI AG, la cual opera en el sector de las agencias de viajes minoristas desde 1953.

[...]*

La Vendedora desarrolla su rama minorista en dos actividades: una de carácter emisor y otra de carácter receptor -o de receptivo-, que presta servicios a turistas que previamente han contratado su viaje en su zona de origen con otros mayoristas o minoristas, estableciéndose acuerdos de colaboración entre ambos.

Como se ha indicado, es objeto de adquisición por VIAJES IBERIA de los activos o valores de la rama de actividad de carácter emisor de TUI ESPAÑA en territorio nacional o Negocio de Agencias de Viaje.

La facturación de dicho Negocio en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas del Negocio TUI ESPAÑA (Agencias de Viajes) (Millones de euros)			
	2001*	2002	2003
Mundial	n.d.	[<250]	[<250]
Unión Europea	n.d.	[<250]	[<250]
España	n.d.	[>60]	[>60]

*En la contabilidad de TUI ESPAÑA, S.A., con anterioridad a 2002, dentro del negocio minorista no existía una diferenciación entre actividades emisoras y de receptivo.

Fuente: Notificación.

* Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.



V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

La operación objeto del presente análisis afecta con carácter general al sector turístico y, en particular, al negocio de la distribución de servicios turísticos. Éste se organiza a partir de la intervención de una amplia tipología de operadores que actúan como intermediarios entre los oferentes de servicios turísticos (hoteles, compañías aéreas, etc.) y los usuarios finales de los mismos y crean valor en la cadena que existe entre la oferta (productores) y la demanda (consumidores finales o usuarios) de estos servicios.

Concretamente, el grupo de la adquirente, IBEROSTAR, y el Negocio de TUI ESPAÑA por adquirir se mueven en el ámbito de las agencias de viajes, las cuales actúan en mercados definidos y analizados en numerosas ocasiones por parte de las autoridades nacionales y comunitarias de defensa de la competencia³.

De acuerdo con tales precedentes, las agencias de viajes, según la actividad realizada, pueden ser mayoristas, minoristas y mixtas (minoristas-mayoristas)⁴. En este último caso, se trata de agencias que venden sus propios productos mayoristas directamente al público a través de establecimientos de su propiedad.

En el caso que nos ocupa, el grupo adquirente actúa como minorista-mayorista, toda vez que comercializa en sus propios establecimientos al público o agencias minoristas productos mayoristas (paquetes turísticos), tanto de otros operadores, como propios.

Atendiendo al sentido del flujo del turismo, dentro de las agencias de viajes cabe distinguir emisoras de receptoras. Las primeras están centradas en ofertar transporte y/o otros servicios al consumidor final, mientras que las receptoras, por lo general minoristas, se encargan de prestar servicios a los turistas que previamente han contratado su viaje en su zona de origen con otros mayoristas o minoristas, estableciéndose acuerdos de colaboración entre ambos. En concreto, se trata de aquellos operadores que se encargan de efectuar reservas de alojamiento, recepción de viajeros, concertación de transportes, excursiones, prestación de guías y otros servicios de destino relacionados.

En el caso de la presente operación de concentración, tanto VIAJES IBERIA como el negocio adquirido a TUI ESPAÑA coinciden en las actividades propias de las Agencias de Viajes Minoristas, ofertando prácticamente toda la gama de servicios turísticos existentes en el mercado, tanto paquetes turísticos como servicios (billetes de transporte aéreo, de transporte marítimo, hoteles y apartamentos, etc.) independientes que son ofertados y vendidos por el propio proveedor de los mismos.

Como se ha indicado, es de resaltar que no es objeto de adquisición por IBEROSTAR la actividad de receptivo de TUI ESPAÑA. Es más, TUI ESPAÑA se mantiene presente en el sector de viajes de negocio.

³ Expedientes nacionales de control de concentraciones: N-03003 IBEROSTAR/TURAVIA CLUB, N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR, N-03031 TEINVER/TIEMPO LIBRE, N-03070 BARCELÓ CORP./BARCELÓ y N-03078 VIAJES IBEROJET/VIVA TOURS, del SDC. Así como, entre otros, los casos comunitarios nº IV/M.229 THOMAS COOK/LTU/WEST; IV/M.564 HAVAS VOYAGES/AMERICAN EXPRESS; IV/M.867 WAGON LITS/CARLSON; IV/M.988 MAERKS/DFDS; y IV/M.1524 AIRTOURS/FIRST CHOICE.

⁴ Ver R.D. 271/1988, de 25 de marzo, por el que se regula el ejercicio de las actividades de las Agencias de Viajes, desarrollado por la O.M. de 14 de abril de 1988.



En consecuencia, se considera potencialmente afectado por la operación notificada el **mercado minorista vacacional**. No obstante, habida cuenta del carácter integrado del Grupo IBEROSTAR, serán asimismo objeto de análisis en el presente informe mercados verticalmente relacionados tales como el mayorista, hotelero, aéreo y de cruceros.

Así, por lo que respecta al **mercado mayorista de agencias de viajes**, IBEROSTAR opera a través de VIAJES IBEROJET, S.A., TURAVIA CLUB, S.A., habiendo adquirido recientemente el Touroperador VIVA TOURS⁵.

En cuanto al **mercado hotelero**, el grupo adquirente cuenta con 44 hoteles en España, y 24 en el extranjero, ofreciendo plazas tanto a terceros touroperadores como a minoristas.

Por lo que respecta al **mercado del transporte aéreo**, IBEROSTAR cuenta con su propia compañía chárter, IBERWORLD, la cual, si bien se utiliza fundamentalmente para los viajes combinados ofertados por el propio grupo, también ofrece billetes a otros operadores mayoristas. La flota de dicha compañía se compone de seis aeronaves A320-200, una aeronave A330-300, y una aeronave A330-200.

IBEROSTAR actúa igualmente en el **mercado de cruceros**⁶, explotando diversos buques. Recientemente, según publicaciones especializadas⁷, VIAJES IBEROJET ha adquirido un buque para su filial GESTORA DE SPANISH CRUISE LINE, S.A. –actualmente inactiva-, participada al 50% por IBEROJET y CIA. TRANSMEDITERRÁNEA, S.A.

V. 2. Mercado geográfico

Tanto los mercados de agencias de viajes minoristas como mayoristas o de touroperadores, se consideran de ámbito nacional⁸.

En cuanto a la dimensión geográfica del mercado hotelero, de acuerdo con los criterios establecidos en casos precedentes, tanto nacionales como de dimensión comunitaria, es aconsejable analizar el impacto de toda concentración desde una doble dimensión: como un único mercado nacional y como múltiples mercados locales. Por lo que se refiere al mercado del suministro a operadores turísticos de servicios de transporte aéreo (chárter), también se considera de ámbito nacional, ya que los operadores turísticos y las compañías aéreas pueden en general desplazar fácilmente sus aviones y vuelos entre los distintos aeropuertos nacionales a excepción de aquéllos con disponibilidad limitada de franjas horarias. El mercado de cruceros también es definido como nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

De acuerdo con los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, el sector turístico aportó en 2002 el 11,8% del PIB, frente al 12,1% registrado en el ejercicio precedente. Supuso unos ingresos de más de 40.597 millones de euros en la balanza exterior española frente a los

⁵ Ver N-03078 VIAJES IBEROJET/VIVA TOURS

⁶ Ver Asunto nº IV/M 2706 CARNIVAL CORPORATION/P&O PRINCESS.

⁷ Fuente: Hostelmarket, 15 de febrero 2004.

⁸ Ver Informes del SDC en los Exptes. N-03003 IBEROSTAR/TURAVIA CLUB; N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR; N-03031 TEINVER (MARSANS)/TIEMPO LIBRE y Decisiones de la Comisión en los Asuntos nº IV/M.350 WEST L.B./THOMAS COOK/LTU y COMP/M.2627 OTTO VERSAND/SABRE/TRAVELOCITY JV.

10.750 gastados por los turistas españoles en el resto del mundo. El saldo positivo del turismo sobre la economía española (29.847 millones de euros) representó el 3,4% del PIB en 2002 frente al 4,7% en 2001, cubriendo un 65% del déficit comercial español.

En el ejercicio 2002, últimos datos a los que se ha podido acceder, un 24% del volumen de ventas se correspondería con el negocio mayorista (touroperador) y el 76% restante con el minorista (agencias de viajes)⁹.

Tanto en el mercado mayorista como en el minorista, los diez primeros operadores de los respectivos "rankings"¹⁰ vendrían a representar el 50% del total del mercado de que se trate, encontrándose ambos mercados inmersos en un proceso de concentración que, por el momento, se encuentra lejos del de otros países comunitarios de nuestro entorno¹¹.

VI.2.- Estructura de la oferta

a) Mercado minorista

La oferta del mercado minorista nacional se caracteriza por su atomización, con más de 600 empresas registradas en 2002 que alcanzaron una facturación global de 8.490,1 millones de euros¹². Dichas agencias contarían con más de 5.000 puntos de venta repartidos por toda España, facturando las diez primeras del ranking un total de 4.765,3 millones de euros, lo que representa un 56% de la facturación global.

De acuerdo con información facilitada por la notificante, basada en datos Nexotour/Editour, la estructura del mercado minorista español en los ejercicios 2000 a 2002 habría sido la siguiente en volumen de ventas:

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE AGENCIAS MINORISTAS EN ESPAÑA POR VOLUMEN DE VENTAS				
Operadores	2001		2002	
	MEUROS	Cuota	MEUROS	Cuota
EL CORTE INGLÉS, S.A. VIAJES	1.150,60	15,15%	1.336,10	15,74%
HALCÓN VIAJES	706,45	9,30%	735,59	8,66%
VIAJES ECUADOR*	231,70	3,05%	278,50	3,28%
VIAJES MARSANS	511,57	6,74%	630,19	7,42%
BARCELÓ VIAJES	460,30	6,06%	458,81	5,40%
CWT VIAJES DE EMPRESA	413,98	5,45%	425,30	5,01%
VIAJES IBERIA	360,61	4,75%	416,98	4,91%
JUMBO TOURS	180	2,37%	193	2,27%
EROSKI BIDAIK	135,52	1,78%	153,84	1,81%
TUI CENTRO DE VIAJES	134	1,76%	137	1,61%
VIAJES OLYMPIA	108,47	1,43%	114,50	1,35%
TOTAL 10 PRIMERAS	4.393,20	57,86%	4.879,81	57,48%
TOTAL	7.593,3	100,00%	8.490,1	100,00%

Fuente: Notificación a partir de datos Nexotour/Editour

*Nota del SDC: GLOBALIA

⁹ Excluidas de esta categoría las denominadas agencias minoristas-mayoristas que venden directamente al público sus propios productos (mixtas).

¹⁰ Ver N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR, N-03070 BARCELÓ CORPORACIÓN/V. BARCELÓ y N-03078 VIAJES IBEROJET/VIVA TOURS.

¹¹ Ver decisiones de la Comisión relativas al Caso nº COMP/M.2691 –TUI/NOUVELLES FRONTIÈRES, y Caso nº COMP/M.2186 – PREUSSAG/NOUVELLES FRONTIÈRES.

¹² Fuente: Ranking Nexotour de Agencias de Viajes, 2002.



Asimismo, de acuerdo con datos obrantes en este Servicio, por número de establecimientos, para el ejercicio 2001, ofrecería la siguiente estructura:

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE AGENCIAS MINORISTAS EN ESPAÑA POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS (Ejercicio 2001)		
Operadores	Número	Cuota
GLOBALIA	1.019	20,0%
EL CORTE INGLÉS, S.A. VIAJES	525	10,2%
VIAJES MARSANS	444	8,7%
BARCELÓ VIAJES	375	7,3%
VIAJES IBERIA	300	5,9%
CARLSON WAGON LIT*	138	2,7%
EROSKI BIDAIAK, S.A.	104	2,0%
TUI CENTRO DE VIAJES	47	0,9%
JUMBO TOURS ESPAÑA	27	0,5%
TOTAL 9 PRIMERAS	2.134	41,0%
TOTAL	5.113	100,0%

Fuente: SDC a partir de datos Nexotour

Nota: CWL en la actualidad sólo se encuentra presente en no vacacional. Sus actividades en vacacional fueron adquiridas por GLOBALIA.

Con independencia de lo anterior, cabe señalar la creciente presencia de los denominados “grupos de gestión”, formados por la unión de pequeñas y medianas agencias minoristas independientes mediante acuerdos comerciales y planes de marketing conjuntos, que en algunos casos propician proyectos de integración a partir de una marca e imagen corporativa común.

Estas agrupaciones comerciales han propiciado entidades jurídicas cuyos objetivos son mantener y potenciar la remuneración que reciben de los proveedores, así como mejorar la imagen de calidad y garantía en el servicio ante sus clientes. Los nombres más difundidos de estos grupos de gestión son: ACUAMA, AVANTURS, Europa, AVASA, GEA, M-70, OVER, RET, STAR, UNIDA y el grupo GEBTA.

Otro aspecto destacable de este mercado es el elevado grado de vinculaciones derivadas, en parte, de la integración vertical existente en el sector turístico. En este sentido, la adquirente tienen por competidores a diversos grupos de carácter integrado: GLOBALIA, MARSANS y BARCELÓ, así como operadores tan relevantes como EL CORTE INGLÉS.

En particular, y por lo que respecta al número y ubicación de los establecimientos minoristas de la Adquirente y Negocio por adquirir, en la actualidad, VIAJES IBERIA cuenta con 359 puntos de venta, de los cuales 302 están dedicados al negocio vacacional y 57 son no vacacionales, es decir, orientados a dar servicios a las empresas. En cuanto al Negocio de TUI ESPAÑA por adquirir, por su parte, posee 63 agencias de viajes de carácter vacacional, que constituyen el objeto de transmisión de la operación analizada.

Las oficinas o agencias vacacionales de VIAJES IBERIA y del Negocio TUI ESPAÑA se reparten por el territorio nacional como se contempla en el siguiente cuadro:

REPARTO GEOGRÁFICO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES			
Zona	VIAJES IBERIA	TUI ESPAÑA	TOTAL
Cataluña	73	25	98
Norte	51	3	54
Levante	36	4	40
Navarra y Aragón	8	4	12

REPARTO GEOGRÁFICO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES			
Zona	VIAJES IBERIA	TUI ESPAÑA	TOTAL
Canarias	16	6	22
Centro	94	12	106
Andalucía	11	4	15
Baleares	13	5	18
TOTAL	302	63	365

Fuente: Notificación

b) Otros mercados relacionados verticalmente

De acuerdo con los precedentes, la integración en un mismo grupo de actividades de agencia minorista, mayorista, vuelos chárter y suministro de plazas de alojamiento, implica para el operador turístico de que se trate, en este caso IBEROSTAR, una serie de ventajas competitivas. Además de que permite al operador disponer de varias fuentes de ingresos y controlar los elementos principales de sus costes, reduce sus riesgos. De esta forma, el grupo dispone de más economías transaccionales importantes con respecto a los operadores no integrados.

- Mercado mayorista

El Grupo IBEROSTAR lidera en la actualidad el mercado español de agencias mayoristas a través del touroperador VIAJES IBEROJET, con una cuota del 18,8%.

Entre un 25-30% de los paquetes turísticos comercializados por VIAJES IBERIA a través de sus agencias minoristas son productos o paquetes turísticos ofertados por el mismo grupo IBEROSTAR. Otros proveedores mayoristas de VIAJES IBERIA son CONDOR VACACIONES ([...]), TRAVELPLAN ([...]), VIAJES EUROMA-EUROPLAYAS ([...]) y SOLTOUR ([...]).

A su vez, VIAJES IBERIA e IBEROSERVICES (agencia de receptivo), representa aproximadamente el [...] de las ventas del mayorista del grupo IBEROJET, siendo el resto comercializado a través de terceros ajenos al grupo.

Con respecto al Negocio TUI ESPAÑA, entre sus proveedores mayoristas se encuentra IBEROJET/SOLPLAN con un 4,39% de su volumen de compras global. Otros proveedores serían AMBASSASOR TOURS (3,48%), su Touroperador, así como TRAVELPLAN (1,44%) y POLITOURS (1,33%) entre otros.

- Mercado del transporte aéreo

Por lo que respecta a VIAJES IBERIA, como ya se ha indicado, su principal proveedor de paquetes turísticos es la mayorista del grupo, IBEROJET, que a su vez realizó un 33,24% de sus compras en 2002 con la línea aérea del grupo (IBERWORLD). No obstante, VIAJES IBERIA no contrata mayoritariamente con ésta, sino con un conjunto de compañías, preferentemente IBERIA ([...]), SPANAIR ([...]) y AIR EUROPA ([...]). Asimismo, es práctica habitual del sector comprar cupos a otras compañías o touroperadores, ya que en muchos destinos el riesgo de un avión entero es muy elevado.

- Mercado hotelero

IBEROSTAR cuenta con 68 hoteles, 44 de ellos en España, ofreciendo plazas hoteleras tanto a touroperadores como a minoristas. El número de plazas hoteleras propias disponibles por el grupo no es suficiente para cubrir sus necesidades ([...]), de ahí que la adquisición por IBEROSTAR de tales plazas se encuentre muy dispersa.



En relación a los proveedores de plazas hoteleras de VIAJES IBERIA, en la notificación se cita a TRANS VACACIONES-TRANSHOTEL (0,94% del volumen global de compras), EUROSTARS HOTUSA-BARCELONA- (0,65%) y los hoteles y apartamentos IBEROSTAR (0,20%).

- Mercado de cruceros

La oferta de plazas de crucero en España a través de agencias minoristas se cuantifica aproximadamente en 6.500 plazas semanales. IBEROSTAR posee el 100% del capital social de SPANISH CRUISES LINE¹³, empresa dedicada a la explotación de un crucero (el buque "Bolero"), lo que le permite llevar a cabo la comercialización de 780 plazas semanales.

VI.3.- Estructura de la demanda y de la distribución

La demanda del mercado minorista se compone fundamentalmente del consumidor final que demanda los servicios turísticos ofrecidos por las agencias de viajes minoristas.

De acuerdo con la información aportada, la demanda de VIAJES IBERIA y TUI ESPAÑA en 2003 está muy atomizada, sin que ningún cliente individual tenga una participación superior al 2% en su facturación.

Tanto VIAJES IBERIA como TUI ESPAÑA realizan la venta de los servicios que ofertan al cliente final a través de las oficinas relacionadas en el apartado VI.2.

VI.4.- Fijación de precios

Los precios de venta de los paquetes turísticos publicados en los folletos o catálogos de cada touroperador están fijados por la suma del precio de los diferentes servicios (contratación hotelera, aérea, traslados, seguros, etc.) así como la retribución al canal por su distribución (agentes minoristas).

En este sentido, la notificante señala que los precios de los servicios que ofertan las agencias de viajes minoristas los determina cada proveedor de los mismos. Dada la condición de intermediarios de las agencias de viajes, la forma de remuneración a la agencia de viajes es a través de una comisión que percibe directamente del prestador del servicio. Igualmente, en función de la cuantía de dicha comisión, la agencia puede cobrar una cantidad directamente al cliente en concepto de gastos de gestión que variará en función de la comisión cobrada por el proveedor.

Los siguientes cuadros muestran los gastos de gestión cobrados por VIAJES IBERIA y TUI ESPAÑA en el ejercicio 2003:

GASTOS DE GESTIÓN DE VIAJES IBERIA EN 2003 - en €-		
Concepto	IBERIA	TUI
Billete de avión interinsular y nacional	2	3
Billete de avión internacional	3	3
Cambios o cierres de otras agencias	3	3
Ferrocarriles y barco	3	3

¹³ IBEROSTAR elevó recientemente su participación del 33% al 100% con la adquisición de las participaciones de FESTIVAL CRUCEROS y TRANSMEDITERRÁNEA.

GASTOS DE GESTIÓN DE VIAJES IBERIA EN 2003 - en € -		
Concepto	IBERIA	TUI
Hotel nacional	3	3
Hotel internacional	4,5	6
Talones hoteles	3	3
Mayoristas	4	5
Alquiler de coches	3	3

Fuente: Notificación

VI.5.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

Las principales formas de competencia en el mercado minorista son, según la notificante, la proximidad de las oficinas al cliente, el servicio prestado unido a la experiencia en el sector y los servicios informáticos de los que está dotada la agencia, toda vez que permite ofrecer un servicio más rápido al cliente y las mejores ofertas que los proveedores de servicios hayan puesto a disposición de la misma.

En opinión de la notificante, no existen barreras a la entrada en el mercado de nuevos operadores en cuanto a la disponibilidad de los inputs necesarios para introducirse en el negocio, ya que no hay limitación alguna para proceder a la venta de los diversos servicios turísticos. Tampoco existen barreras derivadas de autorizaciones administrativas o controles legales o administrativos, dado que los requisitos de este tipo son pocos y relativamente sencillos de cumplir¹⁴.

Como consecuencia de lo anterior, la inexistencia de barreras de entrada permite que el mercado minorista de servicios turísticos presente una oferta compuesta por un elevado número de operadores (más de 600), coexistiendo agencias minoristas de tamaño medio o pequeño con grandes grupos generalistas.

A este respecto, la notificante subraya la reciente entrada en el mercado de la agencia minorista PLANTOUR, que cuenta con más de 63 oficinas. Asimismo, QUO VIAJES, que inició su actividad hace aproximadamente un año y medio, cuenta ya con 50 oficinas y 120 empleados, situándose en el número 234 del ranking Nexotour.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

a) Posición en el mercado.

Como consecuencia de la operación de concentración notificada, se refuerza el Grupo IBEROSTAR como uno de los más relevantes grupos turísticos nacionales.

En concreto, el grupo aumentará su red de agencias minoristas, que opera bajo la enseña de "Viajes Iberia", al añadirse las 63 oficinas de TUI España objeto de compraventa.

Así, IBEROSTAR refuerza ligeramente su cuota en el mercado de agencias minoristas, situándose en cuarto lugar por volumen de ventas, con un 6,5% de cuota, tras EL CORTE INGLÉS (15,7%), GLOBALIA (12%) y MARSANS (7,4%), y seguido por VIAJES BARCELÓ (5,4%). Asimismo, ocupará la quinta posición por número de establecimientos, con un 6,8% de cuota, tras los operadores mencionados, liderados por GLOBALIA con una cuota del 20%.

¹⁴ Ver N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR



Considerando los aspectos verticales, IBEROSTAR es el primer operador en el mercado mayorista, en el que su touroperador VIAJES IBEROJET ostenta una cuota del 18,8%, viendo reforzada su integración con la expansión de su red de agencias minoristas.

b) Competencia actual - competencia potencial - barreras a la entrada.

Aunque el grupo de la adquirente refuerza su posición tras la ejecución de la operación de concentración, existen empresas en el mercado que disponen de los recursos y la experiencia necesarios para competir eficazmente en el mismo.

Así, por lo que respecta a la competencia actual, el negocio minorista de IBEROSTAR cuenta con competidores tales como VIAJES EL CORTE INGLÉS, HALCÓN VIAJES y VIAJES ECUADOR (GLOBALIA), VIAJES MARSANS o BARCELÓ VIAJES. Se trata también de grupos integrados verticalmente, total o parcialmente, con posiciones comparables o superiores en el ámbito de las agencias de viajes.

Un elemento importante en el ámbito de los servicios turísticos es la existencia de vínculos estructurales o circunstanciales entre los principales operadores. En este sentido, de acuerdo con la notificación, IBEROSTAR no tiene vínculos estructurales con otros operadores y, en todo caso, la operación de concentración no supone un cambio en este ámbito.

Estos mercados no presentan barreras a la entrada específicas o significativas. En particular, cabe señalar que la integración vertical del grupo IBEROSTAR no parece haber supuesto hasta el momento una barrera a la entrada; las ventas de servicios de transporte aéreo, plazas hoteleras, servicios mayoristas y minoristas entre las empresas del grupo, aunque significativas en algún caso, coexisten con la compra a otros operadores, tanto independientes como integrados.

c) Conclusiones

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.