

Medio	Diario Financiero
Fecha	23-09-2010
Mención	Columna de opinión de Claudio Agostini, académico de la Facultad de Economía y Negocios. Escribe sobre los riesgos y oportunidades que supone la fusión de LAN y TAM.

la columna de...

Claudio Agostini



Riesgos y oportunidades para la libre competencia de la fusión LAN-TAM

■ **LA FUSIÓN** de LAN y TAM tiene, en mi opinión, riesgos potenciales para la libre competencia, pero al mismo tiempo puede ser una oportunidad para corregir errores pasados. Es importante decir, en primer lugar, que el hecho de que una empresa nacional se fusione con una extranjera y juntas creen una gran empresa transnacional es, sin duda, un gran éxito empresarial. Sin embargo, ello beneficia fundamentalmente a los dueños de la empresa y no necesariamente es bueno para Chile como un todo.

La evidencia internacional de los famosos "campeones nacionales" es bien contundente al respecto, en la gran mayoría de los casos ganan los dueños del gran campeón nacional del cual todos están orgullosos, pero pierden todos los consumidores y el país está peor.

No es obvio que una fusión entre dos competidores, en especial en un mercado tan concentrado como el de transporte aéreo, sea beneficiosa para todos. Por ejemplo, la fusión de Northwest Airlines con Republic Airlines en 1986 aumentó el poder de mercado de Northwest. Como resultado, las tarifas aumentaron significativamente no sólo en las rutas en que ambas aerolíneas competían antes de la fusión, sino que también en rutas donde sólo una de las aerolíneas competía con otras aerolíneas.

Hay, al menos, dos razones que explican los efectos negativos en la competencia de una

fusión de dos aerolíneas. La primera razón se debe a que se reduce el número de competidores en algunos mercados (en las rutas donde ya compiten las dos) y, aún más importante, se elimina un potencial entrante en muchos otros mercados (rutas donde sólo opera una de las dos). La evidencia es que este efecto no es menor, en Estados Unidos cuando Southwest comenzó a operar en apenas 21 ciudades las tarifas de las aerolíneas incumbentes cayeron entre 11% y 15% en 838 rutas donde Southwest podía potencialmente empezar a operar y estaban, por lo tanto, "amenazadas". En las rutas más concentradas los precios cayeron 20% mostrando el gran impacto que tiene la entrada de un nuevo competidor. La segunda

razón se debe al rol que juegan los programas de viajero frecuente, los cuales generan un costo de cambio artificial importante para los consumidores y reducen la competencia entre aerolíneas (favoreciendo a la con más destinos, aunque no sea la con menores costos). Adicionalmente, entregan una ventaja artificial a la empresa incumbente respecto a un entrante, al forzarlo a tener una red de rutas de tamaño mayor para poder competir.

Sin duda que esto no es razón para impedir la fusión *per se*, pero sí lo es para tomar en cuenta y analizar seriamente sus efectos en el mercado aéreo en Chile. En ese sentido, es una gran oportunidad. Actualmente, existen varias dimensiones en las cuales el

mercado de transporte aéreo de pasajeros no es todo lo competitivo que podría ser. Por un lado, hay malas regulaciones que no impiden potenciales abusos de poder mercado. Por ejemplo, el plan de autorregulación aprobado tras la fusión de LAN con Ladeco tiene por objetivo impedir que LAN ejerza poder de mercado, en especial en rutas “no competitivas” donde es el único operador. Sin embargo, su diseño y la falta de verificación independiente de los datos con los cuales se fiscaliza no garantizan que ello ocurra y abre espacios para que potencialmente se pueda ejercer poder de mercado sin caer en incumplimientos. Esta es una buena oportunidad para revisar y mejorar sustantivamente el plan de autorregulación de LAN. Por otro lado, hay falta de regulación que dificulta que el mercado funcione competitivamente y los consumidores puedan libremente elegir con qué línea aérea volar y cambiarse fácilmente cuando quieran hacerlo. Un buen ejemplo es que actualmente cuando una aerolínea cancela un vuelo y no entrega el servicio comprado por el consumidor, devuelve el dinero de la compra en cupones que sólo se pueden gastar en futuros viajes en la misma aerolínea. Esto impide que el consumidor compre pasajes con otra línea aérea para su próximo viaje, que es el castigo que el consumidor podría ejercer contra un proveedor cuyos servicios no le satisfacen. Ese castigo es precisamente con el cual funcionan los mercados y se genera competencia entre empresas. Una simple regulación que obligue a devolver la plata en efectivo, incluso con intereses y multas para evitar comportamientos estratégicos, generaría más competencia en la industria.

Facultad Economía y Negocios, Universidad Alberto Hurtado

No es obvio que una fusión entre dos competidores, en especial en un mercado tan concentrado como el de transporte aéreo, sea beneficiosa para todos