



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06089

ROYAL CARIBBEAN CRUISES / PULLMANTUR

Con fecha 19 de septiembre de 2006 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa ROYAL CARIBBEAN CRUISES Ltd (en adelante RCCL) del control exclusivo sobre PULLMANTUR S.A. (PULLMANTUR).

Dicha notificación ha sido realizada por los representantes de RCCL 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 a. 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".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **19 de octubre de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la adquisición por parte de la empresa ROYAL CARIBBEAN CRUISES Ltd (RCCL) del control exclusivo sobre PULLMANTUR S.A. (PULLMANTUR).

RCCL adquirirá la totalidad del capital de PULLMANTUR a Travel Bus y Teinver [...]¹.

Como resultado de la operación, RCCL adquiere indirectamente la totalidad del capital de Pullmantur Cruises (y sus filiales de [...]) y de la sociedad portuguesa Pullmantur Turismo e Viagens Unipessoal, así como el [...] de Pullmantur Air (participación no de control).

Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Portugal y España.

¹ Con carácter previo a la operación, PULLMANTUR desinvertirá participaciones en distintas sociedades [...].



II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia (cláusula 8.3 del contrato) por la que durante un período de tres años desde la fecha de ejecución del contrato los vendedores se comprometen a no actuar individual o colectivamente, directa o indirectamente, en el sector de cruceros. En particular, no constituirán empresas en el sector de cruceros ni promoverán ofertas de empleo.

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 (2005/C56/03), se considera que en el presente caso la duración de la cláusula de no competencia no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. ROYAL CARIBBEAN CRUISES Ltd (RCCL)

RCCL es la matriz del Grupo RCCL. Se constituyó en Liberia en 1985 y su sede operativa se halla en Miami. Cotiza en las Bolsas de Nueva York y Oslo, siendo sus principales accionistas las compañías Wihelmsen AS (21,21%) y Cruise Associates (16,01%).

RCCL organiza cruceros marítimos a nivel mundial, con 200 destinos (sobre todo, en el continente americano, aunque también en Europa y cruceros transoceánicos). Dispone de 29 barcos, con una capacidad de 63.272 pasajeros y opera fundamentalmente a través de dos marcas: Royal Caribbean Internacional y Celebrity Cruises.

Bajo la primera marca ofrece servicios a bordo, como piscinas, solariums, salones de belleza, gimnasios, spas, pistas de patinaje sobre hielo, bares, cines, etc. y las “Royal Promenades”, esto es, pasillos con tiendas, restaurantes y locales de ocio. Los barcos operados bajo la marca Celebrity Cruises ofrecen, además, servicios más especializados dirigidos a clientes con mayor capacidad económica, como excursiones en tierra bajo la marca “Celebrity Expeditions”.

RCCL posee el 50% de Sunshine Cruises Ltd (empresa en participación junto con First Choice), que explota la marca de cruceros Island Cruises que, a su vez, dispone de dos barcos (Island Escape y Island Star) y capacidad para 3.048 pasajeros.

En España, RCCL opera a través de su filial Royal Caribbean Cruises España, S.L., constituida en octubre de 2005, que se dedica a la promoción y venta de cruceros marítimos y representa el [...] de su volumen de negocios.



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

Volumen de ventas de RCCL (millones euros)			
	2003	2004	2005²
Mundial ³	<5.000	<5.000	<5.000
Unión Europea	<240	<240	>240
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación

IV.2 PULLMANTUR S.A. (PULLMANTUR)

PULLMANTUR es una sociedad perteneciente a Teinver S.A. ([...])% y Travel Bus S.A. ([...])%, empresas pertenecientes al Grupo GG (Gonzalo Pascual y Gerardo Díaz) accionistas, a su vez, del Grupo Marsans. Desarrolla principalmente tres líneas de negocio:

- viajes en crucero, mediante la comercialización y explotación de cinco cruceros. Es la actividad que representa la mayor parte de su volumen de negocio.
- Venta al por mayor de paquetes vacacionales, ofreciendo soluciones vacacionales en tierra como tour operador, tanto a clientes españoles (fundamentalmente, viajes al Caribe) como latinoamericanos (viajes a Europa y España, a través de la marca Paditour). Esta actividad le reporta el [...])% de sus ingresos.
- Alquiler de capacidad aérea, a través de su filial Pullmantur Air, S.A. Se trata del alquiler de aeronaves (tres), generalmente con tripulación, a compañías aéreas o tour operadores. Esta actividad le reporta el [...])% de su volumen de negocios.

PULLMANTUR realiza también otras actividades, como el leasing de cruceros a [...], la comercialización de hoteles rurales en Andalucía y la venta de viajes en grupo, que le reportan ingresos poco significativos.

PULLMANTUR controla Pullmantur Cruises (y sus filiales de [...]) y la sociedad portuguesa Pullmantur Turismo e Viagens Unipessoal. Asimismo, posee el [...])% de Pullmantur Air, participación que no le otorga control.

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

Volumen de ventas de PULLMANTUR (millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	<5.000	<5.000	<5.000
Unión Europea	<240	<240	<240
España	>60	>60	>60

Fuente: Notificación

² Excluidas las ventas de la empresa en participación Island Cruises, que en 2005 fueron 60,98 millones de euros en el mundo, 50,99 millones en UE y 0 en España.

³ Incluye las ventas realizadas a bordo.



V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

La operación afecta al sector de ocio y vacaciones y, en particular, a la prestación de servicios de cruceros marítimos.

Los cruceros marítimos consisten en viajes de recreo por aguas marinas durante varios días, a bordo de buques que ofrecen alojamiento y ocio, tanto en el propio barco como en los puertos en los que atracan.

La Comisión Europea⁴ considera que los viajes en crucero presentan características propias que los diferencian de otras soluciones vacacionales, como el atractivo de los itinerarios y secuencia de los destinos, la comodidad de no tener que hacer y deshacer el equipaje y el servicio de todo incluido a bordo del barco. Por ello, los cruceros constituyen un mercado separado de otras formas de vacaciones.

Asimismo, la Comisión define los cruceros marítimos como un mercado relevante, distinto de los cruceros por ríos y de los ferrys costeros. Además, aún cuando existen algunas diferencias entre los cruceros de lujo, premium o de prestigio y de clase económica, considera que no son tan sustanciales como para constituir mercados distintos.

En este caso, ambas partes prestan servicios de cruceros marítimos, pero no disponen de barcos de la categoría “lujo”.

Adicionalmente, PULLMANTUR ofrece viajes al por mayor, si bien su cuota en España es inferior al 5%.

A la vista de lo anterior, a los efectos de la operación se considera como mercado relevante la prestación de servicios de cruceros marítimos.

V. 2. Mercado geográfico

De acuerdo con la Comisión⁵, el mercado de cruceros tiene dimensión nacional debido a que la distribución, marketing, precios, presencia de operadores, hábitos de clientes y grado de desarrollo del mercado varían de país a país.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

En los últimos treinta años los viajes en crucero han pasado de ser una forma de transporte a una opción de vacaciones, constituyendo el producto turístico con el crecimiento más rápido. Actualmente existen en el mundo unas 250 embarcaciones, que transportan 13 millones de pasajeros al año y generan ingresos cercanos a 16.000 millones de euros.

La oferta del mercado de prestación de servicios de cruceros marítimos está constituida por grandes empresas de cruceros o tour operadores que ofrecen viajes de recreo, en barcos más o menos grandes y destinos más o menos cercanos y exóticos.

⁴ M.2706 Carnival Corporation/P&O Princesa, IV/M.0334 Costa Crociere/Cargues/Accor.

⁵ M.2706 Carnival Corporation/P&O Princesa, IV/M.334 - Costa Crociere/Chargeurs/Accor.

La evolución del mercado en España se refleja a continuación:

Mercado español de prestación de servicios de cruceros marítimos			
	2003	2004	2005
Nº pasajeros (miles)	246	264,3	303,1
Ingresos (millones euros)	204,2	268,6	303,8

Existe una fuerte competencia entre los operadores, basada fundamentalmente en los itinerarios, precios y servicios a bordo y, en menor medida, las características del barco y las excursiones que se ofrecen en tierra.

VI.2.- Estructura de la oferta

Los principales operadores en el mercado español, al margen de las partes, son:

- Costa Cruceros, filial de Carnival Corporation, el operador más importante a nivel mundial, poseedor de 75 embarcaciones.
- Iberojet Cruceros, del Grupo Iberostar, con tres buques.
- MSC Cruceros, principal operador en Italia, con ocho buques, que se ampliarán hasta diecisiete.
- Globalia Cruceros, perteneciente a Globalia, propietaria de las agencias Halcón Viajes y Viajes Ecuador. Dispone de tres embarcaciones.

A continuación se reflejan las cuotas en el mercado de prestación de servicios de cruceros marítimos en términos de volumen de ventas y número de pasajeros para el año 2005 en España:

Mercado español de prestación de servicios de cruceros marítimos. 2005												
	Volumen de ventas (millones)						Número de pasajeros (miles)					
	2003		2004		2005		2003		2004		2005	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
PULLMANTUR	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
RCCL	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RCCL+ PULLMANTUR	[...]	[50-60]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
Costa Cruceros	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
Iberojet	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
MSC Cruceros	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Globalia	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[30-40]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TOTAL	204,2	100	268,6	100	308,8	100	246	100	264,3	100	303,1	100

Fuente: Notificante

PULLMANTUR es el principal operador de un mercado altamente concentrado, en el que los tres principales operadores (PULLMANTUR, Costa Cruceros e Iberojet) concentran casi el [70-80] % del mercado.



La operación le permite a RCCL, cuarto operador por volumen de ventas [0-10]% y quinto en número de pasajeros [0-10]%, convertirse en el primero, con una conjunta de [40-50]%

Por otra parte, RCCL apenas cuenta con proveedores en España (representan el [...]%) de su volumen de compras), excepto los necesarios para la reposición de combustible y utilización de puertos de embarque. En cambio, PULLMANTUR recurre fundamentalmente a proveedores establecidos en España, entre los que destacan [...].

VI.3.- Estructura de la demanda

Los clientes finales de cruceros marítimos son turistas que demandan soluciones vacacionales integrales que incluyan transporte, alojamiento y régimen de pensión completa o media pensión.

El modelo de pasajero de crucero ha evolucionado paralelamente a la expansión del mercado en España, desde viajeros de edad avanzada, con alto poder adquisitivo, que viajaban sin hijos a familias con hijos, estudiantes, parejas de novios o grupos de amigos.

Según el notificante, se prevé que la demanda en España se duplique en los próximos cinco años, incremento que se verá favorecido por el desarrollo de la infraestructura portuaria y las mejoras en la red viaria y transporte público, que facilitan el acceso a los puertos.

De acuerdo con el notificante, a nivel minorista resulta complicado identificar los clientes de las partes, dado que la demanda se encuentra muy atomizada. En todo caso, el grueso de las ventas se realiza a través de las principales agencias turísticas del país. En particular, los principales tour operadores a través de los cuales RCCL comercializa sus viajes son [...].

Por su parte, PULLMANTUR vende sus cruceros fundamentalmente a través de [...].

VI.4.- Estructura de la distribución

Según el notificante, la comercialización de viajes en crucero no difiere respecto a otras modalidades de paquetes turísticos. Suele realizarse a través de agencias de viaje mayoristas, minoristas e Internet. La promoción se realiza a través de publicidad directa en periódicos y otro tipo de publicaciones, así como mediante la difusión de folletos de calidad.

La única diferencia destacable respecto a otro tipo de viajes se refiere a la mayor anticipación de la reserva de las vacaciones en crucero.

VI.5.- Fijación de precios

Los precios son una de las principales variables en las que compiten los operadores de cruceros. Dependen de la calidad y prestaciones del producto ofrecido, así como de la ruta operada.

El notificante ofrece una comparativa de precios atendiendo al trayecto, fechas del viaje y categoría del alojamiento, de la que se deriva que los cruceros ofrecidos por RCCL se encuentran entre los más caros y los de PULLMANTUR entre los más baratos.

VI.6.- Competencia potencial - barreras a la entrada

El notificante señala que las limitaciones para la prestación de servicios de crucero provienen de la necesidad de obtener los permisos necesarios, la contratación de personal y el acceso a las embarcaciones, todos ellos obstáculos fácilmente superables, que no constituyen barreras significativas de acceso. En concreto, la obtención del capital necesario para acceder a



las embarcaciones no impide la entrada, dado que no es necesario encargar su construcción, sino que es posible adquirirlas de segundo mano o recurrir al alquiler o leasing.

Tampoco existen restricciones a la creación o acceso a redes de distribución. La distribución de los paquetes de viajes no se rige por relaciones en exclusiva y las principales agencias de viajes del país venden cruceros de la totalidad de los operadores.

Por último, el conocimiento de la marca no constituye en sí una barrera significativa, puesto que el mercado se encuentra en una situación incipiente y en plena expansión.

Según el notificante, los cruceros constituyen un concepto relativamente nuevo en España y aunque el mercado haya crecido de forma espectacular el grado de penetración sigue siendo muy bajo (apenas un [...] % de los viajeros), lo que permite un fácil acceso a los competidores.

En este sentido, cabe señalar la entrada de dos operadores en los tres últimos años: Iberojet, con tres barcos y Globalia, con dos. La propia PULLMANTUR es ejemplo de nuevo entrante, puesto que inició sus actividades en el mercado español de cruceros en 2001.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la adquisición por parte de la empresa ROYAL CARIBBEAN CRUISES Ltd (RCCL) del control exclusivo sobre PULLMANTUR S.A. (PULLMANTUR) y produce efectos sobre el sector de ocio y vacaciones, en particular, sobre la prestación de servicios de cruceros marítimos.

PULLMANTUR es el principal operador del mercado español de cruceros. La operación permite a RCCL, cuarto operador por volumen de ventas [0-10] % y quinto en número de pasajeros [0-10] %, convertirse en el primero, con una cuota conjunta de [40-50] %, por delante de Costa Cruceros e Iberojet.

Cabe destacar que se trata de un mercado en fase de expansión, con un bajo grado de penetración y sometido a fuerte competencia en precios y destinos.

Además, según el notificante, apenas existen barreras de acceso, como lo muestra el hecho de que en los cinco últimos años han entrado Iberojet y Globalia (tercer y cuarto operador en volumen de ventas, respectivamente) e incluso la propia adquirida, PULLMANTUR, principal operador del mercado español de cruceros, en el que entró en 2001.

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

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.