



UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

MAESTRÍA EN ECONOMÍA APLICADA

**CAUSAS DEL BAJO NIVEL DE DESARROLLO EN EL
MERCADO AEROCOMERCIAL DOMÉSTICO DE ARGENTINA**

Alumno: Gonzalo Gogorza

Tutor: Hernán Ruffo / Leandro Arozamena

Fecha: Junio de 2016

Lugar: Buenos Aires, Argentina

RESUMEN

El presente trabajo explica la evolución en el nivel de desarrollo de los mercados aerocomerciales domésticos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú como consecuencia de las medidas regulatorias implementadas en cada país. De 1985 al año 2000 el mercado argentino experimenta su mayor nivel de desarrollo como resultado de la desregulación de fines de los 80 donde se liberan la competencia y las tarifas aéreas. El crecimiento de pasajeros del mercado argentino se estanca a partir del año 2000, a diferencia del resto de los mercados analizados que continúan su tendencia creciente. Este trabajo explora si la regulación tarifaria introducida en el año 2002 y la falta de competencia que se mantienen hasta 2015 influyen en el atraso del desarrollo del mercado. Las bandas tarifarias definen un precio mínimo para el mercado, limitando la posibilidad de ofrecer tarifas baratas que permitan acceder al avión a una mayor parte de la población desarrollando la industria.

PALABRAS CLAVE

Desarrollo, Regulación, Precios, Competencia.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CUERPO TEORICO.....	8
CAPÍTULO 1: GESTION DE INGRESOS BASADA EN ESTRATEGIAS DE DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS	8
CUERPO EMPÍRICO	13
CAPÍTULO 2: MÉTODOS.....	13
CAPÍTULO 3: RESULTADOS	16
Subcapítulo 3.1: Comparación de nivel de desarrollo entre países de la región: Argentina, Chile, Brasil, Colombia, Perú	16
Subcapítulo 3.2: Políticas Regulatorias.....	21
Subcapítulo 3.3: Evolución de tarifas	30
Subcapítulo 3.4: Comparación de Precios contra Industria de Micros	36
Subcapítulo 3.5: Comparación de Precios en Rutas con y sin Competencia.....	38
CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN	42
CONCLUSIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	49

INTRODUCCIÓN

La regulación tarifaria es uno de los elementos que permiten medir el grado de liberalización de un mercado aéreo. Como también es importante la legislación para el ingreso de competidores nacionales o extranjeros, las negociaciones de tratados de libertades del aire con otros países, la asignación de los slots de días y horarios de operación en cada aeropuerto a las compañías habilitadas para operar en el mercado. En este trabajo, focalizaremos mayormente en los primeros dos elementos.

La regulación de las tarifas aéreas en la industria aerocomercial tiene larga historia. Durante 1944 a 1947, post segunda guerra mundial, los países con peso en la industria como Estados Unidos y el Reino Unido decidieron una serie de acuerdos para sentar las bases para el desarrollo de la industria. En la conferencia de Chicago y el Acuerdo de Bermuda se discutieron amplias normas de la industria como las libertades del aire y la regulación de tarifas. Para éste último punto es que se crea la IATA (International Air Transport Association) en 1945 donde empresas de 31 países le asignan la función de regular la competencia y fijar tarifas. Estados Unidos, en desacuerdo dado que quería libertades del aire desreguladas creó su propio organismo, el CAB (Civil Aeronautics Board).

Es este organismo quien a mediados de los 70 comienza a impulsar una desregulación de tarifas en Estados Unidos. Contaba con el apoyo del gobierno de Carter, que buscaba reducir la intervención estatal en diversos asuntos y abrir la libre competencia. Por otro lado, comenzaban a aparecer la demanda y operación de vuelos no regulares que no estaban incluidos en los acuerdos de Chicago y Bermuda, y ofrecían tarifas más baratas. En 1978 se firma la ley Deregulation Act, que flexibiliza la creación de nuevas empresas norteamericanas y reducían hasta en un 50% las tarifas vigentes.

El resultado fue un gran crecimiento de la oferta por la aparición de nuevas y pequeñas empresas que buscaban competir con tarifas baratas. Las grandes y antiguas compañías como American, PanAm y Delta se vieron obligadas también a bajar los precios y reducir costos para poder seguir siendo rentables, generando una baja generalizada de los precios en la industria aunque con

mucha dispersión dependiendo de la ruta y la cantidad de competidores. En este nuevo contexto las empresas que optimizaron sus ingresos a través de nuevos conceptos de gestión como el overbooking o la organización por Hubs, y eficientizaron sus costos lograron sobrevivir absorbiendo a las restantes y llevando a la industria a un proceso de consolidación.

Europa por su parte tuvo un proceso de desregulación más tardío. Se rechazó en un primer momento las políticas adoptadas en Estados Unidos, y recién a fines de los 80 se aprobó un tratado para liberalizar las tarifas aéreas dentro de la comunidad europea siempre y cuando se actuara en bases a costos reales y se intervendría en caso de reclamos por la negociación de tarifas.

En Latinoamérica el proceso de desregulación no tuvo un efecto inmediato salvo el caso chileno que adoptó la política de cielos abiertos en 1980. A principios de la década de los 90, Argentina, Colombia y Brasil comienzan un proceso de desregulación flexibilizando las tarifas y la entrada de competidores. A lo largo de la década se suceden privatizaciones de empresas estatales abriendo el juego a nuevos competidores que provocan una baja de tarifas como en Argentina. Recién a mediados de los años 90 se reúnen Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay firmando el Tratado de Fortaleza donde más allá de algunos acuerdos regionales se avanzaba poco en las regulaciones de libertades del aire.

En el resto de los continentes, la situación fue más o menos similar. Con reacciones más o menos tardías, los países que contaban generalmente con una única empresa estatal y subsidiada comenzaron su desregulación tanto de la competencia como de tarifas en muchos casos acompañada de la privatización de las empresas estatales y la aparición de empresas low cost. Según datos de la ICAO (International Civil Aviation Organization), entre 1980 y 1992 el transporte aerocomercial mundial se duplicó pasando de medio billón a un billón de pasajeros.

En el caso argentino, sumado a la caída de las torres gemelas que afectó a la industria aérea a nivel global, a fines de 2001 se desata la crisis política y económica argentina que redujo sensiblemente la demanda del mercado doméstico argentino. La recesión impactó directamente en el consumo produciendo menor capacidad de ahorro para destinar a viajes de turismo, y

ahorro de costos por parte de las empresas a través de menores gastos en viajes de negocios. El mercado doméstico argentino sufrió una caída de 23% de pasajeros en 2001 y de 16% en 2002, mientras que el resto de los países de la región promedió un aumento de 4% en 2001 y de 0% en 2002. En Septiembre de 2002, con un mercado doméstico sobre ofertado, baja demanda y con Aerolíneas Argentinas y Austral como único actor importante, el gobierno introduce un decreto para regular las tarifas aéreas fijando bandas tarifarias con el objetivo de preservar la salud del transporte aéreo argentino.

La primera medida relevante del mercado doméstico data de 1956 cuando se introducen las bases de la industria con la ley de Política Nacional en materia Aeronáutica. Se reservaba el tráfico de cabotaje a empresas argentinas y el Estado autorizaba y alentaba el funcionamiento de empresas privadas que se dediquen a realizar ese tráfico, sin perjuicio de proseguir desarrollando su acción mediante las empresas estatales. El surgimiento de Aerolíneas Argentinas y Austral data de 1949 y 1960. En 1949 Juan Domingo Perón opta por crear una única empresa estatal argentina, Aerolíneas Argentinas, que nucleó a las existentes al momento que eran mezcla de capitales privados y públicos. Austral es un proyecto privado que tuvo éxito a través de subsidios compitiendo con Aerolíneas Argentina entre las décadas de 1960 y 1980.

En la década de los 70 se toman las primeras medidas de regulación del mercado doméstico. Se avanza en la monopolización del mercado limitando la entrada de competidores asegurando a Aerolíneas Argentinas un 50% del mismo. Se explicita la posibilidad de otorgar planes de ayuda para aerolíneas de bandera nacional y se reserva la facultad de fijar tarifas al Estado. Se suceden varias medidas de política tarifaria perjudicando a Austral llevándola a la quiebra, siendo licitada y adjudicada a Cielos del Sur para volver a funcionar recién en 1987.

A fines de la década del 80 se avanza en la desmonopolización y desregulación del mercado. Con el nuevo gobierno de Carlos Menem se anuncia la intención de privatizar Aerolíneas Argentinas, eliminando su cuota de 50% de mercado asegurada y permitiendo la entrada de nuevos competidores autorizándolos a aplicar las tarifas libremente. Se produce el surgimiento de nuevos competidores como Lapa y Southern Winds que logran

captar gran parte del mercado en línea con el decaimiento de Aerolíneas Argentinas por la pésima gestión de Iberia primero y el Grupo Marsans después. Durante la década del 90, la mayor competencia generó una baja de tarifas que empujada por el crecimiento económico llevó a casi triplicar la cantidad de pasajeros de 1990 a 2000 con alrededor de seis millones y medio de pasajeros transportados.

En 2001 se vuelve a regular el mercado en política tarifaria. Considerada la libertad tarifaria perjudicial para el mercado, se introducen bandas tarifarias a fines de 2002 luego de un año de fuerte competencia por precio entre Aerolíneas Argentinas, LAPA, Dinar y Southern Winds llevando a éstas últimas a la quiebra. Con la crisis económica y devaluación, se aplicaron políticas de reducción impositivas para las empresas del sector, se establecieron tarifas de referencia y bandas tarifarias para adecuarlas al nivel actual de costos de la actividad.

De 2000 a 2015 el mercado argentino creció 50% en la cantidad de pasajeros, mientras que el resto de los mercados de la región se triplicaron. Durante todo el período se mantuvieron las bandas tarifarias con actualizaciones de precio periódicas definidas por el Estado basadas en la protección de la rentabilidad de las aerolíneas y el mercado aerocomercial doméstico en general. El período estuvo marcada por el bajo nivel de competencia, con Lan Argentina como único competidor relevante entrando al mercado en 2005, pero limitado en sus posibilidades de crecimiento y desempeño operativo.

CUERPO TEÓRICO

CAPÍTULO 1: GESTIÓN DE INGRESOS BASADA EN ESTRATEGIAS DE DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS

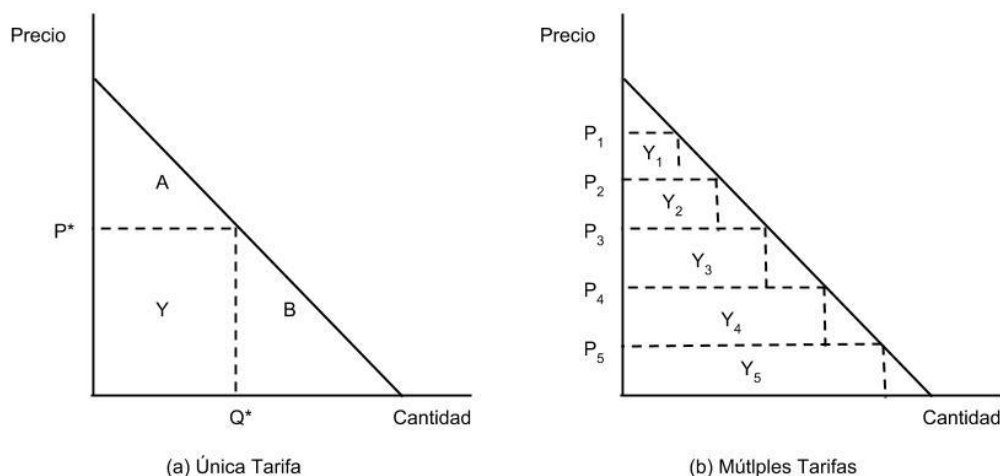
La gestión de ingresos centra sus decisiones en como decidir qué precio fijar, a quién y cuándo. No es una práctica única de la industria de la aviación, las cadenas de televisión, alquiler de hoteles y autos también la utilizan. Las cadenas de televisión desarrollaron sistemas que automatizaban la colocación de anuncios en propuestas basadas en pronósticos de la demanda total y de las calificaciones por programas de televisión. Consiste en prever la demanda del cliente y optimizar los precios disponibles. El objetivo principal es vender el producto adecuado al cliente adecuado en el momento adecuado y a un precio adecuado. Se busca entender la percepción del cliente con respecto al valor del producto y combinar acertadamente los precios de los productos, la colocación y la disponibilidad para cada segmento de clientes.

El uso de la práctica se aplica a situaciones que surgen al implementarse una estructura de precios múltiples para un producto o servicio. Las estrategias de gestión de ingresos se desarrollaron en las aerolíneas después de la desregulación de Estados Unidos a fines de los 80, como respuesta de las grandes aerolíneas a la competencia por precio planteada por la entrada de las nuevas competidoras low-cost como People Express. La incapacidad de People Express para manejar sus inventarios y tarifas fue determinada como una de las causas de su quiebra. Todas las aerolíneas adoptaron éstas prácticas basadas tanto en equipo de analistas como sistemas especializados al darse cuenta que sus beneficios podrían verse incrementados. La aparición de las tarifas sin devolución a precios bajos fue la novedad, que permitió a las aerolíneas reducir el no-show al momento del vuelo y poder planificar mejor el inventario de un vuelo sin necesidad de sobrevenderlos. Se planteaba la decisión de cuantas tarifas baratas y cuantas caras vender en un vuelo para maximizar los ingresos y el factor de ocupación. Al ofrecer sólo tarifas baratas el vuelo probablemente tuviera factor de ocupación completo pero habría lugar para maximizar los ingresos cobrando más caro a algunos pasajeros. Al destinar cada vez más asientos del vuelo para tarifas caras el factor de

ocupación iría cayendo pero obtendríamos más ingresos de algunos pasajeros. El correcto balanceo de qué cantidad de asientos poner a la venta en cada clase tarifaria según la demanda y su elasticidad es el resultado de maximizar los ingresos.

Las aerolíneas ofrecen varias categorías de tarifas para los asientos en el avión. La segmentación de pasajeros tiene dos grandes categorías, los pasajeros de negocio y los pasajeros de ocio. Los pasajeros de negocio o corporativo son menos sensibles al precio, reservan poco antes de vuelo, exigen flexibilidad y suelen viajar en la semana. Los pasajeros de ocio o turista son más sensibles al precio, reservan anticipadamente y suelen viajar los fines de semana. Según la demanda esperada, para cada tarifa hay una cantidad de inventario asignada que en general es un proceso dinámico.

Al segmentar la demanda, se ofrecen precios múltiples para cada parte de la curva de demanda. Para cada precio existe una cantidad demandada, donde encontramos personas dispuestas a pagar más que el precio ofrecido y personas dispuestas a comprar más por un precio menor. Clasificamos a los clientes de cada parte de la curva de demanda basándonos en el cálculo de la elasticidad al precio. La correcta asignación de cantidad de asientos a ofrecer a cada precio se basa en la información histórica, proyecciones de la demanda en el futuro en cada momento de anticipación e implementación con ajuste dinámico de los precios y cantidades.

Gráfico 1: Segmentación Curva de Demanda

Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico 1(a) se cobra una única tarifa P^* que es demandada por una cantidad Q^* y entrega un ingreso Y . Vemos que por encima del precio P^* existe un excedente del consumidor producto de personas que estarían dispuestas a pagar más que el precio ofrecido. Por debajo del precio P^* existen personas que estarían dispuestas a comprar más por un precio menor.

La solución es cobrar precios diferentes a cada cliente dependiendo de dónde se encuentren éstos en la curva de demanda. En el gráfico 1(b) se ofrecen múltiples precios dependiendo del precio máximo que está dispuesto a pagar cada cliente por cada unidad comprada, logrando un ingreso $Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5$ mayor a Y .

La dificultad radica en saber cuál es el precio máximo que está dispuesto a pagar cada cliente. Ese precio va a estar directamente relacionado con su motivo del viaje. Si el pasajero es corporativo y está viajando por trabajo, su restricción presupuestaria y su elasticidad seguramente sea mayor ya que es la empresa quien asume el gasto. Se aplica un análisis que pronostica el comportamiento del consumidor a nivel de micro-mercado y optimiza la disponibilidad del producto para maximizar el incremento de los ingresos. Las aerolíneas manejan entonces una estructura tarifaria con distintos niveles de precios. A cada una de las tarifas que componen esa estructura se le aplican regulaciones y restricciones. Por ejemplo la parte más baja de la estructura en

general no permite cambios en el vuelo, las tarifas que le siguen permiten cambios antes del vuelo, y las tarifas más altas permiten cambios libremente. De la misma forma se aplican regulaciones de anticipación y estadía. Por ejemplo las tarifas más baratas exigen una anticipación de compra mayor a x cantidad de días o una estadía en destino de más de x cantidad de días, las tarifas más caras pueden comprarse sin anticipación y sin necesidad de estadía en destino. El objetivo es identificar al pasajero turista que seguramente planifique su viaje con más tiempo, se quede varios días en el destino en caso de tomarse vacaciones o el fin de semana en caso de una escapada. En cambio al pasajero corporativo probablemente le surja viajes de último momento donde va a preferir volver lo antes posible y no quedarse en el destino, y va a valorar que le permitan cambios al vuelo por imprevistos en sus agendas y horarios. A través de esta segmentación logramos ofrecerle tarifas baratas al pasajero turista y tarifas caras al pasajero corporativo.

Al fijar el gobierno un precio mínimo, hay una parte de la curva de demanda que queda excluida. Por ejemplo, si el gobierno fijara un precio mínimo igual a P_4 en el gráfico 1(b) todas las personas que estaban dispuestas a comprar al precio P_5 sufren una pérdida de excedente al quedar excluidas del mercado. Los consumidores que aún pueden comprar también sufren una pérdida de excedente dado que ahora debe pagar un precio más alto. Los consumidores disfrutaban de un bienestar menor como consecuencia de la política, y se produce una transferencia de ingresos de los consumidores a los productores que ahora cobran un precio más alto. Los pasajeros afectados van a ser los turistas que buscan tarifas baratas, y las aerolíneas tendrán menos flexibilidad para incentivar esa demanda en períodos estacionales de baja demanda.

En mercados competitivos, lógicamente también debe considerarse a la competencia. Las decisiones de cuanto cobrar a cada segmento de cliente no sólo están definidas por la propia aerolínea, sino que también dependen del precio que les ofrezcan el resto de los competidores. Cualquier decisión de suba o baja de precios, debe anticipar la respuesta del competidor para entender si adoptará una estrategia similar o no, siendo ésta una aplicación práctica de las teorías de juegos. Si las aerolíneas apuntan por ejemplo al mismo tipo de pasajero, la posibilidad de cobrar más caro que el competidor

estará dado por la diferenciación en el servicio que pueda ofrecer por sobre la otra.

Los beneficios que encontramos al utilizar la gestión de ingresos es que cada vuelo se gestiona individualmente y los precios se manejan hasta el límite máximo de tolerancia del mercado. Se ajustan a días de la semana, hora del día, época del año, y permite reacción a la oferta competitiva y minimización de pérdidas. Permite estimular demanda en caso de ser necesario y generar crecimiento en el mercado.

CUERPO EMPÍRICO

CAPÍTULO 2: MÉTODOS

Teniendo las series de datos de la cantidad de pasajeros de cada uno de los mercados domésticos y de la cantidad de habitantes de cada país desde el año 1985 hasta el año 2015, el objetivo es armar un indicador que refleje el nivel de desarrollo y sea comparable entre los mercados. Dado que el tamaño del mercado está relacionado con el tamaño de la población, se utiliza como medida comparable del nivel de desarrollo la cantidad de pasajeros volando en el mercado en relación al tamaño de la población. Lo hacemos comparable dividiendo la cantidad de pasajeros por la cantidad de habitantes y lo multiplicamos por 100 para obtener un número redondo.

$$D = \frac{P}{H} \times 100 \quad (1)$$

Dónde:

D = Nivel de Desarrollo del mercado

P = Cantidad de Pasajeros del mercado

H = Cantidad de Habitantes del país

Para poder entender el nivel de desarrollo de cada mercado y su evolución a lo largo del período analizado se deben considerar diversos factores. En el aspecto regulatorio, se propone ubicar en el tiempo las distintas políticas adoptadas por cada país que dan mayor o menor grado de liberalización al mercado, analizando la libre entrada de competidores nacionales o extranjeros y la libertad para fijar las tarifas aéreas por parte de las empresas competidoras.

Resulta también interesante a la hora de analizar las variaciones en el nivel de desarrollo tener en cuenta el crecimiento del PBI y las crisis económicas que afectaron a cada país, factores sin dudas relevante para fomentar la industria aérea en el sentido de que mayor PBI genera mayor riqueza tanto a nivel individual como a nivel empresas fomentando los viajes tanto turísticos como corporativos.

Focalizaremos en las regulaciones tarifarias, entendiendo este punto como el aspecto central del atraso en el desarrollo del mercado doméstico argentino. Como reflejo de las regulaciones tarifarias utilizaremos datos de precios a nivel industria de los distintos mercados desde el año 2009 hasta el año 2015. Los organismos de aviación de cada país casi no publican datos de tarifas. Ante la dificultad para conseguir la información contamos con la serie completa de 2009 a 2015 para los mercados de Argentina, Chile y Perú, y con una serie reducida de 2012 a 2015 para Brasil y Colombia. En primer lugar, vamos a comparar las tarifas medias en USD de cada mercado, siendo el precio uno de los principales motores de desarrollo de una industria que necesita de tarifas bajas para convertir el producto en accesible para una mayor proporción de la población y competir con otros medios de transporte.

$$T_m = \frac{V}{P} \quad (2)$$

Dónde:

T_m = Tarifa Media en USD del mercado

V = Ventas en USD del mercado

P = Cantidad de Pasajeros del mercado

En segundo lugar, complementaremos el análisis de la distorsión generada por la regulación tarifaria con la información de precios de las tarifas piso en USD (tarifas más baratas a la venta), las tarifas techo en USD (tarifas más caras a la venta) y la relación tarifa techo tarifa piso. El objetivo con este indicador es poder comparar si existe o no una menor amplitud en la relación entre la tarifa techo y la tarifa piso, como resultado de la regulación que limita los grados de segmentación del tipo de pasajero turista y corporativo. Es decir teniendo un precio mínimo para el pasajero turista al que quisiera estimular cobrando más barato y un precio máximo para el pasajero corporativo que quisiera rentabilizar cobrando más caro.

$$R = \frac{T_t}{T_p} \quad (3)$$

Dónde:

R = Relación entre Tarifa Techo y Tarifa Piso del mercado

T_t = Tarifa Techo en USD del mercado

T_p = Tarifa Piso en USD del mercado

Para cerrar el análisis de regulaciones tarifarias para el caso argentino, vamos a comparar los precios del mercado aerocomercial doméstico con los precios del mercado de micros domésticos de Argentina desde el año 2012 hasta el año 2015 considerando cada uno de los aumentos de banda fijados por ley. La intención es comparar el gap de precios contra un producto sustituto como el micro, que en caso de mantener un diferencial de precios contra el avión puede desalentar el desarrollo de la industria aérea.

Por último, veremos si los efectos de la regulación tarifaria pueden verse profundizados ante la falta de competencia. Analizaremos las tarifas más baratas ofrecidas por Aerolíneas Argentinas en Junio de 2016 en rutas donde compite con Lan Argentina y en rutas donde no tiene competencia, comparando el precio ofrecido contra la tarifa piso permitida por ley.

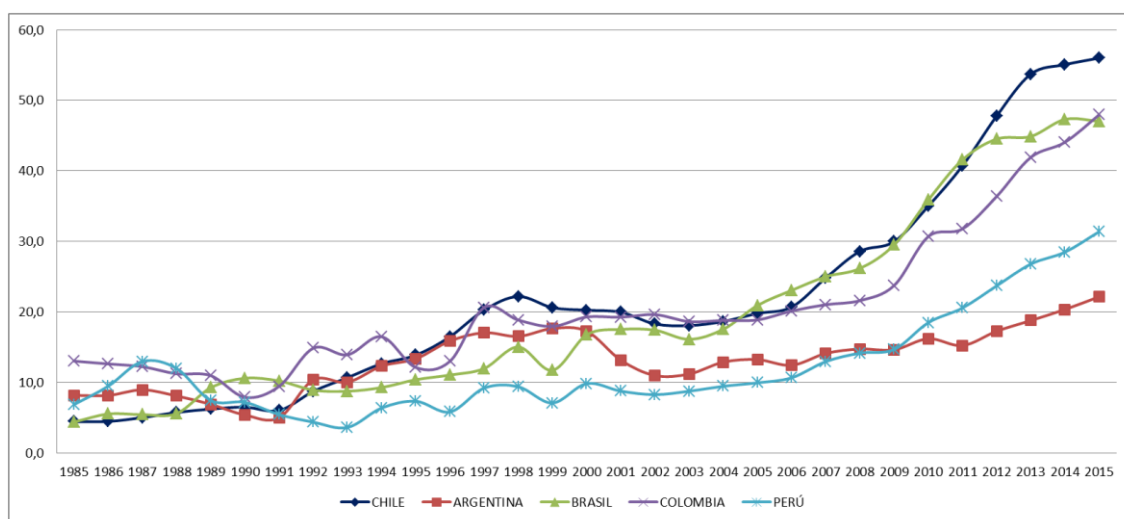
CAPÍTULO 3: RESULTADOS

Subcapítulo 3.1: Comparación de nivel de desarrollo entre países de la región: Argentina, Chile, Brasil, Colombia, Perú.

Podemos diferenciar claramente dos etapas en el desarrollo del mercado doméstico argentino. Una primera etapa desde el año 1985 hasta año 2000 donde el mercado creció en línea con el resto de los países de la región, y una segunda etapa desde el año 2000 hasta el año 2015 donde el mercado se estanca a diferencia del resto que continúan creciendo.

El Gráfico 2 muestra la evolución en el nivel de desarrollo del mercado doméstico de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú desde el año 1985 hasta el año 2015.

Gráfico 2: Cantidad de pasajeros cada 100 habitantes en mercado doméstico



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de ICAO, Organismos de Aviación de cada País y FMI

Durante la primera etapa desde el año 1985 al año 2000, Argentina acompañó el crecimiento observado en la región ubicándose la curva de desarrollo generalmente en la media de los países analizados. En el año 1985 Argentina es el segundo país más desarrollado de la región con 8,2 pasajeros cada 100 habitantes, un 37% menos que Colombia con 13,0. Le siguen Perú con 6,9 pasajeros cada 100 habitantes, 47% menos que Colombia, y Chile y Brasil con 4,4, un 66% menos que Colombia. Argentina logra más que duplicar su nivel

de desarrollo durante el período alcanzando 17,3 pasajeros cada 100 habitantes en el año 2000. Se ubica como el tercer país más desarrollado pero reduciendo la brecha a un 15% menor que el país con mayor desarrollo, en este caso Chile con 20,2 pasajeros cada 100 habitantes. Colombia es el segundo país más desarrollado con 19,3 pasajeros cada 100 habitantes, un 5% menos que Chile. Le siguen Brasil con 16,7 pasajeros cada 100 habitantes, un 17% menos que Chile, y Perú con 9,8 pasajeros y 51% menor desarrollo que Chile. Específicamente el país tuvo un fuerte desarrollo en la década del 90 alcanzando por momentos los más altos niveles de desarrollo de la región como en el año 95 y 96. La desregulación de tarifas y competidores a fines de la década del 80 permitió la entrada de nuevos competidores como LAPA que adoptaron una estrategia de baja de tarifas contra la recientemente privatizada e ineficiente Aerolíneas Argentinas. Acompañado por un período de fuerte crecimiento del PBI y bonanza económica, se logró el nivel de desarrollo alcanzado.

En la segunda etapa desde el año 2000 al año 2015, vemos como el mercado argentino se estanca con una fuerte caída inicial en la curva, a diferencia del resto de los países de la región que continúan creciendo mostrando una curva ascendente. El mercado argentino logra casi la misma cantidad de pasajeros cada 100 habitantes en 2015 que en 2000, donde luego de la fuerte caída por la crisis económica de 2001, el mercado muestra nuevamente caídas de industria cada 5 años en 2006 y 2011 por la erupción del volcán Puyehue en Bariloche. El período se caracteriza por la introducción de las bandas tarifarias en 2002 limitando la libertad de las empresas a fijar tarifas y por la poca competencia siendo Lan el único competidor de Aerolíneas Argentinas. En 2015 Argentina es el mercado menos desarrollado de la región con 22,1 pasajeros cada 100 habitantes, pasando de 15% menos que Chile en 2000 a 60% menos en 2015. Chile con 56 pasajeros cada 100 habitantes continúa siendo el mercado más desarrollado de la región logrando casi triplicar su nivel de desarrollo en 15 años. Colombia sigue siendo el segundo mercado más desarrollado con 48,0 pasajeros cada 100 habitantes pero se amplía su brecha con respecto a Chile pasando a 14% menor. Le siguen Brasil y Perú, con 47 pasajeros cada 100 habitantes en el caso de Brasil manteniendo un nivel de

desarrollo 16% menor, y 31,4 en el caso de Perú achicando la diferencia con respecto a Chile a un 44% menor. Resulta interesante también comparar estos datos con países desarrollados. Siendo Chile la industria más desarrollada de la región, aún está lejos de mercados como USA y Australia que tienen 207 y 241 pasajeros cada 100 habitantes respectivamente en 2015.

Vale la pena destacar la experiencia inversa del mercado peruano con respecto al mercado argentino en ambas etapas. Mientras que la curva de Argentina crece en el período de 1985 a 2000, la curva de Perú se estanca alcanzando casi el mismo nivel de pasajeros cada 100 habitantes en 2000. La tendencia se invierte en la segunda etapa, donde Perú más que triplica su nivel de desarrollo logrando el mayor crecimiento de la región a través de la introducción de la Ley de Aeronáutica Civil sancionada en 2000 desregulando la entrada de competidores y la libertad tarifaria. Argentina, en cambio, no logra desarrollar el mercado en el período a través de la introducción de la regulación tarifaria en 2002.

Sin dudas el desarrollo del mercado peruano en la segunda etapa estuvo también empujado por un crecimiento de PBI que fue el más alto de los países analizados durante el período. La Tabla 1 nos muestra la tasa de crecimiento anual compuesto de pasajeros cada 100 habitantes (PAX) y del Producto bruto interno (PBI) de cada país para el período completo desde 1985 a 2015, y para las etapas 1985-2000 y 2000-2015 mencionadas anteriormente.

Tabla 1: Tasa de crecimiento anual compuesto de pasajeros y PBI

	1985-2015		1985-2000		2000-2015	
	PAX	PBI	PAX	PBI	PAX	PBI
CHILE	8,8%	5,2%	10,6%	6,5%	7,0%	4,0%
ARGENTINA	3,4%	3,1%	5,1%	2,7%	1,7%	3,5%
BRASIL	8,2%	2,6%	9,3%	2,4%	7,1%	2,8%
COLOMBIA	4,4%	3,8%	2,6%	3,3%	6,3%	4,2%
PERÚ	5,2%	3,6%	2,4%	1,9%	8,0%	5,3%

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de ICAO, Organismos de Aviación de cada País y FMI

En todos los períodos el país que más crecimiento logra en desarrollo es el que más crecimiento de PBI muestra. Chile es el mercado que más crece en el

período completo a una tasa de 8,8% con un 5,2% de crecimiento de PBI, al igual que en el período 1985-2000 con una tasa de 10,6% y 6,5% de PBI¹. Perú es el mercado que más crece en el período 2000-2015 con una tasa de 8,0% y un 5,3% de PBI.

No ocurre lo mismo al relacionar el mercado que menos crecimiento logra y el crecimiento del PBI en el país. Argentina es el país que menos desarrolla su mercado en el período completo con una tasa de 3,4%, pero su crecimiento de PBI de 3,1% no es el de menor crecimiento. Brasil con un crecimiento de PBI menor de 2,6% logra desarrollar su mercado a una tasa de 8,2% casi al mismo nivel que Chile. Al verlo por etapas, el bajo desarrollo del mercado argentino se concentra en el período 2000-2015 donde el mercado crece a una tasa de 1,7% y el PBI a una tasa de 3,5% donde nuevamente Brasil presenta un crecimiento de PBI menor y un mayor desarrollo del mercado. En el período 1985-2000 sí vemos una relación entre el menor desarrollo de mercado y el menor crecimiento de PBI en el caso de Perú, cuyo mercado se desarrolla a una tasa de 2,4% y su PBI crece 1,9%.

Observando el Gráfico 1 también podemos explicar las fuertes caídas de los mercados de Brasil en 1999 y de Argentina en 2001 producto de crisis económica y caída de PBI. El mercado de Brasil presenta una caída de 22% en 1999 comparado con 1998 pasando de 15,0 pasajeros cada 100 habitantes a 11,7, con una caída de 4% del PBI en el mismo año producto de una crisis económica con una fuerte devaluación del real brasilero. El mercado de Argentina sufre una caída de 24% en 2001 y de 17% en 2002 pasando de 17,3 pasajeros cada 100 habitantes a 11,0, con una caída de PBI de 4% en 2001 y 11% en 2002 producto de la crisis económica de fines de 2001 con una fuerte devaluación del peso argentino.

Si bien el crecimiento del PBI del país es una palanca de desarrollo importante para el mercado aéreo existen otros factores que pueden limitar ese viento de cola o mitigar períodos de menor crecimiento económico, relacionados al grado

¹ Argentina es el mercado que más crece durante la década de 1990 a 2000 con una tasa de crecimiento anual compuesto de pasajeros cada 100 habitantes de 12,4% por encima de Chile que crece al 12,0%.

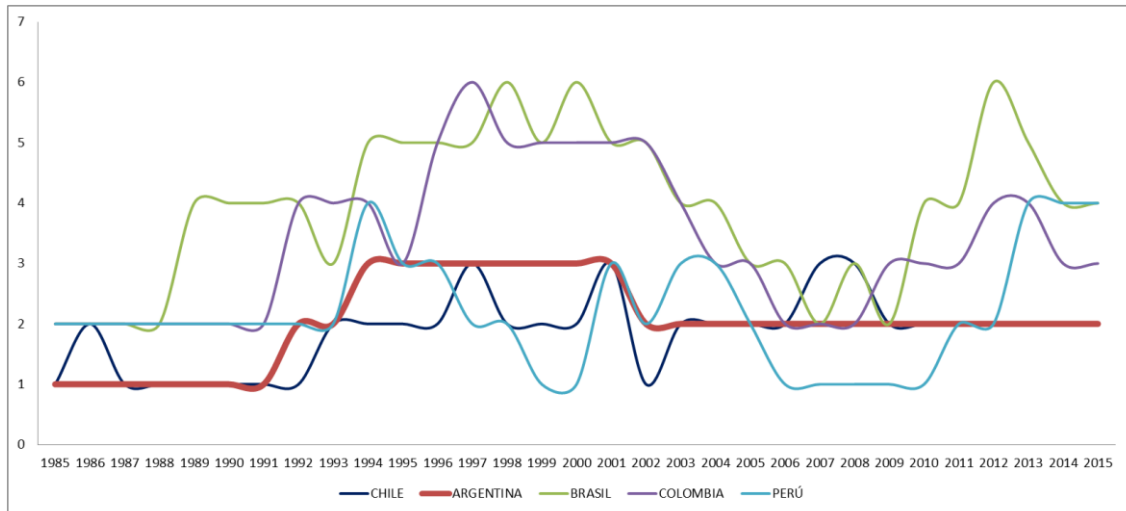
de liberalización del mercado en competencia y tarifas, como en el caso argentino y brasilero respectivamente.

Entendemos los desarrollos observados en cada mercado revisando las políticas de desregulación de la industria aplicadas en cada país. Chile fue el primer país de la región en desregular su mercado con la Ley de Transporte Aero comercial sancionada en 1980 que adoptaba el concepto de cielos abiertos, fomentaba la competencia a través del libre ingreso de empresas nacionales o extranjeras y les otorgaba la libertad de fijar las tarifas aéreas. No sorprende entonces que fuera el mercado con mayor desarrollo en la primera etapa desde el año 1985 hasta el año 2000, acompañado por el mayor crecimiento de PBI. En el caso de Perú, fue el último país en adoptar medidas de desregulación de la industria al sancionar la Ley de Aeronáutica Civil en el año 2000 que también abría el juego al ingreso de nuevos competidores y les daba la facultad de fijar las tarifas. No sorprende entonces que fuera el mercado menos desarrollado en el año 2000 y haya logrado el mayor desarrollo en la segunda etapa desde el año 2000 hasta el año 2015, acompañado por el mayor crecimiento de PBI. Tampoco sorprende que Argentina sea el mercado que menos desarrollo logró durante el período 2000-2015 al sancionar el Decreto de Transporte Aero comercial regulando las tarifas en 2002, en una etapa en la cual tuvo un crecimiento de PBI en línea con el resto de los países.

Para poder entender la evolución de cada mercado en las etapas analizadas haremos un repaso por las medidas implementadas en materia de regulación y la situación competitiva en cada país. Los gobiernos saben que necesitan del transporte aéreo para mantener conectado a su país, con lo cual los procesos de desregulación buscan establecer reglas claras para incentiven la entrada de capitales e inversión que cumplan ese rol en lugar de los subsidios estatales. En este sentido, aún en mercados con regulación tarifaria, la cantidad de competidores es importante para lograr tarifas más baratas dentro de los límites fijados por la regulación. Usualmente en determinadas rutas de cada mercado donde hay un solo competidor las tarifas son más altas que las rutas donde hay dos competidores.

El gráfico 3 muestra la evolución en la cantidad de competidores de cada mercado desde el año 1985 hasta el año 2015, entendiendo como competidor todas las aerolíneas con un Market Share superior al 5%.

Gráfico 3: Cantidad de competidores en mercado doméstico



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de ICAO y Organismos de Aviación de cada País

Subcapítulo 3.2: Políticas Regulatorias

Argentina

La desregulación comienza en 1987 con la Resolución N° 275 sobre tarifas sancionada el 22 de Septiembre (*Ver ANEXO A*). En la misma se autorizaba a las aerolíneas del mercado doméstico a aplicar tarifas mayores o menores al cuadro tarifario vigente, es decir se les daba la facultad de fijar las tarifas libremente. La resolución modificaba la Ley N° 19.030 del 7 de Mayo de 1971, donde se establecía que las tarifas se definían por el Estado consultando los intereses de la Nación, de los usuarios y de los explotadores, con el concepto de tarifa económica retributiva correspondiente a cada ruta y tramo de ruta por parte del regulador. Sobre todo la ley regulaba la competencia dejando lugar sólo a aerolíneas de bandera nacional, las cuales podrían ser alentadas por el Estado mediante la adopción de medidas y regímenes adecuados que tiendan a asegurar la estabilidad, eficiencia y expansión del servicio público. Limitaba la competencia impidiendo la entrada de nuevos competidores si eso significaba que Aerolíneas Argentinas no ofreciera al menos el 50% de la capacidad del

mercado. Permitía al resto de los competidores ofrecer el 50% restante. La desregulación de competencia ocurre en 1989 con el Decreto N° 1591 sobre la privatización de Aerolíneas Argentinas sancionado el 27 de Diciembre. El decreto anunciaba la privatización parcial de Aerolíneas Argentinas con participación no estatal mayoritaria, y a la vez suprimía el impedimento de que los competidores de Aerolíneas Argentinas superen el 50% de la capacidad ofrecida sancionado en 1971. También anulaba los planes de ayuda reservados exclusivamente para aerolíneas de bandera nacional. Con estas medidas, se observa en la década del 90 el mayor desarrollo del mercado argentino triplicando la cantidad de pasajeros de 1990 a 2000. Surgieron nuevos competidores ofreciendo tarifas más baratas como LAPA y Southern Winds. Como vemos en el gráfico 2, a principios de la década el mercado estaba dominado por un único competidor, Aerolíneas Argentinas que el nuevo gobierno de Menem privatiza. Austral comenzaba a operar nuevamente luego de ser privatizada y vendida al grupo Cielos del Sur. Aerolíneas Argentina es vendida a Iberia recién en 1994, gestión que estuvo marcada por la falta de inversión y venta de activos por parte de la empresa española. En 1998 Iberia es obligada por la Unión Europea a desprenderse de Aerolíneas Argentinas quedando en manos del estado español para su posterior venta al grupo español Marsans a fines de 2001. En este contexto se entiende el desarrollo del mercado básicamente por la pésima gestión de Iberia y Marsans durante la década, permitiendo a LAPA competir logrando un Market Share de 25% promedio de 1995 a 2000.

En 2001 Aerolíneas Argentinas prácticamente no operaba y Southern Winds se había consolidado como un cuarto competidor junto a Lapa y Austral. A fines de 2001 se revisa la política tarifaria y se introducen regulaciones nuevamente, con la resolución N° 47 sancionada el 13 de Diciembre. Las razones se basaban en que la aplicación de la libertad de tarifas había mostrado la propensión de las empresas a incurrir en rebajas exageradas y no justificadas por los requerimientos del mercado, con lo que sólo provocaban inconvenientes en el conjunto del sistema. Se argumentaba que esas prácticas, conocidas habitualmente como guerras de tarifas, habían conducido al deterioro económico de las empresas y afectado también en algunos casos los niveles

de seguridad operativa. En la práctica se definía fijar tarifas de referencia, y se permitía aplicar descuentos entre 35% y 45% sobre esas tarifas. Con esta legislación el grupo Marsans, financiada por el estado español, quiso recuperar cuota de mercado compitiendo con una guerra de tarifas contra sus competidoras que arrastraban problemas financieros. Se ofrecían tarifas a Ushuaia y Córdoba por 75 y 45 dólares respectivamente, menos de la mitad de la tarifa histórica. El resto de las empresas locales tuvieron que bajar también sus precios para poder competir llevando a la quiebra a Dinar y LAPA. Southern Winds se enfocó en el mercado internacional reduciendo su oferta doméstica.

En 2002, se termina de consolidar la regulación tarifaria con el Decreto N° 1654 sancionado el 4 de Septiembre (*Ver ANEXO B*). Se declara la emergencia del sector aerocomercial brindando a las aerolíneas exención impositiva en el impuesto al valor agregado, y sumando tarifas máximas a las tarifas de referencia armando las bandas tarifarias. Entre los motivos se hacía especial hincapié en la situación de crisis que había afectado profundamente a las aerolíneas de cabotaje por tener dentro de su componente de costos un alto porcentaje ligado estrictamente a insumos importados, mientras que otros de carácter local se habían visto también incrementados, como el combustible. Se atribuyeron como motivos de la crisis de la industria la existencia de tarifas que no se ajustaban a los costos operativos de las empresas permitiendo tarifas bajas que no impidieron la caída en la cantidad de pasajeros, la restricción crediticia general que impedía el financiamiento de la actividad, el aumento en los costos de los seguros y la incidencia directa en el sector de la movilidad del tipo de cambio. En este caso, se bajaba el descuento a 20% en la tarifa de referencia en caso de cumplirse con algunos supuestos que buscaban incentivar el turismo permitiendo acceder a ese tipo de pasajero a tarifas más baratas. La segmentación se realizó a través de la anticipación de compra mayor a los 10 días y la estadía en destino entre 2 y 14 pernóctes. La otra forma de segmentación del pasajero turista para acceder al descuento sobre la tarifa de referencia era emitir el pasaje en conjunto con un paquete turístico que incluya alojamiento, traslados, excursiones y similares a través de algún operador turístico con una anticipación no menor a 7 días.

La etapa posterior a la introducción de bandas tarifarias en 2002 se encuentra marcado por la menor competencia, la entrega de subsidios a las empresas sobrevivientes y problemas sindicales. Los empleados de las quebradas Dinar y Lapa fueron absorbidos por Lafsa, una empresa estatal sin operación creada para tal fin que terminó cerrando un acuerdo con Southern Winds para operar conjuntamente. Ante la quita de subsidios a las empresas en 2005, dejan de operar y se produce el ingreso de Lan Argentina tomando el personal de las mismas convirtiéndose en el segundo competidor importante del mercado. Por el lado de Marsans y Aerolíneas Argentinas, ante las huelgas, demoras y cancelaciones de vuelos organizados por los sindicatos, en 2008 el Estado finalmente compra Aerolíneas Argentina al grupo español y organiza un plan de rescate basado en subsidios estatales para cubrir las pérdidas y continuar la operación. Otras líneas aéreas menores como Andes y Sol surgieron durante el período cubriendo nichos de mercado como operación no regular y conexiones interprovinciales.

De 2002 a 2005 no hubo actualizaciones en los precios de las bandas. La primera suba de precios de las bandas se autoriza en Agosto de 2006 con un 20% de aumento. En Abril de 2008 se autoriza una segunda, esta vez con un 28% de aumento, complementada con un 18% adicional en mayo. Las razones se basaban nuevamente en el incremento costos de las aerolíneas focalizando en el combustible y las actualizaciones salariales.

En la Tabla 2 vemos como en adelante se aumentaron las bandas dos o tres veces por año con subas entre 8% y 20%, que en general iban de la mano con la inflación (*Ver ANEXO C*). Siempre esgrimiendo la protección de la rentabilidad de las aerolíneas a fin de garantizar la prestación del servicio público de transporte aerocomercial.

Tabla 2: Aumentos de banda en mercado doméstico Argentina

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
2006	20%												
2007													
2008				28%		18%							
2009											20%		
2010						15%							10%
2011	8%												8%
2012	20%							10%					10%
2013					9%								12%
2014					12%						12%		16%
2015													

Fuente: Ministerio de Economía

En 2009 se crea la ANAC (Administración Nacional de Aviación Civil) traspasando las responsabilidades de la aviación civil del ámbito de la Fuerza Aérea a un nuevo organismo civil. Sostenida por los subsidios, estimados en 700 millones de dólares anuales, Aerolíneas Argentinas renovó su flota doméstica con la compra de aviones Embraer aumentando su oferta y mejorando su producto en destinos domésticos y regionales, manteniendo rutas internacionales en las cuales se calculan las mayores pérdidas. Con una competencia desleal en la asignación de las mangas de embarque, denegación de permisos para apertura de nuevas rutas, e intentos de consolidar su presencia en Aeroparque como el intento de cierre del hangar de LAN en 2013 a través de la ANAC, Aerolíneas Argentina logró ganar Market Share desalentando la competencia. En 2015, Aerolíneas Argentinas mantiene un 75% de Market Share, LAN Airlines 24% y Andes y Sol el 1% restante.

Brasil

En el caso de Brasil, la desregulación comienza en 1989 con la flexibilización de las tarifas aéreas domésticas a través de la implementación de bandas tarifarias en base a los costos medios, distancias y tipo de línea nacional o regional. Las tarifas eran revisadas y actualizadas con una frecuencia anual. Hasta ese momento las tarifas eran fijadas arbitrariamente por el Estado, habiendo estado congeladas desde 1986. La legislación brasilera impedía que las empresas nacionales tuvieran más de un 20% de capitales extranjeros, lo

que se cumplió durante la década del 90 teniendo el Estado un rol proteccionista hacia sus empresas en su mayoría privadas sin un actor estatal monopolístico. En el gráfico 2, a principios de la década el mercado estaba repartido entre 4 competidores, Varig, Vasp, Cruzeiro y Transbrasil. Luego fueron surgiendo Tam y Rio Sul aumentando a 6 el número de competidores en un mercado caracterizado por una fuerte competencia.

En 2001 se eliminan las bandas tarifarias y se implementa la liberación de las tarifas aéreas siendo definidas las mismas por las compañías aéreas, pero debiendo ser informadas al ente regulador posteriormente en un plazo de 5 días hábiles. En 2004 la exigencia de publicación de las tarifas pasa a registrar sólo sobre tarifas promocionales, para finalmente ser eliminado el registro de todas las tarifas en 2010. En 2005 se abre la libre competencia pudiendo operar en el mercado doméstica cualquier línea aérea interesada previo registro en ANAC y cumplimiento de las regulaciones de servicio y capacidades aeroportuarias. En ese momento, Tam de origen privado y gran crecimiento en los últimos años, y Gol con una propuesta low cost tomaron el liderazgo de mercado. Varig, aquejada por problemas financieros estaba al borde de la quiebra dado que esta vez no fue rescatada por el Estado y fue finalmente comprada por Gol, reduciendo a 2 la cantidad de competidores en 2007. Sin embargo la nueva regulación alentó la entrada de nuevos competidores. En 2015, el mercado presenta una fuerte competencia con la entrada de Avianca. Gol y Tam se disputan el liderazgo con un 36% y 32% de Market Share, seguida por Azul con 22% y Avianca con 8%. La ANAC de Brasil destaca en su página web como tanto la libertad de tarifas como de competencia atrae inversiones al sector y estimula el crecimiento de mercado mediante la ampliación de la oferta, diversificación de servicios y reducción de precios. Como consecuencia, más personas pueden tener acceso a los servicios aéreos.

Chile

Chile fue el país de la región que más rápidamente adoptó las tendencias mundiales de desregulación, y sin dudas el caso de mayor desarrollo y mayor liberalización del período. Rápidamente adoptaron una política de cielos abiertos siguiendo las tendencias mundiales de la industria. En 1980 se

sanciona una ley de transporte que aprobaba el concepto de cielos abiertos, con tarifas libres y la posibilidad de que empresas extranjeras operaran el mercado doméstico. El libre ingreso a los mercados permitía que los servicios de transporte aéreo, doméstico o internacionales puedan ser realizados por empresas nacionales o extranjeras que hayan cumplido con los requisitos técnicos y de seguros establecidos por la autoridad, que a su vez no limitaba el número de vuelos o puntos en lo que se podía operar. La única exigencia era reciprocidad en el caso de empresas extranjeras, que originó conflictos en el 93 ante el aumento de oferta de empresas estadounidenses que no cumplían con este principio. La libertad de precios dejaba en manos de las aerolíneas las tarifas a cobrar limitando la intervención de la autoridad y únicamente debiendo ser registradas ante la JAC (Junta de Aeronáutica Civil). Por su parte también el proceso de privatización de aerolíneas se inicia en la década de los 80 con la privatización de Lan Chile compitiendo con Ladeco de origen privado que en 1992 es comprada por Iberia. Sorprendentemente, Lan logra autorización para comprar Ladeco en 1995 generando un monopolio en el mercado. Surgieron entonces proyectos como National y Avant para competir pero tuvieron poco efecto logrando durante 3 o 4 años un Market Share siempre inferior al 20%. En estos años el mercado chileno tuvo la mayor cantidad de competidores del período con 3 jugadores, pero viendo el gráfico 2 el mercado se caracterizó por el dominio de Lan con otro competidor menor durante la mayoría del período, hecho que sin embargo no impidió el fuerte desarrollo de la industria.

Continuando a la vanguardia en temas de desregulación, en 2004 firma un tratado bilateral con la Unión Europea donde se permitía a todas las empresas europeas operar entre Chile y cualquier país de Europa, se revisaban las libertades del aire con frecuencias adicionales y reciprocidad en los derechos de tráfico. En 2005 firma también un acuerdo bilateral con Brasil aumentando frecuencias sin llegar a ser de cielos abiertos. Lan Chile continuó su expansión abriendo filiales y operación doméstica en Perú, Argentina, Colombia, Ecuador y teniendo diversa competencia en empresas de origen privado como la peruana AeroContinente, Air Comet Chile, que difícilmente lograron sobrevivir recurriendo a estrategias de guerra de tarifas en un mercado desregulado donde manda la eficiencia en costos. Sky fue la única competidora que logró

continuidad desde 2003 logrando un Market Share promedio de 20% hasta 2015. En 2015, el mapa competitivo ubica a Lan Airlines con un 75% de Market Share secundado con Sky con el 25%.

Colombia

En Colombia la desregulación de la industria comienza alrededor de 1991. En aquel año se flexibilizan los requisitos y condiciones para la obtención de los permisos de operación y se otorga la libertad de frecuencias en el mercado doméstico. Se adoptaron sin embargo algunas restricciones que tenían que ver con las limitaciones de infraestructura dosificando la oferta a 2 operadores en mercados de baja densidad y negando la entrada de nuevos competidores. Hasta ese entonces las tarifas aéreas para servicios de pasajeros eran fijadas y ajustadas periódicamente por la Autoridad Aeronáutica teniendo en cuenta los parámetros que incidían en los costos prestando especial atención a la inflación y devaluación. Se instala en 1992 un régimen de libertad vigilada de tarifas, en el cual las aerolíneas registran ante la Autoridad Aeronáutica las tarifas que se proponen aplicar junto con sus condiciones y ésta las aprueba o las desaprueba teniendo en cuenta criterios tales como las características del trayecto, las condiciones de la operación, la distancia a recorrer, los costos de la operación, el ingreso por pasajero/kilómetro recorrido. Este esquema tenía como fin evitar incrementos desmedidos en las tarifas, lo cual iría en detrimento de los usuarios del transporte aéreo, y por otra parte, impedir eventuales guerras tarifarias entre las empresas que pudiera generar desorden en el mercado y evitar casos de competencia indebida o de abuso de posición dominante. Surgen en el mercado entonces nuevos competidores como Aces y Aero República, en un mercado dominado hasta ese momento por Avianca con 80% de Market Share y Sam con 20%, todas originadas en proyectos privados. Observamos en el gráfico 2 como durante toda la década se mantuvo una fuerte competencia entre éstas empresas sumándose Copa en 1997 en lugar de la quebrada Aero República, logrando un 15% de mercado.

A comienzos de 2001 se inicia una nueva etapa de mayor flexibilización donde se adopta un criterio de libertad de acceso al mercado nacional sin restricciones, en el marco de seguir alentando la diversificación de oferta ante la integración de Avianca, Aces y Sam en la alianza Summa que producía una

mayor concentración. El panorama de menor competencia fue la razón para permitir la entrada de nuevos operadores cumpliendo con los requisitos legales. Se refuerza el régimen de libertad vigilada en política tarifaria dejando abierta la posibilidad de intervención de la autoridad ante casos de competencia desleal como el dumping o aumentos de precios que afecten los intereses de los consumidores. Pero la alianza Summa no tuvo buenos resultados y se disolvió en 2003. Aces por su parte quebró dejando pasajeros varados y Avianca entró en un largo proceso judicial con varias empresas interesadas en comprarla. El gobierno colombiano introdujo cambios a la política de libre acceso al mercado nacional, poniendo límites a la oferta de los competidores en función del tamaño del mercado y fijando multas a los operadores que dejen de operar sin previo aviso. Finalmente, el grupo Sinergy del ciudadano brasilero-colombiano German Efromovich compró Avianca con un plan de expansión. LAN ingresa al mercado colombiano en 2011. En 2015, el mercado se reparte entre Avianca con un 63% de Market Share, LAN con un 20%, Viva con un 11%, y otros competidores con un 6%.

Perú

Perú atravesó durante la década de los 90 un proceso de privatización de aerolíneas. En 1992 la estatal AeroPerú es privatizada y adjudicada a un consorcio integrado principalmente por Aeroméxico que la utilizó para alimentar su red sin buenos resultados. Compitió durante la década contra Faucett que tenía mayor participación de mercado pero quiebra en 1997 agobiada por deudas de su mala gestión. En 1998 Perú firma con Estados Unidos un acuerdo de cielos abiertos que redujo la participación de AeroPerú en beneficio de sus competidoras Lan Perú a través de Lineas Aéreas del Perú, y AeroContinente un proyecto privado fundado en 1992 que compitió a través de una política de tarifas bajas. En el 2000 se promulga la ley de Aeronáutica Civil del Perú que regía entre otras cosas sobre la habilitación para explotar el transporte y la facultad para fijar las tarifas. Exigía por lo menos un 51% del capital social de la empresa de propiedad peruana y estar bajo el control real y efectivo de accionistas o socios de nacionalidad peruana con domicilio permanente en el Perú. Por su parte, la fijación de las tarifas en el transporte aéreo nacional e internacional de pasajeros sería efectuada libremente por los

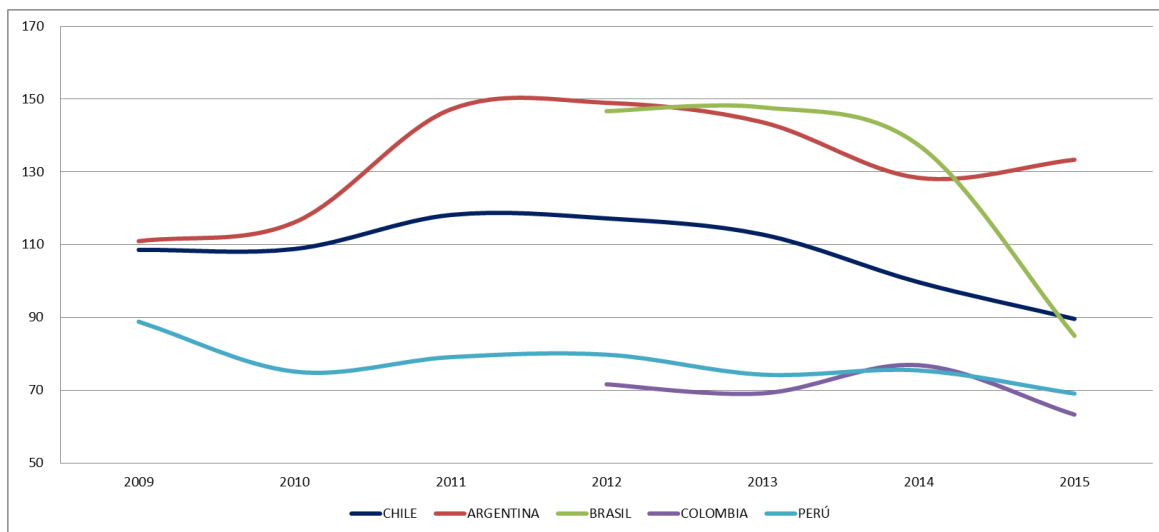
explotadores, de acuerdo a las condiciones del mercado y según los criterios de la oferta y demanda de los servicios. El Estado se reservaba la facultad de carácter extraordinario de fijar tarifas mínimas o máximas por razones de interés nacional o de necesidad pública. A su vez, en 2001 firma un tratado de cielos abiertos con Chile casi total aumentando las libertades del aire.

Los problemas judiciales de AeroContinente jugaron a favor de Lan Perú, que empujadas por el plan de promoción de inversiones privadas en la industria por parte del gobierno en 2005, se convirtió en la única aerolínea del mercado doméstico. El plan de promoción tenía como finalidad promover el desarrollo de la aviación civil y de las actividades aeronáuticas civiles en el país, estableciendo medidas promocionales relacionadas a la actividad aeronáutica civil en su conjunto. Se autorizaba entre otras cosas a hacer contratos de alquiler de aeronaves extranjeras para prestar servicios en el mercado local y la exención impositiva por el período de 5 años para el ingreso de aeronaves, respuestos, motores, lo cual alentó la inversión extranjera. En el 2015 Lan lidera el mercado con un Market Share de 64%, seguido por Avianca (Taca) y Peruvian con 14% y 13%, y Star con 7%. El resto de los competidores nuclea el 2% restante.

Subcapítulo 3.3: Evolución de Tarifas

Cada país inició su proceso de desregulación en momentos diferentes. Chile se desregula en la década del 80, Argentina, Brasil y Colombia en la década del 90 y Perú en la década del 2000. Mientras que Brasil y Colombia profundizan su proceso de desregulación en la década del 2000 flexibilizando aún más el ingreso de competidores y las tarifas, Argentina frena su proceso de desregulación fijando las bandas tarifarias y reduciendo la competencia.

La desregulación tarifaria consiste en dar libertad a las empresas para definir los precios a cobrar en cada ruta. Los organismos de regulación suelen reservarse la facultad de intervenir ante casos de bajas de precios en competencias desleales o aumento de tarifas perjudiciales para los consumidores. El gráfico 4 nos muestra la evolución de la tarifa media de cada mercado desde el año 2009 hasta el año 2015. El período analizado nos ubica en la situación del mercado argentino regulado en tarifas a diferencia del resto.

Gráfico 4: Tarifa media origen-destino en mercado doméstico (USD)

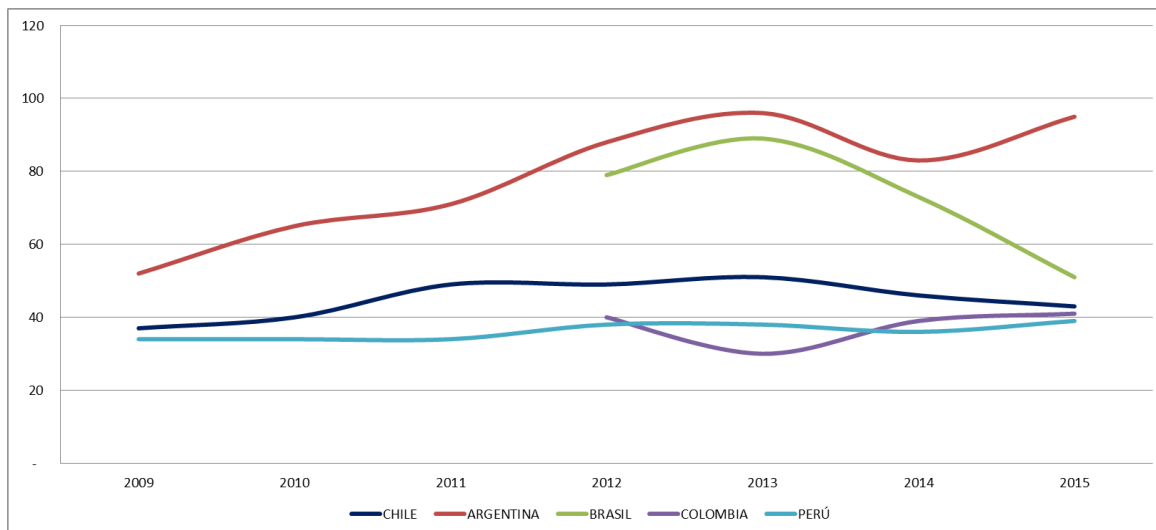
Fuente: Elaboración Propia en base a datos de aerolíneas del mercado

La tarifa media del mercado argentino oscila entre 110 y 150 dólares durante el período. Si bien no contamos con los datos de Brasil y Colombia de 2009 a 2011, la tarifa media del mercado chileno y del mercado peruano es un 10% y 35% menor respectivamente en estos años. El mercado brasilero presenta una tarifa media apenas más alta que el mercado argentino de 2012 a 2014 con una fuerte reducción en 2015. El mercado colombiano presenta una tarifa media baja, alrededor de 70 dólares en línea con Perú. Observamos una tendencia a la baja en los mercados desde 2012 producto de aumentos de precios en moneda local que no logran acompañar al mismo ritmo la devaluación de las monedas generando tarifas en dólares más bajas. En 2015 el mercado argentino presenta una tarifa media de 130 dólares, el mercado chileno y brasilero de 90 dólares, y el mercado peruano y colombiano de 70 dólares.

Como vimos en la teoría, en un mismo vuelo puede haber personas que hayan pagado un precio más barato o más caro. La decisión de la aerolínea pasa por obtener la óptima composición de pasajeros turistas y corporativos, es decir de tarifas baratas y caras que pueden cobrarle a cada tipo de pasajero, para lograr el mayor ingreso posible. Para comprender más claramente los impactos de la regulación en la práctica, y las limitaciones que surgen para las aerolíneas en la maximización de ingresos recurrimos a los gráficos 4 y 5.

El gráfico 5 muestra la evolución de la tarifa piso de cada mercado desde el año 2009 a 2015, es decir de la tarifa más barata vendida en el mercado.

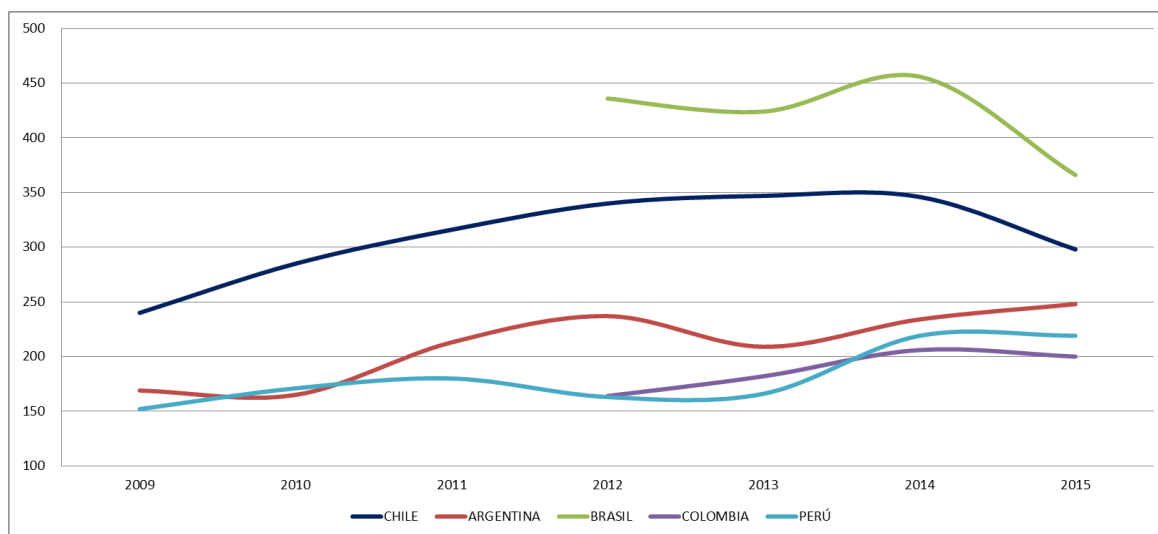
Gráfico 5: Tarifa piso origen-destino en mercado doméstico (USD)



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de aerolíneas del mercado

Al igual que como vimos con la tarifa media, las tarifas piso del mercado argentino son las más altas de la región. Estas tarifas están orientadas a pasajeros que si no tuvieran disponible estos precios probablemente no viajarían en avión. Mientras que un pasajero puede comprar tarifas entre 40 y 50 dólares en Chile, Colombia y Perú, en Argentina la tarifa más barata es del doble en los últimos años, entre 80 y 100 dólares. Brasil presenta tarifas un 10% más barata que Argentina, con una diferencia mayor en 2015 cuando la tarifa piso baja a los 50 dólares, y Argentina se mantiene en 95 dólares. El precio de la tarifa piso en el mercado argentino es el precio mínimo que la regulación habilita a cobrar a las aerolíneas en cada ruta. Si esa tarifa fuera más baja, probablemente más habitantes estarían dispuestos o tendrían posibilidades de pagarla, y se incrementaría la cantidad de pasajeros. Pero de esta forma hay una parte del mercado que no tiene acceso al avión porque su restricción presupuestaria no le permite pagar esos precios, limitando el desarrollo del mercado.

El gráfico 6 muestra la evolución de la tarifa techo de cada mercado desde el año 2009 a 2015, es decir de la tarifa más cara vendida en el mercado

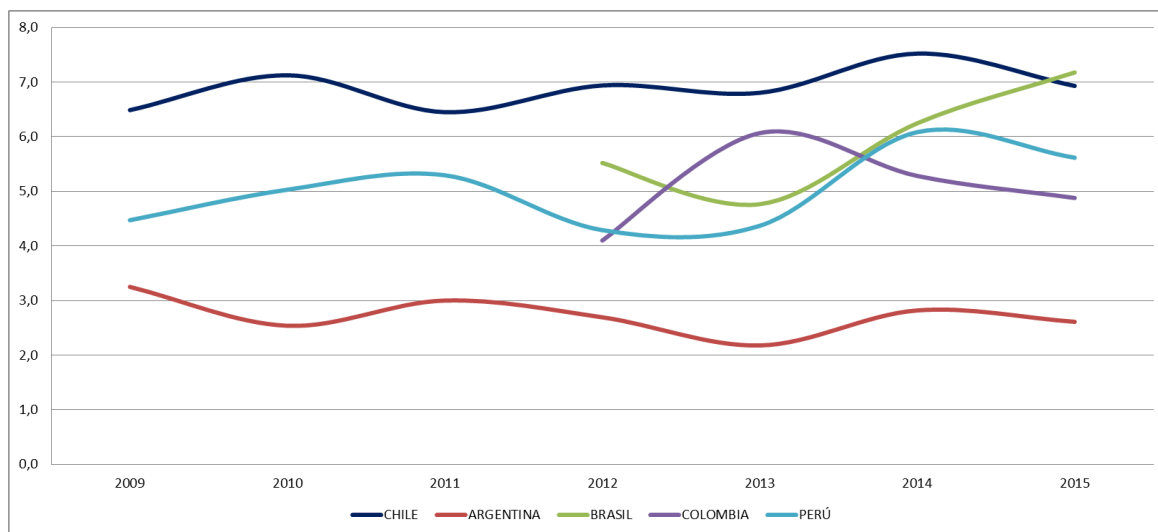
Gráfico 6: Tarifa techo origen-destino en mercado doméstico (USD)

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de aerolíneas del mercado

A diferencia de la tarifa media y la tarifa piso, la tarifa techo del mercado argentino es de las más baratas de la región. Estas tarifas están orientadas a pasajeros que dada su necesidad de viajar por motivos generalmente laborales están dispuestos a pagar precios altos. La tarifa más cara del mercado argentino oscila entre 160 y 250 dólares, en línea con Colombia y Perú. Chile presenta una tarifa 50% más cara que Argentina, y Brasil 100% mayor. Nuevamente la tarifa techo del mercado argentino es el precio máximo que la regulación habilita a cobrar a las aerolíneas en cada ruta. En este segmento de pasajeros, menos elásticos al precio, las aerolíneas buscan aumentar el precio resignando una parte menor de la demanda sabiendo que probablemente la mayoría de estos pasajeros pague la tarifa igual.

Lo interesante entonces es como el mercado argentino teniendo la tarifa media más cara de la región, tiene la tarifa piso más cara pero no la tarifa techo más cara. El mercado brasilero tiene tarifa media y tarifa piso similar al argentino, pero la ausencia de un precio máximo le permite cobrar tarifas techo más caras ampliando la posibilidad de segmentación del mercado. El gráfico 7 muestra la evolución en la relación entre la tarifa techo y la tarifa piso para cada mercado desde el año 2009 hasta el año 2015, es decir cuántas veces se cobra la tarifa más barata en la tarifa más cara.

Gráfico 7: Relación tarifa techo tarifa piso origen-destino en mercado doméstico (USD)



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de aerolíneas del mercado

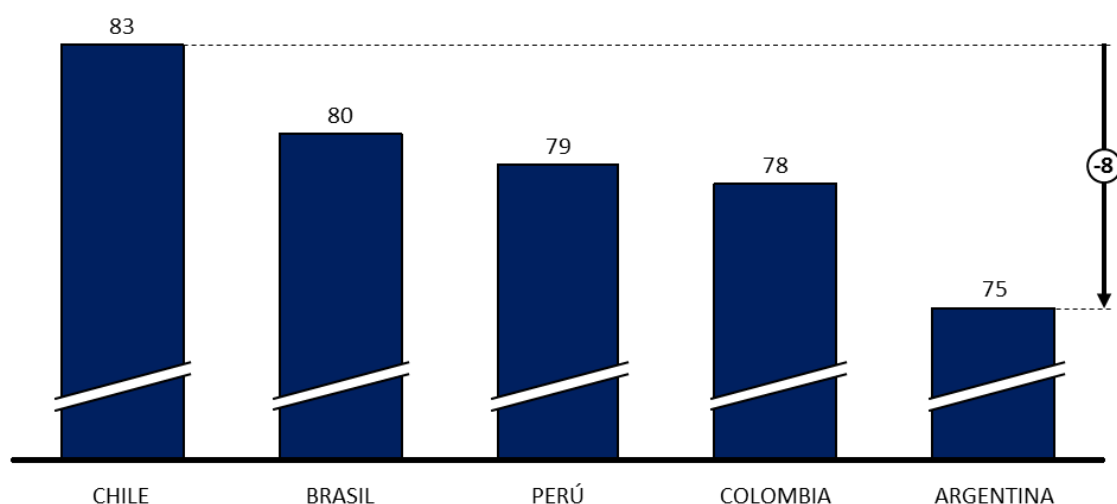
El mercado argentino tiene una tarifa techo que oscila entre 2,5 y 3 veces la tarifa piso. El resto de los mercados oscila entre 4 y 8, siendo Chile el mercado que mayor amplitud logra entre 6,5 y 7,5. Brasil con tarifa media similar a Argentina segmenta entre 5 y 7 veces, razón por la cual tiene una tarifa techo más alta. La amplitud en la relación refleja las limitaciones impuestas al mercado por la regulación. Los aumentos de banda semestrales fijados por ley mantienen la relación de 3, menor al resto de los mercados. De esta forma, la maximización de ingresos a través de la cuenta precio por cantidad se ve limitada, y por ende el desarrollo de la industria. Dependiendo de la curva de demanda y la elasticidad precio del mercado argentino, cobrando un precio más barato que el precio mínimo la aerolínea aumentaría la cantidad de pasajeros. Por otro lado compensaría esa menor tarifa piso cobrada a ese segmento, con tarifas techo más caras que el precio máximo. De esta forma, obtendría un mayor ingreso con mayor cantidad de pasajeros logrando desarrollar la industria.

Uno de los problemas que genera la menor flexibilidad para bajar tarifas es la poca capacidad de estimulación de pasajeros en períodos estacionales de baja demanda. Las decisiones de oferta de las aerolíneas tiene un horizonte de mediano/largo plazo, con lo cual al tener una determinada cantidad de aviones

dedicados al mercado es difícil ajustar la oferta a la demanda estacional cuando se busca que los aviones vuelen el mayor tiempo posible. Por eso el precio se vuelve una herramienta relevante, donde las tarifas serán más baratas en períodos de menor demanda y más caros en períodos de mayor demanda. Como también en días de la semana u horarios menos demandados. Las tarifas de referencia del mercado argentino son fijas para todo el mercado y no distinguen entre temporada alta o baja. En el segundo trimestre el mercado argentino presenta una temporada baja estacional por la menor demanda del pasajero turista, generando una fuerte caída en el factor de ocupación del mercado.

El gráfico 8 muestra el factor de ocupación para los mercados domésticos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú en 2015.

Gráfico 8: Factor de ocupación en mercado doméstico (%)



Fuente: International Civil Aviation Organization (ICAO)

El mercado doméstico de Argentina tuvo en 2015 un factor de ocupación de 75%, el más bajo de los países analizados. El factor de ocupación del resto de los mercados se ubicó entre 83% y 78%, teniendo Argentina 8pp menos que Chile con 83%. El segundo trimestre del mercado argentino empuja el promedio hacia abajo, dado que tiene un factor de ocupación considerablemente menor al resto del año. El precio mínimo fijado por las bandas tarifarias impiden realizar durante este período una estrategia de

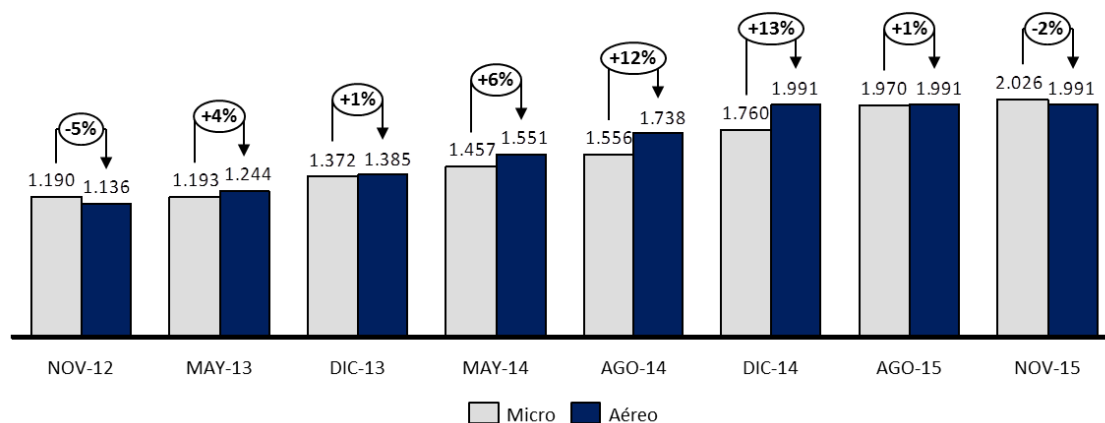
precios más agresivos para estimular demanda que permita mejorar el factor de ocupación.

Subcapítulo 3.4: Comparación de Precios contra Industria de Micros

Según datos de la Comisión Nacional de Regulación de Transporte (CNRT) sobre cantidad de pasajeros de micro en el doméstico de Argentina, cada seis pasajeros que viajan en micro sólo uno viaja en avión. Las diferencias entre ambos productos están dadas por el tiempo de viaje, la seguridad y el precio. En cuanto al tiempo no hay comparación posible, teniendo en cuenta las distancias que deben recorrerse en el país para llegar a las distintas ciudades. Mientras los vuelos más largos suelen tardar entre 3 y 4 horas, el mismo viaje en micro puede tardar más de 24 horas. En cuanto a la seguridad, el avión también saca amplia ventaja dada la gran cantidad de accidentes viales. El factor decisivo para una proporción de 6 a 1 en la cantidad de pasajeros, si bien el servicio de micros es bueno y la oferta de competidores y horarios muy variada, pasa a ser entonces el precio.

A la hora de comparar entre los precios de ambos productos debemos tener en cuenta las restricciones para acceder a las tarifas más baratas para cada servicio. Mientras que el mercado aéreo suele ofrecer múltiples tarifas para un mismo vuelo según la anticipación de compra y la estadía en destino, los micros presentan una tarifa única para un mismo micro.

El gráfico 9 muestra la evolución de tarifas piso del avión y del micro en distintos meses desde Noviembre 2012 a Noviembre 2015. Las tarifas corresponden al precio final ida y vuelta con impuestos incluidos, dado que las restricciones de compra del avión para acceder a estos precios no permiten comprar sólo ida (*Ver ANEXO D*). Los meses incluidos son aquellos en que hubo aumentos de banda en el período, ya sea para el micro o el avión.

Gráfico 9: Tarifa final ida y vuelta Aéreo y Micro (ARS)²

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio Economía, sitio web de Aerolíneas Argentinas, sitio web de Lan Argentina y sitio web de Plataforma 10

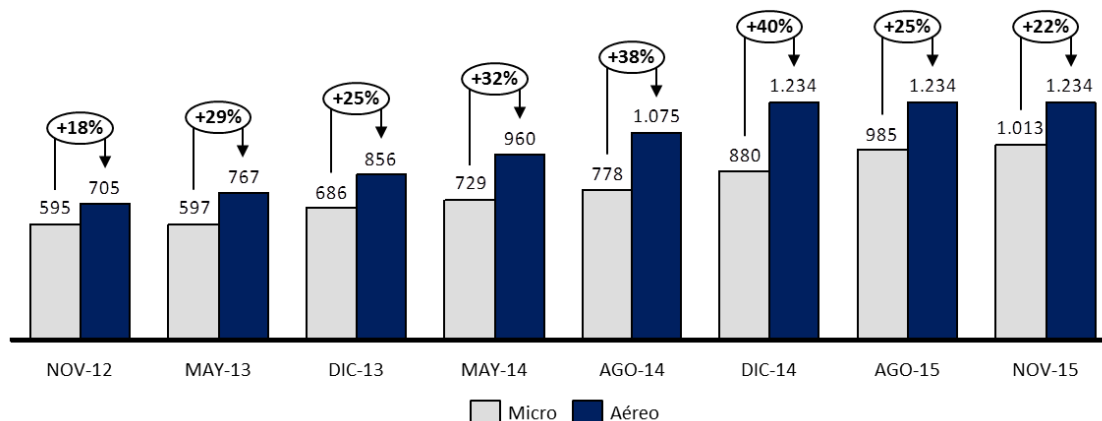
La comparación arroja en la mayoría de los meses un precio similar entre el avión y el micro para este segmento de pasajeros. En promedio, salvo en 2014 donde la diferencia era mayor al 5% a favor del micro, la ventaja del micro para este tipo de pasajero no radica tanto en un precio más barato sino en el comportamiento de compra exigido al pasajero de avión. Las tarifas más baratas del avión sólo pueden ofrecerse por ley con anticipación de compra mayor a 10 días del vuelo. Al mismo tiempo, las tarifas más baratas del avión suelen tener regulaciones de estadía para poder segmentar al pasajero turista, exigiendo según ley entre un mínimo de 2 o máximo de 14 días de estadía en destino para poder acceder a las tarifas piso. La comparación entre estas tarifas sólo podrá darse cuando se cumplan estos requisitos. El pasajero de micro tiene entonces la ventaja de poder decidir su viaje poco tiempo antes o sacar un pasaje sólo ida pudiendo acceder igualmente al precio más barato. De esta forma, muchos pasajeros de micro acostumbrados a comprar con poca anticipación terminan comparando la tarifa más barata y única del micro contra una tarifa del aéreo que no es la más barata.

El gráfico 10 muestra la evolución de tarifas sin restricciones de comportamiento de compra del avión y del micro en distintos meses desde Noviembre 2012 a Noviembre 2015. Las tarifas corresponden al precio final

² El relevamiento incluye las rutas de Buenos Aires a Córdoba, Mendoza, San Juan, Salta, Tucumán, Iguazú, Bahía Blanca, Neuquén, Bariloche y viceversa.

sólo ida, dado que la ausencia de restricciones de compra del avión para acceder a estos precios permite comprar un viaje sólo ida.

Gráfico 10: Tarifa final sólo ida Aéreo y Micro (ARS)



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio Economía, sitio web de Aerolíneas Argentinas, sitio web de Lan Argentina y sitio web de Plataforma 10

En este segmento de pasajeros el precio del avión fue entre 18% y 40% más caro que el micro. El precio sólo ida del micro se mantiene fijo con respecto al Gráfico 9, es decir el valor de esta tarifa es exactamente la mitad que la anterior. En cambio, el precio del avión sólo ida se incrementa, es decir el valor de esta tarifa es mayor a la mitad de la anterior. Esta es la comparación de precios que resulta cuando el pasajero muestra un comportamiento de compra que la regulación prohíbe para acceder a las tarifas más baratas de avión.

Las diferencias de precio encontradas son relevantes para influir en la decisión de elegir entre micro o avión, desalentando el desarrollo de la industria aérea al haber un precio más accesible para el producto sustituto. La propia regulación de tarifas de avión, con las restricciones de compra para acceder a las tarifas baratas, es la que asegura el gap de precios entre ambos servicios. Por otro lado, el gap se mantiene dado que generalmente los aumentos de banda periódicos fijados para el mercado aéreo que revisamos en la Tabla 2 fueron acompañados por aumentos similares para el mercado de micros.

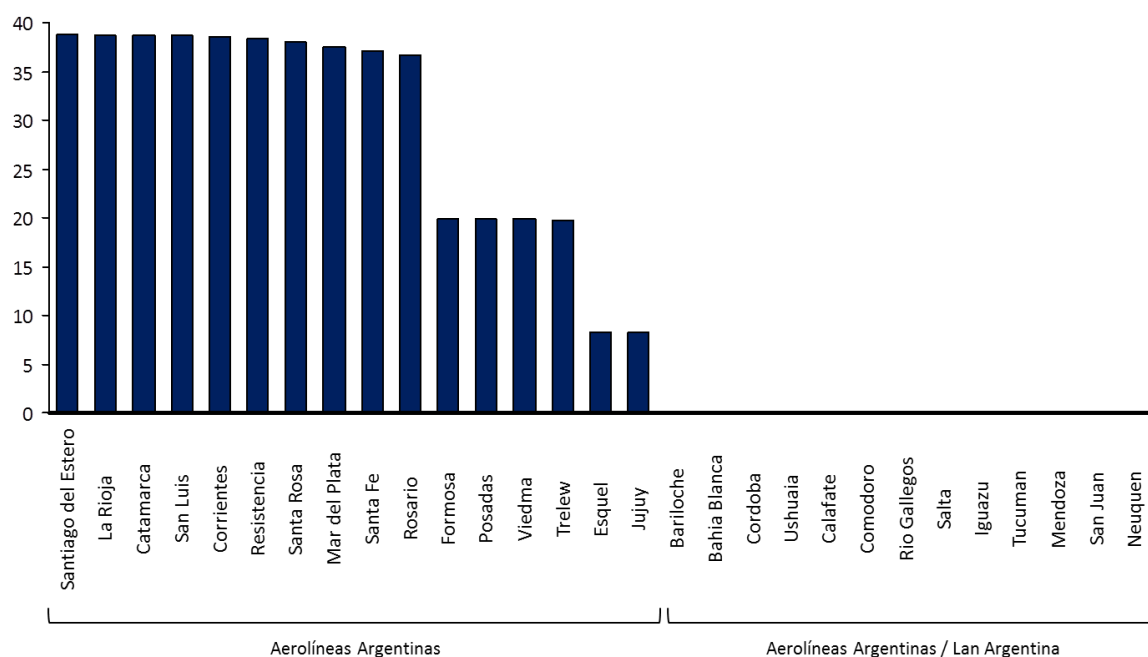
Subcapítulo 3.5: Comparación de Precios en Rutas con y sin Competencia

El Decreto N° 1654/2014 fue el último aumento de banda sancionado donde se fijan tarifas de referencia para 33 destinos originando desde Buenos Aires. Sólo

13 de esos destinos son ofrecidos tanto por Aerolíneas Argentinas como por Lan Argentina, en el resto Aerolíneas Argentinas es el único operador. Como mencionamos anteriormente las aerolíneas pueden ofrecer tarifas con hasta un 20% de descuento sobre la tarifa de referencia siempre y cuando la anticipación de compra sea mayor a los 10 días y la estadía en destino entre 2 y 14 pernoctes. Resulta interesante entonces investigar si éstas tarifas piso son ofrecidas tanto en las rutas donde ambas aerolíneas compiten como en las rutas donde no hay competencia.

El gráfico 11 muestra la diferencia porcentual entre el precio en pesos de la tarifa más barata ofrecida por Aerolíneas Argentinas y el precio de la tarifa piso para 29 de los 33 destinos. Dado que las tarifas más baratas exigen una estadía en destino, los precios más baratos de cada ruta ofrecidos para cualquier fecha de vuelo que se relevaron en Junio 2016 en el sitio web de Aerolíneas Argentinas son ida y vuelta e incluyen impuestos porque se cotiza la tarifa final para el pasajero. Para poder armar la comparación, se duplicó el precio de la tarifa de referencia porque las mismas representan el precio del tramo, es decir sólo ida. También se aplicó el descuento del 20%, y se sumaron los valores de los impuestos de cada ruta relevados en el desglose de la tarifa final que el sitio web de Aerolíneas Argentina muestra al pasajero (*Ver ANEXO E*).

Gráfico 11: Diferencia porcentual entre tarifa final ofrecida y tarifa final piso por ruta (ARS)



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio de Economía y sitio web de Aerolíneas Argentinas

En las 13 rutas donde hay competencia la diferencia porcentual es 0%, es decir se ofrecen a la venta las tarifas piso con un 20% de descuento sobre la tarifa de referencia. En cambio, en las 16 rutas donde Aerolíneas Argentinas es el único competidor, las tarifas más baratas ofrecidas a la venta son entre un 8% y 39% más altas que la tarifa piso. En Formosa, Posadas, Viedma y Trelew, la tarifa ofrecida es un 20% mayor a la tarifa piso, es decir se ofrece en estas rutas la tarifa de referencia. En Esquel y Jujuy, las tarifas ofrecidas son similares a la tarifa piso con una diferencia menor de 8%. En el resto de las rutas operadas únicamente por Aerolíneas Argentinas, como La Rioja, Corrientes y Resistencia, las tarifas ofrecidas son entre 39% y 37% mayores a la tarifa piso y entre 19% y 17% mayores a la tarifa de referencia.

Vemos como aún con una regulación tarifaria en el mercado, la ausencia de competencia en el mismo puede profundizar el efecto de la regulación. El hecho de contar con un competidor en la misma ruta empuja la decisión de bajar tarifas, hasta el límite regulatorio en el caso argentino, dado que si una de

las aerolíneas no lo hace probablemente la otra lo haga captando gran parte del mercado. La decisión de cuanto cobrar en una ruta sin competidor se vuelve unilateral porque no hay riesgo de pérdida de mercado al no tener los pasajeros otra opción. En todo caso la decisión de cuanto cobrar estará relacionado con el precio del producto sustituto como el micro y cuanto pretenda captar de ese mercado sustituto. Asociado a esto, probablemente se explique la variabilidad por ruta que vemos en la diferencia porcentual donde opera únicamente Aerolíneas Argentinas que dependerá de la elasticidad precio de los pasajeros de esa ruta.

CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN

La regulación tarifaria se introduce en el mercado argentino en el año 2002 en un contexto de crisis económica y devaluación. Puede entenderse su aplicación para proteger la rentabilidad de las aerolíneas, ante la caída en la demanda del mercado aéreo y el impacto en los costos por su alta composición de insumos en dólares. No son tan claras las razones para mantener la regulación vigente hasta 2015 siendo un factor que a largo plazo impide el desarrollo de la industria.

La estatización de Aerolíneas Argentinas por parte del gobierno convirtió a la aerolínea en una bandera de su programa político buscando llevar el mercado doméstico a un monopolio. El permiso para la entrada de un competidor en 2005 debe entenderse como una solución por parte de Lan Argentina al conflicto por los desempleos generados por la quiebra de Lafsa y Southern Winds. La fuerte injerencia del gobierno en Aerolíneas Argentinas nos plantea la duda razonable de si las decisiones de regulación fueron resultado de la conveniencia política más que de la lógica económica.

Como vimos, las regulaciones tanto tarifarias como de entrada de nuevos competidores, pueden permitir a una empresa cobrar una tarifa y captar una determinada cantidad de pasajeros que en caso de existir otro competidor o no existir un precio mínimo no podría conseguir. Se da entonces la situación que teniendo un precio mínimo y un precio máximo regulado para la ruta, Aerolíneas Argentina ofrece sus tarifas piso por encima del precio mínimo ante la ausencia de competidores.

En el caso de existir al menos otro competidor, las razones para no permitir la entrada de competidores adicionales o liberar las tarifas, podrían estar relacionadas con la aptitud de las aerolíneas existentes para hacer frente a una liberación de las tarifas. Ante una potencial eliminación de las bandas tarifarias, es de esperar que las empresas bajen las tarifas piso por un lado y suban las tarifas techo por el otro. La suba de las tarifas techo exige un servicio acorde para un pasajero corporativo exigente, en el cual la empresa que tenga el mejor servicio seguramente gane la mayor porción de mercado. En caso de no lograr capturar parte de este mercado, la baja de tarifas piso no se vería compensada

por el aumento de las tarifas techo, y la empresa sería menos rentable. En un caso como el de Aerolíneas Argentinas, con una situación financiera con resultados negativos abrir el juego podría ser demasiado riesgoso.

La permanencia de la regulación tarifaria puede también ser entendida como una medida para proteger el mercado de un producto sustituto como el micro cuyo sindicato tiene un gran poder de negociación. El mercado de micros es un sector fuertemente subsidiado por el gobierno en los últimos años que también presenta problemas en su desarrollo. Uno de los ejemplos del poder que concentra la cámara de micros es la imposibilidad de comunicación de las líneas aéreas comparando su producto contra el micro. Una de las publicidades de Aerolíneas Argentinas de los últimos años resaltaba el tiempo y comodidad del viaje del avión en comparación con el micro, la cual rápidamente fue dada de baja y no se volvió a repetir. Asegurando un diferencial de precios a favor del micro se mantiene activa su demanda, afectando indirectamente a la industria aérea.

Si bien las razones de la permanencia de la regulación son discutibles y están sujetos a diversas opiniones, encontramos opiniones más compartidas al hablar del potencial de desarrollo del mercado argentino. El gráfico 2 lo muestra al tener Argentina casi un tercio del nivel de desarrollo de Chile, considerando que son países con tramos medios en KM y concentración de población similares.³

El presente trabajo no abarca en su análisis datos de 2016, si bien podemos destacar algunas medidas relevantes de los últimos meses que se orientan hacia una nueva desregulación del mercado. En primer lugar, resaltamos que el último aumento de banda fue aprobado en Diciembre de 2014 con un incremento del 20%. Enero de 2016 fue entonces el primer mes después de varios años que no tuvo aumento de precio en sus bandas tarifarias comparado con el último año.

En segundo lugar, en Febrero de 2016 el nuevo gobierno dio el primer paso hacia la liberalización de tarifas al eliminar la tarifa máxima. El Decreto N° 294 sancionado el 2 de Febrero argumenta que la fijación de tarifas máximas ha

³ La concentración de la población en capitales es de 37% en Argentina y de 40% en Chile.

dificultado el desarrollo de la actividad aerocomercial, y como consecuencia resulta conveniente readecuar el esquema tarifario vigente para el transporte aerocomercial y establecer solamente tarifas de referencia, suprimiendo la determinación de las tarifas máximas. De esta manera, se propicia fomentar la actividad aerocomercial a través de un modo más dinámico de fijación de las tarifas a percibir por el servicio de transporte aéreo.

En tercer lugar, en Marzo 2016 se produjo la entrada de un tercer competidor al mercado. Si bien aún no está operando y debe tramitar la autorización de frecuencias, Avianca compró a la empresa de taxis aéreos y vuelos chárter Mac Air como instrumento para conseguir los permisos de operación en el mercado argentino. Al igual que en Brasil, la entrada de Avianca instala otro jugador de peso en el mercado argentino con fuerte presencia en la región.

Las medidas abren la puerta al inicio de una nueva etapa de desarrollo del mercado argentino basado en la desregulación de las tarifas y de la competencia que consolide el potencial del mercado y revierta el atraso en comparación a otros países de la región. La eliminación de la tarifa de referencia y la efectiva entrada en operación de Avianca con una oferta considerable terminarían de consolidar la desregulación. Éstas medidas deberán ser acompañadas por una decisión compartida de desarrollar el mercado aéreo incluyendo todos los actores involucrados, el gobierno, los empresarios, los sindicatos y los pasajeros. Surgen como prioridades la inversión en infraestructura de parte del Estado para que los aeropuertos soporten el incremento en pasajeros, los planes de inversión sostenidos por parte de las aerolíneas privadas, y una medición detallada de la cantidad de pasajeros terrestres tanto en micros como autos propios con metas concretas de migración hacia la industria aérea.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, hemos analizado la evolución en el desarrollo de los mercados aerocomerciales domésticos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, y las políticas regulatorias que se implementaron en cada uno desde 1985.

Concluimos que la desregulación de tarifas y de competencia son factores que influyen en el desarrollo de los mercados aéreos. Los procesos de mayor desarrollo de cada mercado coinciden con la implementación de políticas desregulatorias. Brasil, Chile y Colombia mantienen un desarrollo constante durante el período profundizando a lo largo del mismo la liberación de tarifas y de la competencia. Perú logra un fuerte desarrollo a partir del 2000 con la desregulación de su mercado. Argentina vivió dos etapas muy dispares. De 1985 a 2000, atravesó un proceso de desregulación de tarifas y competencia que le permitió desarrollar su mercado en línea con el resto de los países de la región. Sin embargo, volvió a regular el mercado en 2002 estancando su crecimiento hasta 2015, a contramano del resto de la región que continuó avanzando en su desregulación y desarrollo. Entendemos entonces que a largo plazo la regulación tarifaria es contraproducente para el desarrollo de la industria impidiendo que una parte de la población pueda acceder a tarifas baratas que le permitan viajar en avión.

La regulación de tarifas en el mercado argentino se implementó a través de precios mínimos y máximos como herramienta para proteger la rentabilidad de las aerolíneas y la salud del sistema aerocomercial en general. Su permanencia y sucesivos aumentos hasta 2015 dieron como resultado una tarifa media y tarifa piso más alta para el mercado argentino con respecto al resto de los países de la región. Sobre todo, la menor relación entre las tarifas más baratas y más caras generaron menor flexibilidad para aplicar prácticas de gestión de ingresos que permitan segmentar correctamente a los pasajeros y maximizar los ingresos.

La regulación de competencia, si bien no fue explícita, se apoyó en la protección de Aerolíneas Argentinas en detrimento del único competidor del período Lan Argentina. Junto con Chile, Argentina presenta la menor cantidad

de competidores en 2015, mientras que el resto de los mercados cuenta con tres o cuatro aerolíneas. Los efectos de la regulación tarifaria se ven profundizados ante la falta de competencia, donde las tarifas piso se ofrecen únicamente en las rutas donde compiten Aerolíneas Argentinas y Lan Argentina. A la poca cantidad de competidores, se sumaron las acciones para beneficiar a la aerolínea estatal a través de los organismos de regulación de la industria.

El mercado doméstico de Argentina presenta en 2015 el factor de ocupación más bajo de los países analizados. El precio mínimo fijado por las bandas tarifarias impiden aplicar estrategias de precios más agresivos para estimular pasajeros en períodos de baja demanda, que permita mejorar el factor de ocupación de 75% comparado con valores entre 83% y 78% del resto de los mercados.

El bajo nivel de desarrollo también se sustenta en la existencia de un producto sustituto como el micro, con un único diferencial basado en el precio. La tarifa única del micro ante las exigencias de anticipación y estadía para acceder a tarifas baratas en el avión establecen un diferencial de precio a favor del micro que favorecen su elección.

El potencial de desarrollo del mercado argentino exige una revisión de la política regulatoria adoptada en los últimos años. La liberación de tarifas y la apertura a nuevos competidores sentarían las bases para fomentar una nueva etapa de desarrollo donde recuperemos el terreno perdido y achiquemos el atraso con respecto al resto de la región.

BIBLIOGRAFÍA

Potenze, Pablo Luciano. (2012). *Aviones, Política y Dinero*. Buenos Aires, Fundación Proturismo.

Pindyck, Robert. (2005). *Microeconomía (capítulo 10 La fijación de los precios con poder de mercado)*. Buenos Aires, Pearson Prentice Hall.

Belobaba, Peter (1987). *Airline Yield Management: An Overview of Seat Inventory Control (pp. 63-73)*. Massachusetts, Transportation Science.

Schmitt, Eric (1987, Marzo). *The Art of Devising Air Fares*. The New York Times.

International Monetary Fund (IMF). *World Economic Outlook Database*. April 2016 Edition, desde link <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx>

International Monetary Fund (IMF). *IMF eLibrary Data*. Update 20 of April of 2016, desde link <http://data.imf.org/?sk=af1819f1-9b6c-43ec-bee4-b1b55fa54cf7>

International Civil Aviation Organization (ICAO), *ICAO Data Plus Demo*, desde link <https://www4.icao.int/newdataplus>

Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos (ORSNA). *Informes y Estadísticas*, desde link <http://www.orsna.gov.ar/>

Agencia Nacional de Aviacao Civil Brasil. *Dados e Estatísticas – Mercado do Transporte Aéreo*, desde link <http://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-do-transporte-aereo>

Junta de Aeronáutica Civil Chile. *Estadísticas*, desde link <http://www.jac.gob.cl/estadisticas/estadisticas-historicas/>

Aeronáutica Civil Colombia. *Estadísticas Operacionales – Transporte Aéreo*, desde link <http://www.aerocivil.gov.co/AAeronautica/Estadisticas/Estadisticas-Operacionales/Transporte-Aereo/Paginas/Inicio.aspx>

Aeronáutica Civil Perú. *Estadísticas – Pasajeros*, desde link http://www.mtc.gob.pe/transportes/aeronautica_civil/estadistica/pasajeros.html

InfoLeg – Ministerio de Economía y Finanzas Públicas Argentina.
Información Legislativa y Documental, desde link
<http://www.infoleg.gov.ar/>

Sitio Web Aerolíneas Argentinas desde link <http://www.aerolineas.com.ar/>

Sitio Web Lan Argentina desde link https://www.latam.com/es_ar/

Sitio Web Plataforma 10 desde link <http://www.plataforma10.com/ar>

ANEXOS

ANEXO A: Leyes, Decretos y Resoluciones del mercado argentino

ANEXO B: Decreto de estado de emergencia del transporte aerocomercial
2002

ANEXO C: Evolución aumentos de banda tarifaria e inflación

ANEXO D: Comparación precio Aéreo vs Micro por ruta

ANEXO E: Cálculo de precios en rutas con y sin competencia

ANEXO A: Leyes, Decretos y Resoluciones del mercado argentino

Se incluye a continuación links a cada una de las publicaciones de Leyes, Decretos y Resoluciones relevantes sancionadas en Argentina para el mercado aéreo durante el período analizado.

- Decreto-Ley N° 12.507 12/07/56 Presidencia Nación: **Política Nacional en Materia Aeronáutica 1956**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/190000-194999/192434/norma.htm>

- Ley N° 19.030 07/05/71 Secretaría Transporte: **Normas de Aplicación Transporte Aerocomercial 1971**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/130000-134999/130065/texact.htm>

- Resolución N° 275/1987 22/09/87 Secretaría Transporte: **Normativa Tarifas 1987**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=167167>

- Decreto N° 1591/1989 27/12/89 Secretaría Transporte: **Desmonopolización - Privatización Aerolíneas Argentinas 1989**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/2375/norma.htm>

- Resolución N° 47/2001 13/12/2001 Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte : **Introducción Bandas 45% Descuento sobre Tarifa Referencia 2001**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71012/norma.htm>

- Decreto N° 1654/2002 04/09/2002 Presidencia de la Nación: **Introducción Bandas 20% Descuento Tarifa Referencia 2002**

<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/77550/norma.htm>

- Decreto N° 1012/2006 7/08/2006 Presidencia de la Nación: **Primer aumento de banda 2006**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/115000-119999/118650/norma.htm>

- Resolución N° 257/2008 11/04/2008 Secretaría de Transporte: **Segundo Aumento de banda 2008**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/139526/norma.htm>

- Resolución N° 227/2009 12/11/2009 Secretaría de Transporte: **Aumento de bandas 2009**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/160000-164999/160276/norma.htm>

- Resolución N° 118/2010 07/06/2010 Secretaría de Transporte: **Revisión periódica de tarifas 2010**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/165000-169999/168129/norma.htm>

- Resolución N° 1654/2014 19/12/2014 Secretaría de Transporte: **Último aumento de banda 2014**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/239866/norma.htm>

- Decreto N° 294/2016 02/02/2016 Presidencia de la Nación: **Eliminación tarifas máximas 2016**

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/258356/norma.htm>

ANEXO B: Decreto de estado de emergencia del transporte aerocomercial 2002

Cito a continuación parte del texto incluido en el Decreto N° 1654/2002 dada su relevancia en el trabajo de análisis realizado, donde se explican las razones para declarar el estado de emergencia del sector y las tarifas de referencia:

“Declárase el Estado de Emergencia del Transporte Aerocomercial que se desarrolla en todo el territorio de la Nación Argentina por operadores nacionales sujetos a la competencia de la Autoridad Nacional por el plazo de vigencia de la Ley N° 25.561.

Bs. As., 4/9/2002

VISTO el Expediente N° S01:0178152/2002 del Registro del MINISTERIO DE LA PRODUCCION, y

CONSIDERANDO:

Que el Servicio Público de Transporte Aerocomercial de Cabotaje constituye un servicio esencial para la comunidad, cuya prestación el ESTADO NACIONAL debe asegurar en forma general, continua, regular, obligatoria, uniforme y en igualdad de condiciones para todos los usuarios.

Que es deber del ESTADO NACIONAL velar por la adecuada prestación de los servicios públicos, preservando la salud no sólo del transporte aéreo, sino también del sistema general de transporte, evitando prácticas ruinosas que tras una efímera ventaja económica para el consumidor, se revelan a la larga, contrarias al interés general.

Que los grandes desequilibrios producidos en los últimos años en todos los ámbitos de la economía nacional generaron una situación de crisis general de tal gravedad y magnitud que determinó el dictado de la Ley de Emergencia Pública y de Reforma del Régimen Cambiario N° 25.561, con el objeto de que el PODER EJECUTIVO NACIONAL proceda al reordenamiento, reactivación, crecimiento y reestructuración del sistema económico, financiero, cambiario, social y administrativo del ESTADO NACIONAL.

Que en este marco coyuntural se vieron afectadas profundamente las empresas aerocomerciales que operan en el sistema de cabotaje

Que el sector aerocomercial tiene dentro de sus componentes de costos un alto porcentaje ligado estrictamente a insumos importados, mientras que otros de carácter local se han visto también incrementados, como es el caso de los combustibles.

Que a raíz de los acontecimientos ocurridos el día 11 de septiembre de 2001 en los ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, las empresas de transporte aéreo sufren una grave crisis en cuanto a los seguros obligatorios de dicha actividad, toda vez que las empresas aseguradoras que se dedican a atender al sector aerocomercial han incrementado los costos de las pólizas, como consecuencia de los nuevos riesgos existentes.

Que las empresas locadoras o dadoras en leasing de aeronaves han intimado en muchos casos a las transportadoras a suspender las prestaciones en tanto no posean una garantía integral de los riesgos contra actos de guerra, terrorismo y riesgos asociados,

Que asimismo la ORGANIZACION DE AVIACION CIVIL INTERNACIONAL (OACI), ha decidido apelar a sus Estados Miembros para que tomen las medidas necesarias, con el objeto de asegurar que la aviación y los servicios de transporte aerocomercial no sean alterados y apoyen las operaciones de las líneas aéreas mediante un compromiso que cubra los riesgos desatendidos por las circunstancias antes mencionadas, hasta tanto se estabilicen los mercados de seguros.

Que si bien el ESTADO NACIONAL se encuentra debidamente informado de la referida situación, en el marco de la presente emergencia, no puede absorber de manera directa el costo de los seguros, pero sí puede aplicar políticas que coadyuven al sector a enfrentar la actual situación de emergencia que atraviesa.

Que conforme lo antedicho y teniendo en cuenta que la cobertura de riesgos aeronáuticos tiene un costo sensiblemente inferior en el exterior, dado que existe una mayor oferta por parte de las empresas aseguradoras extranjeras, se entiende necesario, entre otras medidas concretas, exceptuar transitoriamente a las empresas de transporte aéreo nacional de la obligación de contratar seguros en el país en tanto el interés asegurable sea de

jurisdicción nacional, conforme prevén los Artículos 2º y 3º de la Ley Nº 12.988, (T.O. por Decreto Nº 10.307 del 11 de junio de 1953).

Que particularmente, los motivos de la crisis arraigada en el sector son, entre otros, la restricción crediticia general que impide el financiamiento de la actividad, el incremento del precio en el tipo de combustible utilizado, el aumento en los costos de los seguros y la incidencia directa en el sector de la movilidad del tipo de cambio.

Que en este estado, es necesario declarar en forma expresa la emergencia del sector, dentro del marco de la Ley Nº 25,561 y, en consecuencia, fijar políticas que coadyuven a compensar los desfasajes existentes, viabilizando la continuidad de las empresas prestatarias y, por lo tanto, la prestación de los servicios a los usuarios como también la conservación de las fuentes de empleo.”

Los valores de las tarifas de referencia fijadas en el Anexo 1 del decreto fueron:

ANEXO I

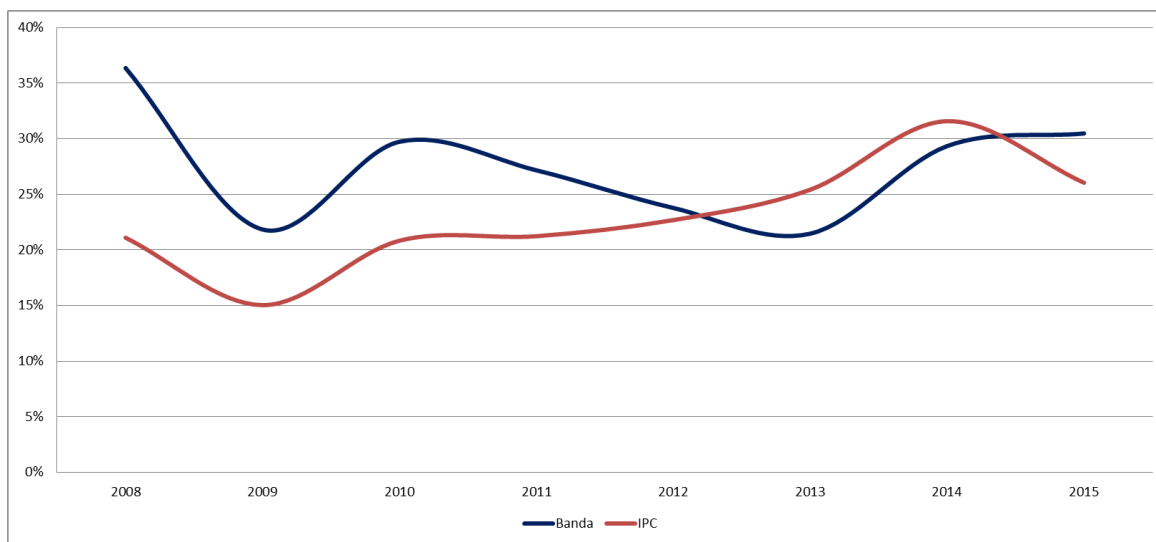
Destino	Tarifa Referencia	Tarifa Máxima
Bahía Blanca	\$ 96,00	\$ 182,00
San Carlos de Bariloche	\$ 187,00	\$ 355,00
Catamarca	\$ 129,00	\$ 245,00
Chapelco	\$ 187,00	\$ 355,00
Comodoro Rivadavia	\$ 125,00	\$ 238,00
Córdoba	\$ 104,00	\$ 198,00
Corrientes	\$ 109,00	\$ 207,00
Esquel	\$ 187,00	\$ 355,00
Formosa	\$ 124,00	\$ 236,00
Iguazú	\$ 134,00	\$ 255,00
Jujuy	\$ 168,00	\$ 319,00
La Rioja	\$ 129,00	\$ 245,00
Mar del Plata	\$ 73,00	\$ 139,00
Mendoza	\$ 135,00	\$ 257,00
Neuquén	\$ 135,00	\$ 257,00
Posadas	\$ 116,00	\$ 220,00
Puerto Madryn	\$ 125,00	\$ 238,00
Resistencia	\$ 109,00	\$ 207,00
Río Gallegos	\$ 135,00	\$ 257,00
Río Grande	\$ 147,00	\$ 279,00
Rosario	\$ 54,00	\$ 103,00
Salta	\$ 164,00	\$ 312,00
San Luis	\$ 119,00	\$ 226,00
San Rafael	\$ 133,00	\$ 253,00
Santa Fe	\$ 62,00	\$ 118,00
Santa Rosa	\$ 89,00	\$ 169,00
Santiago del Estero	\$ 133,00	\$ 253,00
Tucumán	\$ 150,00	\$ 285,00
Ushuaia	\$ 158,00	\$ 300,00
Viedma	\$ 114,00	\$ 217,00

ANEXO C: Evolución aumentos de banda tarifaria e inflación

En la tabla 2 vimos los aumentos de banda ocurridos desde 2006, que tomaron una frecuencia mayor a partir de 2008.

El gráfico 12 muestra la relación entre la inflación y los aumentos de banda acumulado anual desde 2008.

Gráfico 12: Aumento de banda e inflación (acumulado anual)



Fuente: Ministerio de Economía y FMI

De 2008 a 2011 los aumentos de banda fueron mayores a la inflación, con aumentos en términos reales entre 13% y 5%. De 2012 a 2015 las diferencias son menores al 5% acompañando los aumentos de banda al ritmo de la inflación.

ANEXO D: Comparación precio Aéreo vs Micro por ruta

Como vimos en el gráfico 9 las tarifas piso del avión y del micro presentan en promedio un precio similar en distintos meses desde Noviembre 2012 a Noviembre 2015. Vale aclarar que si lo viéramos por ruta, a medida que aumenta la distancia, la diferencia entre el gap de tarifas a favor del micro se va achicando hasta revertirse.

La tabla 3 muestra los precios piso del avión en pesos para cada una de las rutas analizadas en la comparación.

Tabla 3: Tarifa final ida y vuelta Aéreo por ruta (ARS)

	NOV-12	MAY-13	DIC-13	MAY-14	AGO-14	DIC-14
BHI	834	910	1.008	1.124	1.259	1.432
BRC	1.509	1.655	1.846	2.069	2.317	2.665
COR	877	959	1.066	1.196	1.340	1.531
IGR	1.103	1.208	1.346	1.508	1.689	1.936
MDZ	1.113	1.217	1.356	1.521	1.704	1.952
NQN	1.115	1.220	1.358	1.518	1.700	1.950
SLA	1.334	1.462	1.630	1.828	2.047	2.352
TUC	1.226	1.343	1.496	1.678	1.879	2.156
UAQ	1.113	1.217	1.356	1.521	1.704	1.952
TOTAL	1.136	1.244	1.385	1.551	1.738	1.991

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio Economía, sitio web de Aerolíneas Argentinas, sitio web de Lan Argentina y sitio web de Plataforma 10

La tabla 4 muestra los precios piso del micro en pesos para cada una de las rutas analizadas en la comparación.

Tabla 4: Tarifa final ida y vuelta Micro por ruta (ARS)

	NOV-12	MAY-13	DIC-13	MAY-14	AGO-14	DIC-14
BHI	736	736	878	878	954	1.132
BRC	1.736	1.736	2.012	2.212	2.212	2.466
COR	660	660	790	790	860	990
IGR	1.314	1.314	1.602	1.790	1.790	2.010
MDZ	1.060	1.060	1.210	1.260	1.340	1.550
NQN	1.316	1.316	1.454	1.434	1.580	1.830
SLA	1.512	1.512	1.720	1.900	2.180	2.354
TUC	1.246	1.246	1.416	1.580	1.680	1.940
UAQ	1.130	1.130	1.270	1.270	1.410	1.564
TOTAL	1.190	1.193	1.372	1.457	1.556	1.760

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio Economía, sitio web de Aerolíneas Argentinas, sitio web de Lan Argentina y sitio web de Plataforma 10

La tabla 5 muestra la variación entre la tarifa piso del aéreo comparado con la tarifa piso del micro para cada una de las rutas analizadas en la comparación.

Tabla 5: Tarifa final ida y vuelta Aéreo vs Micro por ruta (ARS)

	NOV-12	MAY-13	DIC-13	MAY-14	AGO-14	DIC-14
BHI	13%	24%	15%	28%	32%	27%
BRC	-13%	-5%	-8%	-6%	5%	8%
COR	33%	45%	35%	51%	56%	55%
IGR	-16%	-8%	-16%	-16%	-6%	-4%
MDZ	5%	15%	12%	21%	27%	26%
NQN	-15%	-7%	-7%	6%	8%	7%
SLA	-12%	-3%	-5%	-4%	-6%	0%
TUC	-2%	8%	6%	6%	12%	11%
UAQ	-2%	8%	7%	20%	21%	25%
TOTAL	-5%	4%	1%	6%	12%	13%

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio Economía, sitio web de Aerolíneas Argentinas, sitio web de Lan Argentina y sitio web de Plataforma 10

En rutas de menor distancia como Córdoba o Bahía Blanca el micro es más barato y en rutas de mayor distancia como Salta o Iguazú el avión es más barato.

ANEXO E: Cálculo de precios en rutas con y sin competencia

En el gráfico 11 vimos la diferencia porcentual entre el precio en pesos de la tarifa más barata ofrecida por Aerolíneas Argentinas y el precio de la tarifa piso para 29 de los 33 destinos. La Tabla 6 muestra los precios sobre los cuales se calculó la diferencia porcentual.

Tabla 6: Tarifa final ofrecida y tarifa final piso por ruta (ARS) – Junio 2016

Ruta	Decreto N° 1654/2014	Aerolíneas Argentinas	Diferencia %
	Tarifa Piso Final	Tarifa Final	
Santiago del Estero	2.069	2.871	39%
La Rioja	2.004	2.780	39%
Catamarca	2.004	2.780	39%
San Luis	1.864	2.584	39%
Corrientes	1.710	2.370	39%
Resistencia	1.718	2.378	38%
Santa Rosa	1.413	1.949	38%
Mar del Plata	1.182	1.624	37%
Santa Fe	1.002	1.374	37%
Rosario	892	1.220	37%
Formosa	1.877	2.251	20%
Posadas	1.763	2.113	20%
Viedma	1.727	2.069	20%
Trelew	2.276	2.726	20%
Esquel	2.715	2.940	8%
Jujuy	2.458	2.660	8%
Bariloche	2.681	2.681	0%
Bahía Blanca	1.456	1.456	0%
Córdoba	1.547	1.547	0%
Ushuaia	2.693	2.693	0%
Calafate	2.407	2.407	0%
Comodoro	2.368	2.368	0%
Rio Gallegos	2.368	2.368	0%
Salta	2.368	2.368	0%
Iguazú	1.952	1.952	0%
Tucumán	2.173	2.172	0%
Mendoza	1.969	1.968	0%
San Juan	1.969	1.968	0%
Neuquén	1.959	1.958	0%

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de Ministerio de Economía y sitio web de Aerolíneas Argentinas

La Tarifa Referencia son los precios publicados en el Decreto N° 1654/2014 para el tramo, es decir sólo ida. La Tarifa Piso Final es el resultado de multiplicar por 2 la Tarifa Referencia, restarle el 20% de descuento y sumarle los Impuestos de la ruta. Esa es la tarifa ida y vuelta comparable con Tarifa Final cuyo valor es la cotización más barata relevada en el sitio web de Aerolíneas Argentinas.