



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Análisis de la incidencia del transporte aéreo en el turismo. Las alianzas estratégicas

Gabriel Rotger Rosselló

Grau de turisme

Any acadèmic 2013-14

DNI de l'alumne: 43183223X

Treball tutelat per Eugeni Aguiló Pérez
Departament de Economia aplicada

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línea, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:
Turismo, Estacionalidad, Alianzas estratégicas, Compañías Aéreas

ÍNDICE

Resumen	Pág.3
1 Introducción	Pág.3
2 Evolución del transporte Aéreo	Pág.3
3 Diferencias entre vuelos regulares y vuelos charter	Pág.5
3.1 ¿Que son las compañías Low Cost?	Pág.7
3.2 Evolución del turismo internacional	Pág.9
4 España como país receptor turístico	Pág.10
4.1 La Estacionalidad turística	Pág.12
4.2 Los Mercados Emisores	Pág.14
5 Las alianzas estratégicas	Pág.14
5.1 Star Alliance	Pág.15
5.2 Oneworld	Pág.16
5.3 Skyteam	Pág.17
5.4 Ventajas de las alianzas estratégicas	Pág.18
5.5 Desventajas de las alianzas estratégicas	Pág.19
6 Conclusiones y reflexiones	Pág.20
Referencias	Pág.21

Resumen

En primer lugar en este trabajo explicaré la evolución del transporte aéreo; como ha pasado del globo aerostático al avión que actualmente tenemos, gracias en la mayor parte a la mejora tecnológica experimentada en los últimos años. Después explicaré las diferencias que hay entre un vuelo regular y un vuelo charter y el nacimiento de las compañías Low Cost, hecho que favoreció a que todo el mundo pudiera disfrutar de volar y así conocer otros países, otras culturas y las comidas tradicionales del país receptor entre muchas otras cosas. En tercer lugar haré una evolución del turismo en España, de cómo era antes y de cómo es ahora, además de la importancia del avión para el turismo ya que es el transporte más utilizado a la hora de trasladarse a otro país, gracias sobretodo a su rapidez y seguridad. En cuarto lugar haré referencia al turismo receptor en España, el total de turistas que llegan a España en los últimos años, a que lugares de España se destinan, el lugar de procedencia del turismo a España y el gran problema que tiene España de estacionalidad a consecuencia del clima que posee.

En ultimo lugar explicaré lo que es una alianza estratégica y las 3 grandes alianzas estratégicas aéreas que actualmente existen (Oneworld, Sky Team y Star Alliance), así como las características de cada alianza y los miembros que forman parte en cada una de ellas, posteriormente las ventajas que supone para la aerolínea y para sus pasajeros el tener una alianza y las desventajas de estas y para acabar una conclusión de mi opinión de algunos de los temas expuestos en el trabajo.

1. Introducción

La estacionalidad turística es un tema que posee una gran importancia para todos los países que la sufren, ya que es una característica que produce múltiples impactos y puesto que no todos son positivos se ha de intentar dar una solución a este problema.

En el caso de estudio que se realiza en este documento “Análisis de la incidencia del transporte aéreo en el turismo. Las alianzas estratégicas”, se procurará explicar la gran importancia que tienen todas las compañías aéreas en el sector turístico español y, se estudiarán las tres grandes alianzas aéreas que podemos encontrar en la actualidad. A su vez se analizarán también las ventajas y consecuencias que pueden llegar a provocar. Además intentaré dar una solución al problema de la estacionalidad.

Un avión puede tener unos asientos reservados para un vuelo regular y otros más baratos para Charter, con el fin de llenar todas las plazas del avión.

2. Evolución del transporte Aéreo

A lo largo de la historia de la aviación, se han ido desarrollando diversas modificaciones e innovaciones para lograr que los aviones que conocemos hoy

en día tengan todas las características adecuadas (tecnología, seguridad, apariencia, infraestructura, etc.) para hacer de este tipo de transporte el más seguro. Tal es su seguridad que a lo largo de cada año millones y millones de personas confían en este transporte para desplazarse de su lugar de origen a otros destinos. Cabe destacar que desde su aparición es el único tipo de transporte dónde el número de viajeros ha ido en aumento año tras año.

Para lograr entender como se ha llegado al punto en el que se sitúa la aviación se debe introducir una breve historia de cómo con el paso del tiempo la incertidumbre del ser humano por como sería volar, los descubrimientos, los experimentos, etc., han permitido desarrollar el tipo de aviación que conocemos hoy en día.

Desde tiempos remotos, todo sueño de la especie humana ha sido poder volar, manifestándose incluso una cierta envidia respecto al vuelo de los pájaros. Ésta fue una de las causas por la que el ser humano hace más de 1300 años empezara a idear, intuir y construir algún tipo de elemento con el que poder cumplir su sueño: volar.

Tras surgir esta especie de “necesidad” por poder volar, el inglés Roger Bacon en el siglo XIII llegó a la conclusión de que si el agua de los océanos puede soportar un barco, el aire que percibimos allá dónde vayamos podría soportar también un objeto con el que poder volar. A raíz de esa deducción, se intentaron algunos proyectos y estudios, pero no fue hasta que los hermanos Joseph y Jacques Montgolfier descubrieron que el humo de una fogata se elevaba y pensaron en aprovechar dicha cualidad para poder crear algún elemento que permitiera elevarse del suelo mediante aire. Posteriormente, después de algunos experimentos, entendieron que el aire caliente pesa menos que el frío, por eso el elemento que crearan debería poder elevarse con aire caliente. Finalmente el 4 de junio de 1783 lograron crear el primer artilugio que podría considerarse como un nuevo método de transporte, el globo aerostático.

A lo largo del siglo XVIII, los globos aerostáticos pasaron a un segundo lugar ya que surgieron los dirigibles, comúnmente llamados “Zeppelin”. El dirigible fue el primer artefacto volador capaz de ser controlado en un vuelo de larga distancia gracias a que en 1784 Jean Pierre Blanchard instaló un propulsor manual a un globo aerostático, lo cual hizo que existiera el vuelo propulsado. Poco tiempo después Pierre añadió un timón con forma de ave y alas batientes para que actuaran como propulsoras de ésta nueva “aeronave”. A mediados del siglo XIX a la anterior “aeronave” Henri Giffard añadió una máquina de vapor para mejorar la propulsión. Pero al cabo de unos años y de varios accidentes, se dejaron de lado ya que, durante el desarrollo de la primera Guerra Mundial empezaron a surgir nuevas tipologías de aeronaves como por ejemplo el avión de hélice y el helicóptero, pero no fue hasta la Segunda Guerra Mundial y gracias a las mejoras tecnológicas cuando las aeronaves pudieron aumentar su categoría puesto que los aviones se hicieron bastante más grandes, eficaces y resistentes. Además durante el mismo periodo se creó el radar, una herramienta imprescindible para poder guiarse en el aire y evitar perderse.

A raíz de todo esto, un avance muy importante fue la inauguración del avión a reacción en 1958, que se uso mucho en el transporte comercial.

A día de hoy, el avión es el medio de transporte más utilizado y seguro para desplazarnos de un lugar a otro a media y larga distancia. Esta circunstancia es gracias a la innovación y a los grandes avances tecnológicos que hemos alcanzado en los últimos años y han hecho posible que en unas horas podamos desplazarnos de un lugar del planeta a otro. (“La historia de los transportes”).)

En la actualidad podemos destacar una serie de aeronaves que cumplen con todas las innovaciones existentes, como por ejemplo el Boeing 747 (Jumbo Jet) o el Airbus 380. Estos dos aviones tienen grandes dimensiones y poseen unas de las tecnologías más renovadas y modernas del momento, pudiendo alcanzar una velocidad de entre 700 y 800Km/hora con una media de 600 pasajeros en el interior de la aeronave.

3. Diferencias entre vuelos regulares y vuelos charter

Años más tarde, como consecuencia de los nuevos tipos de aviones y las innovaciones en el sector aéreo en general, surgieron nuevos negocios y empresas que decidieron dar un servicio adicional al turista en el ámbito sobretodo de la intermediación, como los Tour operadores y agencias de viajes, entre otros. A través de la aparición de este nuevo tipo de empresa, las compañías aéreas se fueron diferenciando en función de su especialización en vuelos regulares, vuelos chárter y, posteriormente, vuelos low-cost,

Una vez hemos asimilado la idea de que existen distintos tipos de compañías, debemos observar sus diferencias. A continuación, se intentará distinguir entre lo que es un vuelo Charter y un vuelo regular, ya que puede surgir alguna confusión

“Generalmente, un vuelo charter son aquellos contratados por un Tour operador o por una agencia de viaje que ofrece al viajero un paquete en el que se incluye alojamiento y transporte.” (<http://www.liligo.es/vuelos-charter.html>)

Este tipo de paquete turístico o de servicio se suelen crear y vender en épocas específicas del año que bien puede ser el invierno aprovechando que muchos viajeros aprovechan para ir a esquiar o en verano, dónde se venden paquetes de “sol y playa” para que los viajeros puedan disfrutar de las playas y de los alrededores. Dentro de este paquete turístico, los Tour operadores, además de incluir el vuelo, el alojamiento y demás servicios también puede ofrecer en el paquete rutas culturales.

“El Tour operador o la agencia de viajes que organiza un vuelo charter, a parte de vender el paquete turístico, debe de contratar el personal de la aeronave, así como las azafatas, el copiloto, el jefe de maquinas y el piloto, además, también debe de contratar el aterrizaje y despegue en los aeropuertos correspondientes, en cuanto al catering es opcional, pues puede ofrecer o no comidas y bebidas durante el vuelo”. (<http://vuelocharter.lacoctelera.net/>)

A continuación desarrollaremos brevemente una serie de ventajas e inconvenientes que poseen los vuelos charter.

Para comenzar, argumentaremos las ventajas que tienen estos vuelos como bien puede ser la flexibilidad, ya que aquellos que contratan el servicio deciden cuando, de dónde y hacia dónde será el vuelo, a parte de ser normalmente vuelos directos, hecho que suele incrementar su venta, ya que a muchos viajeros puede ocasionarle problemas o dudas el tener que hacer paradas en otro lugar o incluso cambiar de avión. Otra ventaja es que estos vuelos pueden dar su servicio a aeropuertos pequeños o de difícil acceso, característica que produce beneficios a muchos viajeros, ya que normalmente otro tipo de vuelos no llega a estos aeropuertos. Siguiendo con las ventajas se debe destacar que suelen ser vuelos con un precio más económico que otros vuelos, y debido a la coyuntura económica del momento es una de las ventajas más importantes que tienen, y por último y para finalizar con las ventajas, un vuelo charter se cancela con dificultad y no suele tener retrasos (a no ser que el retraso sea causado por problemas en el aeropuerto), lo que puede dar seguridad al pasajero a la hora de viajar.

Pero debemos recordar que no todo pueden ser ventajas en un vuelo charter, pues también estos, tienen una serie de inconvenientes o desventajas, ya que algunos países no permiten la entrada de dichos vuelos; además, puesto que los precios son más asequibles para todo tipo de bolsillos, muchas veces se requiere una ocupación de casi el 100% de la aeronave, hecho que puede provocar que en el último momento (diez días antes) se pueda sufrir una cancelación del vuelo por falta de ocupación. Por último, otro inconveniente desde el punto de vista medioambiental, se debe tener en cuenta que este tipo de vuelos, gastan mucho combustible, lo cual es una fuente de polución en la atmósfera.

En cuanto a un vuelo regular es aquel que realiza una compañía aérea, valga la redundancia, regularmente. Este tipo de vuelos suelen estar ceñidos a un horario y días fijos, además, los precios suelen ser un poco más caros que los vuelos explicados anteriormente. Para seguir adquiriendo y asimilando la formación de los vuelos regulares necesitamos valorar cuales son sus ventajas e inconvenientes.

La ventaja principal y más importante de los vuelos regulares es que son vuelos accesibles a todo el mundo y que el horario y precio están fijados con bastante antelación a la fecha del vuelo y no varían en función al tiempo que queda para que se realice dicho vuelo; la siguiente ventaja es que si una persona puede permitírselo, puede disfrutar de la zona VIP del avión, comúnmente llamada "Business Class", que es la zona delantera del avión lo que te permite no tener que andar por los estrechos pasillos de la aeronave, salir entre los primeros y gozar de cierta comodidad, ya que en esta parte suele haber menos pasajeros.

Pero a la vez que se enumeran ventajas, también se pueden analizar ciertos inconvenientes, puesto que la zona "Business class" descrita con anterioridad no es apta para todo tipo de bolsillos, pues tiene un precio bastante más elevado; los vuelos regulares suelen ser más caros que los charter, puesto que te proporcionan una cierta seguridad ya que no varían los precios a lo largo del

tiempo y no pueden ser cancelados en el último momento (salvo problemas meteorológicos, técnicos, etc. que impidan que el avión pueda volar).

Se debe mencionar también que un avión puede tener repartidos sus asientos, ya que puede tener una cantidad de asientos reservados para un vuelo charter y otros con un precio superior para un vuelo regular, este hecho viene dado a que todas las compañías aéreas desean tener una ocupación del 100% en el avión para que la rentabilidad sea más alta.

Los dos tipos de vuelos descritos con anterioridad son los más usuales desde hace tiempo, pero desde hace pocos años, vienen pisando fuerte otro tipo de vuelos denominados “Low Cost” que provienen de compañías también de bajo coste. La aparición de estas nuevas compañías y vuelos han propiciado que en la actualidad y debido a la coyuntura económica que sufrimos en estos momentos, muchas familias puedan costearse pasajes de avión, ya que no podrían hacerlo si tan sólo existieran las demás compañías aéreas, ya que los pasajes en otras compañías se ha comprobado que pueden llegar incluso entre 10 y 15 veces más costoso que con estas nuevas compañías.

3.1. ¿Qué son las compañías “Low Cost”?

Antes de adentrarnos a qué es una compañía “Low Cost”, debemos saber a que nos referimos con este nuevo término, y es que este concepto apareció en la década de los 90’ en Estados Unidos, para expresar que algo es de “bajo coste” pero rápidamente se expandió por toda Europa hasta llegar a todos los rincones del mundo

Una vez asimilado este nuevo concepto, podemos ya avanzar y analizar que son las compañías “Low Cost”. Esta nueva tipología de compañías aéreas son aquellas que ofrecen a sus clientes tarifas de pasajes de avión muy reducidas a cambio de sacrificar la mayor parte de servicios que se pueden encontrar en el resto de compañías, por ejemplo a la hora de adquirir un pasaje de avión en el caso de una compañía Low Cost, tan sólo se pueden encontrar por Internet, es decir, no hay intermediarios como podría ser una agencia de viajes o un Tour y de este modo se ahorran costes de distribución de pasajes. Siguiendo con la reducción de servicios es que suelen poner límites de equipaje, ya que tan sólo dejan que subas a bordo del avión un equipaje de mano siempre y cuando cumpla con los requisitos del peso y dimensiones que piden (Ryanair, por ejemplo, pide que el peso máximo esté entre los 6 y 10kg y que las dimensiones no superaren los 55x40x20cm) y si el equipaje supera el peso o las dimensiones establecidas o quieres llevar equipaje adicional al artilugio deberás abonar una cantidad de dinero que se establece dependiendo de unos parámetros establecidos por cada compañía.

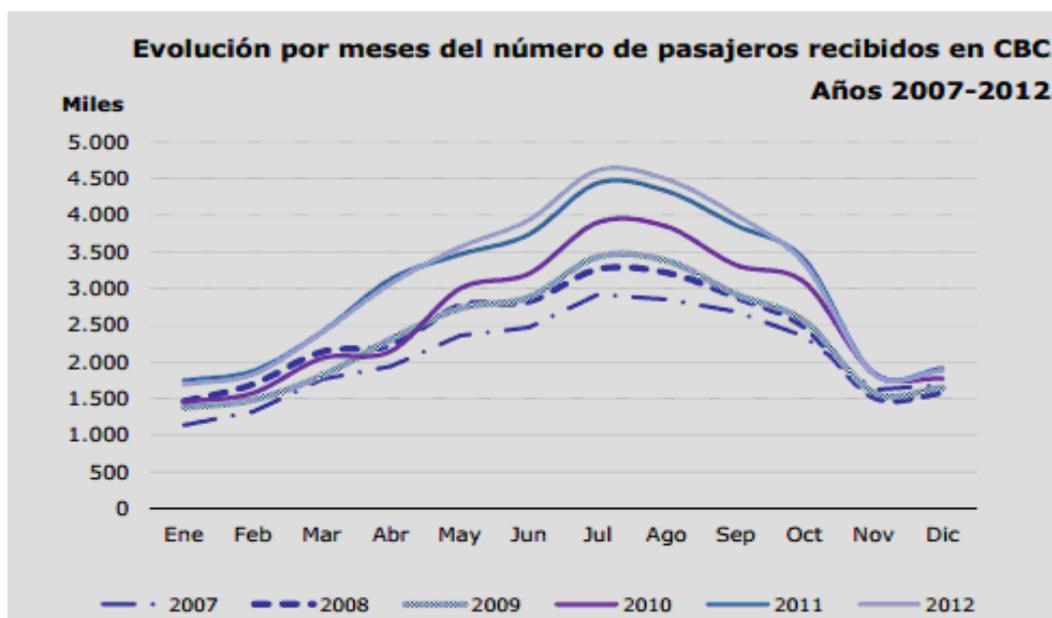
Otro servicio que también podemos echar en falta es la enumeración del asiento a la hora de facturar, ya que no puedes escoger asiento a no ser que pagues una cantidad de dinero anteriormente para reservarlo. En el caso de no haber pagado por la reserva de dicho asiento, éstos son escogidos por los pasajeros al entrar el avión, es decir, el primero que entra en el avión elige dónde sentarse. Una desventaja que tienen los asientos de una compañías “Low

Cost” es que suelen ser muy estrechos, un hecho que puede producir incomodidad durante todo el trayecto.

Para finalizar con la reducción de servicios podemos decir que todo lo que te ofrecen dentro del avión, debes abonarlo; así pues cuando el personal aéreo ofrece algún tipo de refrigerio o comida se deberá abonar en el momento. En cuanto a la comida ya es más común que se deba abonar, ya que en muchas otras compañías si el viaje no tiene una duración mínima de 2.30h debe abonarse, pero el hecho que llama más la atención es que si te ofrecen un vaso de agua o incluso una almohada deberás abonarlo.

Debido a esta reducción de servicios, la flota con una sola tipología de aviones, pueden ofrecer pasajes más baratos que la competencia; otro factor que hace que puedan vender los pasajes a menor precio es que suelen realizar sus vuelos a destinos cercanos y en muchos de ellos utilizan aeropuertos secundarios, menos congestionados y más baratos que los aeropuertos principales de cada destino.

A continuación, analizaremos un gráfico dónde se ve perfectamente el peso que han ido ganando en últimos años éstas compañías “Low Cost”, incluso podemos advertir que han superado algunos vuelos de compañías con vuelos charter y regulares.



(Figura 1: Fuente ITE 2012)

Tras observar detenidamente el gráfico, podemos ver como año tras año desde el 2007 se ve una evolución ascendente de pasajeros en compañías “Low Cost” (Compañías Bajo Coste), este hecho puede ser debido en gran parte por la coyuntura económica que esta sufriendo España en los últimos años, ya que gracias a estas compañías muchas familias pueden viajar.

Según datos obtenidos por los aeropuertos y AENA, “los aeropuertos españoles tuvieron una afluencia en 2012 de 58 millones de turistas

internacionales; un total de 448 mil vuelos de los cuales un 58% se realizaron mediante compañías de bajo coste”, hecho que nos indica que más de 1 de cada 2 vuelos es realizado por una compañía “Low Cost”. (ITE 2012)

A raíz de estos datos proporcionados por AENA, podemos decir que los destinos que más afluencia turística reciben debido a este tipo de compañías son las Islas Baleares, Cataluña, Madrid, las Islas Canarias y Valencia, con un 96% del total de vuelos internacionales. La mayoría de estos vuelos internacionales que escogen como destino España, son Alemania y Reino Unido que alcanzan el total del 55% de vuelos “Low Cost”. (ITE 2012)

Finalmente, se debe contemplar el hecho de que las compañías “Low Cost” vayan aumentando año tras año, ya que seguramente no parará hasta cuando se reactive la economía mundial, ya que la gente se está acostumbrando a comprar pasajes baratos y directamente mira este tipo de compañías, lo que puede hacer peligrar al resto de compañías aéreas si no abaratan sus pasajes o encuentran una nueva estrategia.

3.2 Evolución del turismo internacional

El turismo en España desde el año 1950 hasta la actualidad, ha tenido una fase de expansión que todavía aún no ha se ha dado por finalizada, ya que cada año el número de llegadas de turistas en España ha ido aumentando, salvo 2003 dónde hubo una pequeña recaída de un 1.5% de llegadas respecto a 2002. En 1950, España se convirtió en destino turístico recibiendo aproximadamente unos 800.000 turistas internacionales y tal ha sido su aumento que los últimos datos de 2013 registrados indican que más de 60 millones de turistas visitaron España, es decir 75 veces más de llegadas turísticas que en 1950.

A lo largo de todo este periodo, ha surgido un turismo denominado “turismo de masas”, denominado así porque es aquel que se realiza de manera masiva y en un mismo periodo de tiempo. Esta tipología de turismo en España se produce en verano y sobretodo en la costa occidental y sur, ya que son los destinos de “sol y playa” del país, sin exceptuar las Islas Baleares y las Canarias.

Las causas de este turismo de masas lo podemos encontrar en la mejoría de las condiciones de vida y al aumento de renta de los países de Europa a lo largo de las últimas décadas, junto a la construcción de nuevas infraestructuras en España y la creación de las campañas de promoción turística, para dar a conocer a España como producto turístico.

A continuación, encontramos un gráfico que describe, cuales son los tipos de transporte con los cuales los turistas llegan a España con sus debidos porcentajes de utilización como vía de acceso al país.

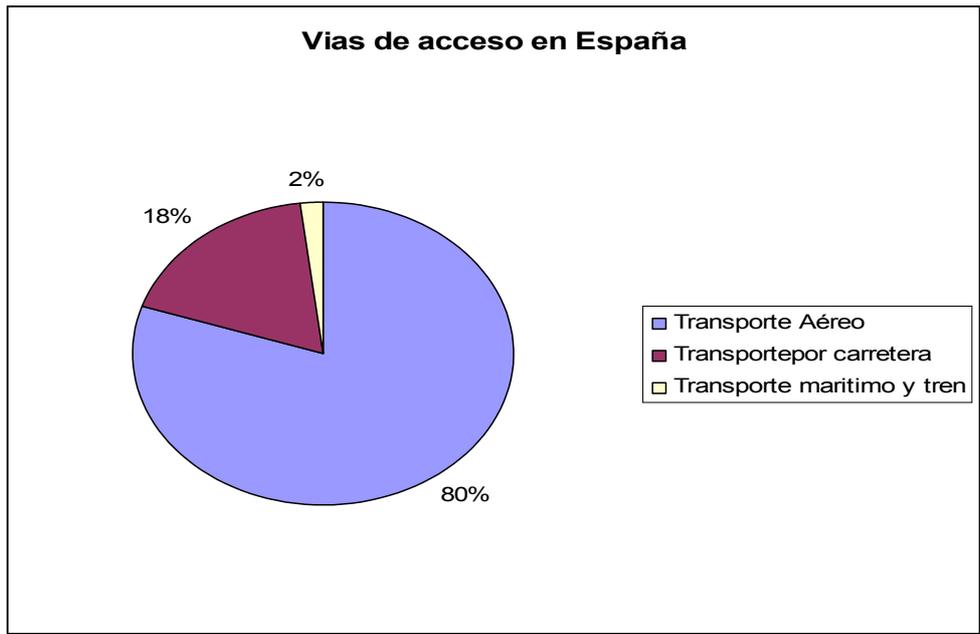


Figura 2: vías de acceso en España, 2012. Elaboración propia.
Fuente : (ITE 2012)

Como podemos apreciar en el gráfico, el transporte aéreo es el claro vencedor en cuando a movilidad de llegadas turísticas internacionales a España. Un 80% del total de turistas que llegaron en 2012 lo hicieron por medio de transporte aéreo, esto ha sido posible gracias al gran número de infraestructuras aeroportuarias que hay en España, la rapidez y la seguridad que reporta este transporte al viajero, ya que está considerado como el transporte más seguro. En el año 2012 se recogen un total de 46,2 millones de turistas que se trasladaron a España por medio aéreo, un 3,5% más que el año anterior. En segundo lugar podemos destacar con un 18% el transporte terrestre, estos turistas suelen proceder de países cercanos, como bien Portugal o Francia en cuando a turismo internacional, ya que en España hay miles de personas que prefieren desplazarse en coche por su propio país. Por último, destacar que el transporte marítimo y ferroviario tan sólo aporta un 2% del total de las llegadas, ya que para según que destinos es un transporte más lento e incómodo para el viajero.

4. España como país receptor turístico

España es uno de los destinos turísticos europeos más importantes, pues en el pasado año, 2013, a pesar de la difícil coyuntura económica que se está viviendo se contabilizaron un total de 60.661.073 llegadas turísticas, que equivalen a un 5,6% más respecto al año anterior que se registraron aproximadamente 58 millones.

Llegadas de turistas internacionales por meses

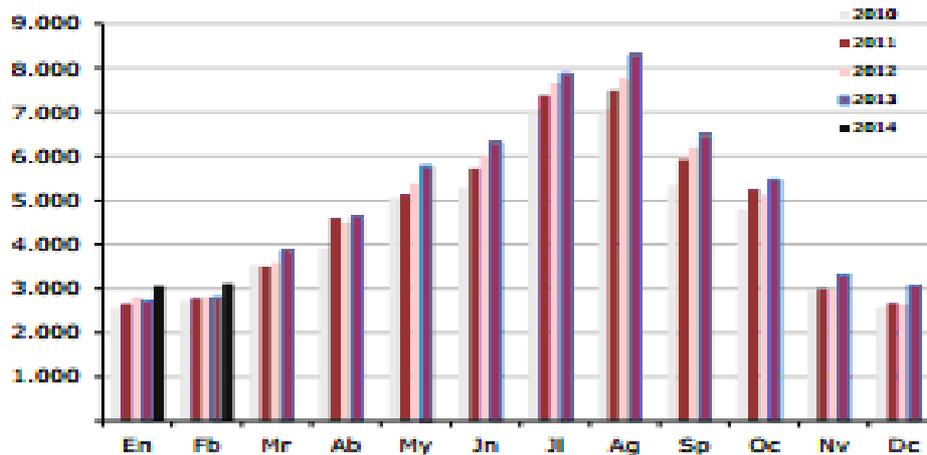


Figura 3: Llegadas de turistas internacionales por meses años 2010 – 2014.
Fuente: Turespaña, movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR 2014)

Como podemos apreciar, este gráfico muestra la evolución de las llegadas turísticas internacionales en España en los 4 últimos años, desde el 2010 al 2013, incluyendo los meses de Enero y Febrero del actual 2014.

Si observamos el gráfico, se puede apreciar que año tras año, como ya se ha comentado anteriormente, el turismo va en aumento y observaremos que especialmente en los meses de julio y agosto es cuando hay más afluencia turística seguida por junio y septiembre, esto es consecuencia de que España es un país turístico de “Sol y playa”, causa que hace que los turistas vengan buscando esta característica.

Los meses de temporada baja (de noviembre a febrero) es cuando menos tráfico internacional se puede apreciar a consecuencia de que en invierno España no es un destino con un clima cálido o moderado, lo cual hace que los turistas no quieran visitar el país en esta época del año.

El diciembre del 2013 España cerró el año con 3.1 millones de turistas un 16.3% más respecto al mismo mes del año anterior. En cuanto al 2014, debemos resaltar que aparentemente ha empezado con una subida de más de un 10% en los meses de Enero y Febrero respecto a los mismos meses del año anterior, hecho que podría evidenciar una recuperación económica europea. (Frontur 2014)

Después de haber analizado la tabla 3, podemos apreciar que España sufre estacionalidad, concepto que expresa la gran afluencia turística en determinados meses del año (verano) y la poca afluencia turística en invierno, lo que provoca fuertes desequilibrios económicos al país.

Llegadas de turistas internacionales a España Millones de turistas y variación interanual (1999-2012)

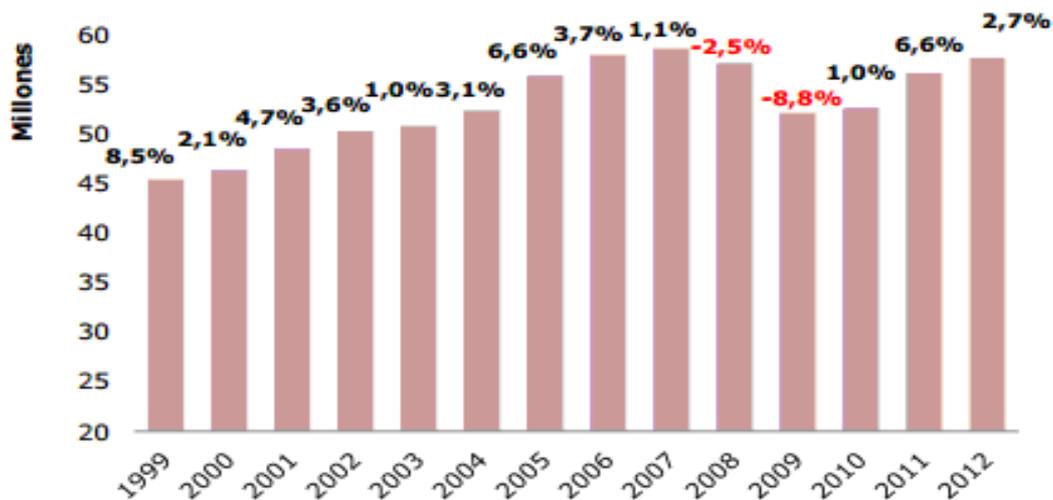


Figura 4. Fuente: ITE. Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)

En la figura 4, encontramos un gráfico que nos muestra la evolución de las llegadas turísticas en España desde el año 1999 hasta el 2012. En esta representación podemos observar, como ya se ha mencionado, que las llegadas de turistas van incrementando año tras año, aunque no siempre en la misma proporción. Los datos que más llaman la atención son los de 2008 y 2009 que la variación interanual es negativa, este hecho puede deberse a que en el 2008 (-2,5%) es el periodo cuando se empezó a entrar en una recesión económica mundial, en 2009 (la caída más fuerte en los últimos 15 años con un -8,8%) dicha recesión ya se manifestaba claramente y la sociedad ante tal coyuntura económica empezó a tener miedo y dejó de gastar en cosas superfluas. A partir del 2009 se puede ver una mejoría respecto a los dos años anteriores.

4.1. Estacionalidad turística en España

La estacionalidad turística es un concepto y característica que sufren la mayoría de los países europeos de la Mediterránea, y España se ha convertido en uno de los países más estacionales. Este hecho es debido a que en verano las temperaturas del país son cálidas y en invierno bastante más frías, hecho que hace que en verano sea un aclamo turístico y la afluencia turística aumente en proporciones muy elevadas, sobretodo en los meses de julio y agosto.

Llegadas de turistas internacionales a España en meses Millones de turistas (2008-2012)

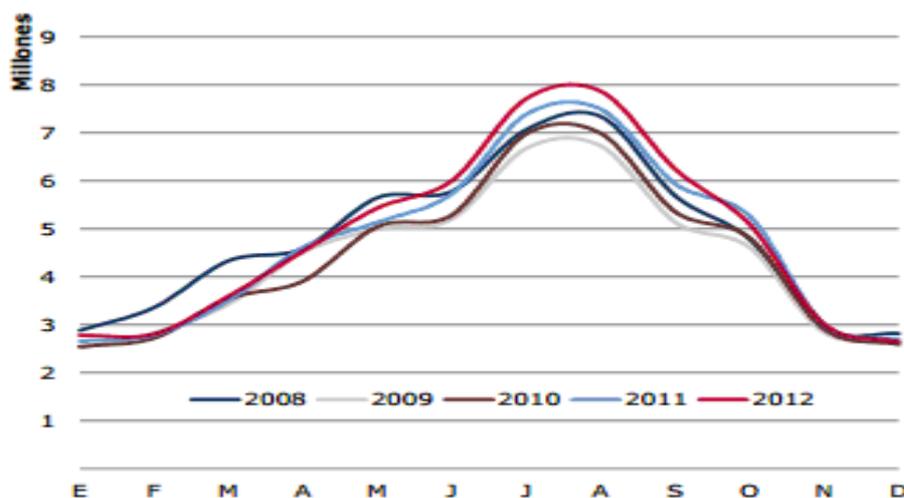


Figura 5. Fuente: ITE. Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)

Respectivamente a la figura 5, podemos apreciar que la fuerte afluencia turística en España empieza en el mes de junio y finaliza en septiembre. Los meses con mayor afluencia turística son julio y agosto, debido a los climas cálidos que presenta el país en esos meses y a que en éstos se localizan las vacaciones escolares de verano y además la mayoría de trabajadores también obtienen algunos días de vacaciones laborales, hecho que les permite viajar. Este hecho, aunque a simple vista no lo parezca, es preocupante, ya que hay familias, negocios, empresas, etc. que viven y se alimentan de esta actividad, la cual una vez empieza a disminuir también lo hacen sus ingresos. Es por este modo que existen tantos contratos y negocios temporales, los cuales tan sólo están abiertos o se trabaja los meses de verano (mayo-septiembre).

En cuanto al año 2008 vemos que en el mes de marzo hay un gran aumento de llegadas de turistas, este hecho es debido a que en ese año el período de pascua fue en marzo y no como de costumbre, en abril. Debido a que el 1 de mayo es el día mundial del trabajador podemos observar un pequeño aumento en todos los años en cuando a llegadas turísticas.

Para intentar paliar esta situación, el país debe innovar y crear nuevas estrategias para repartir la demanda. Lo que debemos plantearnos es si lo que el país necesita es aumentar el número de clientes o cambiar su oferta, cambiar el tipo de demanda o incluso aumentar aún más los precios en temporada alta y disminuirlos en temporada baja, teniendo en cuenta que aunque los precios sean bajos siempre han de cubrir los costes que se derivan de la actividad. Por último, España debe seguir promocionando sus provincias y localidades como ha hecho hasta día de hoy para intentar expandir la demanda que tiene a lo largo de todo el año.

4.2. Los Mercados Emisores

La procedencia del turismo internacional viene dado en gran parte, como podemos apreciar en la figura 6, por turistas procedentes del Reino Unido (24,3%), seguido muy de cerca por franceses (21,7%) y germanos (13,9%). La gran mayoría suele venir en meses de verano, (julio, agosto y septiembre) para disfrutar del clima mediterráneo y aprovechar la gran cantidad de playas que hay en el territorio Español, ya sea en las Baleares, Cataluña, Las Islas Canarias y toda la costa occidental y sur del país.

Porcentaje de turistas internacionales según país de residencia 2013

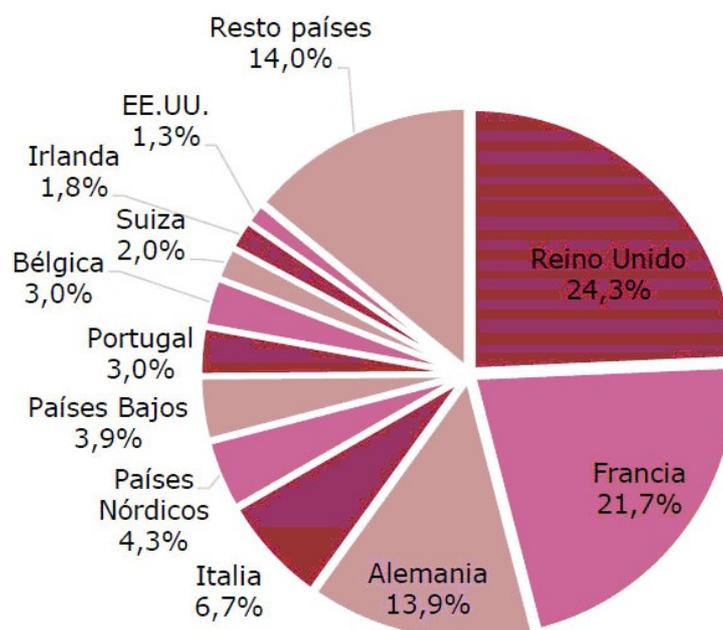


Figura 6. Fuente: ITE. Movimientos turísticos en fronteras 2013 (FRONTUR)

5. Las alianzas estratégicas

En las últimas dos décadas las compañías aéreas para poder ofrecer servicios y precios más competitivos han tenido que ir agrupando y creando una serie de alianzas, las llamadas alianzas estratégicas, para poder cumplir con todas las expectativas de sus clientes.

Para comprender mejor qué son las alianzas estratégicas debemos definir las como “acuerdos de cooperación entre 2 o más empresas aéreas, que establecen una serie de características en común y unas reglas de convivencia para poder participar juntos en el mercado aéreo, en el cual la competencia empresarial es cada vez mucho más competitiva y resistente”. (Horacio Krell)

En el sector aéreo, las alianzas estratégicas han llegado a ser una característica predominante entre las diferentes compañías aéreas y un fenómeno que crece y se extiende a una gran velocidad por todo el mundo. Gracias a las alianzas estratégicas, las compañías pueden ajustar sus presupuestos y ofrecer unos precios mucho más económicos para los clientes,

así como ofrecer muchos mas vuelos alrededor de todo el mundo y satisfacer así los requisitos comerciales y poder cubrir todas las expectativas del viajero.

Actualmente, en el sector aéreo existen tres grandes alianzas estratégicas aéreas: Star Alliance, Oneworld y Skyteam, las cuales analizaremos a continuación.

5.1. Star Alliance

“Star Alliance, fue la primea alianza aérea creada el 14 de mayo de 1997 por cinco aerolíneas pertenecientes a 3 continentes; Lufthansa, Air Canada, United Airlines, Thai Airways Internationaly y Scandinavian Airlines System.” (http://es.wikipedia.org/wiki/Star_Alliance).

Esta alianza ha ido creciendo con el paso de los años debido a la agrupación de otras 21 aerolíneas, llegando a convertirse en una de las alianzas más importantes del mundo. Llegando a estar formado a día de hoy por 26 aerolíneas.

Aerolíneas que forman la alianza estratégica Star Alliance

Adria Airways (JP)	Ethiopian Airlines (ET)
Aegean Airlines (A3)	EVA Air (BR)
Air Canada (AC)	LOT Polish Airlines (LO)
Air China(CA)	Lufthansa (LH)
Air New Zealand (NZ)	Scandinavian Airlines (SK)
ANA (NH)	Shenzhen Airlines (ZH)
Asiana Airlines (OZ)	Singapore Airlines (SQ)
Austrian (OS)	South African Airways (SA)
Aviaca (AV)	SWISS (LX)
Brussels Airlines (SN)	TAP Portugal (TP)
Copa Airlines (CM)	Thai (TG)
Croatia Airlines (OU)	Turkish Airlines (TK)
Egyptair (MS)	United (UA)

Figura 7. Aerolíneas que forman la alianza estratégica Star Alliance. Elaboración propia.

En cuanto a compañías aéreas españolas que formen parte de la alianza estratégica de Star Alliance, debemos comentar que actualmente no hay ninguna, pues Spanair fue la única compañía aérea española que formo parte de Star Alliance. Esta compañía aérea entró a formar parte de la alianza estratégica en 2003 pero a consecuencia de las grandes perdidas y a un alto endeudamiento la compañía no tubo más remedio que suspender sus vuelos, salir Star Alliance y diluir la aerolínea en enero de 2012

Para poder llegar a formar parte de Star Alliance la compañía aérea tiene que cumplir los más altos estándares del sector en cuanto a la seguridad, infraestructura técnica y servicio al cliente. Así pues, Star Alliance cuenta con una gran flota de aviones, un total de 4.338 aviones operando a diario a través de 18.000 vuelos alrededor de 193 países diferentes y teniendo acceso a 1269 aeropuertos.

En Star Alliance le dan la oportunidad de pertenecer a un programa viajero, en el cual acumula puntos dependiendo del viaje que se realice y luego esos puntos pueden ser canjeables en cualquier compañía de la alianza y así obtener algunos beneficios como la prioridad en la facturación, acceso a las salas VIP y un servicio más personalizado a bordo del avión.

Actualmente, la alianza cuenta con una un total de 439.232 trabajadores y unos ingresos por venta alrededor de 173 billones de dólares americanos anuales, debido a que trasporta una media de 637 millones de pasajeros anualmente.

(<http://www.staralliance.com/es/>)

5.2. Oneworld

Oneworld, fue la segunda alianza estratégica creada el 1 de Febrero de 1999 por las compañías American Airlines, British Airways, Cathay Pacific y Qantas. Y como sucedió con Star Alliance, esta nueva alianza estratégica, Oneworld, también ha ido creciendo con el paso de los años, llegando a estar formada por 14 aerolíneas. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Oneworld>)

Aerolíneas que forman la alianza estratégica Oneworld

Air Berlín	LAN
American Airlines	TAM
Brithish Airways	Malaysia Airlines
Cathay Pacific	Qantas
Finnair	Qatar Airways
Iberia	Royal Jordanian
Japan Airlines	S7 Airlines

Figura 8. Aerolíneas que forman la alianza estratégica Oneworld. Elaboración propia.

Actualmente, Iberia es la única compañía española integrada a la alianza Oneworld desde 1999, ya que es la compañía más representativa del territorio español, además de ser la compañía líder entre Europa y America Latina; debido a que vuela a más de 120 destinos en 45 países de Europa, África, América y Oriente medio.

Llegar a ser cliente de Oneworld por viajar con sus distintas compañías aéreas que lo forman posee muchas ventajas que en otras aerolíneas o alianzas no podemos encontrar, ya que por ejemplo utiliza para viajar un sistema de puntos.

Al volar con las compañías que forman Oneworld, adquieres una tarjeta de "fidelidad" con la cual, cada vez que se viaja con alguna compañía de la alianza se suman una serie de puntos (cuanta más distancia se vuele, más puntos se acumulan) y al ir aumentando los puntos aumentan los privilegios del cliente, así pues puede pagar una parte del billete mediante puntos o puedes canjearlos por servicios como Business Class.

Para esta alianza, existen tres tipos de tarjetas asociadas a tres nombres de minerales: Ruby, Sapphire y Emerald. Al tener una u otro tipo de tarjeta se

podrán obtener diferentes privilegios a elegir. Por ejemplo, cuando la tarjeta es Emerald (la de categoría más alta) usted tiene derecho, independientemente de la compañía aérea de la alianza Oneworld en la que viaje, a disfrutar de un gran abanico de ventajas como poder viajar en primera clase, tener embarque preferente, evitarse largas colas, trasportar bultos adicionales, poder elegir el asiento que más le apetezca, tener acceso a zonas vip de aeropuerto, entre otras muchas más ventajas. (<http://es.oneworld.com/>)

5.3. Skyteam

En cuando a Skyteam es la alianza estratégica más reciente ya que fue creada a mediados del 2000 por 4 de las compañías aéreas más grandes del mundo: Aeroméxico, Delta Airlines, Korean Air y Air France. El objetivo principal de esta nueva alianza era poder competir contra las otras dos grandes alianzas ya existentes; Star Alliance y Oneworld. (<http://es.wikipedia.org/wiki/SkyTeam>)

Con el transcurso del tiempo se fueron añadiendo otras compañías aéreas a la alianza, logrando en muy poco tiempo estar formada por 20 aerolíneas.

Aerolíneas que forman la alianza estratégica Skyteam

Aeroflot	Delta Air Lines
Aerolíneas Argentinas	Garuda Indonesia
Aeroméxico	Kenya Airways
Air Europa	KLM
Air France	Korean Air
Alitalia	Middle East Airlines
China Airlines	Saudia
China Eastern	Tarom
China Southern	Vietnam Airlines
Czech Airlines	Xiame Air

Figura 9. Aerolíneas que forman la alianza estratégica Skyteam. Elaboración propia.

En cuanto a compañías aéreas españolas Air Europa es la única aerolínea que forma parte de Skyteam tras entrar en la alianza en el año 2007.

Skyteam desde 2012 se ha convertido en la alianza más importante en el mercado de Taiwán y China continental, además realiza alrededor de 16.000 vuelos diarios a 1064 destinos en 178 países.

Como no podría ser de otra forma, siguiendo a las otras dos compañías analizadas con anterioridad, Skyteam también ofrece a sus pasajeros un programa de fidelidad en el cual se van acumulando puntos dependiendo de los kilómetros recorridos y posteriormente estos puntos se pueden canjear por grandes beneficios. Al igual que Oneworld, se distinguen tres tipologías de tarjetas de fidelidad:

- Socio Sky team: Es la tarjeta básica del programa de fidelidad y se pueden obtener beneficios en todas las aerolíneas y ser reconocido como viajero frecuente.
- Socio Sky team Elite: Es el nivel medio del programa de fidelidad, a través de éste se pueden obtener beneficios como check in en zonas especiales, poder subir de categoría en vuelos, mayor capacidad de equipajes entre muchos otros.
- Socio Sky team Elite Plus: Es el máximo nivel dentro del programa de fidelidad y se pueden adquirir los beneficios del Skypriority. (<http://www.skyteam.com/es/>)

¿Qué es el SkyPriority?

Para poder llegar a entender todos los beneficios de la más alta tarjeta de fidelidad de Skyteam debemos saber qué es Skypriority. Éste término se da para nombrar a los beneficios que tienen los pasajeros que poseen la tarjeta “*Socio Sky team Elite Plus*”; esta serie de beneficios son los siguientes: prioridad en el check in, facturación, prioridad en la entrega de equipaje, prioridad en los puestos de control para ganar tiempo, atención prioritaria en los mostradores, embarque prioritario, entre otros más beneficios.

5.4. Ventajas de las Alianzas estrategias aéreas

El hecho de que una compañía aérea tome la decisión de entrar o no a una alianza estrategia no es únicamente por el hecho de tener el logo de una alianza, sino que el hecho de estar en una Alianza estrategia proporciona beneficios tanto a la propia compañía aérea como a sus propios clientes.

Las ventajas que pueden encontrar las compañías aéreas al entrar en una alianza estrategia pueden ser, en el mayor de los casos, las siguientes:

- Para la compañía aérea formar parte de una alianza estratégica puede mejorar su presencia en el mercado sin tener que crecer o ampliar su oferta, además, aquellas compañías aéreas que son rivales y tienen un alto nivel de competitividad, pueden llegar a ser aliadas logrando trabajar en equipo.
- El sistema de códigos dentro de la alianza puede reducir los costes y así ofrecer unos vuelos más baratos.
- La posibilidad de ofrecer a sus pasajeros productos y prestaciones de servicios que ninguna otra compañía aérea por si sola puede ofrecer.
- Mayor cobertura de la red de rutas y conexiones, así pues pueden aprovechar mejor los recursos al consolidar la oferta y llegar a ser más eficientes.
- Al realizar un mejor servicio, existe esta la posibilidad de que el cliente sienta la necesidad de fidelizarse con la aerolínea.

Los clientes, ya que son la pieza fundamental de las compañías aéreas, también tienen una serie de ventajas al viajar con aerolíneas que se encuentran en una alianza estratégica. Sí bien, antes hemos comentado algunas ventajas que tiene la compañía, ahora vamos a ver las ventajas generales que tienen los clientes de la aerolínea:

- Precios más económicos, es alguna de las ventajas más importantes para los pasajeros, cuya única finalidad es desplazarse a otro lugar.
- La posibilidad de elegir entre muchos más horarios para un vuelo.
- Obtener la tarjeta de embarque hasta el destino final, en el caso de que se realice escala a otro país y así poder ahorrarse volver a hacer otro check in.
- Los programas de fidelidad son acumulables en cualquier aerolínea de la compañía aérea de la alianza.
- En caso de sufrir la cancelación del vuelo, existe la posibilidad de poder ofrecer un vuelo de alguna compañía de la alianza sin gastos extras.
- La posibilidad de poder viajar a cualquier parte del mundo, ya que las alianzas tienen aerolíneas en los 5 continentes.

Además de todas las ventajas anteriores, cabe destacar la más importante y es que al Pertenecer a una alianza, la compañía aérea tiene que cumplir unos requisitos muy importantes en cuanto a seguridad, tecnología y prestación del servicio, este hecho puede repercutir a la satisfacción del cliente al tener la seguridad de que sus necesidades se verán satisfechas por las aerolíneas, tener mayor seguridad y así poder disfrutar del viaje y obtener una buena experiencia.

5.5. Desventajas de las alianzas estratégicas aéreas.

A pesar de todas las ventajas que se obtienen al formar parte de una alianza estratégica, tanto como aerolínea como pasajero de éstas, es de suponer que una alianza estratégica también contempla inconvenientes o desventajas, ya que algunos factores pueden alterar el bienestar, comportamiento e imagen de una alianza estratégica.

Así pues, los conflictos de intereses dentro de los miembros de una alianza es una de las desventajas más comunes, ya que cada compañía aérea tiene ciertos intereses individuales que intentará llevar a cabo y éstos en ocasiones pueden provocar a no actuar de buena fe y con un comportamiento egoísta y egocéntrico, el cual puede incluso llevar a destruir a la compañía aérea.

Como es lógico, llegar a pertenecer a una alianza estratégica lleva cargos a sus espaldas, como por ejemplo, se derivan de todo esto gastos extras, ya que la adaptación de la compañía a los requisitos que la alianza obliga a tener y esto puede repercutir a los consumidores con un aumento del precio. Además, las compañías han de ir con mucho cuidado sobre todo lo que hacen, sobretodo la imagen que dan, ya que si una compañía daña su propia imagen, puede llegar a dañar la imagen de la alianza estratégica.

6. Conclusión

Para poder finalizar con el estudio de “Análisis de la incidencia del transporte aéreo en el turismo. Las alianzas estratégicas”, llegaremos a unas pequeñas conclusiones y reflexiones, para ver si es cierto que el transporte aéreo incide en el turismo.

Como hemos podido apreciar, gran parte del turismo depende del sector aéreo, el 80% del turismo actual llega por vía aérea, por lo tanto podemos afirmar que el turismo y el transporte aéreo en la mayoría de casos están íntimamente relacionados. Las aerolíneas Low Cost han hecho posible el hecho de que todo el mundo pueda volar a un precio económico eliminando ciertas características o servicios que un vuelo normal ofrece.

Hablando de compañías “Low Cost” podemos mencionar a Ryanair (compañía irlandesa) ya que bajo mi punto de vista, es totalmente diferente, ya que se ha declarado como la compañía número 1 mundial de las compañías Low Cost. Debemos destacar que incluso se han sufrido casos dónde la líder de los Low Cost se excede sobre el cliente y por lo tanto son miles las personas que se quejan de la aerolínea, llegando incluso a los tribunales por la gran cantidad de demandas que tiene interpuestas.

Las alianzas estratégicas formadas por diversas compañías aéreas son muy importantes tanto para el cliente como para la aerolínea ya que ambos salen beneficiados en diversos factores, entre ellos a una mejor calidad del servicio y unos mejores precios gracias a las reducciones de costes.

El problema fundamental que hay en España es la estacionalidad que cada año se está haciendo más patente del lugar, y las compañías aéreas precisamente, no ayudan a intentar paliar o mitigar esta situación. Una posible solución que podría mitigar esta estacionalidad, sería que las compañías aéreas, disminuyeran los precios de sus pasajes, claro está siempre que aún se obtuviera un beneficio para cubrir los costes, así tal vez las familias decidirían viajar en otros momentos del año, incluso podríamos advertir que la demanda turística española del inserso podría verse aumentada, ya que es un sector que puede viajar durante todo el año. A pesar de que este tipo de demanda también suele buscar destinos de sol y playa, sobretodo si provienen de otros lugares que no sean españoles, pero si encontraran vuelos económicos con una aerolínea tradicional, que no fuera Low Cost, tal vez podrían replantearse el hecho de viajar en otra estación del año.

Referencias

Alberto Blasco: Turismo y transporte

Candela, G., Figini, P., (2012). The economics of tourism destination. Springer: Berlín; London.

Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W., (2010) Tourism economics and policy. Channel View Publications. Buffalo: Nueva York.

Organización de aviación Civil Internacional 2013
http://www.icao.int/Meetings/atconf6/Documents/WorkingPapers/ATConf6-wp039_es.pdf

Jose Domingo Begazo Villanueva(2002). Las alianzas estrategicas, el codigo compartido y los hubs en el desarrollo del sector del turismo.
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n9/alianzas_estrategicas.htm

Enciclopedia Online. Oneworld
<http://es.wikipedia.org/wiki/Oneworld>

Web oficial Oneworld. <http://es.oneworld.com/home>

Evolución del turismo internacional en España. 2014.
http://www.ign.es/espmmap/graficos_ocupacion_eso/OcupaESO_Graf_02.htm

Movimientos turisticos en fronteras. (ITE 2012) [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202012.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202012.pdf)

Movimientos turísticos en fronteras. (Frontur 2014)
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/mensuales/Nota%20de%20coyuntura%20de%20Frontur.%20Febrero%202014.pdf>

Horacio Krell. Que es una alianza estratégica.
<http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=692>

Turismo en cifras.
<http://www.iet.turismoencifras.es/component/k2/itemlist/tag/Transportes.html>

Enciclopedia online. Star Alliance.
http://es.wikipedia.org/wiki/Star_Alliance#Miembros_Actuales

Web oficial Star Alliance <http://www.staralliance.com/>

Juan A. José 2013. Regular o Chárter
<http://t21.com.mx/opinion/vuelo/2013/07/02/charters-o-regulares>

Qué es un vuelo Charter. 2011. <http://vuelocharter.lacoctelera.net/>

Los vuelos Chárter. 2006. <http://www.vuelos.biz/four/los-vuelos-charter.html>

Vuelo Charter. <http://www.liligo.es/vuelos-charter.html>

Enciclopedia online. Charter. <http://es.wikipedia.org/wiki/Ch%C3%A1rter>

Vuelos Chárter y vuelos programados. 2011
<http://www.cheapvuelos.es/consejos-de-viaje/vuelos-charter-y-vuelos-programados/>

Vuelos charter. Los pros y los contras. http://leelo.co/vuelos-baratos-charter---los-pros-y-contras_13579f.html

Ventajas de un vuelo Chárter.8 junio 2011.
<http://www.negociosaereos.com/ventajas-de-un-vuelo-charter/>

Las ventajas y desventajas de un vuelo Chárter. 2013.
<http://rutaturismo.com/las-ventajas-y-desventajas-de-los-vuelos-charter/>

¿Qué son los vuelos low cost? <http://www.canaltotal.com/que-son-los-vuelos-low-cost/>

Web oficial Skyteam. <http://www.skyteam.com/es/Why-SkyTeam/SkyPriority/>

Skypriority. http://www.aerolineas.com.ar/es-ar/skypriority/preguntas_frecuentes

Enciclopedia Online. SkyTeam. <http://es.wikipedia.org/wiki/SkyTeam>

Web oficial Skyteam. <http://www.skyteam.com/es/>

La historia de los transportes. (16 enero 2011).
<http://lahistoriadelostransportes.blogspot.com.es/2011/01/el-perfeccionamiento-de-los-medios-de.html>

La evolución tecnológica del transporte. (22 junio 2009)
<http://evoluciontransporte.blogspot.com.es/2009/06/transporte-aereo.html>

¿Cuáles son las diferentes alianzas estratégicas y cual es la mejor?(2011).
<http://www.viajeros.com/articulos/1223-plan-de-millas-cuales-son-las-diferentes-alianzas-aereas-y-cual-es-la-mejor>

¿Qué beneficios reportan las alianzas estratégicas? (2012)
<http://www.dw.de/qu%C3%A9-beneficios-reportan-las-alianzas-a%C3%A9reas/a-15821116>

Beneficios de las Alianzas de las Aerolíneas. (23 noviembre 2010)
<http://www.empresaspyblog.com.ar/beneficios-de-las-alianzas-de-aerolineas/>