

EFFECTO DE LAS COMPANÍAS AÉREAS DE BAJO COSTE SOBRE EL TURISMO INTERNACIONAL EN ESPAÑA (1)

Rafael Myro Sánchez,* Belén Rey Légidos** y Pablo I. Hernández***

Resumen: Este artículo analiza el impacto de las compañías aéreas de bajo coste (CBC) en el turismo español, utilizando la base de datos proporcionada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Desde el año 2004, la proporción que representan las aerolíneas de bajo coste en el transporte de los turistas que llegan a España por vía aérea se ha incrementado drásticamente, superando hoy el umbral del 60%. En particular, Ryanair se ha convertido en una destacada líder, con presencia en los principales aeropuertos. Esta expansión de las CBC ha tenido un efecto positivo y elevado en el número de turistas, pero al mismo tiempo ha influido negativamente sobre su estancia media, y aún más claramente sobre su gasto medio, haciendo que no sea observable un impacto positivo sobre el gasto turístico total. Por otro lado, podría aventurarse que parece existir un trade-off entre más días de estancia y más gasto por día, con los países situados en diferentes combinaciones. Estos resultados podrían ofrecer una guía útil para la política económica, comenzando por frenar el fomento de las CBC mediante subvenciones.

Palabras clave: Transporte aéreo, Compañías de bajo coste y demanda turística.

Abstract: This article analyzes the impact of low-cost airlines (LCCs) on Spanish tourism using the data base provided by Instituto de Estudios Turísticos (IET), an official organism in charge of the main surveys and statistical about tourism in Spain. Since 2004 the share of LCCs in the flow of tourist arriving to Spain by air transport has increased sharply reaching today more than 60% and hitting the market share of traditional companies. Ryanair has become an outstanding leader with presence in the main airports. That expansion in low-cost airlines has had a positive and strong effect on the number of tourists but at the same time has lowered their average stay and seven more the average expenditure made by them. This has prevented us of finding a positive influence of these companies on the tourism aggregate expenditure. Beside, there seem to be a trade-off between stay and expenditure per day, with countries placed in different combinations. These results could be regarded as a useful guide to policy makers, firstly bringing them to stop enhancing the LCCs by subsidies.

Key words: Air Transport, Low Cost Airlines, Tourist demand.

I. INTRODUCCIÓN

Desde hace algo más de una década, las compañías aéreas denominadas “de bajo coste” (CBC) han retado con gran éxito a las tradicionalmente establecidas en el mercado (“*network companies*”), con un modelo de negocio diferente, basado en menores costes de gestión y operación y en menores precios: Se trata de un modelo especializa-

do en rutas cortas, en el uso de aviones con una capacidad no superior a 90 plazas, aeropuertos secundarios, elevadas frecuencias de vuelos y *load factor* (Maliaghetti, 2009; Casadesus-Masanell y Ricart, 2007; Aguiló, Rey y otros, 2008).

La emergencia de este nuevo tipo de compañías aéreas es una de las consecuencias del proceso de liberalización del transporte

* Catedrático de Economía Aplicada II. UCM. r.myro@ccee.ucm.es

** Profesora Titular de Economía Aplicada. UCM. breylegi@ccee.ucm.es

*** Economista. Analistas Financieros Internacionales. phernandez@afi.es

aéreo que se inició en EEUU en la década de 1970. La primera compañía de bajo coste fue Southwest Airlines (Gillen y Morrison, 2003; Vowles, 2001), que hoy tiene una importante participación en el mercado estadounidense, exhibiendo costes operativos entre 50% y 70% menores que el resto de las compañías norteamericanas. Su modelo de negocio se basa en elevadas frecuencias en los vuelos y precios muy bajos, sin usar el *Hub and Spoke System*. Utilizando un conjunto de variables indicativas del nivel de competencia (actual, adyacente y potencial), Morrison (2001) estima en un 20% el ahorro que la compañía Southwest Airlines ha permitido a los viajeros norteamericanos en vuelos domésticos, teniendo en cuenta el efecto indirecto sobre los precios de las restantes compañías.

En la última década, este “modelo de bajo coste” se ha extendido a todo el mundo, y de forma particular a Europa, en donde destacan por su importancia las compañías Ryanair, Easyjet y Air Berlin. Estas y otras empresas han crecido con rapidez, diversificado su modelo de negocio y reduciendo paulatinamente sus diferencias con las compañías más tradicionales. A ello ha contribuido también la reacción de éstas últimas, que han acometido reestructuraciones, realizado fusiones y establecido alianzas, además de crear filiales propias en este segmento de bajo coste.

El fenómeno de las CBC ha sido analizado desde tres perspectivas: el modelo de negocio, las formas de tarificación, y el efecto sobre los aeropuertos. En el primero de estos tres aspectos, acaso el más importante, Franke (2004) y Doganis (2006) se han centrado en el análisis del ahorro de costes,

destacando que no hay un único aspecto responsable de éste, sino varios: salarios, tasas aeroportuarias, gestión a través de internet, uso de aeropuertos secundarios (Aguiló, Rey y otros, 2008). Por otro lado, Gudmundson (2004) encuentra que la productividad y la imagen de marca son determinantes claros de la cuota de mercado obtenida.

Sin embargo, apenas existen análisis del efecto de la entrada de estas compañías sobre el número de viajeros de las areolíneas, y en particular, sobre el número de turistas que se dirigen a un país y su gasto individual, que no son tan obvios como a primera vista pudieran parecer.

En efecto, resulta claro que conforme crece la competencia, decrecen los precios y los márgenes de explotación, impulsando al alza la eficiencia y el volumen de demanda de los viajeros. El efecto sobre el bienestar es positivo a escala mundial, pues el excedente del consumidor aumenta y no es compensado por reducciones en el excedente del productor de las aerolíneas y de otros negocios relacionados (como las agencias de viajes).

Sin embargo, para un país exportador de transporte y servicios anexos a él como es España, el efecto puede ser negativo, porque el excedente del consumidor puede disminuir menos que el del productor. Por otra parte, aunque pueda esperarse un efecto positivo de la entrada de turistas ante reducciones en el precio del transporte aéreo, el conocimiento de su cuantía específica requiere disponer de funciones de demanda con elasticidades bien definidas, y en las que el precio del transporte se aísle del precio del consumo turístico. Esto no es

fácil, porque normalmente las funciones de demanda disponibles usan variables *proxis* para el precio del transporte aéreo, como el precio del petróleo. Resulta por ello preferible y necesario estimar el impacto directo de la penetración de las CBC.

Con todo, se dispone ya de unos primeros estudios para España. Uno de ellos, pionero, es el realizado por Aguiló, Rey y otros (2008), en el que se plantean algunas hipótesis interesantes acerca de los efectos de las CBC, utilizando la información aún escasa disponible para 2005. Este análisis, de obligado carácter descriptivo, ha sido ampliado y profundizado en los trabajos más recientes de Rey, Myro y Galera (2011) y de Myro, Rey y Hernández (2014), en los que, para los periodos 2000-2009 y 2004-2010, respectivamente, se estima una elasticidad positiva y elevada del número de turistas per cápita al peso de las CBC en el número de pasajeros aéreos. Sin embargo, en el segundo de estos trabajos, no se encuentra impacto en el gasto agregado aunque sí en el gasto por turista. Un tercer trabajo es el de Castillo-Manzano, López-Valpuesta y Pedregal (2011), que utilizando datos de este mismo organismo, estima el efecto directo e indirecto de la entrada de Ryanair sobre el tráfico de los aeropuertos españoles, obteniendo valores positivos y elevados para el conjunto, aunque con diferencias importantes entre unos aeropuertos y otros, que más adelante serán comentadas.

En este capítulo, se describe la evolución de los turistas y de las CBC durante el período 2004-2010, utilizando datos del Instituto de Estudios Turísticos. Se profundiza en la sustitución de compañías tradicionales por CBC y en el impacto de estas sobre el gasto

por turista y su estancia media, distinguiendo el papel clave de Ryanair.

El capítulo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar se realiza una descripción de las fuentes estadísticas utilizadas; en segundo lugar, se describe la penetración de las CBC en España; en tercer lugar se analiza el impacto de las CBC sobre el turismo que llega por vía aérea; en cuarto lugar se estudian las principales características del turista que utiliza CBC, especialmente su gasto medio y su estancia media. Por último se resumen las principales conclusiones obtenidas.

II. FUENTES ESTADÍSTICAS

Los datos utilizados proceden del Instituto de Estudios Turísticos de España (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio), y se refieren al período 2004-2010, considerando ocho países europeos de origen, de los que proviene el 75% del turismo y seis Comunidades Autónomas españolas (CCAA) de destino, a las que se dirige casi el 70% de ese turismo. Esta desagregación de los datos es la más conveniente, teniendo en cuenta que las estimaciones que realiza el organismo citado pierden fiabilidad al descender a un mayor detalle. Los ocho países que se consideran son: Alemania, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Reino Unido, Bélgica y Austria. Las regiones españolas son Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid.

El turismo se concentra en Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía. Las dos primeras regiones suponían casi la mitad del total en 2010. Apenas se han registrado cambios

Cuadro 1
Distribución por regiones de los turistas llegados por vía aérea

2010							
País	Andalucía	Baleares	Canarias	Cataluña	C. Valencia	Madrid	Total
Alemania	8,4	45,4	28,3	9,0	5,0	3,9	100,0
Francia	18,8	13,6	7,0	33,5	7,6	19,5	100,0
Holanda	16,6	16,8	21,7	26,4	12,3	6,2	100,0
Irlanda	29,1	9,7	32,1	13,2	12,7	3,1	100,0
Italia	11,5	19,0	7,2	31,3	8,3	22,6	100,0
Reino Unido	18,8	24,1	27,0	10,1	17,0	3,1	100,0
Bélgica	17,5	9,2	24,2	23,2	16,2	9,8	100,0
Austria	7,2	36,1	21,3	24,9	1,8	8,7	100,0
Total	15,2	27,3	23,7	15,4	11,4	6,9	100,0
2004							
País	Andalucía	Baleares	Canarias	Cataluña	C. Valencia	Madrid	Total
Alemania	9,0	42,5	31,7	9,1	4,6	3,0	100,0
Francia	19,8	17,3	9,0	29,9	8,3	15,8	100,0
Holanda	16,4	9,0	30,3	27,1	11,2	6,1	100,0
Irlanda	22,1	17,0	34,2	16,4	8,5	1,9	100,0
Italia	8,8	22,1	11,4	38,4	5,5	13,8	100,0
Reino Unido	18,8	24,2	26,4	12,4	15,9	2,3	100,0
Bélgica	21,0	10,2	20,9	28,1	11,1	8,7	100,0
Austria	8,4	33,7	35,9	12,4	3,9	5,7	100,0
Total	15,6	27,2	26,5	15,5	10,9	4,3	100,0

FUENTE: Elaboración propia con datos del IET

en esta distribución, si se toma como referencia 2004. Los alemanes y los británicos se concentran en Baleares y Canarias, aunque los últimos se dirigen también en una proporción apreciable a Andalucía y Valencia. Los franceses, en cambio, tienen como destino principal Cataluña, donde también lo hacen los holandeses, belgas y los austriacos, aunque en una medida significativamente menor. (Rey, Myro y Galera, 2011)

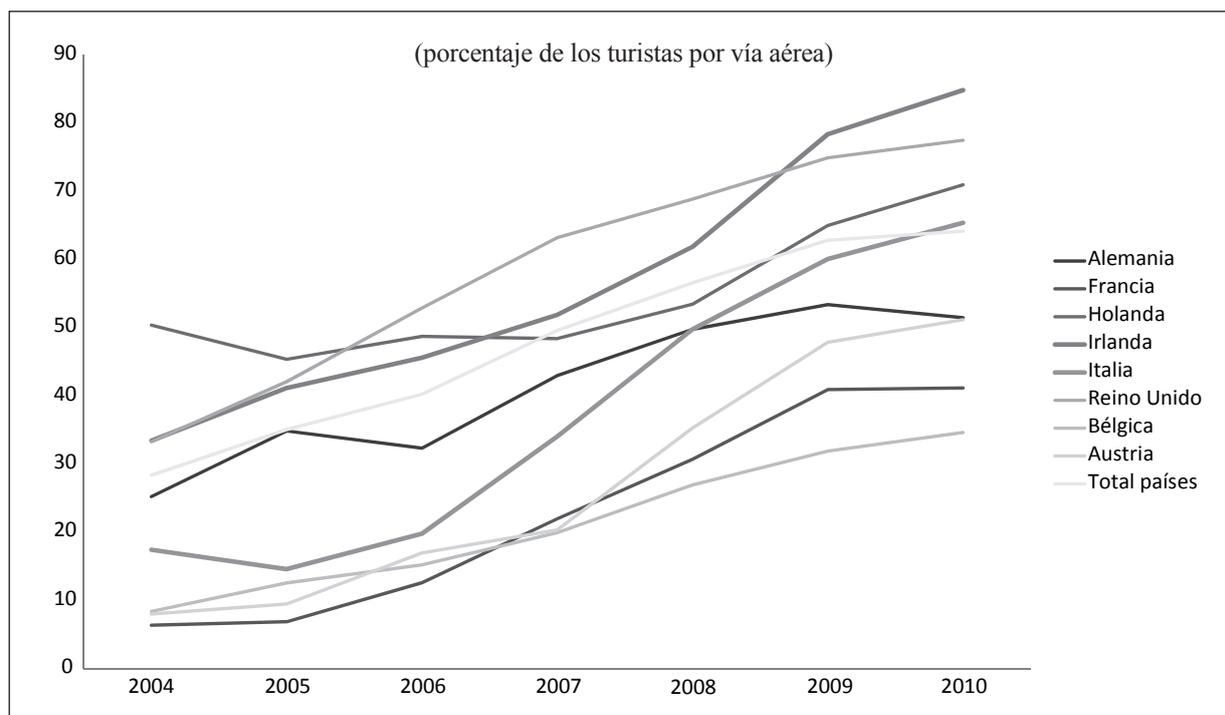
Cuando se toma la referencia del turismo que llega por vía aérea (cuadro 1), que será nuestro principal foco de atención, dado que

queremos estudiar el impacto de las CBC, Cataluña deja de ostentar la primera posición, que pasa a ser ocupada por las islas. La más alta proporción del turismo de franceses, holandeses, belgas y austriacos que se realiza por vías alternativas al avión es la responsable de este cambio.

III. TURISMO Y PENETRACIÓN DE CBC EN ESPAÑA

Los turistas que vienen a España por vía aérea lo han hecho en una medida cada vez

Gráfico 1
Importancia de las CBC por países de origen

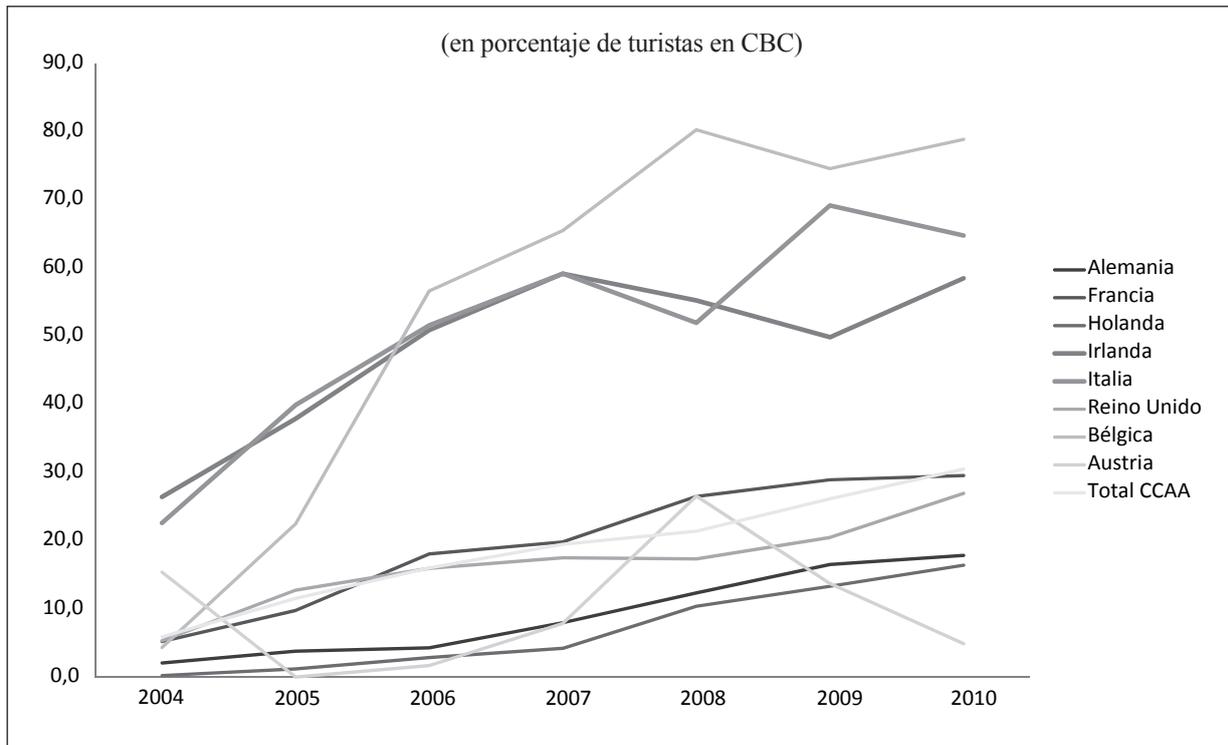


mayor a través de CBC, como muestra el Gráfico 1. El porcentaje de turistas llegados a las seis CCAA españolas consideradas a través de estas compañías de reciente implantación ha crecido muy considerablemente de 2004 a 2010, y en particular desde 2006. En el último año de los incluidos supera ampliamente el 50% para seis países, Irlanda, Holanda, Reino Unido e Italia, y ligeramente para otros dos, Austria y Alemania, manteniéndose en valores claramente inferiores sólo para Francia y Bélgica. Los ascensos más rápidos se han producido en los casos de Italia e Irlanda, así como de Austria y, en menor medida, Francia. Estos dos últimos países partían de niveles muy

bajos al comienzo del período estudiado, al igual que Bélgica, que aún en 2010 se distingue por una penetración baja de las CBC.

Las diferencias entre regiones parecen guardar alguna relación con las diferencias entre países. Así, la menor afluencia de alemanes, británicos, irlandeses y holandeses a Cataluña y Madrid reduce la importancia de las CBC para estas dos comunidades. Lo contrario sucede con Andalucía y Baleares, y en una menor medida, con Canarias. Esta última región se ve perjudicada por la distancia, que es un factor que no favorece el modelo de las CBC.

Gráfico 2
Importancia de la compañía Ryanair



Dentro de las CBC de Europa, el modelo de comportamiento que ha llamado más la atención, por su definición más radical y su agresividad, es el de Ryanair. Pues bien, el gráfico 2 muestra el peso que esta compañía posee entre las CBC por países.

Tres países destacan como centro del negocio de Ryanair: Irlanda, Italia y Bélgica. Estos tres primeros países se encuentran entre aquellos en los que las CBC han avanzado de forma más rápida, pudiendo quizá imputarse este hecho a la compañía Ryanair.

La perspectiva que ofrece el análisis por CCAA es similar. Sobresalen Madrid y

Cataluña por su elevado crecimiento, dos comunidades donde el peso de las CBC se encuentra entre los más bajos al comienzo del período, 2004, de lo que se deduce que el ascenso en la importancia de estas compañías se ha producido en buena medida de la mano de Ryanair. Esta compañía se establece con anterioridad en Cataluña, como indica el que su ratio de penetración fuese ya elevado en 2004, y se expande con una enorme celeridad durante el período objeto de estudio en el transporte a Madrid, lo que en parte se explica por la mayor cuota de mercado de la compañía citada en los tráficos con todos los países considerados, en particular con Francia, Italia y Bélgica. En el caso de Cataluña,

es el ascenso de franceses, italianos y británicos movidos por Ryanair el que explica el aumento de peso de la citada compañía en el tráfico de viajeros en CBC.

La estrategia de Ryanair en España difiere de la que ha desarrollado en otros países, y le ha caracterizado como compañía, centrada en aeropuertos secundarios (Barbot, 2006; Castillo-Manzano y otros, 2011). Aquí se ha dirigido también a un *hub* internacional como el de Madrid, a *hubs* regionales (Alicante, Málaga y Palma de Mallorca, y desde 2010, Barcelona), y a otros aeropuertos regionales (Valencia, Sevilla, Murcia, Santander), destacando el de Valencia por su importancia. El ascenso de las operaciones en Madrid es particularmente llamativo.

En cambio, el elevado peso en Cataluña procede de operaciones en aeropuertos secundarios, Gerona, Reus y Lérida. Los dos primeros han actuado como *spoke* con respecto al *hub* barcelonés. Hasta la llegada de Ryanair, Gerona y Reus eran aeropuertos ocupados en verano por vuelos chárter. Ryanair ha sustituido estas operaciones y aumentado la ocupación en los inviernos (Castillo-Manzano y otros, 2011).

La razón de esta distinta estrategia de Ryanair en España reside en las pocas diferencias existentes en las tasas aeroportuarias entre aeropuertos de diferente rango. Así, la tasa por tonelada para vuelos domésticos y dirigidos a la Unión Europea desde la nueva terminal del aeropuerto de Barcelona es de 6,12 euros (para un avión entre de 10 y 100 toneladas), mientras que en los más distantes y secundarios aeropuertos de

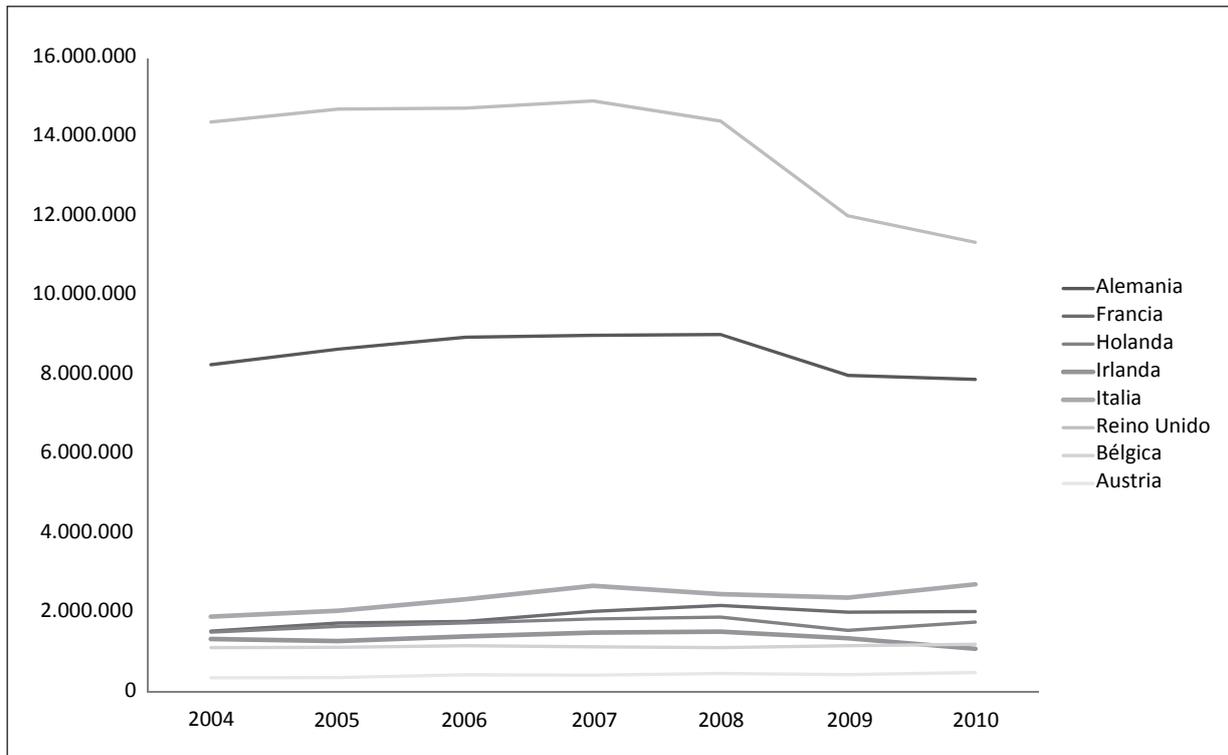
Reus y Gerona es de 5,5 euros. No obstante, estas tarifas se han comenzado a diferenciar más en 2011, en parte ante el riesgo de que los tráficos de Gerona y Reus se vean muy afectados por la implantación de Ryanair en Barcelona. De hecho, esta compañía ha amenazado con reducir sus operaciones en un 36% en Gerona y en un 15,2% en Reus si las tarifas aeroportuarias no se reducen en estos aeropuertos secundarios (Castillo-Manzano y otros, 2011).

IV. EL IMPACTO DE LAS CBC EN EL TURISMO ESPAÑOL

El gran cambio que ha supuesto la emergencia de las CBC en el transporte aéreo ha afectado positivamente al número de turistas que entran en España, y así lo hemos corroborado empíricamente en un reciente trabajo (Rey, Myro y Galera, 2011) en el que no se contaba con la medida de penetración de estas compañías usada aquí. Se aproximaba esta medida en el artículo citado por el número de pasajeros CBC con respecto al total, con datos suministrados por AENA. Pero los pasajeros no corresponden con los turistas, al no residir necesariamente en el país en el que embarcan. Para corregir este error, el IET realiza estimaciones a través de las encuestas en las que basan la información que se ofrece en FRONTUR y en EGATUR. Con todo, las diferencias entre las dos medidas no son grandes.

En la estimación citada, realizada a través de un análisis de datos de panel dinámico, y referida al período 2000-2009, se obtenía que un aumento de un 10% en el porcentaje

Gráfico 3
Evolución del turismo por vía aérea en España

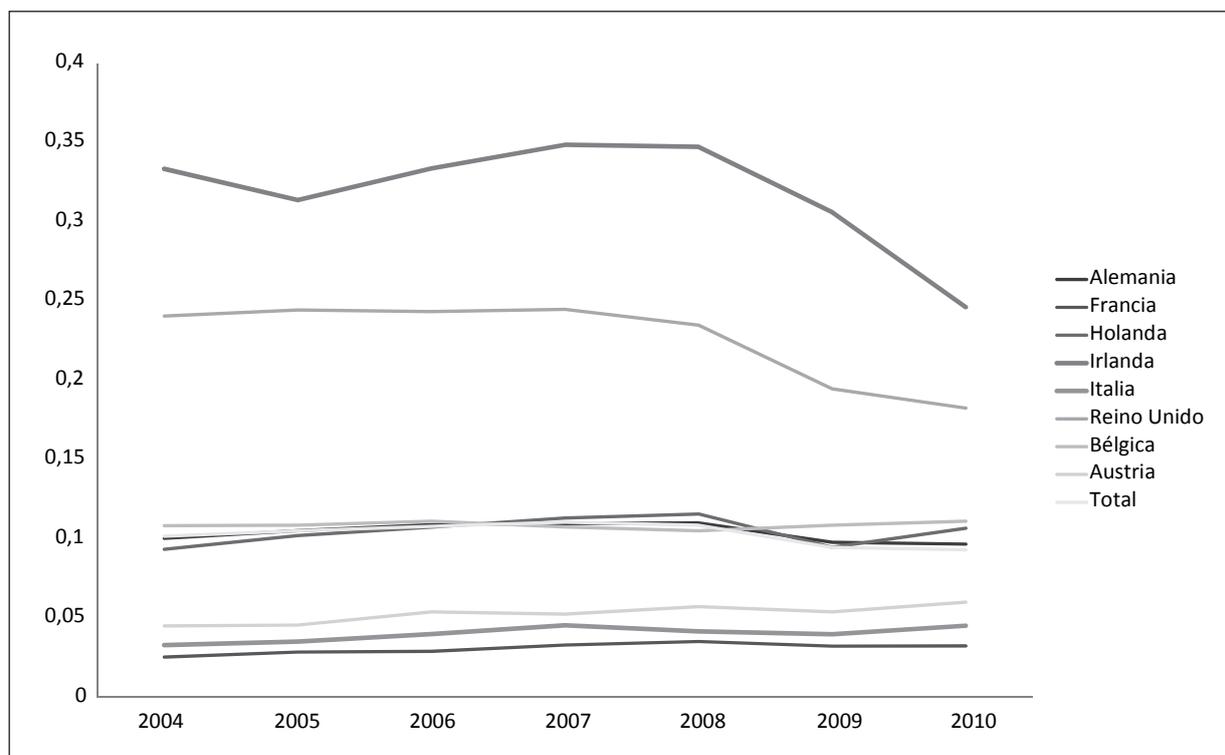


de penetración de las CBC conducía a un incremento cercano al 0,2 % en el número de turistas per cápita. Esta es una elasticidad elevada e implica un efecto importante en el aumento del número de turistas por vía aérea. Téngase en cuenta que la cuota de las CBC se incrementó en 35 puntos entre 2004 y 2010, lo que supone un porcentaje del 126%. Según pues esta estimación, que recientemente hemos corroborado en una nueva estimación para el período 2004-2010 (Myro, Rey y Hernández, 2014), con los datos de CBC ofrecidos por el IET, el número de turistas per cápita (el número de turistas provenientes de cada país en relación a la población total de éste) habría cre-

cido en el período estudiado exactamente en un 2,3% por el efecto de las CBC. Esto equivale al 66% del total, que constituye un gran impacto.

El gráfico 3 muestra el número absoluto de turistas por avión llegado desde los países considerados a las seis CCAA estudiadas. Crece en todos los casos hasta 2007/2008 y después cae con motivo de la crisis económica. El Reino Unido es el mayor emisor de turistas por vía aérea hacia España, de forma muy destacada. Alemania le sigue, pero a gran distancia, y después los restantes países, de los que sólo Italia y Francia superan los 2.000.000 de turistas.

Gráfico 4
Turistas por vía aérea per cápita recibidos por España



La pauta evolutiva ascendente hasta 2008 descrita para los países se reproduce en la perspectiva de las CCAA, si se exceptúa la canaria, que se enfrenta a una reducción de las llegadas, sólo revertida en 2010 y 2011, a raíz de las convulsiones vividas en los países árabes, que han desviado turismo hacia las islas. Este efecto ha sido más importante en 2011, pero ya es observable en 2010. Aun así, Canarias se mantiene, junto con Baleares, como una de las regiones más visitadas por los turistas a través del transporte aéreo. Andalucía y Cataluña les siguen en importancia.

El período considerado muestra también

un ascenso del turismo por vía aérea sobre el total, quizá un efecto atribuible en una buena medida a las CBC. Este ascenso se produce para todos los países, aunque resulta más visible en el caso de aquellos con un menor peso de los turistas que viajan por vía aérea, quizá por una mayor cercanía geográfica: Francia, Holanda e Italia. El rápido ascenso de las CBC en los casos de Francia e Italia puede haber influido también.

En las CCAA estudiadas también crece el ratio de turistas por vía aérea sobre el total, y lo hace también más en aquellas en las que posee un menor valor, Madrid, Valencia, Andalucía y Cataluña

Las diferencias en el número de turistas entre países responden en parte a diferencias en el tamaño de los países, de forma que para comparar países es más interesante observar el ratio entre turistas y población, incluido en el Gráfico 4 y expresado en turistas por vía aérea por 1000 habitantes. Puede verse así que el país más demandante de turismo en España (por vía aérea) no es el Reino Unido, sino Irlanda. No obstante, el Reino Unido ocupa una segunda plaza también muy destacada, y como ya se ha visto, muy relevante, dada su mayor dimensión poblacional. Italia, Austria y Francia se encuentran en los últimos lugares. En el caso de Francia, ello se debe a un menor peso del turismo por vía aérea.

Castillo-Manzano y otros (2011) han estimado también el efecto de las CBC sobre el número de viajeros, en concreto, sobre el tráfico de los aeropuertos, centrándose en el caso de Ryanair. Distinguen entre el efecto directo de la implantación de esta compañía sobre el número de viajeros y el efecto indirecto derivado, de una parte, de la presión competitiva ejercida sobre el mercado, favorecedora de la reducción en precios y el aumento en las cantidades demandadas, y de otra, de la sustitución de algunos de los vuelos de otras compañías. En este caso, el efecto indirecto habría sido negativo.

Pues bien, estos autores encuentran efectos positivos muy importantes en los tráficos de todos los aeropuertos, con un aumento medio del número de viajeros del 27%. La mayor parte de este aumento se debe a un efecto directo. Pero el efecto indirecto también es relevante y positivo, un 8,6% de media.

Algunos aeropuertos regionales muestran un efecto muy destacado: Valencia, Murcia y Santander. Los efectos indirectos son también importantes y positivos. Madrid muestra también un efecto positivo de importancia, que aumenta su significación si se tiene en cuenta el volumen de pasajeros de su aeropuerto. Así, un 8,8% de ascenso en el número de viajeros se debería al efecto Ryanair, que es sobre todo indirecto.

Los aeropuertos de Alicante, Gerona y sobre todo el de Reus anotan un efecto indirecto negativo de cierto relieve, que obedece sobre todo a la desaparición de compañías rivales, en particular en Reus, en donde Ryanair posee una clara posición monopólica. En Gerona, Ryanair ha abierto nuevas rutas, domésticas e internacionales, que han compensado con creces el efecto negativo sobre otras compañías (Bel, 2006), pero esto no ha ocurrido en Reus, que hoy es un aeropuerto con serios problemas.

Como la expansión de Ryanair, al igual que la de otras CBC ha encontrado un apoyo notable en los subsidios ofrecidos por las regiones afectadas, hasta el punto de que las Administraciones Regionales gastaron 250 millones de euros en ayudas durante el período 2007-2011 (Comisión Nacional de la Competencia, 2011), los efectos indirectos negativos de cierta relevancia, como el que se ha producido en Reus, deben advertir sobre la eficacia de estas políticas regionales.

Un aspecto que llama la atención del estudio realizado por Castillo-Manzano y otros (2011) es el ya mencionado de que los efectos indirectos de las CBC son positivos, incentivos de mejoras en la oferta del

Cuadro 2
Contribución directa de las CBC al transporte de turistas por vía aérea

AGREGADOS	2005-2007		2008-2010	
	CONTRIB ANUAL	PORCENTAJE DEL TOTAL	CONTRIB ANUAL	PORCENTAJE DEL TOTAL
RYANAIR	2,88	86,92	2,73	-89,24
OTRAS CBC	5,55	167,40	1,24	-40,47
COMPAÑÍAS TRADICIONALES	-5,12	-154,31	-7,03	229,71
TOTAL	3,32	100,00	-3,06	100,00

FUENTE: IET y Elaboración propia

resto de las compañías, y sin apenas impacto negativo sobre las compañías establecidas.

Sin embargo, una mera descomposición del crecimiento del número de turistas que han entrado por vía aérea entre la parte que corresponde a Ryanair, al resto de las CBC y a las compañías tradicionales, no parece avalar esta conclusión. En efecto, en la tabla 2 se recoge una descomposición convencional del crecimiento del número de turistas entre tres tipos de compañías, Ryanair, resto CBC, y tradicionales.

Como puede observarse, el crecimiento del número de turistas en compañías tradicionales desciende a un ritmo elevado, un 22% desde 2004 hasta 2007 (un 23% en relación a la población de los ocho países emisores considerados). Es cierto que hasta ese año no parece Ryanair la única beneficiaria de este descenso. Lo habrían sido también las restantes CBC.

No debe confundirse este cálculo de la contribución de las CBC al transporte de turistas con su impacto sobre el número de estos. La contribución no es sino la expresión

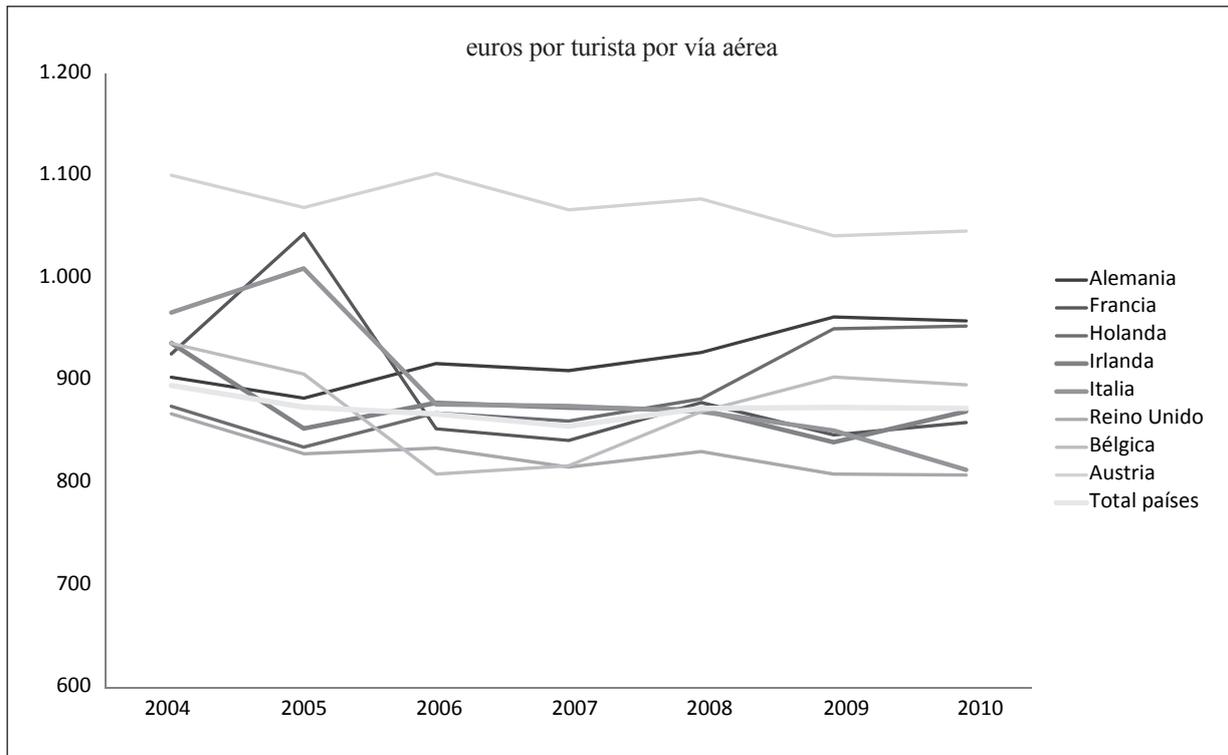
del avance registrado en el peso de las CBC, otra forma de ver su cuota de mercado, estudiada en el apartado anterior. En cambio el impacto sobre el número de turistas se refiere a la medida en la que el aumento de turistas (3,32% anual, de 2004 a 2007) puede atribuirse a la emergencia de las CBC o a otros factores alternativos (como la renta de los turistas o los precios relativos de España, por ejemplo). Conocer esto requiere la estimación de una función de demanda de turismo.

V. RASGOS QUE CARACTERIZAN AL TURISTA EN CBC

V.1. El gasto por turista

En principio, las CBC rebajan el gasto del turista, al abaratar el transporte aéreo. Como ya se ha visto, ello facilita la llegada de nuevos turistas, pero puede acortar su estancia, reduciendo adicionalmente su gasto total por esta vía, aunque no afecte a su gasto diario más que en la parte que corresponde al viaje. Interesa pues conocer el efecto de las CBC sobre el gasto por turista.

Gráfico 5
Gasto por turista por vía aérea

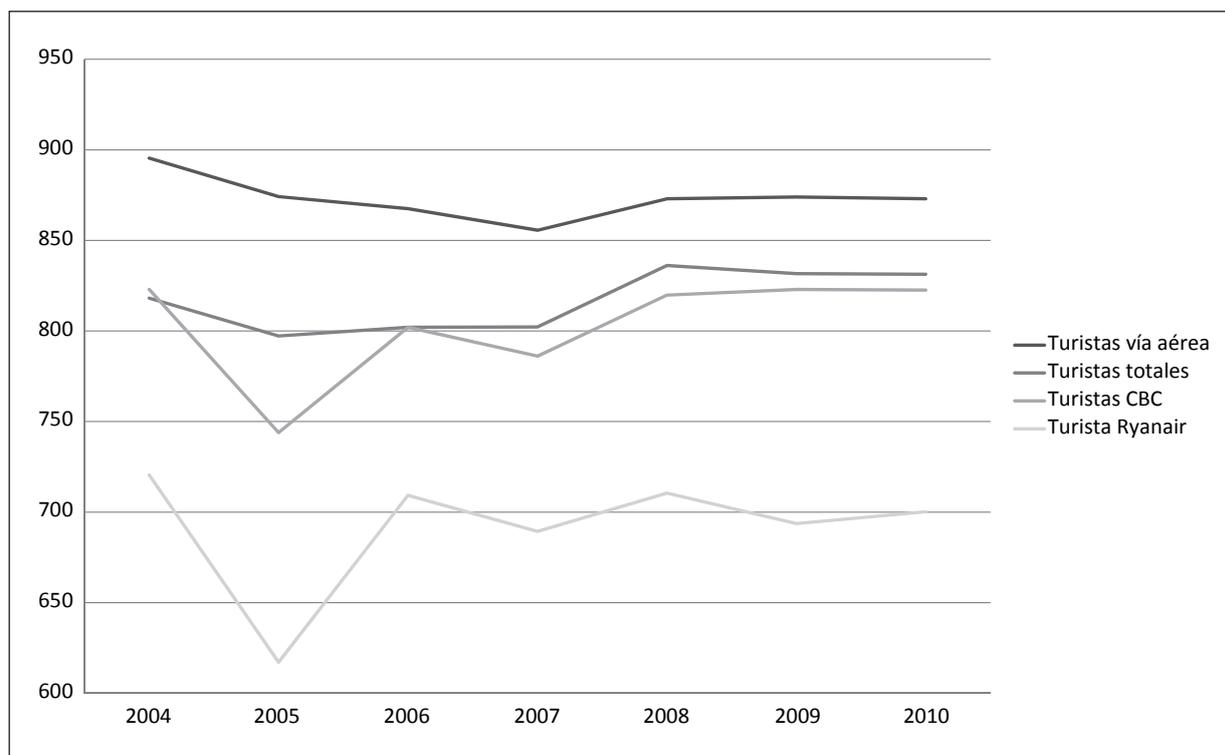


El gráfico 5 referido a los países que se está estudiando muestra que el gasto por turista llegado por vía aérea ha tendido a descender hasta 2008. Alemania y Holanda son excepciones a esta pauta. En los años de crisis, en cambio, ha tendido a aumentar, quizá debido al alza del precio del petróleo, muy influyente en las tarifas aéreas. Llama la atención los ascensos en el gasto de los turistas de Italia y Francia en 2005. Por lo demás, las diferencias en gasto entre países no son muy abultadas, si se descuentan los casos de Austria, muy destacado al alza, y del Reino Unido, en el extremo opuesto. Las diferencias en gasto entre países guardan una cierta relación positiva con el PIB

per cápita de éstos, según nuestras estimaciones (Myro, Rey y Hernández, 2014).

En todo caso, pues bien, el efecto general de las CBC parece haber sido el de reducir este gasto, como muestra el Gráfico 6. Destaca el efecto reductor de la compañía Ryanair, sobre todo importante hasta 2007. Este efecto negativo de las CBC sobre el gasto medio por turista se capta bien, con valores significativos y elevados, en las estimaciones econométricas que hemos realizado (Myro, Rey y Hernández, 2014). La elasticidad del gasto por turista con respecto a la importancia de las CBC es muy similar, pero de signo opuesto, a la obtenida para el

Gráfico 6
Gasto por turista según tipo de transporte



número de turistas per cápita, razón por la que no se observa efecto significativo de las CBC sobre el gasto agregado de los turistas. Así pues, el impacto expansivo de las CBC sobre el número de turistas es contrarrestado por el negativo sobre el gasto medio que estos realizan. Una posible explicación de este último efecto descansaría en un cambio del tipo de turista ligado al ascenso de las CBC, incrementándose la proporción de los más frugales o de los de menos renta (y que la renta per cápita de cada país, introducida también como variable explicativa, no es capaz de captar). Con todo, nuevas estimaciones son necesarias porque se apuntan cambios de cierto relieve con la crisis.

En el cuadro 3 se ofrece el cálculo de la contribución de las CBC a la reducción del gasto por turista. Casi toda la reducción en el gasto por turista (un 82%), que desciende a una tasa anual del 1,56 % de 2004 a 2007, se debe a las CBC. En cambio, en los últimos años estas compañías contribuyeron muy ligeramente al aumento de esta ratio.

La perspectiva alternativa que ofrecen las CCAA muestra un mayor gasto del turista por vía aérea en Canarias, acorde con el mayor coste del vuelo, debido a una mayor distancia. También muestra menores gastos en Valencia y Cataluña. El peso más eleva-

Cuadro 3
Contribución directa de las CBC al gasto por turista

AGREGADOS	2005-2007			2008-2010		
	CONTRIB ANUAL	TOTAL TASA ANUAL	PORCENTAJE DEL TOTAL	CONTRIB ANUAL	TOTAL TASA ANUAL	PORCENTAJE DEL TOTAL
GASTO TOTAL	7,15	1,76	406,25	4,01	-4,6	-87,17
NÚMERO DE TURISTAS	8,43	3,32	253,92	3,96	-5,08	-77,95
GASTO POR TURISTA	-1,28	-1,56	82,05	0,05	0,48	10,42

FUENTE: IET y Elaboración propia

do de las CBC en Andalucía y en la Comunidad Valenciana, y su peso más reducido en Canarias podrían contribuir a explicar las diferencias entre comunidades. Así mismo, la gran importancia de Ryanair en Cataluña y Madrid debe ayudar a explicar el bajo nivel de gasto en estas comunidades.

En todo caso, es importante dejar constancia aquí de que la reducción en el coste del viaje que han supuesto las CBC se ha visto en parte amortiguada por la subvención ofrecida por las CCAA, a la que ya se ha hecho referencia con anterioridad. Para los aeropuertos catalanes, esta subvención se estima en torno a 11 euros por pasajero, que no parece una cifra muy importante, sobre todo si se compara con la de Burgos (226 euros), Salamanca (82,2) ó León (45,3) (Comisión Nacional de la Competencia, 2011).

V.2. La estancia media de los turistas

El gasto del turista que llega por vía aérea se ve afectado, no sólo por la reducción del precio del pasaje, sino también por el efecto que ésta tiene sobre la estancia media que

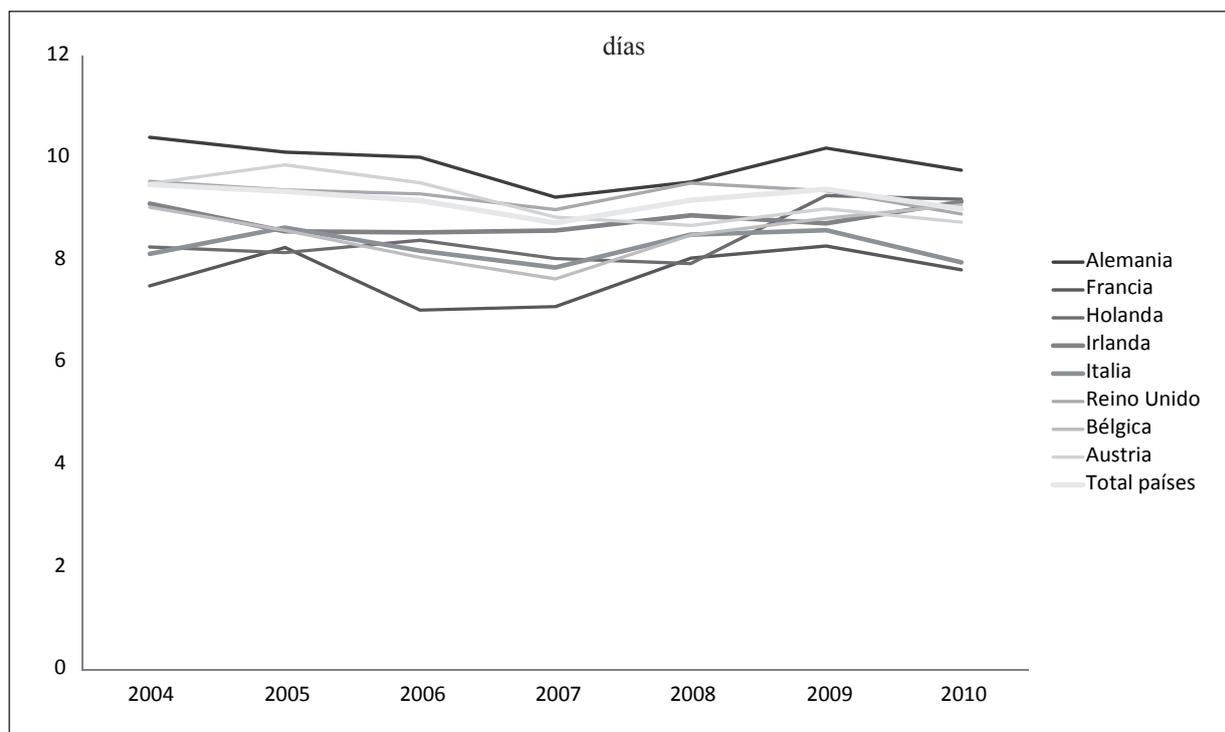
realiza en España, por lo que debe prestarse ahora atención a este aspecto.

La estancia media para los turistas de todos los países tendió a disminuir hasta 2007 para elevarse después (Gráfico7). Siguió pues una trayectoria semejante a la del gasto por turista, dando pie a pensar que se trata de dos fenómenos relacionados.

De hecho, si se observa la evolución del gasto por día del turista que llegó a España por vía aérea, tendió a ser más estable a lo largo del tiempo, alcanzando su máximo en 2007, con 97,94 euros por día. En 2010 era un 2,66% superior a 2004. Esta evolución agregada esconde descensos en el caso de algunos países, como Francia o Italia, pero bastante estabilidad e incluso elevaciones en los restantes.

Podría así pensarse que en efecto, una respuesta importante de la demanda a la reducción del precio del transporte ha sido el aumento de las visitas con una estancia más reducida. En aval de esto cuenta el hecho de que los turistas que viajan con la compañía Ryanair realicen visitas más cortas, y decrecientes en duración hasta 2007.

Gráfico 7
Estancia media de los turistas que utilizan la vía aérea



Cuadro 4
Contribución directa de Ryanair al crecimiento de los agregados turísticos

AGREGADOS	2005-2007			2008-2010		
	CONTRIB ANUAL RYANAIR	TOTAL TASA ANUAL	% CORRESPONDIENTE A RYANAIR	CONTRIB ANUAL RYANAIR	TOTAL TASA ANUAL	% CORRESPONDIENTE A RYANAIR
NÚMERO DE TURISTAS (A)	2,88	3,32	86,92	2,47	-5,08	-48,62
GASTO TOTAL (B)	2,24	1,76	127,27	2,19	-4,60	-47,61
GASTO POR TURISTA (C = B-A)	-0,64	-1,56	40,35	-0,28	0,48	-58,33
ESTANCIAS TOTALES (D)	2,3	0,51	450,98	2,5	-4,25	-58,82
ESTANCIA MEDIA (E = D-A)	-0,58	-2,81	20,64	0,03	0,83	3,61

FUENTE: IET y Elaboración propia

En realidad, la contribución negativa de esta compañía a la evolución del gasto por turista guarda relación con su contribución también negativa a la estancia media hasta 2007, como reflejan los cálculos contenidos en el cuadro 4. Con todo, las demás CBC son las causantes de la reducción adicional en la estancia media (contribuyen un 1,98% de la disminución del 2,81% anual).

En esta tabla se observa también que los turistas transportados por Ryanair han continuado reduciendo su gasto en el período 2008-2010, al tiempo que han aumentado su estancia media. Los usuarios de las demás CBC han continuado disminuyendo la estancia media en este último periodo, pero no su gasto.

Las diferencias en las estancias medias entre países alteran sus gastos por día. Así, los austriacos son los que más gastan por turista y por día, y los británicos, los que menos. Pero los alemanes realizan estancias más largas que aumentan su gasto total, sin tener un elevado gasto diario, mientras que los franceses realizan estancias más cortas y gastan más cada día. Todo parece indicar que el turista decide entre estar más días y gastar menos o estar menos días, gastando más. También parece desprenderse de los datos que existen preferencias a éste respecto según los países. Los alemanes y británicos gastan menos por día, pero realizan estancias más largas, lo contrario de los italianos y franceses.

El análisis de estancias medias por CCAA probablemente refleja estas preferencias entre países, pero no de forma nítida. Más bien parecen predominar en las estancias aspec-

tos idiosincrásicos de las regiones, o diferencias entre el turismo de playa y el resto. Las estancias son más amplias en las CCAA que reciben un turismo sobre todo dirigido a disfrutar del sol y las playas: Andalucía, Canarias, Valencia y Baleares. Pero llama la atención la menor duración de las estancias en Baleares, quizá tiene relación con los precios. El gasto por turista en Baleares es solo inferior al de Canarias, pero éste último se justifica por elevado coste del transporte, debido a la mayor distancia.

VI. CONCLUSIONES

En este capítulo se ha destacado el notable ascenso de las CBC en el movimiento de turistas que vienen a España. Este ascenso es visible para cada uno de los países de origen considerados y para cada una de las Comunidades Autónomas españolas de destino estudiadas.

Según estimaciones que hemos realizado en otros trabajos, este ascenso explica en un elevado porcentaje el aumento de los turistas. Estos se habrían visto estimulados por menores precios en el transporte y por una mayor y más directa accesibilidad a sus destinos preferidos desde sus lugares de residencia. El ascenso en la renta de los países europeos hasta 2007 ofrece un elemento explicativo adicional.

Un aspecto que los análisis econométricos no captan es que el ascenso de las CBC ha disminuido sensiblemente la clientela de las compañías aéreas tradicionales. En efecto, la descomposición del crecimiento del número de turistas en la contribución de

cada tipo de compañía ha mostrado que las compañías aéreas tradicionales han sufrido importantes mermas en la demanda que se dirige a ellas. Su papel se ha reducido notablemente.

Sin embargo, la idea de que estas compañías se habrían visto retadas sobre todo por Ryanair, que ofrece el modelo más definido de CBC y aparentemente más agresivo, no se refleja del todo bien en los resultados de algunos estudios disponibles sobre el tráfico en los aeropuertos españoles, ni en los datos que aquí se han utilizado. Esto no significa que tales estudios concluyan que los efectos de Ryanair han sido siempre positivos, debiendo destacarse los negativos de carácter indirecto sobre algunos aeropuertos, en particular los de Alicante, Gerona y sobre todo, Reus.

Las CBC han contribuido a la reducción del gasto medio de los turistas y de sus estancias medias hasta 2007. Más de las segundas que de los primeros. La reducción de la estancia media ha sido pues una de las causas de la reducción del gasto en la primera parte del período estudiado. A partir de 2007, los turistas que llegan a España a través de CBC aumentan su gasto, aunque no la estancia media, con la excepción de los usuarios de Ryanair.

En todo caso, las reducciones en las estancias medias y en el gasto por turista explican que el efecto de las CBC sobre el gasto turístico total no resulte positivo en las estimaciones realizadas en otros de nuestros trabajos. Esto no significa que haya sido así de 2010 en adelante. Los efectos reductores sobre el gasto por turista y la estancia media

de las CBC parecen haber sido más intensos en los primeros años, hasta 2007. Pero en todo caso, es aconsejable la cautela con respecto a las políticas de subvención de las CBC.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILÓ, E., B. REY, J. ROSELLÓ, C.M. TORRES, 2007. "The impact of the Post Liberalization Growth of LCCs on the Tourism Trends in Spain". *Rivista di Politica Economica*. January-February, 39-59.
- ARELLANO, M., S. BOND, 1991. Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *Review of Economic Studies*, 58, 277-297.
- BALESTRA, P., M. NERLOVE, 1966. Pooling cross section and time series data in the estimation of a dynamic model: the demand for natural gas. *Econometrica*, 34, 585-612.
- BARBOT, C., 2006. "Low-cost airlines, secondary airports and state aid: An economic assessment of the Ryanair-Cherleroy Airport agreement", *Journal of Air Transport Management*, 12, 197-203.
- BEL, G. 2006. "How to compete for a place in the world with a hand tied behind your back: the case of air transport services in Girona", *Tourism Management*, 30, 522-529.
- BUISÁN, A., 1997. "Exportaciones de Turismo y Competitividad". *Revista de Economía Aplicada*, 13 (5), 65-81.
- CASADESUS-MASANELL, R., J.E. RICART, 2007. "Competing through Business models". IESE Business School- University of Navarra, Working Paper, nº 713.
- CASTILLO-MANZANO, J.I.; L. LÓPEZ-VALPUESTA y D.J. PEDREGAL, 2011. "How can the effects of the introduction of a new airline on a national airline network be measured? A time series approach for the Ryanair case in Spain", mimeo.

- COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA, 2011: "Informe anual sobre ayudas públicas correspondiente a 2009".
- DOGANIS, R., 2001. *The Airline Industry in the 21st Century*. First Edition. Routledge, Londres.
- DOGANIS, R., 2006. *The Airline Business*. Second ed. Routledge, Londres
- ESPASA, A., R. GÓMEZ-CHURRUCA, E. MORALES, 1993. "Análisis econométrico del turismo en España" in *Métodos cuantitativos para el análisis de la coyuntura económica*, edited by A. Espasa, and J.R. Cancelo, Alianza Economía, Madrid, cap. 10, 605-648.
- ESTEBAN, A., 1996. "Previsiones de la demanda turística". *Información Comercial Española*, 749, 99-122.
- FRANCIS, G.A.J., A. FIDATO, I. HUMPHREYS, 2003. "Airport airline interaction: the impact of low cost carriers on two European airports". *Journal of Air Transport Management*, 9 (4), 267-273.
- FRANCIS, G.A.J., I. HUMPHREYS, S. ISON, 2004. "Airports' perspectives on the growth of low-cost airlines and the remodelling of the airport-airline relationship". *Tourism Management*, 25, 507-514.
- FRANCIS, G., I. HUMPHREYS, S. ISON, M. AICKEN, 2006. "Where next for low cost airlines?. A spatial and temporal comparative study". *Journal of Transport Geography*, 14, 83-94.
- FRANKE, M., 2004. "Competition between network carriers and Low-cost carriers retreats battle or breakthrough to a new level of efficiency". *Journal of Air Transport Management* 10, 15-21.
- GARÍN-MUÑOZ, T., 2004. "Madrid as a tourist destination: analysis and modelization of inbound tourism". *International Journal of Tourism Research*, 6, 289-302.
- GARÍN-MUÑOZ, T., 2006. "Inbound international tourism to Canary Islands: a dynamic panel data model". *Tourism Management*, 27, 281-291.
- GARÍN-MUÑOZ, T., 2007. "German demand for tourism in Spain". *Tourism Management* 28, 12-22.
- GARÍN-MUÑOZ, T., T. PÉREZ AMARAL, 2000. "An econometric model for international tourism flows to Spain". *Applied Economic Letters*, 7, 525-529.
- GARÍN-MUÑOZ, T., L.F. MONTERO-MARÍN, 2007. "Tourism in the Balearic Island: A dynamic model for international demand using panel data". *Tourism Management* 28, 1224-1235.
- GILLEN, D., MORRISON, W., 2003. "Bundling, integration and the delivered price of air travel: are low cost carriers full service competitors?". *Journal of Air Transport Management*, 15-23
- GONZÁLEZ, P., P. MORAL, 1995. "An Analysis of the International tourism demand in Spain". *International Journal of Forecasting*, 11, 233-251.
- MALIGHETTI, P, PALEARI, S., REDONDI, R. 2009. "Pricing strategies of low cost airlines: The Ryanair case study". *Journal of Air Transport Management* 15. 195-203.
- MALONEY, W.F., G.V. MONTES ROJAS, 2005. How elastic are the sea, sand and sun? Dynamic panel estimates of the demand for tourism. *Applied Economic Letters*, 12, 277-280.
- MORLEY, C.L., 1998. "A dynamic International Demand Model". *Annals of Tourism Research*, vol. 25, 1, 70-84.
- MORRISON, S.A., 2001. "Actual, Adjacent and Potential Competition. Estimating the Full Effect of Southwest Airlines". *Journal of Transport Economics and Policy*, 35, Part 2. 239-256.
- MYRO, R.; REY, B y HERNÁNDEZ, P.I. (2014): "Mixed effect of low-cost airlines on tourism in Spain", Working papers on international economics and finance, def 14-04, Asociación Española de Economía y Finanzas internacionales.
- PELS, E RIETVELD, P., 2004. "Airline pricing behaviour in the London- Paris Market". *Journal of Air transport Management* 10, 15-21.

ROSE, J.M, HENSHER, D.A., GREENE, W.H., 2006. "Recovering costs through price and service differentiation: Accounting for exogenous information on attribute processing strategies in airline choice". *Journal of Air Transport Management*.

SONG, H., S. F. WITT, G. LI, 2009. "The advanced econometrics of tourism demand", Routledge-Young P. and D. Pedregal,1997. "Comments on 'An analysis of the international tourism demand in Spain by P. González and P. Moral". *International Journal of Forecasting* 13, 551-556.

VOWLES, T. M., 2001. "The "southwest Effect" in multi- airport regions". *Journal of Air Transport Management*. 251-258.

NOTAS

(1) Este artículo se debe a una investigación más amplia financiada por el Instituto de Turismo de España en 2011 y titulada "Efecto de las Compañías Aéreas de Bajo Coste sobre el turismo internacional en España".

