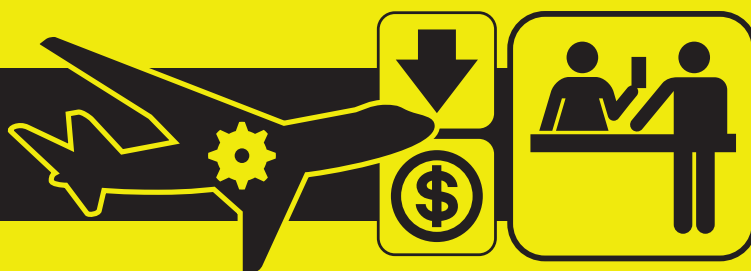


ACTUAL

57 2010



El impacto de las compañías de bajo coste en los aeropuertos andaluces

LA FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES ES UNA ENTIDAD DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y CULTURAL, SIN ÁNIMO DE LUCRO, ADSCRITA A LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. ENTRE NUESTROS OBJETIVOS FUNDACIONALES SE ESTABLECEN EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO SOBRE LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA Y CULTURAL DE ANDALUCÍA Y LA DIFUSIÓN DE SUS RESULTADOS EN BENEFICIO DE TODA LA SOCIEDAD.

NUESTRO COMPROMISO CON EL PROGRESO DE ANDALUCÍA NOS IMPULSA A LA CREACIÓN DE ESPACIOS DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO CON LA COMUNIDAD CIENTÍFICA E INTELLECTUAL Y CON LA CIUDADANÍA EN GENERAL, Y A LA COLABORACIÓN ACTIVA CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA.

LA COLECCIÓN ACTUALIDAD FORMA PARTE DEL CATÁLOGO DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS DE LA FUNDACIÓN Y ESTÁ DESTINADA TANTO AL LECTOR ESPECIALIZADO COMO A LA OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL. CADA UNA DE SUS EDICIONES SE ESTRUCTURA COMO INFORMES MONOGRÁFICOS PARA EL FOMENTO DE LA REFLEXIÓN Y EL ANÁLISIS SOBRE ASPECTOS DE RELEVANCIA PARA LA SOCIEDAD ANDALUZA DEL SIGLO XXI.

LAS OPINIONES PUBLICADAS POR LOS AUTORES EN ESTA COLECCIÓN SON DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

Edita: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia, Junta de Andalucía.

© Del texto: José Ignacio Castillo Manzano, Lourdes López Valpuesta, Diego José Pedregal Tercero.

© Diciembre 2010. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces

Bailén 50, 41001 Sevilla.

Tel.: 955 055 210. Fax: 955 055 211

www.centrodeestudiosandaluces.es

Depósito Legal: SE-1688-05

I.S.S.N.: 1699-8294

Ejemplar Gratuito. Prohibida su venta.



El impacto de las compañías de bajo coste en los aeropuertos andaluces

JOSÉ IGNACIO CASTILLO MANZANO
Universidad de Sevilla

LOURDES LÓPEZ VALPUESTA
Universidad de Sevilla

DIEGO JOSÉ PEDREGAL TERCERO
Universidad de Castilla-La Mancha

Agradecimientos

Este trabajo de investigación ha sido financiado por la Fundación Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía, a la que los autores agradecen su confianza. También debemos agradecer a AENA su necesaria colaboración y ayuda para realizar la campaña de encuestas sobre el sector turístico del entorno de los aeropuertos de Granada-Jaén, Jerez y Sevilla.

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Las aerolíneas de bajo coste	6
3. El efecto real de la llegada de las aerolíneas de bajo coste sobre los aeropuertos andaluces	7
3.1. Metodología	7
3.2. Resultados	8
4. El efecto percibido por el tejido turístico andaluz de la llegada de las aerolíneas de bajo coste sobre los aeropuertos andaluces.....	9
4.1. Metodología	9
4.2. Resultados	10
5. Conclusiones	14
6. Bibliografía.....	17

1. Introducción

Dentro de las relaciones generales entre el aeropuerto y la economía urbana, destaca el análisis de la influencia que tienen los aeropuertos y el transporte aéreo sobre la industria turística. Concretamente, el aeropuerto más cercano a nuestras ciudades puede ser considerado como la puerta de entrada al turismo (Robertson, 1995), ya que las infraestructuras aeroportuarias y los servicios aeroportuarios son el primer y último lugar al que llegan/salen los turistas en sus vacaciones (Castillo-Manzano *et al.*, 2010a). De esta forma, el aeropuerto le da al turista la primera impresión sobre la calidad de sus vacaciones, afectando a sus expectativas e intenciones para la decisión de compra del próximo destino. Sin embargo, la influencia entre el transporte aéreo y el turismo es bidireccional pues el turismo es, a su vez, un factor impulsor y en algunos casos un estimulador del cambio en el transporte aéreo, influenciando la demanda (Bieger & Wittmer, 2006).

En toda Europa, incluyendo los aeropuertos andaluces, como en otros continentes, estas relaciones generales se han visto modificadas por los importantes cambios que ha ocasionado la liberalización del transporte aéreo. Este proceso de liberalización ha tenido importantes efectos sobre el turismo (Lohmann *et al.*, 2009; Gillen & Hirsch, 2001), sobre todo, con el boom de las compañías de bajo coste¹ (Castillo-Manzano & Marchena-Gómez, 2010; Forsyth, 2006; Barrett, 2008; Graham & Shaw, 2008). Por este motivo, este artículo busca analizar los efectos que han tenido este tipo de aerolíneas en los aeropuertos andaluces que las han acogido, así como la visión que de este efecto tiene el sector turístico del *hinterland* —o área de influencia— de tres de esos aeropuertos, Granada-Jaén, Jerez y Sevilla, donde su llegada ha supuesto importantes cambios que merecen ser estudiados.

Desde el punto de vista de la revitalización de estos aeropuertos andaluces, muchos de ellos estaban infrautilizados antes de la llegada de las compañías de bajo coste (Castillo-Manzano, 2010a; Francis *et al.*, 2004) de modo que estas compañías han ayudado a dinamizarlos, justificando nuevas inversiones para la modernización de los mismos. En esta línea, compañías de bajo coste y aeropuertos regionales han establecido una relación de simbiosis (Barbot, 2006), pues muchas de estas aerolíneas han elegido estos aeropuertos para establecer sus propias bases.

Respecto a los *hinterlands* de los aeropuertos servidos por estas compañías de bajo coste, también se han beneficiado con la llegada de este tipo de aerolíneas, las cuales juegan un importante papel en el desarrollo económico,

sobre todo en aquellas urbes más remotas o periféricas (Graham & Shaw, 2008). Generalmente se considera que las compañías de bajo coste son capaces de generar nueva demanda de tráfico de pasajeros, atrayendo a nuevos usuarios que antes no podían permitirse viajar en avión, así como incrementando la frecuencia de viaje de los pasajeros actuales (Castillo-Manzano & Marchena-Gómez 2010). Además, han abierto nuevos mercados turísticos (Bieger & Wittmer, 2006; Forsyth, 2006) en lo que previamente eran destinos menos conocidos (Echevarne, 2008).

Para que la relación entre turismo, desarrollo económico, aeropuerto y aerolíneas funcione es necesaria una coordinación en la planificación turística entre todos los agentes implicados; incluidas las también administraciones públicas, que participan activamente mediante la concesión de ayudas o subvenciones a las aerolíneas para atraer o mantener determinados vuelos. Estos subsidios directos o a través de acuerdos con las entidades públicas de carácter local o regional no están exentos de polémica y en ocasiones han sido objeto de una especial vigilancia por parte de las autoridades comunitarias europeas (véase Barbot, 2006 o Echevarne, 2008). Lógicamente, dichas ayudas para favorecer el turismo suelen estar condicionadas al logro de resultados positivos. Francis *et al.* (2004), cita un caso en el que las autoridades turísticas retiraron dichas ayudas cuando estudios posteriores demostraron que los turistas se dirigían a otros destinos alejados de las ciudades próximas al aeropuerto, dejando sólo un beneficio marginal en la economía local, concretamente los puestos de trabajo del aeropuerto.

Para conocer el efecto que ha tenido el boom del bajo coste en Andalucía, este trabajo se divide en dos líneas complementarias, que pretenden comparar el impacto real —cuantificado a través de un modelo econométrico—, y el impacto estimado por el sector turístico —medido a través de una amplia campaña de encuestas— de la llegada de este tipo de aerolíneas a los aeropuertos andaluces. En resumen, las dos líneas de trabajo son las siguientes:

a) Impacto real: «desde una visión externa» y a partir de las estadísticas de tráficos aeroportuarios, calcularemos los efectos que sobre cada uno de los aeropuertos andaluces ha tenido el desarrollo de las aerolíneas de bajo coste. Para ello, utilizaremos un modelo de series temporales con análisis de intervención.

b) Impacto estimado o percibido por el sector turístico: «desde una visión interna» del sector turístico cercano a los aeropuertos de Granada-Jaén, Jerez y Sevilla, analizaremos la percepción que este tejido turístico tiene del fenómeno del bajo coste. Para ello, se emplearán los datos suministrados por una campaña de encuestas y entrevistas personales con gerentes turísticos andaluces del *hinterland* de los tres aeropuertos considerados, realizada gracias a la ayuda y recursos que nos suministró AENA.

1. En España, y según el informe del Instituto de Estudios Turísticos (2009), la cifra de llegadas internacionales a los aeropuertos españoles en 2009 fue de 55,2 millones, correspondiendo un 54,1% del total a las compañías aéreas de bajo coste.

2. Las aerolíneas de bajo coste

Existe una amplia literatura académica sobre el desarrollo y la importancia de las aerolíneas de bajo coste, ya sea desde una perspectiva general como desde el análisis de su expansión por distintas zonas geográficas. Encontramos estudios sobre aerolíneas de bajo coste centrados en EEUU (Reynolds-Feighan, 2001) y describiendo el llamado modelo Southwest (Francis *et al.*, 2004; Gillen & Lall, 2004); en Canadá (Hennessey, 2005); en Australia (Forsyth, 2003); en Europa (Castillo-Manzano *et al.*, 2010a; Pels *et al.*, 2009), destacando el llamado modelo Ryanair (Barrett, 2004b; Guillen & Lall, 2004); y en Asia (Zhang *et al.*, 2008). El ritmo de publicación de estos estudios refleja, de forma aproximada, los procesos de desregulación de la industria del transporte aéreo en estas zonas geográficas (véase De Neufville, 2006, sobre la cronología de los procesos de desregulación internacional).

En Europa, la temprana liberalización entre Irlanda y Reino Unido a mediados de los ochenta crearon las condiciones para la aparición de la primera *low cost* en Europa: Ryanair. En general, las aerolíneas de bajo coste en Europa han tenido bastante éxito (Pitfield, 2007) aunque en los primeros años se pueden destacar los casos de Debonair, que suspendió su actividad a finales de 1999; de Buzz, absorbida por Ryanair o GO, vendida a easyJet en 2002. Además, y siguiendo a Vera & Ivars (2009), distintas previsiones sugieren que el número de aerolíneas de bajo coste actualmente operando en Europa disminuirá considerablemente en los próximos años.

El éxito de las aerolíneas de bajo coste parece residir en las características propias del producto ofrecido. Estas características, con algunas diferencias según la aerolínea, han sido definidas en distintos trabajos previos: elevado nivel de utilización de la aeronave; central de reservas por internet; uso de aeropuertos secundarios; mínima tripulación de cabina; menores salarios; asientos de una sola clase (además, con más asientos por aeronave que las aerolíneas tradicionales); escaso tiempo de inmovilización de la aeronave en tierra; no hay adjudicación de asiento al pasajero; los pasajeros tienen que pagar por las comidas y bebidas; viajes *point-to-point*, sin conexiones; entre otras características (Barrett, 2004a; Castillo-Manzano, 2010b; Castillo-Manzano & Marchena-Gómez, 2010; Castillo-Manzano *et al.*, 2010a; Francis *et al.*, 2006). Dado que muchas de estas características suponen una simplificación del producto ofrecido, está claro que estas aerolíneas deben ofrecer una mejora en

la calidad que compense dichas restricciones, aunque, como comenta Barbot (2006), la mayor o menor calidad de las aerolíneas de bajo coste frente a las aerolíneas tradicionales dependerá de los criterios que consideremos para definir la calidad. Por ejemplo, Ryanair ofrece, además de una reducción en los precios, una mayor puntualidad o un menor número de equipajes perdidos², ventajas estas últimas que son simplemente una consecuencia de las características del producto ofrecido por Ryanair. Es decir, del viaje *point-to-point* que evita retrasos por los pasajeros con conexiones y favorece un check in más rápido, unido al ahorro de tiempo en registrar los puntos de los programas de fidelización —ausentes en las aerolíneas de bajo coste—, así como de las menores aglomeraciones presentes en aeropuertos secundarios (Barrett, 2004a y Barrett, 2004b).

Este modelo de las aerolíneas de bajo coste ha provocado importantes cambios en las estrategias y en el comportamiento de los diferentes agentes económicos, tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda, en la industria del transporte aéreo:

1. Por el lado de la oferta, se comprueba que aeropuertos secundarios, a menudo infrautilizados (Castillo-Manzano, 2010a; Francis *et al.*, 2004) han alcanzado una posición de fuerza en relación a la que antes tenían frente a los aeropuertos *hubs*³ (De Neufville, 2006; Reynolds-Feighan, 2001). Además, se observa también un fuerte poder de negociación por parte de las aerolíneas de bajo coste (Barrett, 2004a), que lo utilizan para reclamar menores tarifas y mayores subsidios (Castillo-Manzano, 2010a; Castillo-Manzano *et al.*, 2010a). En España, este fuerte poder de negociación de Ryanair se ha puesto de manifiesto en casos como el del aeropuerto de Valencia, que dejó de ser base de Ryanair en España, debido al rechazo del gobierno regional a concederle ayudas para sus planes de crecimiento⁴. En el otro lado, encontramos el ejemplo del aeropuerto de Girona, donde el éxito de los acuerdos sobre ayudas entre autoridades regionales y locales y Ryanair proporcionó un modelo para otros gobiernos —el gobierno regional en Cantabria o el Ayuntamiento de Reus— para atraer más conexiones de esta aerolínea (Bel, 2009).

Este trato preferencial de autoridades y aeropuertos a Ryanair puede plantear problemas de competencia desleal, como el conocido acuerdo entre Ryanair y el aeropuerto de Charleroi que dio origen a la intervención de la Comisión Europea considerando el acuerdo entre ambos ilegal, ya que suponía un obstáculo a la competencia (véase Barbot, 2006 o Echevarne, 2008). Sin embargo, en diciembre de 2008, la Corte Europea de Primera Instancia desestimó la decisión de la Comisión Europea que consideraba ilegal las ayudas concedidas a Ryanair, por lo que el debate continúa.

2. Por el lado de la demanda se observa cómo los pasajeros han adaptado

2. Según datos de la compañía Ryanair (disponible en <http://www.ryanair.com/es/novedades/ryanair-censura-la-campana-de-los-sindicatos-espanoles>), el 93% de los vuelos de Ryanair llegan en hora frente al 70% registrado por Iberia; además, Ryanair pierde 0,4 maletas por cada 1.000 pasajeros comparado con las 17 maletas por cada 1.000 pasajeros registradas por Iberia.

3. Los aeropuertos *hubs* (por ejemplo, Madrid) centralizan el tráfico de pasajeros procedentes de aeropuertos secundarios para enviarlos hacia otros destinos, principalmente internacionales.

4. Esta actitud del gobierno regional de Valencia, contraria a conceder un trato preferencial a Ryanair, contrasta con la concesión de ayudas a la aerolínea regional Air Nostrum por parte de dichas autoridades (Vera & Ivars, 2009).

su comportamiento y sus decisiones relativas a los viajes. En primer lugar, han cambiado sus hábitos de compra de billetes, al incentivarse la compra sin intermediación, directamente en las páginas webs de las compañías aéreas (Castillo-Manzano & López-Valpuesta, 2010; Jarach *et al.*, 2009). En segundo lugar, se han visto obligados a modificar sus decisiones respecto al consumo en el interior del avión, ya que con las líneas de bajo coste deben pagar por la comida o bebida que consuman (Dennis, 2007). Aunque esta estrategia también ha sido asumida por las aerolíneas tradicionales. Igualmente, muchos de los pasajeros han cambiado sus hábitos vacacionales, dando preferencia a unas vacaciones de corta duración (Mason & Alamdari, 2007). Por ello, se observa que los viajeros más jóvenes (aunque otros trabajos cuestionan este resultado, véase Castillo-Manzano & Marchena-Gómez, 2010) y con una relación elasticidad-precio mayor han aumentado su demanda de servicios de transporte aéreos (O'Connell & Williams, 2005). Además, la elección de aeropuertos secundarios por parte de las aerolíneas de bajo coste afecta a los desplazamientos de los usuarios de estas aerolíneas al aeropuerto, pues según una encuesta realizada por O'Connell & Williams (2005), los pasajeros de Ryanair viajan un 44% más que los de la aerolínea tradicional Aer Lingus para llegar al aeropuerto (véase Castillo-Manzano, 2010b, sobre las nuevas demandas de accesos a los aeropuertos por parte de los pasajeros de bajo coste). Sin embargo, la incomodidad que supone la mayor distancia de los aeropuertos secundarios a las grandes ciudades no parece suponer una barrera importante para el uso de las aerolíneas de bajo coste. Por ejemplo, Barrett (2004b) recoge el hecho de que el aeropuerto de Heathrow esté más cerca del centro de Londres que el aeropuerto de Stansted puede ser irrelevante para la mayoría de los pasajeros.

En la literatura académica, encontramos diversas publicaciones que han destacado la influencia de las aerolíneas de bajo coste en los tráficos de diferentes aeropuertos europeos como Charleroi (Francis *et al.*, 2004), Frankfurt Hahn (York Aviation, 2007; Guillen & Lall, 2004) o Prestwick y Stansted (Barrett, 2004b), así como en los aeropuertos de Malta (Graham & Dennis, 2010) o Italia (Donzelli, 2010). Concretamente en España, destacan las referencias al aeropuerto de Girona (Bel, 2009), Reus (York Aviation, 2007) o Valencia o Granada (Vera & Ivars, 2009).

3. El efecto real de la llegada de las aerolíneas de bajo coste sobre los aeropuertos andaluces

En este epígrafe, se busca medir el impacto que sobre los tráficos de los aeropuertos andaluces ha tenido la llegada de las aerolíneas de bajo coste, tomando como punto de referencia las operaciones de la primera compañía de bajo coste en España en número de pasajeros⁵. Dicha compañía en Andalucía, como en otras regiones españolas y europeas en general, se ha convertido en el heraldo de este nuevo modelo de negocio y su llegada generalmente sirve para aumentar la potencialidad turística de un destino en el mercado aéreo nacional, pero, sobre todo, en el continental, lo que suele venir acompañado por la llegada de nuevas compañías aéreas o por el aumento de frecuencias de las que ya operaban.

3.1. Metodología

El efecto total de la llegada de la compañía estudiada sobre los aeropuertos andaluces se desglosará en un efecto directo y uno indirecto.

a. Efecto directo: es el que tradicionalmente ha medido la literatura, es decir, el porcentaje que representan los tráficos de la compañía de bajo coste estudiada sobre el total de los tráficos del aeropuerto.

b. Efecto indirecto: consta de dos partidas, que se estimarán de forma agregada. Dichas partidas son:

b.1. El efecto llamada sobre otras aerolíneas, principalmente «de bajo coste», de signo positivo.

b.2. El efecto sustitución sobre otras aerolíneas, principalmente «tradicionales», de signo negativo. Este efecto, a su vez, se debe a dos razones:

b.2.1. La compañía de bajo coste analizada ofrece conexiones antes ofertadas por otras aerolíneas.

b.2.2. Los nuevos destinos de la compañía estudiada disminuyen el tráfico a los *hubs* nacionales como Madrid o Barcelona.

5. Siguiendo las normas de publicación de la Fundación Centro de Estudios Andaluces, el nombre de esta compañía no se citará en este estudio para evitar publicidad encubierta.

Los datos utilizados para medir los efectos indirectos de la compañía estudiada sobre el aeropuerto han sido los tráficos aéreos mensuales de los aeropuertos andaluces —desde 1996 a 2008—, separando los tráficos de la compañía estudiada, así como otras variables encaminadas a considerar determinados aspectos que influyen en el tráfico aéreo: la actividad económica (Inglada & Rey, 2004; Njegovan, 2005); los días laborables —teniendo en cuenta los años bisiestos—; los periodos vacacionales —incluyendo la Semana Santa, cuya fecha varía de un año a otro—; el efecto negativo de los atentados terroristas del 11S sobre el tráfico aéreo (Inglada & Rey, 2004); así como adversas condiciones meteorológicas o huelgas encubiertas de controladores.

Los datos de tráfico total y de la compañía estudiada para el año 2008 —último año considerado en nuestro análisis— así como la fecha de entrada de esta compañía en cada aeropuerto andaluz se recogen en la tabla 1.

Tabla 1. Tráfico, en número de pasajeros, de los aeropuertos andaluces durante 2008

Aeropuerto	Fecha de entrada de la compañía estudiada	Tráfico total 2008	Tráfico de la compañía estudiada 2008
Málaga	abril de 2003	12.767.314	628.632
Sevilla	febrero de 2005	4.370.225	463.570
Granada-Jaén	febrero de 2005	1.421.830	363.205
Jerez	mayo de 2003	1.297.125	160.575
Almería	enero de 2005	1.018.331	74.819

Fuente: www.aena.es.

El modelo de serie temporal empleado en el análisis es el de la familia de los modelos de transferencia (Box *et al.*, 1994), estimado en espacios de estados, con análisis de intervención y detección automática de atípicos (para una visión teórica de la metodología empleada véase Castillo-Manzano *et al.*, 2010b). La mayor ventaja de esta nueva propuesta metodológica, frente a trabajos anteriores similares, es que es fácilmente extrapolable a otros sistemas aeroportuarios para medir los efectos que la entrada de cualquier nueva aerolínea, ya sea bajo coste o tradicional, tendría sobre las restantes aerolíneas en los diferentes aeropuertos.

3.2. Resultados

La tabla 2 ofrece los distintos efectos para cada uno de los aeropuertos estudiados, todos ellos expresados como porcentaje sobre el total de tráficos del aeropuerto.

Tabla 2. Efectos total, directo e indirecto de la llegada de la compañía de bajo coste estudiada sobre los aeropuertos andaluces

Aeropuerto	Efecto directo (%)	Efecto indirecto (%)	Efecto total (%)
Málaga	1,73	-1,48	0,25
Sevilla	8,57	6,73	15,30
Granada-Jaén	23,75	13,18	36,93
Jerez	18,81	2,65	21,46
Almería	10,49	2,50	12,99
Media (en valores absolutos)	12,67	5,31	17,39

Fuente: elaboración propia.

Como se desprende de la tabla 2, el efecto de la llegada de la compañía estudiada en todos los aeropuertos andaluces es positivo, con la excepción de Málaga, cuyo efecto indirecto es ligeramente negativo y el efecto total es nulo. Destacar también el importante impacto que ha generado dicha compañía en los aeropuertos de Granada-Jaén y Jerez tanto de forma directa como indirecta. Estos dos aeropuertos muestran una alta dependencia respecto de esta compañía, lo que los hace especialmente sensibles a la volatilidad propia de este tipo de compañías, como lo demuestra la cancelación de rutas por parte de esta compañía en 2010 en el aeropuerto de Granada-Jaén y que se analizará en la conclusiones.

4. El efecto percibido por el tejido turístico andaluz de la llegada de las aerolíneas de bajo coste sobre los aeropuertos andaluces

Este epígrafe busca abordar, desde el punto de vista del propio sector turístico y diferenciando según el segmento de actividad al que pertenecen —hoteles, restauración, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, y establecimientos de ocio orientados al turismo—, la contribución que el fenómeno de las aerolíneas de bajo coste tiene sobre el sector turístico del *hinterland* de los aeropuertos regionales andaluces, concretamente de Granada-Jaén, Jerez y Sevilla. De esta forma, se analizarán cuestiones tales como el papel de los aeropuertos como instrumento de desarrollo económico; el debate sobre la intervención de las administraciones públicas para favorecer la implantación de nuevas líneas o la visión del sector turístico sobre la contribución de la llegada de estas aerolíneas a las distintas categorías de turismo (desde el turismo de sol y playa al de congresos). También se analiza la percepción de los *managers* de las empresas turísticas sobre los aspectos que definen la calidad de una aerolínea.

Por tanto, frente al enfoque externo del epígrafe anterior que pretende cuantificar la contribución realizada por las líneas de bajo coste, este enfoque interno y directo analiza la percepción que el resto de eslabones de la cadena turística, desde agencias de viajes a hoteles, tiene sobre estas aerolíneas, origen de un cada vez mayor porcentaje de sus clientes.

4.1. Metodología

Para este estudio, se ha elaborado una base de datos de 330 gerentes turísticos del *hinterland* de los aeropuertos de Granada-Jaén, Jerez y Sevilla construida con la estrecha colaboración de AENA (Castillo-Manzano (dir), 2009). El cuestionario iba dirigido a todo establecimiento cuya actividad económica estuviera relacionada con el turismo pero se centraron los esfuerzos en las siguientes categorías: establecimiento hotelero; restauración; agencia de viaje; alquiler de coches y establecimientos dedicados al ocio: museos, coches de caballo, parques temático, academias para extranjeros, etc. El número de establecimientos turísticos recogido ha sido de 155 en Sevilla, 91 en Granada y 84 en Jerez.

El cuestionario previamente a su lanzamiento fue testado por un grupo de empresarios del sector de la ciudad de Sevilla. Gracias a sus comentarios se pudo obtener una redacción clara en todas las cuestiones que facilitó el desarrollo de las 3 campañas de encuestas. Diversas asociaciones empresariales colaboraron en las mismas tanto distribuyendo el cuestionario entre sus asociados, incluso en sus congresos o reuniones profesionales, como animando activamente a la participación en la campaña de encuestas.

Las oleadas de encuestas se realizaron tanto por entrevistadores profesionales como por correo postal o electrónico, permitiéndose la devolución del cuestionario, en estos dos últimos casos, de nuevo por correo postal o electrónico, y por fax. Las características de las campañas de encuestas se recogen en la tabla 3.

Tabla 3. Datos técnicos de la encuesta

Aeropuerto		Granada-Jaén	Jerez	Sevilla
Obtención de la información		Entrevista con cuestionario cerrado		
		Universo: gerentes de establecimientos turísticos		
Muestreo	Tamaño de la muestra	91	84	155
	Método de muestreo	Estratificado por actividades		
	N.º de oleadas	2	3	2

Fuente: elaboración propia.

Los *managers* de estos establecimientos han ofrecido su visión respecto a las siguientes cuestiones:

a. Su valoración sobre el papel del aeropuerto como instrumento de desarrollo económico.

b. Su opinión sobre si las administraciones públicas locales (Ayuntamiento y Diputación) deben favorecer la implantación de las aerolíneas de bajo coste, incluso con subvenciones económicas, o por el contrario, si la llegada de nuevas conexiones aéreas y aerolíneas debe ser un proceso natural sin ninguna injerencia de las administraciones públicas.

c. Su opinión sobre si debe existir un organismo encargado de la captación de nuevos tráficos y rutas.

d. Su valoración sobre la contribución de las aerolíneas de bajo coste y de las aerolíneas tradicionales al desarrollo económico, al turismo de congresos, al turismo de sol y playa, y al turismo cultural.

e. Su valoración sobre las variables que definen la calidad de una aerolínea, concretamente: precio del billete, horario, experiencia, ausencia de escalas, programas de fidelización, presencia de una central de reservas por internet, y posibilidad de reservar en agencias de viajes.

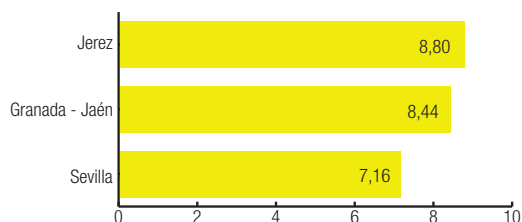
f. Su valoración sobre la influencia del desarrollo de las aerolíneas de bajo coste en la actividad de su propio establecimiento.

4.2. Resultados

La visión sobre el fenómeno de las aerolíneas de bajo coste de los *managers* de los distintos establecimientos turísticos se muestra en los siguientes gráficos:

a. Su valoración del papel del aeropuerto como instrumento de desarrollo económico.

Gráfico 1. Valoración del aeropuerto
0: mínima; 10: máxima

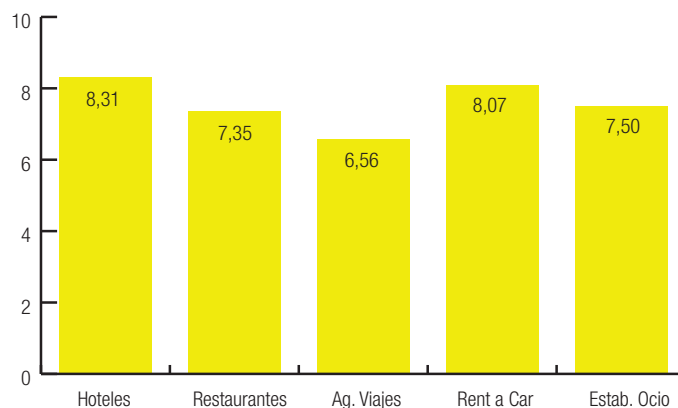


Fuente: elaboración propia.

Como se desprende del gráfico anterior, en el *hinterland* de los aeropuertos andaluces estudiados se obtiene una valoración muy positiva del papel del aeropuerto como instrumento de desarrollo económico. Dicha valoración siempre es superior a 7, llegando para el caso de Jerez a situarse cerca del 9.

Gráfico 2. Valoración del aeropuerto según categoría de establecimiento

0: mínima; 10: máxima



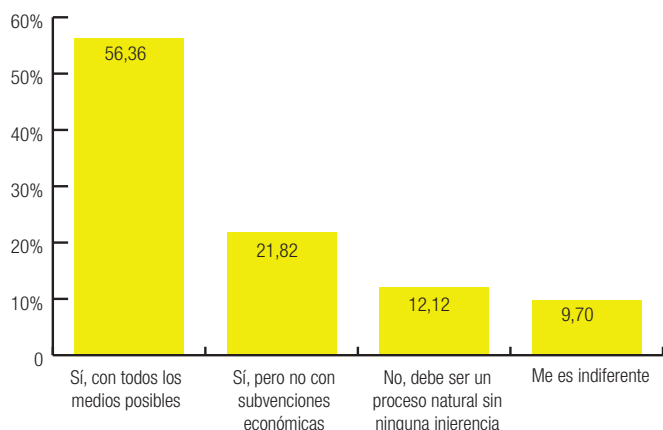
Fuente: elaboración propia.

Si abordamos la misma pregunta pero desde la óptica del tipo de establecimiento turístico, nos encontramos que, aunque todas las categorías presentan valoraciones altas, las agencias de viaje son las que ofrecen una valoración menor con un 6,56. Las restantes categorías de establecimientos se encuentran aproximadamente entre el 7,5 y 8,5. Es difícil de explicar este fenómeno pues, en principio, las agencias de viajes son la categoría de establecimiento cuya dependencia es mayor, por no decir absoluta, de los aeropuertos, ya que difícilmente se entiende la planificación del viaje moderno, tanto por negocio, turismo u otros motivos —visitar amigos y familiares—, que necesite la intermediación de la agencia, sin la existencia de aeropuertos. Finalmente, señalar que la mayor valoración del papel de los aeropuertos la ofrecen los hoteles, con un 8,31.

b. Su opinión sobre si las administraciones públicas locales (Ayuntamiento y Diputación) deben favorecer la implantación de las aerolíneas de bajo coste, incluso con subvenciones económicas, o por el contrario, si la llegada de nuevas conexiones aéreas y aerolíneas debe ser un proceso natural sin ninguna injerencia de las administraciones públicas.

Gráfico 3. Intervención de las Administraciones Públicas

¿Cree que las Administraciones Públicas locales deben favorecer la implantación de líneas de bajo coste en el aeropuerto?

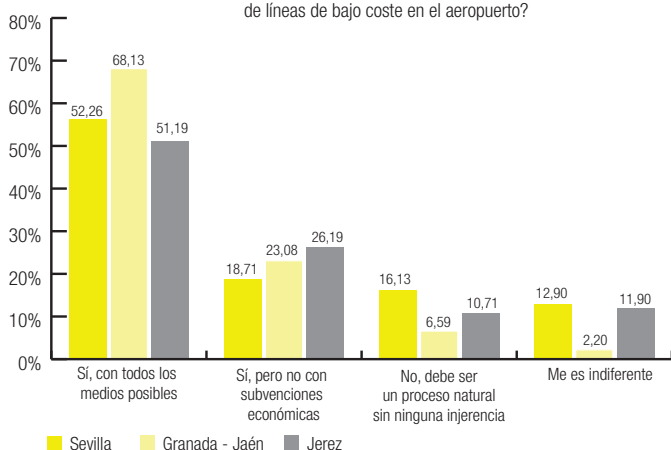


Fuente: elaboración propia.

Una gran mayoría de los establecimientos turísticos, concretamente un 78%, piden un intervención clara de las administraciones públicas a la hora de favorecer la implantación y llegada de las compañías de bajo coste; aunque sólo el 56% acepta que se paguen subvenciones económicas. Posiblemente, la idea generalizada de lo mutable que es el fenómeno de las aerolíneas de bajo coste, que cambian de destinos de forma recurrentemente, es la que retroalimenta la necesidad manifestada por el sector de que las Administraciones Públicas deban intervenir para que el efecto neto de dicha mutabilidad favorezca a sus respectivos aeropuertos.

Gráfico 4. Intervención de las administraciones públicas por ciudades

¿Cree que las Administraciones Públicas locales deben favorecer la implantación de líneas de bajo coste en el aeropuerto?



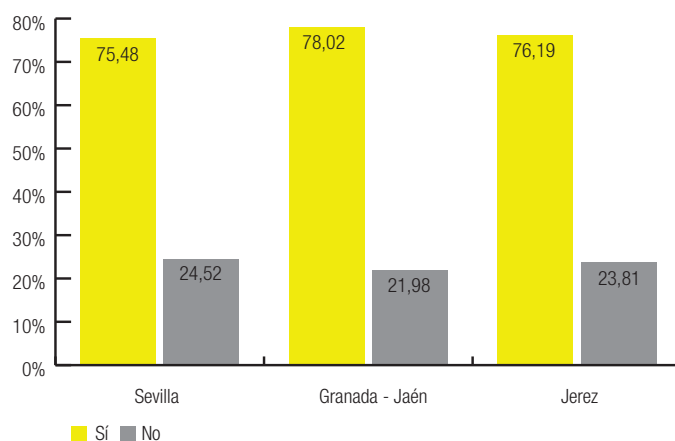
Fuente: elaboración propia.

Existe unanimidad en las tres ciudades andaluzas en cuanto al apoyo del papel de las administraciones públicas para favorecer la implantación de las líneas de bajo coste. Concretamente, más del 50% de los gerentes turísticos de las tres ciudades demandan un papel activo de las administraciones públicas con todos los medios posibles. Destaca el *hinterland* de Granada-Jaén, con un 91% de apoyo a la intervención para la atracción de las compañías de bajo coste y con un 68% a favor de conceder subvenciones económicas.

c. Su opinión sobre si debe existir un organismo encargado de la captación de nuevos tráficos y rutas.

Gráfico 5. Necesidad de un organismo propio para la captación de tráficos, por ciudades

¿Cree necesario un Organismo en su ciudad cuyo objetivo sea la captación de nuevos tráficos y rutas?

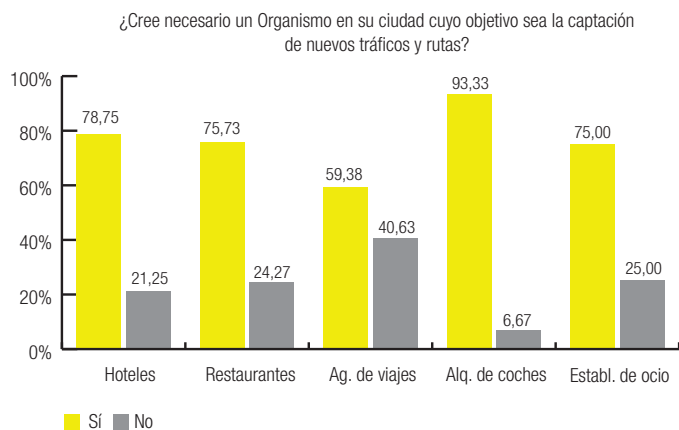


Fuente: elaboración propia.

En general, se observa una gran demanda en el sector turístico de las tres ciudades (por encima del 75%) de que exista un organismo específico encargado de la captación de nuevas rutas y conexiones. El papel desarrollado hasta la fecha en el entorno de los aeropuertos españoles en este tema no es muy relevante, aunque ya existen experiencias destacables y creemos que dicho papel se incrementará en el futuro. En este sentido, se debe destacar Comité de Rutas Aéreas gallego, impulsado por la Xunta de Galicia. Este organismo, compuesto por *managers* de aeropuertos, representantes de gobiernos regionales y locales, así como representantes de asociaciones empresariales, tiene como objetivo la búsqueda y la atracción de nuevas rutas, generalmente de bajo coste, a los aeropuertos gallegos y valorar a posteriori, el impacto

económico de los subsidios concedidos a estas aerolíneas. En resumen, vemos cómo los *managers* aeroportuarios, junto a otros agentes, han desarrollado un rol más activo al desarrollarse estrategias más complejas para atraer a las mencionadas aerolíneas.

Gráfico 6. Necesidad de un organismo propio para la captación de tráficos, por tipo de establecimiento



Fuente: elaboración propia.

Según el tipo de establecimiento, también se observan los altos porcentajes (de nuevo por encima del 75%) a favor de un organismo involucrado en la búsqueda de nuevas rutas aéreas. El único matiz se observa en las agencias de viajes, con un porcentaje ligeramente inferior al 60% a favor del citado organismo.

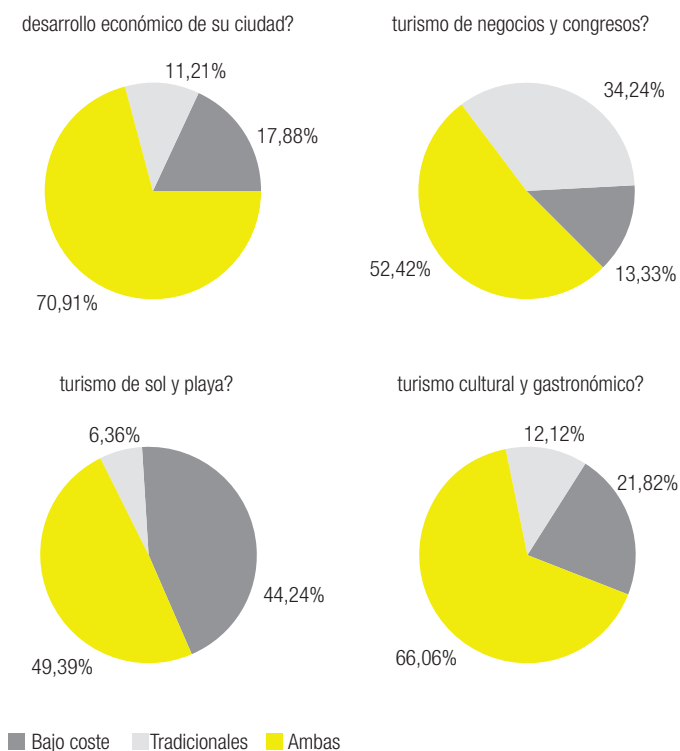
d. Su valoración de la contribución de las líneas de bajo coste y de las líneas tradicionales al desarrollo económico, al turismo de congresos, al turismo de sol y playa, y al turismo cultural.

Para realizar una comparativa entre líneas tradicionales y líneas de bajo coste, los siguientes gráficos muestran las respuestas ofrecidas por los establecimientos turísticos sobre el tipo de compañías que consideran más adecuada para favorecer el desarrollo económico de su ciudad o para contribuir al turismo, según sus distintas modalidades: turismo de negocios y congresos; turismo de sol y playa; y turismo cultural y gastronómico.

Existe la idea generalizada entre los agentes turísticos que ambos tipos de compañías son útiles para los cuatro papeles asignados a las mismas: desarrollo económico; turismo de congresos; turismo de sol y playa; y

Gráfico 7. Comparativa entre líneas tradicionales y líneas de bajo coste

¿Qué tipo de compañías aéreas cree que son más útiles para el...



Fuente: elaboración propia.

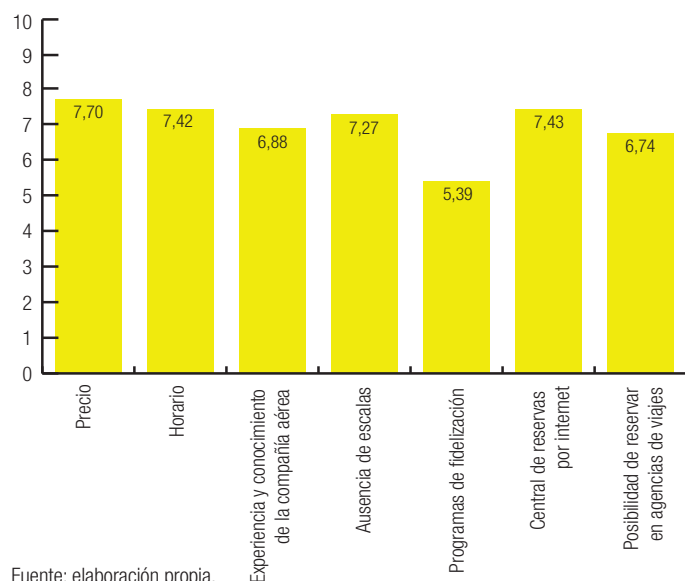
turismo cultural y gastronómico. Sí se observa una mayor preferencia por las aerolíneas tradicionales en el turismo de congresos y por las aerolíneas de bajo coste en el turismo de sol y playa.

e. Su valoración sobre las variables que definen la calidad de una aerolínea, concretamente: precio del billete, horario, experiencia, ausencia de escalas, programas de fidelización, presencia de una central de reservas por internet, y posibilidad de reservar en agencias de viajes.

En este apartado se recoge la valoración de los responsables de los establecimientos turísticos encuestados sobre los factores que determinan la calidad de las compañías aéreas. El listado de factores era cerrado y

Gráfico 8. Variables que definen la calidad de una aerolínea

0: mínima; 10: máxima



Fuente: elaboración propia.

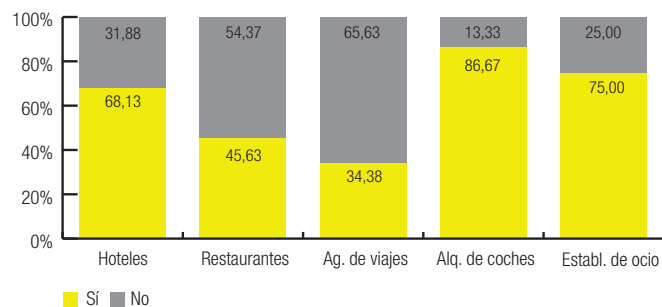
se les pedía a los establecimientos que manifestaran su opinión sobre los mismos valorándolos de 0 (mínimo) a 10 (máximo). Entre las conclusiones más destacadas que se desprenden del gráfico anterior se encuentran que, en líneas generales, las valoraciones de todos los factores están por encima de 6, con la excepción de los programas de fidelización. La valoración más alta la tiene el precio de la aerolínea, seguidas por la posibilidad de reservas por internet y los horarios, con prácticamente la misma valoración. El grupo de elementos más valorados se complementa con la ausencia de escalas en el vuelo. En general, estos cuatro factores están más vinculados con la estrategia de las compañías de bajo coste. Por el contrario, los criterios menos valorados son la existencia de programas de fidelización, también conocidos como de pasajeros frecuentes, la posibilidad de reservar en agencias de viajes y la experiencia y conocimiento de la compañía aérea, tres factores asociados en mayor medida a las compañías tradicionales.

Respecto a los programas de fidelización, puede que estas escasas valoraciones encubran cierta miopía por parte de los establecimientos turísticos, ya que a medida que los programas de fidelización se han ido sofisticando, se han multiplicado las oportunidades de colaboración entre las aerolíneas y todo tipo de empresas —desde el sector financiero a las telecomunicaciones—, pero sobre todo las de ocio y turismo. Actualmente, la forma más fácil de conseguir y redimir puntos en estos programas fuera de las aerolíneas son los hoteles de las cadenas adscritas al programa o el alquiler de coches.

f. Su valoración sobre la influencia del desarrollo de las líneas de bajo coste en la actividad de su propio establecimiento.

Gráfico 9. Influencia de las líneas de bajo coste en la actividad económica

¿Cree que su actividad se ha visto incrementada con el desarrollo de las líneas de bajo coste?



Fuente: elaboración propia.

Analizando por tipo de establecimiento turístico:

- La mayoría de los hoteles, un 68 por ciento, no tiene duda de que la llegada de las líneas de bajo coste ha supuesto un incremento significativo de su actividad.
- En el caso de los restaurantes la mayoría no es tan holgada, aunque se sitúa en torno al 46 por ciento.
- Son las agencias de viaje las que tienen un comportamiento más crítico con las compañías de bajo coste, de forma que cerca del 66 por ciento consideran que su actividad se ha visto perjudicada con la llegada de las compañías de bajo coste, mientras que sólo un 34 por ciento opina que se ha visto incrementada.
- En el lado opuesto, son las empresas de rent-a-car las que mejor concepción tienen sobre la contribución de las compañías de bajo coste a su actividad, concretamente un 86,67 por ciento de las mismas han visto incrementada su actividad.
- Finalmente, los establecimientos de ocio también de forma mayoritaria, 75 por ciento, tienen una buena percepción sobre la contribución de estas compañías a su actividad.

5. Conclusiones

Este trabajo busca ofrecer un enfoque global sobre las transformaciones que la llegada de las aerolíneas de bajo coste en general, y concretamente, de la principal aerolínea de bajo coste en España, ha tenido sobre el sector turístico andaluz y sobre los tráficos de los propios aeropuertos. Por tanto, se trata de aportar una herramienta de análisis a una cuestión de política de transporte de primera magnitud, concretamente, al debate sobre en qué medida deben contribuir las administraciones públicas —regional, provincial y local— junto a otros agentes económicos, como asociaciones empresariales o cajas de ahorros, a la llegada de estas aerolíneas.

Para ello, se usa una nueva metodología más sofisticada, frente a trabajos similares, basada en el análisis avanzado de las series temporales, para medir los efectos, tanto directos como indirectos, de la entrada de una nueva aerolínea en un aeropuerto o un sistema aeroportuario. Dicha metodología es lo suficientemente flexible para poder adaptarse a cualquier caso, y además, permite tener en cuenta todas las particulares propias que han afectado al aeropuerto, desde las malas condiciones meteorológicas, la huelga de pilotos y controladores, o los cambios en las infraestructuras aeroportuarias, hasta la evolución económica del *hinterland* del aeropuerto. Gracias a estas variables adicionales podemos obtener bastantes conclusiones como el efecto de los atentados terroristas del 11S en los aeropuertos andaluces, que osciló entre los 15 meses de Jerez hasta los 28 meses de Sevilla.

Esta propuesta metodológica se ha testado para un caso concreto, como es el desembarco de la principal aerolínea de bajo coste en los aeropuertos andaluces. La relevancia de este caso de estudio se justifica tanto por la entidad de la propia aerolínea, como por el debate antes señalado que suele llevar aparejada su llegada. Concretamente, se ofrece un instrumento metodológico que aporta claridad a las administraciones locales y regionales del entorno de un determinado aeropuerto a la hora de decidir si someterse a las demandas iniciales de la aerolínea, en función de los resultados de aeropuertos similares. Además, esta herramienta permite, pasado un tiempo, estimar los efectos sobre el propio aeropuerto de la llegada de la aerolínea y analizar si es rentable mantener estas ayudas en el tiempo, como también demanda la aerolínea.

La necesidad de este enfoque más complejo, que tiene en cuenta todos los tráficos del aeropuerto, frente a los tradicionales que suelen medir sólo los tráficos de la nueva aerolínea, queda de manifiesto por la cuantía de los efectos indirectos. Concretamente, la media de los mismos, independientemente de su signo, es de un 5,31% sobre los tráficos totales de los aeropuertos. Sin embargo, aunque la mayoría de los efectos indirectos son positivos, en el caso del aeropuerto de Málaga encontramos una clara incompatibilidad del modelo de esta aerolínea con los restantes tráficos del aeropuerto y, en general, vemos que el efecto total de su llegada es despreciable en este aeropuerto. Frente a este resultado, se observa que las políticas que se desarrollaron en Granada-Jaén y que se han agotado en 2010, para colaborar con la compañía objeto de estudio, han tenido grandes efectos positivos sobre los tráficos del aeropuerto. De este modo, esta aerolínea es la responsable, desde su llegada y hasta diciembre de 2008, de un 37% de los tráficos del aeropuerto, pudiendo afirmar, por tanto, que dicha compañía ha señalado las posibilidades de operar en Granada-Jaén a otras aerolíneas. En resumen, Granada-Jaén y Málaga se presentan como los dos extremos de esta realidad.

También hay que resaltar la expansión que dicha aerolínea ha provocado en aeropuertos antes muy infrautilizados como Jerez o Almería, sobre todo en el primero, donde la compañía estudiada sería responsable del 21,5% de los tráficos. Un porcentaje ligeramente superior al 13% de Almería lo encontramos en Sevilla, con un 15,3% de efecto total. Este resultado es especialmente significativo si tenemos en cuenta que el 44% del mismo es efecto indirecto. Por ello, se puede concluir que la compañía objeto de estudio ha conseguido multiplicar su efecto en la capital andaluza, más allá de sus propios tráficos, haciendo compatible el desarrollo de su aeropuerto con el modelo de las aerolíneas de bajo coste.

En general, estos resultados parecen concluir que hasta ahora se han podido sobrevalorar los efectos sustitución o desplazamiento que en teoría provocaría la llegada de la compañía de bajo coste estudiada sobre las restantes aerolíneas, y que han sido señalados generalmente por las asociaciones de agencias de viajes (Castillo Manzano *et al.*, 2010a). Por el contrario, parecen existir generalmente, claros efectos llamada o sinergias positivas con las restantes aerolíneas de bajo coste en todos los aeropuertos estudiados salvo Málaga.

Por otra parte y como complemento al análisis de los tráficos, los establecimientos turísticos entrevistados en el entorno de los aeropuertos de Granada-Jaén, Jerez y Sevilla nos ofrecen en general una visión muy positiva del fenómeno de las aerolíneas de bajo coste, con la salvedad del

comportamiento crítico de las agencias de viaje. Destaca que la mayoría del sector turístico encuestado considera a las aerolíneas de bajo coste como sustitutos perfectos, incluso para muchos mejor, de las aerolíneas tradicionales, con la excepción de nuevo de las agencias de viajes y de forma más global del papel de las líneas de bajo coste en la promoción del turismo de congreso. Además, en líneas generales, el sector turístico del *hinterland* de aeropuertos secundarios cree haberse beneficiado claramente de la llegada de las aerolíneas de bajo coste, con lo que en teoría está preparado para estudiar estrategias más elaboradas para la atracción de estas aerolíneas, y reclama firmemente un organismo que coordine este tipo de ayudas.

En cuanto a los resultados por establecimientos, destaca la visión más crítica de las agencias de viajes, probablemente en parte acentuada porque su labor de intermediación ha sido puesta en peligro (Castillo-Manzano & López-Valpuesta, 2010). El modelo de gestión que han desarrollado las compañías de bajo coste ha buscado expulsar del mercado los servicios de intermediación, principalmente de las agencias, pero también de los touroperadores en la venta de billetes aéreos. Esta expulsión de las agencias de viajes actualmente se está llevando mucho más lejos. Las compañías de bajo coste están transformando sus sitios web en verdaderas agencias de viajes, al asociarse con centrales de reservas hoteleras, compañías de *rent-a-car* y de *shuttles*⁶ y empresas de ocio. Por ello, las compañías de bajo coste, con razón, se ven como una amenaza por muchas agencias de viajes, dado su carácter de oferentes de productos sustitutivos. Aunque actualmente esta estrategia también se está desarrollando por las aerolíneas tradicionales. Luego, hoy en día, lo único que se le puede achacar realmente a las compañías de bajo coste, principalmente a la compañía estudiada, son sus formas más agresivas contra la labor de intermediación de las agencias de viaje, incluso con campañas de publicidad acusándolas de estafar a los viajeros.

Aunque lo cierto es que las compañías de bajo coste también pueden ser una oportunidad para las agencias de viajes al haber incrementado el mercado total de servicios turísticos, ya que la demanda de todo bien de lujo, como es el turismo, es por definición muy sensible al precio del mismo. En este caso, las compañías de bajo coste han contribuido al incremento del mercado de turismo y ocio que se está dando a nivel mundial y, por tanto, generan oportunidades de negocio para todos los establecimientos turísticos, incluidas las agencias de viaje. Además, el monopolio de intermediación de las agencias de viaje se ha visto gravemente cuestionado no sólo por las compañías de bajo coste, sino por la revolución que ha supuesto internet en general, y que ha disminuido la necesidad de intermediarios en muchos sectores económicos, incluido el turismo.

Respecto al papel que debe jugar el sector público en el fenómeno del bajo coste, de las entrevistas personales a los responsables turísticos, se desprende una cierta correlación entre la visión positiva que tienen de las aerolíneas de bajo coste, con la excepción antes mencionada de las agencias de viajes, y la demanda de intervención del sector público. Este fuerte apoyo de los gestores turísticos a la intervención de los gobiernos regionales y locales se hace extensivo a una medida muy discutida como son las ayudas concedidas a las líneas de bajo coste para su implementación en los aeropuertos.

En España, en vez de subsidios directos de los aeropuertos a las compañías de bajo coste, la fórmula más utilizada para atraer a estas aerolíneas son las ayudas concedidas por las administraciones públicas (Ayuntamiento, Diputación o Comunidad Autónoma). Estas ayudas pueden ser directas por pasajero o indirectas a través de campañas publicitarias, como el caso de la Comunidad Autónoma Madrid. Este polémico debate se ha repetido en muchos aeropuertos regionales. Los *lobbies* y asociaciones empresariales del sector turístico han tomado parte activa en los mismos, apoyando o criticando las demandas de dichas aerolíneas. De estos debates ha surgido una mayor involucración de las administraciones públicas y los aeropuertos, dando lugar a iniciativas más complejas como el ya citado Comité de Rutas Aéreas en Galicia. Un comité encargado de buscar nuevas posibilidades en las conexiones aéreas de los aeropuertos gallegos y que también, si fuera el caso, coordine y evalúe posteriormente las ayudas y subvenciones concedidas a las aerolíneas. Con esta estrategia común, también se conseguiría dar a dichas ayudas un carácter regional y de este modo evitar situaciones ocurridas en el pasado, de guerras de subsidios entre ciudades de una misma región para atraer la misma ruta.

Frente a la estrategia común que supone la existencia de un Comité de Rutas Aéreas, en la Comunidad Autónoma de Andalucía encontramos ejemplos de estrategias independientes por parte de cada aeropuerto/ciudad, lo que genera guerras por la captación de tráficos. Como ejemplo, se puede citar el trasvase de tráficos de la compañía estudiada entre Jerez, Granada-Jaén y Málaga. Los movimientos entre Jerez y Granada-Jaén se originaron porque las asociaciones empresariales del sector turístico de Granada junto a cajas de ahorros y gobiernos locales de Granada y Jaén ofrecieron interesantes subvenciones a la mencionada compañía. En marzo de 2010, la compañía de bajo coste analizada anunció que cerraría cuatro de sus seis rutas en el aeropuerto de Granada-Jaén a partir de mayo, debido a los costes excesivos del aeropuerto, perdiendo el aeropuerto 28 vuelos por semana, 400.000 pasajeros anuales y, en teoría, hasta 400 puestos de trabajo locales. La razón de este abandono fue la ruptura de la alianza entre gobiernos y asociaciones

6. Son compañías especializadas en el alquiler de automóviles y microbuses con conductor para el transporte de personas entre dos puntos, principalmente entre sus lugares de origen o destino y aeropuertos.

para pagar las subvenciones a dicha compañía. En junio de 2010 esta compañía inauguró oficialmente su nueva base en Málaga, con cinco aviones y 44 rutas.

Actualmente en España, otras regiones, incluida Madrid, también están estableciendo un Comité de Rutas Aéreas, similar al modelo gallego, o están estudiando la viabilidad de implantarlo, lo cual aumentaría la competencia entre regiones por captar nuevos tráficos a la vez que evitaría o suavizaría la competencia de ciudades pertenecientes a la misma región como las comentadas en Andalucía.

Finalmente, y como resumen de las dos líneas de trabajo presentadas en este artículo, se puede concluir que tanto los efectos sobre los tráficos de los aeropuertos andaluces —salvo para el caso de Málaga— como el apoyo que suscita su modelo de negocio entre el tejido turístico andaluz, hacen presagiar que las políticas de subvenciones a esta empresa, de una forma u otra, se mantendrán en el tiempo, luego se hace cada vez más necesario cualquier intento de ordenar y racionalizar las mismas.

6. Bibliografía

BARBOT, C., (2006).

«Low-cost airlines, secondary airports, and state aid: An economic assessment of the Ryanair-Charleroi Airport agreement», en *Journal of Air Transport Management* n.º 12, pp. 197-203.

BARRETT, S.D., (2004a).

«How do the demands for airport services differ between full-service carriers and low-cost carriers?», en *Journal of Air Transport Management*, n.º 10, pp. 33-39.

_____ (2004b).

«The sustainability of the Ryanair model», en *International Journal of Transport Management* n.º 2, pp. 89-98.

_____ (2008).

«The Emergence of the Low Cost Carrier Sector», en Graham, A., Papatheodouru, A. & Forsyth, P. (Eds.), *Aviation and Tourism*, Hampshire: Ashgate Publishing, pp. 103-118.

BEL, G., (2009).

«How to compete for a place in the world with a hand tied behind your back: The case of air transport services in Girona», en *Tourism Management* n.º 30, pp. 522-529.

BIEGER, T.; WITTMER, A., (2006)

«Air transport and tourism—Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments», en *Journal of Air Transport Management* n.º 12, pp. 40-46.

BOX G.E.P.; JENKINS G.M.; REINSEL G.C., (1994).

Time series analysis forecasting and control, 3.ª ed. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

CASTILLO-MANZANO, J.I. (DIR.). (2009).

Efectos económicos del tráfico de aerolíneas de precios bajos en el entorno aeroportuario. Madrid: AENA.

_____ (2010a).

«Determinants of commercial revenues at airports: lessons learned from Spanish regional airports», en *Tourism Management* n.º 31, pp. 788-796.

_____ (2010b).

«The city-airport connection in the Low-Cost Carrier Era: implications for urban transport planning», en *Journal of Air Transport Management* n.º 16, pp. 295-298.

CASTILLO-MANZANO, J.I.; LÓPEZ-VALPUESTA, L., (2010).

«The Decline of the Traditional Travel Agent Model», en *Transportation Research E: Logistics and Transportation Review* n.º 46, pp. 639-649.

CASTILLO-MANZANO, J.I.; LÓPEZ-VALPUESTA, L.; GONZÁLEZ LAXE, F., (2010a).

«The effects of the LCC boom on the urban tourism fabric: the viewpoint of tourism managers», en *Tourism Management*, en prensa.

CASTILLO-MANZANO, J.I.; CASTRO-NUÑO, M.; PEDREGAL, D.J. (2010b).

«An econometric analysis of the effects of the penalty points system driver's license in Spain», en *Accident Analysis and Prevention*, n.º 42, pp. 987-1420.

CASTILLO-MANZANO, J.I.; MARCHENA-GOMEZ, M., (2010).

«Analysis of determinants of airline choice: profiling the LCC passenger», en *Applied Economics Letters*, en prensa.

DE NEUFVILLE, R., (2006).

«Planning Airport Access in an Era of Low-Cost Airlines», en *Journal of the American Planning Association*, n.º 72, pp. 347-356.

DENNIS, N., (2007).

«End of the free lunch? The responses of traditional European airlines to the low-cost carrier threat», en *Journal of Air Transport Management*, n.º 13, pp. 311-321.

DONZELLI, M., (2010).

«The effect of low-cost air transportation on the local economy evidence from Southern Italy», en *Journal of Air Transport Management*, n.º 16, pp. 121-126.

ECHEVARNE, R., (2008).

«The Impact of Attracting Low Cost Carriers to Airports», en Graham, A., Papatheodouru, A. and Forsyth, P. (eds.), *Aviation and Tourism*. Hampshire: Ashgate Publishing, pp. 177-191.

FORSYTH, P., (2003).

«Low-cost carriers in Australia: experiences and impacts», en *Journal of Air Transport Management* n.º 9, pp. 277-284.

_____ (2006).

«Martin Kunz Memorial Lecture. Tourism benefits and aviation policy», en *Journal of Air Transport Management* n.º 12, pp. 3-13.

FRANCIS, G., HUMPHREYS, I., ISON, S., (2004).

«Airports' perspectives on the growth of low-cost airlines and the remodeling of the airport-airline relationship», en *Tourism Management* n.º 25, pp. 507-514.

FRANCIS, G., HUMPHREYS, I., ISON, S., AICKEN, M., (2006).

«Where next for low cost airlines? A spatial and temporal comparative study», en *Journal of Transport Geography* n.º 14, pp. 83-94.

GILLEN, D.; HINSCH, H., (2001).

«Measuring the economic impact of liberalization of international aviation on Hamburg airport», en *Journal of Air Transport Management* n.º 7, pp. 25-34.

GILLEN, D., LALL, A., (2004).

«Competitive advantage of low-cost carriers: some implications for airports», en *Journal of Air Transport Management* n.º 10, pp. 41-50.

GRAHAM, A., DENNIS, N., (2010).

«The impact of low cost airline operations to Malta», en *Journal of Air Transport Management* n.º 16, pp. 127-136.

GRAHAM, B.; SHAW, J., (2008).

«Low-cost airlines in Europe: Reconciling liberalization and sustainability», en *Geoforum* n.º 39, pp. 1439-1451.

HENNESSEY, S.M., (2005).

«Corporate governance mechanisms in action: the case of Air Canada», en *Advances in Financial Economics* n.º 11, pp. 127-166.

INGLADA V; REY B., (2004).

«Spanish air travel and the September 11 terrorist attacks: a note», en *Journal of Air Transport Management* n.º 10, pp. 441-443.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009):

Turismo, tráfico aéreo y compañías aéreas de bajo coste en el año 2009 en <<http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/Cbc/BajoCoste2009.pdf>> [Consulta realizada el 14 de julio de 2010].

JARACH, D.; ZERBINI, F.; MINIERO, G., (2009).

«When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis», en *Journal of Air Transport Management* n.º 15, pp. 287-293.

LOHMANN, G.; ALBERS, S.; KOCH, B.; PAVLOVICH, K., (2009).

«From hub to tourist destination —An explorative study of Singapore and Dubai's aviation— bases transformation», en *Journal of Air Transport Management* n.º 15, pp. 205-211.

MASON, K.J.; ALAMDARI, F., (2007).

«EU network carriers, low cost carriers and consumer behaviour: A Delphi study of future trends», en *Journal of Air Transport Management* n.º 13, pp. 299-310.

NJEGOVAN, N., (2005).

«A leading indicator approach to predicting short-term shifts in demand for business travel by air to and from the UK», en *Journal of Forecasting* n.º 24, pp. 421-432.

O'CONNELL, J. F.; WILLIAMS, G., (2005).

«Passengers' perceptions of low cost airlines and full service carriers: A case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines», en *Journal of Air Transport Management* n.º 11, pp. 259-272.

PELS, E.; NJEGOVAN, N.; BEHRENS, C., (2009).

«Low-cost airlines and airport competition», en *Transportation Research Part E* n.º 45, pp. 335-344.

PITFIELD, D., (2007).

«Ryanair's impact on airline market share from the London area airports: a time series analysis», en *Journal of Transport Economics and Policy* n.º 14, pp. 75-92.

REYNOLDS-FEIGHAN, A., (2001).

«Traffic distribution in low-cost and full-service carrier networks in the US air transportation market», en *Journal of Air Transport Management* n.º 7, pp. 265-275.

ROBERTSON, J. A. W., (1995).

«Airports and economic regeneration», en *Journal of Air Transport Management* n.º 2, pp. 81-88.

VERA REBOLLO, J.F; IVARS BAIDAL, J.A., (2009).

«Spread of Low-Cost Carriers: Tourism and Regional Policy Effects in Spain», en *Regional Studies* n.º 43, pp. 559-570.

YORK AVIATION, (2007).

Social Benefits of Low Fares Airlines in Europe, en <[http://www.elfaa.com/documents/Social_Benefits_of_LFAs_in_Europe_\(York\)_211107.pdf](http://www.elfaa.com/documents/Social_Benefits_of_LFAs_in_Europe_(York)_211107.pdf)> [Consulta realizada el 26 de febrero de 2010].

ZHANG, A.; HANAOKA, S.; INAMURA, H.; ISHIKURA, T., (2008).

«Low-cost carriers in Asia: Deregulation, regional liberalization and secondary airports», en *Research in Transportation Economics* n.º 24, pp. 36-50.

... 52 53 54 55 56 **57**

NÚMEROS PUBLICADOS

- 01: Aportaciones para entender el efecto de la inmigración en Andalucía
- 02: Cómo entender el debate de la Financiación Autonómica
- 03: La Reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía: contexto e inicio
- 04: Valores democráticos de la II República
- 05: El gasto y el endeudamiento en las familias españolas
- 06: ¿Es viable el copago en el sistema de financiación sanitaria?
- 07: La brecha digital de Andalucía
- 08: Dependencia en personas mayores en Andalucía
- 09: La política en Andalucía desde una perspectiva de género
- 10: Propuestas para el uso racional del agua en Andalucía
- 11: La Reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía: la proposición parlamentaria
- 12: La evolución del bienestar en Andalucía
- 13: Los andaluces y la Unión Europea
- 14: Aproximación a la Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Junta de Andalucía
- 15: Economía política de los gobiernos locales. Una valoración del funcionamiento de los municipios
- 16: Entrada a la maternidad: efecto de los salarios y la renta sobre la fecundidad
- 17: Elecciones municipales andaluzas de 27 de mayo de 2007: continuidades y cambios
- 18: La ciudadanía andaluza hoy
- 19: Comentarios a la Ley para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
- 20: Preocupaciones sociales sobre la infancia y la adolescencia
- 21: La inversión en formación de los andaluces
- 22: Poder Judicial y reformas estatutarias
- 23: Balance de la desigualdad de género en España. Un sistema de indicadores sociales
- 24: Nuevas Tecnologías y Crecimiento Económico en Andalucía, 1995-2004
- 25: Liderazgo político en Andalucía. Percepción ciudadana y social de los líderes autonómicos
- 26: Conciliación: un reto para los hogares andaluces
- 27: Elecciones 2008 en Andalucía: concentración y continuidad
- 28: La medición del efecto de las externalidades del capital humano en España y Andalucía. 1980-2000
- 29: Protección legislativa del litoral andaluz frente a las especies invasoras: el caso Doñana
- 30: El valor monetario de la salud: estimaciones empíricas
- 31: La educación postobligatoria en España y Andalucía
- 32: La pobreza dual en Andalucía y España
- 33: Jubilación y búsqueda de empleo a edades avanzadas
- 34: El carácter social de la política de vivienda en Andalucía. Aspectos jurídicos
- 35: El camino del éxito: jóvenes en ocupaciones de prestigio
- 36: Mutantes de la narrativa andaluza
- 37: Gobernanza multinivel en Europa. Una aproximación desde el caso andaluz
- 38: Partidos políticos, niveles de gobierno y crecimiento económico regional
- 39: Bilingüismo y Educación. Incidencia de la Red de Centros Bilingües de Andalucía
- 40: Marroquíes en Andalucía. Dinámicas migratorias y condiciones de vida
- 41: Obstáculos y oportunidades. Análisis de la movilidad social intergeneracional en Andalucía
- 42: El vandalismo como fenómeno emergente en las grandes ciudades andaluzas
- 43: Transformando la gestión de recursos humanos en las administraciones públicas
- 44: Valores y conductas medioambientales en España
- 45: ¿Sabemos elegir? Introducción al estudio de la conducta económica de las personas
- 46: Metro ligero e innovación para la movilidad sostenible de las áreas metropolitanas andaluzas
- 47: El papel de las regiones en la actual Unión Europea
- 48: Nuevos enfoques en el diseño de los copagos farmacéuticos
- 49: La inmigración en Andalucía. Un análisis con datos de la Seguridad Social (2007-2008)
- 50: Arte contemporáneo y sociedad en Andalucía
- 51: La creación de una nueva realidad empresarial. El caso de Andalucía
- 52: Nuevos modelos de familia en Andalucía y políticas públicas
- 53: Rasgos básicos del envejecimiento demográfico y las personas mayores en Andalucía
- 54: Género, salud y orden social. El caso del modelo clínico de transexualidad
- 55: Gestión del pluralismo religioso en el ámbito autonómico y local
- 56: La educación como factor determinante de la movilidad intergeneracional en Andalucía
- 57: El impacto de las compañías de bajo coste en los aeropuertos andaluces

IDAD

