

American Airlines, British Airways e Iberia aclaran con hechos cualquier duda sobre su petición de inmunidad antimonopolio

FORT WORTH, Texas – A falta de hechos o datos que oponer a la petición de inmunidad antimonopolio de American Airlines, British Airways e Iberia, Virgin Atlantic ha recurrido a argumentos sin base y a tácticas alarmistas e hipócritas. De forma intencionada, Virgin está intentando confundir a las autoridades regulatorias y al público en general al poner en duda los datos que las tres aerolíneas hemos enviado al Departamento de Transportes de Estados Unidos (DOT) para apoyar nuestra petición de inmunidad antimonopolio. Al oponerse a nuestra petición, Virgin también está rechazando que aumente la competencia y que los consumidores tengan más alternativas. Éstos son los hechos:

1. Nuestra petición de inmunidad antimonopolio incluye datos MIDT (Marketing Information Data Tapes), que es una fuente de información válida y ampliamente reconocida, utilizada para analizar cuotas de mercado y niveles de competencia por los organismos reguladores de todo el mundo, entre ellos el DOT, el Departamento de Justicia de Estados Unidos y la Comisión Europea.
2. Las MIDT aportan información sobre reservas realizadas en todo el mundo a través de los diferentes Sistemas de Distribución Global (GDS - Global Distribution Systems – en sus siglas en inglés), como Amadeus, Sabre, WorldSpan, Galileo y otros. Incluye además reservas de Internet de terceros, como Travelocity y Orbitz.
3. La información MIDT fue la utilizada en las peticiones de inmunidad antimonopolio realizadas por las alianzas Sky Team y Star, y aprobadas por el DOT; además, el Departamento de Justicia de EEUU la ha empleado en estudios sobre competencia. AA, BA e Iberia están utilizando estos mismos datos en su petición de inmunidad antimonopolio para las aerolíneas de la alianza **oneworld** que operan rutas en el Atlántico Norte.
4. La afirmación de Virgin en el sentido de que las MIDT no incluyen las reservas realizadas en las páginas web de AA y BA (AA.com y BA.com) es irrelevante. Esto se explica porque las MIDT tampoco incluyen reservas directas de otras aerolíneas, como Virgin Atlantic. O dicho de otra manera, al cumplir el protocolo del DOT en la entrega de información sobre nuestra petición, estamos ofreciendo datos comparables.
5. En anteriores procesos de inmunidad antimonopolio y en comentarios públicos, Virgin ha ensalzado las virtudes de las MIDT:
 - En una petición conjunta al DOT en 1998, Virgin afirmó que “la información MIDT es importante.” Virgin también aseguró que “los datos MIDT mejoran la planificación del transporte y permiten un mejor uso de los recursos.”
 - En una petición al DOT en el año 2003, Virgin dijo que las MIDT proporcionan a las aerolíneas “información sobre mercados (de pares de ciudades), como el tamaño potencial del mercado (en número de pasajeros), la proporción de tráfico business y vacacional, la proporción de tráfico de sus competidores, etc. **Las MIDT son la única fuente de información sobre los mercados internacionales disponible para las aerolíneas que no son estadounidenses.** Esta información ayuda

a las aerolíneas a tomar decisiones sobre la oportunidad de entrar o no en nuevos mercados o incrementar la capacidad en mercados en los que ya se opera, ya que reduce la incertidumbre sobre estas decisiones.”

6. La información del DOT a la que se refiere Virgin es completamente inapropiada para este debate. Esa información, conocida como T-100, mide todos los pasajeros que hay a bordo en un trayecto de un determinado vuelo sin escalas, independientemente del origen o del destino. En otras palabras, el 100 por cien de los pasajeros de un vuelo Dallas Fort Worth (DFW)-Heathrow aparecen en el T-100 como pasajeros pertenecientes exclusivamente al DFW-Heathrow, incluso aquéllos que no comienzan su viaje en DFW y los que no lo terminan en Heathrow. De este modo, se sobrevalora la cuota de mercado de un centro de operaciones, ya que se incluye a todo el mundo a bordo de ese vuelo y no sólo a los pasajeros que comienzan su viaje en DFW y vuelan a Londres como destino final, que sí es la verdadera cuota de mercado entre DFW y Heathrow. Por ejemplo, un pasajero que vuela de Houston a París puede volar vía DFW-Heathrow. El verdadero par de ciudades para el itinerario de ese pasajero es Houston-París, pero los datos de Virgin incluyen a los clientes que conectan con el trayecto DFW-Heathrow como parte de nuestra cuota de mercado en el par de ciudades DFW-Heathrow. Eso es erróneo porque DFW no es el origen y Heathrow no es el destino final – esos aeropuertos sólo son puntos de conexión para la verdadera pareja de ciudades (Houston-París) -.
7. La información que Virgin pretende utilizar también sobrevalora la cuota de mercado de vuelos sin escala de una aerolínea porque no incluye ningún vuelo con escalas. Por ejemplo, un pasajero que vuela de DFW a Heathrow puede volar vía Washington Dulles. El par de ciudades para ese itinerario es DFW-Heathrow y, de ese modo, compite con el vuelo sin escalas entre DFW y Heathrow. Sin embargo, las estadísticas de Virgin consideran el vuelo con una escala como dos pares de ciudades diferentes: una es DFW-Dulles y la otra, Dulles-Heathrow. De ese modo, ninguno de los dos trayectos se mostraría como competencia de la ruta sin escalas del vuelo DFW-Heathrow. Esto rebaja la competencia entre aerolíneas a rutas sin escalas concretas y por lo tanto lleva a equívoco.

En resumen, no hay ninguna fuente tan fiable como la información MIDT para analizar la competencia entre compañías. El DOT utilizó las MIDT para estudiar y aprobar las peticiones de inmunidad antimonopolio de SkyTeam y Star, y el Departamento de Justicia ha empleado las MIDT en sus análisis sobre competencia. Aun más si cabe, en el pasado Virgin ha defendido con fuerza los datos MIDT como una fuente de información importante, pero ahora los rechaza porque las MIDT no le valen para defender sus argumentos. Las MIDT reflejan que nuestra petición de inmunidad no dañará la competencia entre aerolíneas, como Virgin afirma, y de hecho la información de las MIDT demuestra que la cuota de mercado de la alianza **oneworld** en Heathrow será menor que la que tienen las alianzas Star y Sky Team en sus centros de distribución europeos. Para más información, www.moretravelchoices.com