

Los vuelos 'low cost' han atraído más turistas a España, pero gastan menos

Los aeropuertos españoles recibieron 64,4 millones de turistas extranjeros en 2013. Más de la mitad utilizaron aerolíneas de bajo coste, cifra un 4,6% mayor que en el año anterior. Según científicos de la Universidad Complutense de Madrid, esta tendencia, que ha ido *in crescendo* desde 2004, ha atraído a más visitantes pero no ha generado un mayor beneficio económico.

SINC

7/7/2014 09:45 CEST



Pasajeros suben a un avión de una compañía Low Cost. /[JoshuaDavisPhotography](#)

Un trabajo liderado por investigadores de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) revela que la irrupción de las compañías aéreas de bajo coste ocasionó la llegada de más turistas a España durante el periodo de 2004 a 2010. Sin embargo, esto no se tradujo en un efecto positivo sobre el gasto turístico global.

Una de las posibles explicaciones a este balance nulo es que el perfil del turista ha cambiado, "está menos tiempo y su viaje aéreo es más barato,

pero sobre todo, gasta menos por día de estancia”, señala a Sinc Rafael Myro, autor principal del trabajo y catedrático en la UCM.

“Fomentar este modelo de negocio mediante subvenciones, como pauta general, no conduce a un aumento de los ingresos por turismo”, según Myro

A raíz de estos resultados, los expertos aconsejan ir con cautela respecto a las políticas económicas que benefician a las compañías aéreas de bajo coste.

“Fomentar este modelo de negocio mediante subvenciones, como pauta general, no conduce a un aumento de los ingresos por turismo, ni siquiera a largo plazo, porque aumenta el número de turistas pero disminuye el gasto medio”, indica Myro.

Las estrategias económicas para atraer a estas compañías de vuelos consisten en promover el uso de aquellos aeropuertos con menor tráfico aéreo y ofrecer bajas tasas aeroportuarias y servicios de calidad que los hagan más competitivos.

Por ejemplo, según cita el estudio, en Cataluña, la compañía irlandesa Ryanair mantiene la mayor parte de sus operaciones en aeropuertos secundarios como Gerona y Reus, instalaciones que antes eran utilizadas por vuelos chárter en verano. Las razones de esta actuación a escala menor son las bajas tasas aeroportuarias y “las cuantiosas subvenciones que han dado los gobiernos regionales”, declara Myro.

“El modelo de esta compañía –sigue– actúa sobre aeropuertos como el de Gerona al ejercer poderes de monopolio con los que presionar a los gobiernos regionales. Pero, en España, Ryanair también se ha extendido a los aeropuertos grandes, de Madrid y Barcelona, algo que las tasas –no tan distintas entre aeropuertos grandes y pequeños– han facilitado”.

En España

En España, el porcentaje de turistas que llegan por vía aérea a través de los vuelos *low cost* es muy elevado. “Era del 64% en 2010 para las seis comunidades autónomas que reciben más turismo y ha debido crecer algo desde entonces”, declara el experto.

Southwest Airlines, en la década de los 70, fue la impulsora de este nuevo modelo de negocio que hoy ya se ha instalado por todo el mundo

El auge de las compañías de bajo coste –sobre todo en Cataluña y Madrid– se registra a comienzos de 2004, mismo año en que la compañía de vuelos irlandesa se instala en el territorio nacional.

Lo que más resalta hasta 2010 es el aumento del turismo recibido por Madrid, donde el peso de las compañías de bajo coste no es de los más altos pero ha crecido más rápidamente que en otras comunidades autónomas.

Por otro lado, en Cataluña, el ascenso de los turistas franceses, italianos y británicos movidos por Ryanair explica el aumento de peso de dicha compañía en el tráfico de viajeros en *low cost*.

Los inicios del *low cost*

La compañía estadounidense Southwest Airlines, en la década de los 70, fue la impulsora de este nuevo modelo de negocio basado en precios menores que hoy ya se ha instalado por todo el mundo. Esta revolución aérea ha amenazado muchas compañías tradicionales que han desaparecido o se han adaptado creando sus propias filiales con precios más asequibles.

Este cambio de paradigma también llegó a Europa de la mano de Ryanair, Easyjet y Air Berlin. Esta primera es la compañía aérea *low cost* por excelencia, con la estrategia más agresiva.

Referencia bibliográfica:

Rafael Myro Sánchez, Belén Rey Légidos y Pablo I. Hernández. Efecto de las compañías aéreas de bajo coste sobre el turismo internacional en España (1). Estudios Turísticos n.º 198 (4º T 2013)

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

COMPañÍA AÉREA

VUELOS

TURISMO

ECONOMÍA

BAJO COSTE

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)