

Precios ¿ruinosos? y concentraciones en el sector aéreo

Desde que Pig'n Whistle, el restaurante de Los Ángeles conocido por sus *spicy calamari*, sirviera por primera vez el catering de la Western Air Express en 1929 para hacer más cómodo el viaje a los pasajeros, muchas cosas han cambiado en el sector aéreo. Con la crisis producida tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, las líneas aéreas comenzaron un proceso de reducción de costes que, sin embargo, no parece que hayan sido suficientes, como lo demuestra la ola de concentraciones. Pero vayamos por partes.

Según un interesante artículo publicado en el número de diciembre de la edición norteamericana de *Condé Nast Travel*, a Western Airlines, le siguió United Airlines, que en 1936 introdujo por primera vez la cocina a bordo y la francesa UTA, la primera en servir un menú *gourmand* a base de *coq au vin* y *bouef bourguignon*. En 1929, Transcontinental Air Transport había comenzado a repartir entre los pasajeros juegos de cartas y en 1961 la TWA proyecta una película por primera vez en un vuelo comercial, *Brotos de pasión*, de John Sturges con Lana Turner.

Pero las comodidades empezaron pronto a eliminarse con motivo de la fuerte competencia en precios entre las líneas aéreas. American Airlines realizó el primer recorte en el confort culinario del pasajero de clase turista, eliminando una aceituna en cada ensalada, con lo que ahorró 40.000 dólares anuales. A mitad de los años setenta, American Airlines ya había retirado los pianos ubicados en la zona de relax situada en la cola, aunque no tanto para ahorrar costes, sino por motivos de seguridad: demasiado pasaje se desplazaba hacia la parte trasera, haciendo la aeronave más inestable.

A las líneas estadounidenses les siguieron el resto, especialmente tras los atentados del 11-S. Así, Iberia decidió en 2004 sustituir los anodinos refrigerios gratuitos de la clase turista de vuelos de corto recorrido por los deliciosos sándwiches de pago de Fast Good, como el especial de pan malteado, lomo asado, queso brie, rúcula y aliñado con salsa anciane y cebolla caramelizada.

Pero la reducción en la comodidad del pasaje no ha sido suficiente para capear el temporal, acrecentado por la aparición de las aerolíneas de bajo coste. Según el Informe Financiero del segundo trimestre del 2008 de la IATA, los beneficios netos de las líneas aéreas fueron de 236 millones de dólares, frente a los 8.414 del mismo periodo del año anterior, siendo especialmente significativos los números de las líneas estadounidenses. Estas últimas presentaron unas pérdidas de 784 millones de euros —frente a los 5.142 millones de euros de beneficios del año anterior—, mientras que las líneas europeas y asiáticas mantuvieron cifras en positivo.

Situación económica

Pero si algo sorprende del citado informe es que la reducción de los beneficios se debe, entre otros motivos, a una caída importante en el número de pasajeros, y ello no por un incremento en el precio de los billetes, sino por la situación económica. Ante un incremento significativo de los costes —principalmente la subida en el precio del carburante— las líneas aéreas no han repercutido dicha subida —al menos en su totalidad— en el precio del billete. Según unas recientes declaraciones de Dan Garton, vicepresidente de la división de marketing de American Airlines, las tarifas bajas han convertido artificialmente a los viajeros en adictos al avión. Una adicción con la que parece no obstante difícil terminar, por lo que hacer el trayecto más incómodo al viajero parece ser la única opción para mantener la rentabilidad. Lo anterior, sin embargo, no parece suficiente para "salvar" al sector. British Airways e Iberia o Lufthansa, Brussels Airlines y Austrian Airlines o Delta y Northwest son sólo unos pocos ejemplos de proyectos de concentraciones. Lo curioso es que a estos procesos tampoco son ajenas las líneas aéreas de bajo coste, como lo demuestran los proyectos de concentración entre Ryanair y Aer Lingus o Vueling y Clickair.

Frente a la obvia argumentación de que una reducción del número de competidores, supondrá una reducción de la competencia como paso previo a un incremento del precio en los billetes, puede contestarse que si los operadores desaparecen por la crisis, no habrá competencia que proteger. Confiemos en las autoridades de competencia.

Abogado, Jones Day. Profesor Derecho de la Competencia, Universidad Carlos III