

**AEROLINEAS LOW COST Y SUS EFECTOS SOBRE EL
TURISMO: EL CASO ESPAÑOL**

Francisco Javier Quirós Tomás

Universidad de Sevilla

Av. San Francisco Javier, s/n, 41018 Sevilla

quiros@us.es

TEMÁTICA: Economía y Empresa

RESUMEN

La aparición y auge de las aerolíneas low cost ha cambiado la forma de competir en el sector. Su irrupción ha hecho que las aerolíneas tradicionales hayan tenido que adaptarse a estos nuevos competidores, siendo común incluso que hayan lanzado sus propias filiales low cost. Igualmente, han cambiado la forma de entender los viajes por parte de los turistas, afectando a sus patrones de desplazamiento, duración de sus viajes y expectativas de gasto. Estos cambios son especialmente importantes para España dada su relevancia en materia turística.

PALABRAS CLAVE

Turismo, low cost, aerolíneas, España, transporte, LFC, LFA.

ABSTRACT

The emergence and boom of low cost airlines has changed the way airlines compete. Their appearance has forced traditional airlines to adapt to the new competitors, even by founding their own low cost branches. Likewise, the way of understanding touristic travels has changed. The travel pattern, their length, and the expenses of tourists have been affected. These changes are very important for Spain due to its touristic relevance.

KEYWORDS

Tourism, low cost, airlines, Spain, transport, LFA, LCC

1 INTRODUCCIÓN

El turismo, tanto el internacional como cada vez más el nacional, usa el avión como sistema básico de transporte. Es un medio de transporte en pleno auge. Esto es debido al gran abaratamiento del precio de los billetes experimentado desde el surgimiento de las líneas aéreas de bajo coste y a la correlativa expansión tanto en el número de rutas servidas como de vuelos y pasajes disponibles, hecho que ha sido constatado por numerosos estudiosos como Cliffor (1998), Calder (2002), Ito y Lee (2003), Quirós (2007) o Quirós y Vega (2011).

La aparición de estas compañías tuvo su origen en la liberalización del sector que empezó en los años 70 del siglo XX. Con ella se modificó el panorama competitivo del sector, que pasó de la existencia de monopolios u oligopolios locales de flagships, o compañías de bandera, a ser un sector con una amplia competencia nacional e internacional y elevada rivalidad interna, impulsadas por una explosión de nuevas compañías (Quirós, 2009).

La mayoría de ellas pertenecían a una nueva tipología de competidor: las compañías de bajo coste (CBC). Se estima que en 2005 existían, tan solo en Europa, unas 60 compañías de vuelos de bajo coste (IFT, 2005). Estas empresas siguen una estrategia competitiva completamente distinta a la de las compañías tradicionales o de bandera (Quirós y Vega, 2011). Su estrategia se basa en la estrategia genérica del liderazgo en costes propuesta por Porter (1980).

El aumento de la competencia y las nuevas estrategias competitivas desplegadas por las empresas entrantes han propiciado cambios tanto en el sector del transporte aéreo de pasajeros como en el del turismo, que conforma el grueso de la clientela del sector.

2 ORIGEN Y PRESENTE DE LAS COMPAÑÍAS AEREAS DE BAJO COSTE

2.1 ORIGEN DE LAS COMPAÑÍAS AÉREAS DE BAJO COSTE

Las compañías aéreas de bajo coste (CBC), también conocidas por sus denominaciones inglesas de low cost carriers (LCC) o low fare airlines (LFA), son líneas aéreas dedicadas al transporte de pasajeros que se caracterizan por vender sus billetes a bajo precio, a cambio de ofrecer un servicio con menores prestaciones al de las compañías tradicionales.

La empresa que lanzó originalmente el concepto de aerolínea de bajo coste fue Southwest Airlines. Gracias ello consiguió pasar en pocos años de ser una compañía regional estadounidense a ser la de mayores beneficios (ELFAA¹, 2004). Que el origen de este tipo de aerolíneas esté en los Estados Unidos de América no es una casualidad. El mercado de transporte de pasajeros había estado altamente regulado desde sus inicios en

¹ ELFAA: European Low Fares Airline Association

todo el mundo. Pero, en 1974, el Civil Aeronautics Board promovió políticas experimentales de precios en los Estados Unidos, produciéndose a lo largo de la década una gran desregulación del mercado del transporte aéreo estadounidense. Con la liberalización, el concepto de compañía de bajo coste alcanzó un gran desarrollo, siendo adoptado por numerosas empresas entrantes en el sector aeronáutico, de forma que en los años 90 el 7% de los pasajeros domésticos de los Estados Unidos eran transportados por este tipo de empresas, llegando al 30,4% de ellos en 2004 (Winston, 1998).

En Europa, la liberalización del tráfico aéreo fue posterior y se llevo a cabo por fases. Se inició a finales de los años 80 del siglo XX, comenzando por los vuelos entre Reino Unido e Irlanda, para ir extendiéndose con posterioridad al resto de la Unión Europea (Kua y Baum, 2004). La desregulación se produjo en tres fases, o paquetes principales de medidas, adoptadas en los años 1987, 1990 y 1993 (Kaberry, 2007). En esta época surgieron nuevas aerolíneas, algunas de las cuales se encuentran en la actualidad entre las mayores y más rentables del continente (Sigala et al. 2002). De entre ellas destacan Ryanair, la primera en seguir el ejemplo de Southwets Airlines (en 1990), y Easyjet, que empezó sus operaciones de bajo coste en el aeropuerto de Luton en 1995. En 2013 son las dos compañías con mayor capacidad de transporte en el conjunto de los aeropuertos europeos, con 96,9 y 61,6 millones de plazas respectivamente (MacDonald, 2013).

2.2 PRESENTE DE LAS COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE

Tras una lenta implantación inicial, la cuota de mercado de las compañías de bajo coste ha ido creciendo inexorablemente hasta alcanzar una posición destacada. Esto es especialmente válido para Norteamérica y Europa, donde la liberalización e integración de los mercados es mayor. En 2013 la cuota de mercado de las aerolíneas de bajo coste varía entre un mínimo del 7,7% en África, hasta un máximo del 31,8% en Europa (ver Gráfico 1).

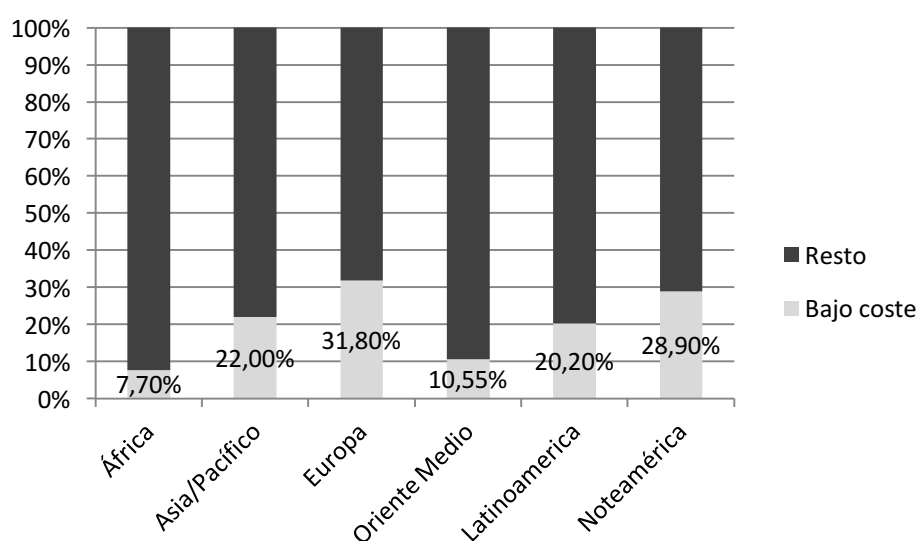


Gráfico 1: Porcentajes de mercado (AKO²), por región, 2013
Fuente: Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013

En Europa, en 2013, hubo una media de 14.275,5 vuelos diarios operados por compañías tradicionales, frente a 7.081,2 por las de bajo coste, con una cuota de mercado del relativa del 55% y del 26% sobre el total de vuelos respectivamente. En dicho año, el número de vuelos del primer tipo de compañías creció un 0,4%, en tanto que los de las CBC lo hizo en un 6,6%, una muestra de que siguen incrementado su cuota de mercado. Entre 2008 y 2013, en plena crisis económica, las aerolíneas tradicionales han reducido su media de vuelos diarios en unos 1.700, en tanto que las compañías de bajo coste la han aumentado en unos 1.000, un crecimiento del 18% (Eurocontrol, 2013 A y 2013 B).

3 CARACTERÍSTICAS DE LAS AEROLÍNEAS DE BAJO COSTE

Las aerolíneas de bajo coste poseen una serie de características que las diferencian de las compañías clásicas del sector. Hay una que es la preeminente y es la que les da su nombre: buscan la reducción de costes por todos los medios. Esta característica es la que les permite ofrecer sus billetes a unos precios más bajos que los de las compañía tradicionales y la que da origen al otro nombre con que se las conoce en ingles: low fares airlines.

² AKO: Asiento por Kilómetro Ofertado. Medida de capacidad propia del sector del transporte aéreo de pasajeros.

Estas compañías se caracterizan por seguir una estrategia de enfoque en liderazgo en costes. Su objetivo estratégico consiste en tener los menores costes posibles, a la vez que se centran o enfocan en determinadas rutas, cuyo número se encuentra en constante expansión.

A modo de ejemplo, los costes por asiento y kilómetro ofertado (AKO) para rutas intraeuropeas en 2005 se encontraban en un horquilla de entre 4 y 7 céntimos de euro en el caso de las compañías de bajo coste, frente a los entre 9 y 12 céntimos de las compañías tradicionales (ECA, 2006). Ello les permite actuar bien reduciendo los precios de sus billetes, bien incrementando los márgenes operativos. Así, en 2007 los costes operativos de Ryanair y Easyjet, las dos principales compañías de bajo coste en Europa, eran entre 1,7 y 3,5 veces inferiores a los de compañías clásicas como BA, Air France o Lufthansa (Quirós, 2008).

El resto de características diferenciales de las compañías de bajo coste están directa o indirectamente relacionadas con la reducción de costes. Entre ellas destacan (Pender y Baum, 2000; ELFAA, 2004 y ECA, 2006):

- Eliminación de las clases, ofertando un único tipo de billete.
- Disminución al mínimo o cobro de cualquier tipo de servicios a bordo.
- Vuelos de corto radio sin conexiones entre vuelos, esto es, vuelos punto a punto, sin transfers.
- Uso intensivo de los aviones, mediante el incremento del número de horas de vuelo.
- Volar a aeropuertos secundarios, que permiten unos menores costes por tasas a la vez que se reducen los tiempos entre aterrizaje y despegue.
- Bajos costes salariales y alta productividad del personal.
- Uso de un único modelo de avión.
- Configuración altamente eficiente de las aeronaves, de forma que puedan transportar más pasajeros por vuelo.

- Costes reducidos en los servicios centrales y en la administración y dirección en general.

Pese a que estas características son las más comúnmente aceptadas como propias de las aerolíneas de bajo coste, prácticamente ninguna de ellas las sigue al cien por cien.

Las características antes citadas implican bajas tasas aeroportuarias, reducción del tiempo en tierra entre aterrizaje y despegue, disminución de retrasos en los vuelos por problemas de control de tráfico aéreo, uso más intensivo del capital (está básicamente compuesto por la flota de aviones), menor complejidad técnica de la operativa, del mantenimiento y del entrenamiento del personal, etc. Todas ellas están relacionadas directa o indirectamente con la reducción de costes (Quirós, 2009).

A modo de ejemplo, se puede mencionar que la ratio pasajero/empleado era en 2004 seis veces superior de media entre los miembros de la ELFAA respecto a las principales compañías tradicionales europeas, o que las compañías de bajo coste que volaban aviones modelo Boeing 737-800 y 737-300 tenían una configuración con una capacidad media superior en un 17% respecto a la configuración típica en el resto de empresas (ELFAA, 2004). También se puede indicar que en 1998 los aviones de Easyjet volaban una media de 10,7 horas al día frente a las 7,1 de los de BA, según la Autoridad Civil de Aviación de Gran Bretaña (CAA, 1998) o que mientras Easyjet tenía un único modelo de avión y Ryanair dos, Luftahansa empleaba 17 o Air France 12 (Quirós, 2008).

Hay que destacar que la reducción de costes más sustancial proviene de los menores costes de infraestructura y de la mayor utilización de los aviones, frente a otras como la reducción de costes salariales directos, tal y como muestran estudios de la IATA (2006) y de la ECA (2006).

4 EFECTOS DE LAS AEROLÍNEAS DE BAJO COSTE SOBRE LOS SECTORES AERONÁUTICO Y TURISTICO

La liberalización del sector del transporte aéreo de pasajeros y la irrupción de las aerolíneas de bajo coste han tenido notables efectos tanto sobre el sector aeronáutico como sobre el turístico.

En los epígrafes siguientes se comentan por separado los efectos sobre cada uno de dichos sectores económicos, aunque no hay que olvidar que ambos están interconectados.

4.1 EFECTOS EN EL SECTOR AERONÁUTICO

Los efectos en el sector han sido muy variados, tanto en alcance como en intensidad. De entre ellos nos vamos a centrar en los siguientes: la reducción de precios de los billetes, el aumento del número de pasajeros y de la competencia, cambios en las estrategias seguidas por las empresas del sector, aumento de la conectividad, creación de empleo, desarrollo de aeropuertos secundarios, etc.

Reducción de precios.

Las CBC han aprovechado gran parte del superior margen que obtienen mediante sus políticas de bajos costes para reducir los precios de sus billetes, beneficiando con ello a los pasajeros. Con ello persiguen dos fines: aumentar la demanda y arrebatar cuota de mercado a las aerolíneas tradicionales.

Como muestra de la reducción de precios experimentada se puede citar que entre 1995 y 2004 los precios de los billetes aéreos en los Estados Unidos bajaron más de un 20% ajustados por la inflación (Grether, 2005). Se estima que la presencia de una compañía de bajo coste en una ruta determinada, incluso con una cuota tan baja como el 1% de mercado, conlleva una reducción de precios del 15-23% (Lee y Luengo-Prado, 2005). En el caso de la pionera en el sector (Southwest Airlines) el precio de los billetes en las rutas en que esta compañía entró entre 1990 y 1998 cayó un 54% (Quirós, 2007).

Respecto a los dos fines perseguidos, el incremento experimentado en su cuota de mercado ya ha sido comentado con anterioridad, en tanto que a continuación se comenta el incremento de la demanda.

Aumento del número de pasajeros.

Desde la liberalización del sector aéreo este ha experimentado una gran expansión, que se ha mantenido incluso durante los años de la crisis económica de principios del siglo XXI.

Según los datos recogidos en el "Analysis of the EU Air Transport Industry 2005", los índices de ocupación, medidos por el número de pasajeros de pago por kilómetro transportado (RPK por sus siglas en inglés), creció una media anual del 5% entre 1995 y 2005 para el conjunto de la industria a nivel mundial. Ese mismo crecimiento se mantuvo entre 2005 y 2013, según datos del "Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013" y ello pese a que la crisis económica supuso en el año 2009 una reducción del 3,5%.

Región	Media anual	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
África	4,8%	9,9%	8,6%	8,0%	-4,0%	-6,8%	12,9%	2,3%	7,2%	5,1%
Asia/pacífico	4,2%	6,3%	5,3%	7,3%	-1,5%	-5,6%	9,0%	4,1%	6,0%	7,1%
Europa	4,2%	6,4%	5,3%	6,0%	1,8%	-5,0%	5,1%	9,5%	5,1%	3,8%
Latinoamérica	6,9%	11,4%	-2,4%	8,4%	10,2%	0,3%	8,2%	10,2%	9,5%	6,3%
Oriente medio	13,1%	13,1%	15,4%	18,1%	7,0%	11,2%	17,8%	8,9%	15,2%	11,4%
Norteamérica	3,6%	8,9%	5,7%	5,5%	2,9%	-5,6%	7,4%	4,0%	1,1%	2,3%
Industria	5,0%	7,6%	5,9%	7,4%	1,6%	-3,5%	8,2%	6,9%	5,3%	5,2%

Fuente: Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013

En Europa, desde la liberalización del mercado aéreo hasta 2005 el número de pasajeros ha aumentado en 44 millones, con 681 vuelos de ida y vuelta diarios más (IATA, 2006B). Este crecimiento ha proseguido en años posteriores.

Aumento de la competencia.

La liberalización del sector del transporte aéreo de pasajeros y la nueva estrategia competitiva de las empresas de bajo coste ha hecho que se produzca una explosión en el número de compañías en el sector. En 2010, tan solo en Europa, más de 300 compañías operaron al menos un vuelo al día (Eurocontrol, 2010).

El aumento del número de competidores ha tenido su reflejo en la oferta de plazas y el número de rutas atendidas, pero no tanto en la competición en rutas concretas.

El aumento de plazas ha sido comentado con anterioridad, en tanto que el de rutas lo será en el apartado referido a la conectividad.

Respecto al aumento de la competencia en rutas concretas, hay que indicar que, históricamente, el 90% de las rutas eran servidas por una o dos compañías. En 2013, para el conjunto de vuelos europeos (locales, intra-uniión europea y externos), en torno al 60% de las rutas aéreas son servidas por una sola empresa, sin grandes cambios desde 2005. Esto es atribuido a la gran cantidad de rutas que unen mercados pequeños, donde la baja demanda no permite la supervivencia de más de un operador, siendo frecuentemente éstos compañías de bajo coste dada su tendencia a operar en aeropuertos secundarios (MacDonald, 2013). En las rutas de elevada demanda la competencia suele ser más elevada, llegando a haber más de seis compañías operando en algunas de ellas.

Cambios en las estrategias del sector.

A principios de los años 70 se inició el análisis de grupos estratégicos, destacando a este respecto la aportación teórica de Porter (1980) con su libro “Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar industrias y competidores”. Un grupo estratégico es un grupo de empresas de un sector que tienen modelos de negocio similares (Hunt, 1972).

Según Porter, hay dos grandes estrategias genéricas para competir en cualquier industria, diferenciadas en función del tipo de ventaja competitiva que la compañía busque conseguir: diferenciación y liderazgo (Porter, 1996). En el caso de las empresas de transporte aéreo regular de pasajeros ambos casos están claramente representados por dos tipos de compañías: compañías de bajo coste y compañías tradicionales. Esto da origen a la existencia en la industria del transporte aéreo de pasajeros de dos grandes grupos estratégicos.

Un grupo está integrado por las compañías de bajo coste. Han irrumpido en el mercado con una estrategia de liderazgo en costes, que ha llevado a una reducción general del precio de los billetes. Las empresas de este grupo establecen su nicho de mercado entre clientes sensibles al precio, que están dispuestos a renunciar a ciertos servicios a cambio.

El segundo grupo está formado por las compañías tradicionales. Han tenido que buscar la forma de contrarrestar la estrategia del grupo anterior. Para ello han optado por la diferenciación. Sin renunciar a intentar reducir sus costes, buscan mantener un elevado nivel de servicios y cobertura espacial. Ello ha requerido que la creación de alianzas, con el fin de aumentar su conectividad y defender con ello sus rutas y clientes más rentables,

las de largo radio (más de 1.000 kilómetros) y los viajeros de negocios. El mantenimiento de los servicios tradicionales e incluso la introducción de nuevos servicios ayudan al carácter diferenciador de su producto. Con ello buscan poder mantener unos precios superiores sin perder atractivo ante los clientes potenciales. Hayes y Ross (1998) encontraron que aspectos como que los vuelos se inicien o terminen en las principales ciudades, la longitud de la ruta y las escalas intermedias actúan como determinantes de la diferenciación de las tarifas. Igualmente, Pels y Rietveld (2004), a partir de un estudio de la ruta París-Londres, concluyen que las compañías tradicionales no siguen las variaciones de los precios de las aerolíneas de bajo coste.

En materia de costes, la industria aeronáutica en su conjunto, entre 1995 y 2005, aumentó un 54% la eficiencia del trabajo, un 21% la de consumo de fuel y un 5% la del uso de aeronaves (IATA, 2006). Pese a ello, la reducción de costes entre las compañías tradicionales ha sido insuficiente para contrarrestar los menores costes de las nuevas aerolíneas, ya que las diferencias se han mantenido o incluso han crecido.

Las empresas de este grupo estratégico han establecido tres grandes alianzas globales: Star Alliance, Sky Team y Oneworld. En un momento dado, dieciocho de las veinte mayores aerolíneas del mundo pertenecían a una u otra de ellas (Quirós y Vega, 2011).

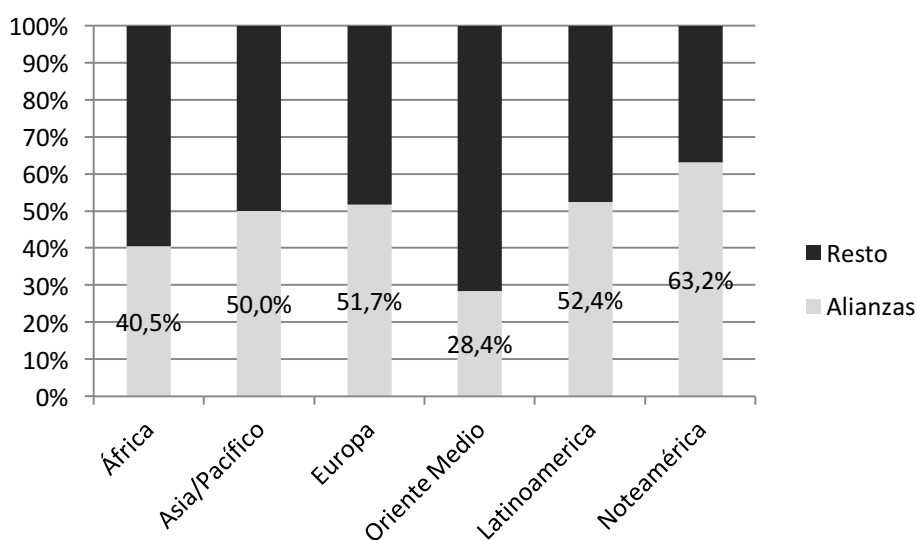


Gráfico 2: Porcentajes de mercado (AKOs) por región, 2013 Fuente: Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013

En 2013 estas alianzas reunían una cuota de mercado (medido en AKO) que oscila entre el 28,4% en Oriente Medio y el 63,2% en Norteamérica. En Europa su peso es del 51,7%, variando su cuota según el tipo de ruta y la alianza entre el 9% y el 21% (ver Gráficos 2 y 3).

Las diferencias estratégicas entre estos grupos están relacionadas con variables como la eficiencia operativa, la productividad por empleado, la estandarización de la flota o la distancia media de las rutas. La eficiencia operativa y la productividad de los empleados es mayor entre las aerolíneas de bajo coste, estando su flota más estandarizada y siendo sus rutas más cortas (Quirós, 2008).

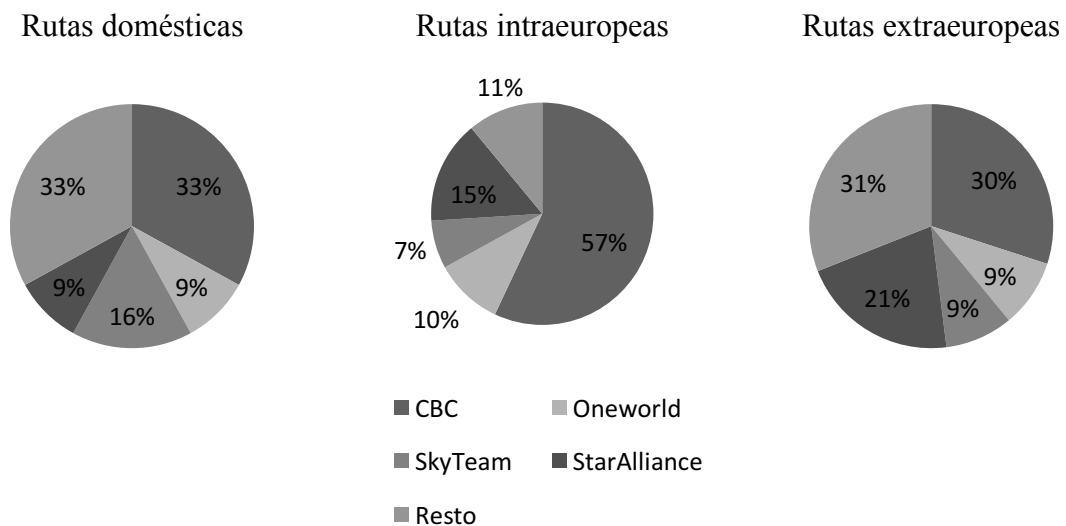


Gráfico 3: Cuotas de mercado europeas, alianzas y CBC, 2013
Fuente: Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013

Aumento de la conectividad.

Dada a tendencia de las CBC a volar a aeropuertos secundarios se ha producido una explosión en la conectividad primaria punto a punto, esto es, han facilitado la conexión directa entre zonas donde hasta entonces era necesario hacer vuelos con escalas, con la consiguiente disminución del tiempo y del coste de los viajes (Kaberry, 2007). Esto también ha conllevado el aumento de la cohesión europea, especialmente en el caso de la regiones periféricas.

Entre 2003 y 2007 el número de pares de ciudades conectadas aumentó a un ratio del 29% anual entre las compañías asociadas a la ELFAA, con un incremento de 426 pares entre 2005 y 2007, frente a un aumento del 5% para el resto de aerolíneas (Kaberry, 2007).

El crecimiento se ha reducido en los últimos años. Entre 2005 y 2013 el número de rutas servidas en los aeropuertos europeos ha aumentado un 4,3% y un 4,6% para las rutas entre países de la UE y con países externos a la misma respectivamente, en tanto que en el caso de los vuelos domésticos su número ha disminuido una media del 0,6% anual (MacDonald, 2013). Existen diversas razones para ello como la crisis económica mundial, la gran extensión producida en años anteriores o la mayor competencia de otros medios de transporte como los trenes de alta velocidad.

Creación de empleo.

Se estima que hasta 2014 las CBC han creado unos 33.000 empleos directos a tiempo completo y en torno a 740.000 indirectos (Kaberry, 2007). Algunos de ellos hubieran existido igualmente sin la aparición de las aerolíneas de bajo coste, pero no todos ellos. Un estudio de la Civil Aviation Authority (CAA, 2004) sobre los efectos sobre el empleo en Gran Bretaña tras la liberalización del sector muestra que ha estimulado el crecimiento y la creación de empleo.

Desarrollo de aeropuertos secundarios.

Con la aparición de las aerolíneas de transporte de pasajeros de bajo coste se ha estimulado y desarrollado la actividad de los aeropuertos secundarios, al preferir estos sobre los principales para operar sus vuelos. En muchos casos este tipo de instalaciones han aprovechado su rápido crecimiento para reducir sus costes y aumentar su eficiencia, atrayendo con ello más vuelos y pasajeros (Kaberry, 2007)

4.2 EFECTOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Los efectos de la aparición de las aerolíneas de bajo coste tras la liberalización del sector del transporte aéreo no se han limitado a este sector económico. También han afectado al sector turístico, pues no hay que olvidar que la inmensa mayoría de los viajeros son turistas. Según Eurostat cerca de una cuarta parte de los viajes por motivos de turismo en

Europa conllevan desplazamiento aéreo (Kaberry, 2007). La importancia de las aerolíneas en el viaje turístico es especialmente relevante en el caso del turismo internacional. En España, el 80% de los turistas extranjeros llegados en 2012 lo hicieron en avión (Egatur, 2012).

Entre los principales efectos que se han podido detectar se encuentran los siguientes: apertura de nuevos mercados al turismo, estímulo de nueva demanda, cambios en la duración y frecuencia de los viajes, cambios en la forma de organizar el viaje, reducción de los gastos medios diarios durante el mismo o la reducción de la estacionalidad.

Apertura de nuevos mercados.

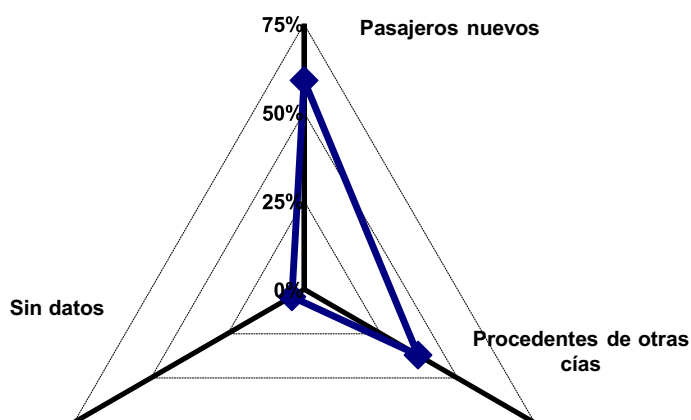
Dados sus bajos costes, estas empresas han sido capaces de operar rutas que, en otro, caso no habrían sido rentables. Esto ha permitido aumentar la accesibilidad a ciertas regiones, fomentando con ello el turismo en las mismas (Kaberry, 2007).

Estímulo de nueva demanda.

El número de turistas dispuestos a volar y la frecuencia con que lo hacen se ha visto afectado por los cambios del sector aeronáutico. Baum (2006) afirma que personas que antes no viajaban en avión por el alto coste de los billetes disfrutaban ahora de más oportunidades para viajar. No solamente la reducción de precios ha estimulado la aparición de nuevos viajeros, sino que otros factores como la apertura de nuevos mercados o la reducción de la estacionalidad también lo han propiciado.

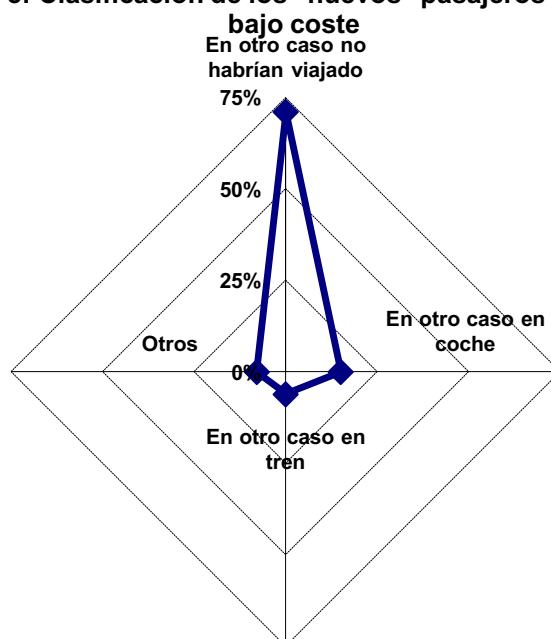
Los gráficos 4 y 5 muestran la importancia de los nuevos pasajeros en el total de los clientes de las aerolíneas de bajo coste y como éstas han influido en su tendencia a viajar.

Grafico 4: Clasificación de los pasajeros de bajo coste



En el año 2002, 59 de cada 100 pasajeros de líneas aéreas de bajo coste nunca habían volado en compañías tradicionales. Al preguntarles sobre si hubieran realizado el viaje en caso de no poder ir en avión, el 71% de ellos indicó que no hubieran hecho el viaje, frente a un 29% que hubiesen viajado usando otro medio de transporte (Quirós y Vega, 2011).

La incorporación de nuevos turistas se refleja en el porcentaje de viajeros que utilizan el avión para realizar viajes de una duración mínima de 4 días. Entre 2003 y 2012 se ha producido un incremento generalizado en Europa en el uso del avión como medio de transporte para este tipo de desplazamientos.

Grafico 5: Clasificación de los "nuevos" pasajeros de cías de

El porcentaje de estos viajes que se realizan en avión ha aumentado entre un máximo de 14,9 puntos porcentuales, caso de los finlandeses, y 1,4 puntos, caso de los checos. Si se analiza el crecimiento relativo por países se puede observar que el incremento va del mínimo del 6,5% de los alemanes hasta el 73% de los finlandeses (ver Tabla 2).

Tabla 2: Viajes de 4 o más noches que se realizan en avión por país, 2003-2012				
País	Año 2012	Año 2003	Incremento	Incremento relativo
Alemania	26,30%	24,70%	1,60%	6,48%
Bélgica	39,30%	25,70%	13,60%	52,92%
Dinamarca	37,50%	32,50%	5,00%	15,38%
España	20,00%	12,70%	7,30%	57,48%
Finlandia	35,30%	20,40%	14,90%	73,04%
Francia	14,40%	10,90%	3,50%	32,11%
Holanda	30,70%	22,10%	8,60%	38,91%
Italia	23,20%	17,90%	5,30%	29,61%
Portugal	17,80%	15,10%	2,70%	17,88%
Rep. Checa	11,50%	10,10%	1,40%	13,86%

Fuente: Comportamiento residentes U.E. 2003 y 2012. I.E.T

Cambios en la duración y frecuencia de los viajes.

Los patrones de viaje de los turistas se están modificando. El número de viajes está aumentando, en tanto que su duración disminuye. Esto es debido a diversos factores como la reducción de los costes de traslado, la aparición de nuevos destinos al facilitarse la accesibilidad, el aumento de conexiones en los tradicionales y, en numerosos casos, la desaparición de la necesidad de hacer escalas.

Como se puede apreciar en la Tabla 3, la duración media de los viajes turísticos de cuatro o más días entre los europeos ha disminuido o se ha estancado entre 2003 y 2012.

Tabla 3: Estancia media en viajes de turismo de 4 o más noches de duración				
País	Media 2012	Media 2003	Incremento	Incremento relativo
Alemania	9,3	10,4	-1,10	-10,58%
Bélgica	10,6	11,9	-1,30	-10,92%
Dinamarca	8,3	9,1	-0,80	-8,79%
España	11,6	16,7	-5,10	-30,54%
Finlandia	8,0	7,8	0,20	2,56%
Francia	9,9	9,8	0,10	1,02%
Holanda	10,9	10,7	0,20	1,87%
Italia	9,7	11,8	-2,10	-17,80%
Portugal	10,4	11,7	-1,30	-11,11%
Rep. Checa	7,9	8,8	-0,90	-10,23%

Fuente: Comportamiento residentes U.E. 2003 y 2012. I.E.T

Centrándonos en el caso español, la estancia media de los turistas en España se ha ido reduciendo paulatinamente, desde los 9,9 días de 2004 hasta los 8,9 del año 2014, como se recoge en la Tabla 4.

Tabla 4: Duración media de la estancia de los turistas internacionales en España											
Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Duración	9,9	9,7	9,5	9,3	9,5	9,7	9,6	9,2	8,9	8,9	8,9

Fuente: Egatur, 2014

Existe una clara relación entre las compañías de bajo coste y la reducción de la duración media de los viajes. Esto queda de manifiesto al observar que la duración de la estancia de los turistas que llegaron a España en 2005 usando este tipo de compañías aéreas estaba especialmente concentrada en la banda entre 4 y 7 días respecto a los viajeros llegados en compañías tradicionales (Egatur, 2005).

En relación a la frecuencia con que se realizan viajes, hay que mencionar que solo durante el año 2011 los europeos hicieron cinco millones de viajes turísticos más que en el año anterior, en tanto que los viajes fueron de menor duración (Demunter y Dimitrakopoulou, 2012).

En el caso Español, el porcentaje de viajeros que vuelan con compañías tradicionales que visitan España por primera vez es más del doble que el de aquellos que vienen en vuelos de bajo coste. De igual modo, en el caso de aquellos que ya habían venido a España con anterioridad han estado de media un menor número de veces respecto a los que viajaron en CBC (Egatur, 2005).

Cambios en la forma de organizar el viaje.

El recurso a las agencias de viaje, tanto mediante la compra de paquetes turísticos como en su función de canal de distribución de billetes aéreos también se ha visto afectado por la irrupción de las compañías de bajo coste.

El recurso a los paquetes turísticos para realizar viajes es mucho menor entre los clientes este tipo de aerolíneas que entre los de las tradicionales. La diferencia se ha mantenido en el tiempo, aunque se observa una tendencia a la menor contratación de viajes organizados por los clientes de ambos tipos de compañías con el paso de los años (ver Tabla 5).

Tabla 5: Organización del viaje por turistas en España según tipo de compañía aérea					
		2003 (03) / 2005 (05)		2013	
		Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Tradicional
Uso de paquete turístico	Si	35% (03)	52% (03)	25,1%	45,5%
	No	65% (03)	48% (03)	47,9%	54,5%
Reserva	Directa	88,7% (05)	58,7% (05)	96,9%	89,2%
	A través de agencia	11,3% (05)	41,7% (05)	3,1%	10,8%

Fuente: IET, 2013 y 2003, Egatur 2005

De igual modo, el recurso a las agencias de viaje con el fin de reservar los vuelos es mucho menor entre los viajeros low cost que entre los tradicionales. Estos últimos recurren entre tres y cuatro veces más frecuentemente a las agencias que los primeros. Ello no impide que en ambos casos el recurso a las agencias esté disminuyendo intensamente, hasta ser prácticamente marginal frente a la compra directa por internet.

Reducción de gasto medio diario.

Las compañías de bajo coste, con el abaratamiento de los billetes, han atraído a clientes con menor poder adquisitivo, como se refleja del análisis de los niveles de renta de los viajeros internacionales venidos a España en ambos tipos de compañías durante 2013 (Egatur, 2013).

La inferior renta media tiene su reflejo en la menor cantidad diaria gastada por este grupo de turistas durante su estancia en el lugar de destino. Más concretamente, el gasto medio diario de los viajeros internacionales que vinieron a España en compañías de bajo coste en 2013 fue de 92 euros, frente a los 116 del resto de visitantes llegados en avión.

La diferencia de más de un 20% en el gasto medio entre ellos no es debida únicamente al menor coste de los vuelos, algo cierto como queda reflejado en el gasto en transporte. También se extiende al resto de las partidas de gasto, aunque en ellas la diferencia entre uno y otro grupo de viajeros es menor, tanto a nivel absoluto como relativo, como se puede observar en la Tabla 6.

Tabla 6: Gasto medio diario turistas en España, 2013				
	Bajo coste	Tradicional	Diferencia	BC/Tradicional
Gasto diario total	92 €	116 €	24 €	79,3%
Transporte	30 €	41 €	11 €	73,2%
Alojamiento	25 €	31 €	6 €	80,6%
Resto	37 €	44 €	7 €	84,1%

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos, 2013

Reducción de la estacionalidad.

Los mercados turísticos tradicionalmente han sido servidos por compañías chárter . Sus operaciones estaban concentradas básicamente en la “temporada turística”. La aparición

de las aerolíneas de bajo coste ha modificado la prestación de servicios al operar a lo largo de todo el año y mejorar la flexibilidad horaria y diaria, frente a la tradicional rotación semanal de las compañías chárter (Kanerry, 2007).

5 CONCLUSIONES

La aparición de las aerolíneas de bajo coste tras la desregulación del mercado de transporte aéreo de pasajeros y su nuevo enfoque estratégico han conllevado cambios en el sector aeronáutico y en el turístico.

La empresa que lanzó originalmente el concepto de aerolínea de bajo coste fue Southwest Airlines, extendiéndose el modelo con posterioridad por Europa y el resto del mundo. Este tipo de compañías han ido aumentando su cuota de mercado de forma sostenida a lo largo del tiempo. En la actualidad copan un 31,8% del mercado en Europa (un 57% en rutas entre países europeos) y un 28,9% en Norteamérica, las dos zonas donde tienen mayor relevancia.

Las aerolíneas de bajo coste comparten, en mayor o menor medida, una serie de características relacionadas, en su mayor parte, con su estrategia de enfoque en liderazgo en costes: eliminación de las clases, disminución o cobro de servicios a bordo, vuelos de corto radio sin conexiones, uso intensivo de los aviones, vuelo a aeropuertos secundarios, reducidos costes salariales y alta productividad de la mano de obra, uso de un único modelo de avión, configuración altamente eficiente de las aeronaves y costes reducidos en los servicios centrales.

Entre los cambios que han promovido en el sector del transporte aéreo de pasajeros se pueden citar: la reducción de precios de los billetes, el aumento del número de pasajeros y de la competencia, cambios en las estrategias competitivas seguidas por las empresas del sector, aumento de la conectividad, creación de empleo o desarrollo de aeropuertos secundarios.

En el caso del sector turístico destacan los siguientes efectos: apertura de nuevos mercados al turismo, estímulo de nueva demanda, cambios en la duración y frecuencia de los viajes, cambios en la forma de organizar el viaje, reducción de los gastos medios diarios durante el mismo o efectos sobre la estacionalidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Analysis of the EU Air Transport Industry. Final Report (2005). Cranfield University
- Baum, T. (2006): "Low-cost air travel: social inclusion or social exclusion?", *Tourism, culture & Communication*, Vol. 7, pp. 49-56.
- CAA, (2004): *The Effect of Liberalisation on Aviation Employment (CAP 749)*, CAA, March 2004.
- Calder, S. (2002): *No frills. The truth behind the low cost revolution in the skies*. Virgin Books. London.
- Civil Aviation authority (1998): *U.K. airlines – Annual operating traffic and financial statistics. Cap 69.5*
- Demunter, C. y Dimitrakopoulou, C. (2012): *Tourism in Europe: Results for 2011*
- ECA (2006): *Upheaval in the European Skies. Low cost carriers in Europe: Economic Data, Market and Pilot Demand Forecast*. European Cockpit Association. Brussels.
- Egatur, (2005): *Encuesta de gasto turístico 2005 (Egatur)*, Instituto de Estudios Turísticos. Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2005.
- Egatur, (2012): *Encuesta de gasto turístico 2012 (Egatur)*, Instituto de Estudios Turísticos. Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2012.
- Egatur, (2013): *Encuesta de gasto turístico 2012 (Egatur)*, Instituto de Estudios Turísticos. Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013.
- ELFAA (2004): *Liberalisation of European air transport: The benefits of low fare airlines to consumers, airports, regions and the environment*, European Low Fares Airline Association.
- Eurocontrol (2010): *Business Aviation in Europe 2009*. Eurocontrol Trends in Air Traffic Volume 6.
- Eurocontrol, (2013 A): *Traffic data for 2014: a modest increase in flight numbers*. Recuperado de www.eurocontrol.int. Fecha de acceso mayo 2016.
- Eurocontrol, (2013 B): *Market segments in European air traffic 2013*. Statfor Doc 534 v1.0
- Grether, E.T. (2005): "U.S. Domestic airline pricing, 1995-2004". Working paper n° CPC05-48, Competition Policy Center, University of California, Berkeley.
- Hayes, K. J.; Ross, I. B. (1998): "Measuring changes in multiproduct market structure: An application to U.S. airlines". *Review of Industrial Organization*, 11 (4), pp. 493-509.
- Hunt, M. (1972): *Competition in the Major Home Appliance Industry*, doctoral dissertation, Harvard University, 1972.
- IATA (2006B): *The economic impact of air service liberalization, 2006*
- IATA, (2006A): *Airline Cost Performance*, IATA Economics Briefing No. 5, An Analysis of the cost base of leading network airlines versus no-frills, low-cost airlines, July 2006.

- IET (2003): *Los pasajeros de compañías de bajo coste (CBC's), Año 2003*. Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- IET (2013): *Compañías aéreas de bajo coste. Informe anual 2013*. Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- IFT (2005): IFT Aviation Economics Conference, London, 18 July 2005.
- Ito, H. y Lee, D. (2003): "Low cost carrier growth in the U.S. airline industry: past, present, and future". Working Paper, Brown University, Department of Economics. N° 2003-12.
- Kaberry, R (2007): *Social Benefits of low fares airlines in Europe*. ELFAA.
- Kua, J., y Baum, T. (2004): "Perspectives on the development of low cost airlines in Southeast Asia: Evidence from the regional press". *Current Issues in Tourism*. Vol nº 7, pp. 262-276.
- Lee, D., Luengo-Prado, M. J. (2005): "The Impact of Passenger Mix on Reported "Hub Premiums" in the U.S. Airline Industry". *Southern Economic Journal*, 72 (2), pp. 372–394.
- MacDonald, M., (2013): *Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013*. Mott MacDonald Report Template
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2003): *El comportamiento turístico de los residentes en la Unión Europea. Año 2003*. Centro de publicaciones del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2012): *El comportamiento turístico de los residentes en la Unión Europea. Año 2012*. Centro de publicaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2013): *El comportamiento turístico de los residentes en la Unión Europea. Año 2013*. Centro de publicaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid.
- Pels, E.; Rietveld, P. (2004): "Airline pricing behaviour in the London–Paris market". *Journal of Air Transport Management*, 10 (4), pp. 277-281.
- Pender, L. y Baum, T. (2000): "Have the frills really left the airline industry?". *International Journal of Tourism Research*, 2, pp 423-436.
- Porter, M. (1985): *Competitive Advantage*, Free Press, New York.
- Porter, M. (1996): "What is Strategy". *Harvard Business Review*. Vol. Nov/Dec 1996: pp 17-37.
- Porter, M.E. (1980): *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York.
- Quirós Tomás, F.J. (2007): "Low cost carriers and tourism: the Spanish case en Using events and festivals to develop tourism". V research meeting among Spanish and Czech academics, Sevilla.
- Quirós Tomás, F.J. (2008): "European low cost carriers and typical carriers: a comparison" en *Entrepreneurship and small business in international aspect*. Vojtech Korab. Brno.

- Quirós Tomás, F.J. (2009): "Análisis de la estrategia competitiva de las líneas aéreas europeas", II Jornadas de investigación en turismo, Sevilla.
- Quirós Tomás, F.J. y Vega Vázquez, M. (2011): "Estrategias de fijación de precios en el transporte aéreo de pasajeros", IV Jornadas de investigación en turismo, Sevilla.
- Sigala, M., Christou, E., Baum, T. (2002): "The impact of low cost airlines on business travel". Proceedings of AIEST Conference (Vol. 44, pp. 313-334), Salvador-Bahia, Brazil.
- Winston, C. (1998): "U.S: industry adjustment to economic deregulation". Journal of Economic Perspectives. Vol. 12, Number 3, summer 1998: pp. 89-110.