

de rodar sobre tierra. Cuenta con unos trenes (*Shuttle* y *Eurostar*) de una longitud de 775 metros totalmente equipados para transportar coches, autocares, caravanas y cualquier otro tipo de vehículo. La distancia que recorre es de 50 kilómetros (38 de ellos a 40 metros de profundidad bajo el mar). Ejerce una competencia directa sobre los tradicionales *ferries* que hacen el trayecto Calais-Dover, aunque el precio es más elevado.

5.3.3 Transporte por mar

Papel subsidiario

El viaje por mar vivió su mayor esplendor cuando, antes del avión de pasajeros a reacción, los grandes transatlánticos unían los continentes de Europa y América. Sin embargo, la aparición de las líneas aéreas, combinada con otros factores como la disminución de las vacaciones largas –sustituidas por descansos más cortos y frecuentes– y la escasa velocidad del transporte por mar, han reducido la presencia de éste a un papel subsidiario. Actualmente, el viaje por mar se reduce a distancias cortas, entre islas fundamentalmente, a bordo de *ferries*, aerodeslizadores y pequeñas embarcaciones, también utilizadas para fines de recreo.

Transporte por mar como destino en sí mismo

El barco, al igual que el ferrocarril, puede ser un destino y no tan sólo el medio para realizar el viaje, convirtiéndose en un producto turístico específico. Este es el caso de los cruceros, que representan actualmente uno de los negocios turísticos de más rápido crecimiento, debido principalmente a alianzas con las aerolíneas, mediante paquetes turísticos que incluyen el vuelo y el crucero y que permiten abaratar los costes del viaje. Alrededor de un 80% de los cruceros actuales siguen este modelo de paquetes turísticos vuelo-crucero (Coltman, 1989).

Se pueden diferenciar dos productos principales: las líneas regulares realizadas por *ferries*, que unen el continente con islas o islas entre ellas y los cruceros, utilizados con fines vacacionales que realizan recorridos de duración determinada.

Los ferries

Los *ferries* se utilizan como medio para transportar mercancías, pasajeros y en algunos casos vehículos, sobre todo en verano, en distancias cortas y medias. Hay diferentes modalidades como los *overcraft*, los *fast-ferries*, etc. que ofrecen un servicio más rápido que el medio marítimo tradicional, además de necesitar menor espacio de atraque y de maniobra.

Servicios adicionales

Con la competencia que ofrecen las nuevas rutas aéreas hacia islas que disponen de aeropuerto, los *ferries* tratan de ofrecer nuevos servicios adicionales como son instalaciones deportivas, piscina, casinos y tien-

das, como complemento del precio, que es sensiblemente inferior. Es el caso de los servicios ofrecidos en el Canal de la Mancha, donde ha aparecido un nuevo competidor, el Eurotúnel.

Hay compañías como Transmediterránea que, tratando de ampliar los servicios y de obtener mayores ingresos, han optado por ofrecer sus barcos, durante el tiempo que permanecen atracados en puerto, para realizar reuniones de empresa, presentaciones o banquetes, o simplemente utilizarlos como hoteles, como ha ocurrido durante la Expo de Sevilla o las Olimpiadas de Barcelona en 1992, donde se llegaron a concentrar hasta once buques. Se puede disponer de todos los servicios: discoteca, piscina, solarium, bar, etc. e incluso se puede efectuar alguna salida fuera del puerto.

Extensión en la utilización de ferries

Los cruceros se definen como una fórmula de vacaciones que combina numerosas actividades de diversión a bordo como juegos y torneos de diferente tipo, tiro al plato, gimnasia y *jogging*, clases de baile, cine, conferencias informativas de interés, bingo, actividades para niños, misa, atracciones y espectáculos nocturnos, organización de fiestas y espectáculos, baile, conciertos de música, etc. Están dirigidos a todo tipo de clientes, tienen una amplia variedad de destinos, con todo incluido dentro del precio (comidas, espectáculos, entretenimientos, etc.), con la comodidad de no tener que hacer y deshacer equipajes y poder visitar diferentes puntos turísticos en un sólo medio. Además se puede ofrecer como producto para incentivos y reuniones de empresa. Tienen diversas clasificaciones por categorías y por tonelaje.

Los cruceros

El gran centro productor de cruceros se encuentra en Miami, teniendo como destino principal el Caribe. Otros destinos son el Mediterráneo y las islas griegas, cruceros por cuencas fluviales como el Nilo, Danubio o el Rhin y los cruceros por fiordos en el norte de Europa. Además, se pueden alquilar pequeños barcos para recorrer Francia, Alemania, Austria, etc. por los canales.

La duración es variable, desde cruceros de 1 día, cruceros cortos de 3 y 4 días, cruceros medios de 7 días, cruceros propios de mayorista con itinerarios más largos y cruceros chárter para incentivos, convenciones y para eventos específicos.

5.3.4 Transporte por aire

Como ya se ha dicho, el avión, junto con el automóvil, son los dos medios de transporte más empleados actualmente. La OMT valora el gasto alcanzado por desplazamientos en avión como 1/4 del gasto total en turismo.

El desarrollo del sistema de viajes aéreos se basa fundamentalmente en la construcción de aeropuertos y en la creación de rutas que van uniendo dichos aeropuertos. Desde 1959 hasta nuestros días, la demanda de este medio de transporte ha aumentado a una media anual del 5% (Coltman, 1989, p.150). La mayor parte de este aumento se debe al desarrollo de los vuelos chárter, que han sido asimismo responsables de la aparición de nuevas formas de turismo a través de los llamados paquetes turísticos.

A medida que la tecnología ha ido avanzando, la rentabilidad y eficacia de los aviones ha mejorado considerablemente, facilitando la posibilidad de que los tour operadores puedan rebajar aún más los precios de los vuelos chárter y se produzca la apertura de nuevos mercados más remotos. Así, muchos centros turísticos se han desarrollado en diferentes regiones del mundo, gracias al establecimiento de servicios aéreos adecuados —muchas islas del Caribe, por ejemplo, dependen exclusivamente de las líneas aéreas que les traen los turistas procedentes de Europa y EE.UU. (OMT, 1994).

En 1996, tras cuatro años de pérdidas generalizadas, el sector ha empezado a recuperarse llegando a obtener beneficios un buen número de compañías. Según IATA el tráfico de pasajeros creció en torno a un 9% y se obtuvo una tasa de ocupación del 69%.

Esto crea unas buenas perspectivas para el futuro, a las que hay que sumar la liberalización de los espacios aéreos en la Comunidad Europea (CE) que estaba siendo desarrollada desde 1993 y que terminó en julio de 1997 (en los EE.UU la desregularización está implantada desde 1978). Este proceso traerá consigo la creación de nuevas compañías y una reducción de tarifas. La Comisión de la Unión Europea indica que todavía existe monopolio en el 64% de las rutas aéreas, mientras que un 4% está operado por dos compañías y un 6% por seis o más compañías. Otros datos aportados indican que entre 1993 y 1996 en Europa se han creado 30 nuevas rutas, se han aprobado 800 licencias, se han creado 80 nuevas compañías y han desaparecido 60.

Dentro del transporte aéreo encontramos dos categorías básicas: los servicios de vuelos regulares y los servicios chárter. Ambos tienen características propias que merecen ser comentadas.

Los primeros son tradicionalmente operados por las compañías bandera de los países (mercado al que están accediendo las nuevas aerolíneas privadas) y ofrecen desplazamientos entre distintas regiones o países de forma regular y continua. Las líneas regulares ofrecen un producto seguro, conveniente, fiable, frecuente y orientado hacia el consumidor. La

competencia entre las distintas compañías es cada vez mayor y más intensa, y a su vez, el producto ofrecido es tan homogéneo que la diferenciación se produce básicamente en los servicios ofrecidos y en la reducción de tarifas. Entre las nuevas modalidades de servicios se ofrece mayor comodidad, espacio entre asientos más amplio, simpatía del personal, calidad del servicio e incluso aparecen nuevas propuestas como la de *American Airlines*, que pone a disposición de sus clientes duchas en el aeropuerto a la llegada del viaje, o como la *Northwest Airlines* que ha sustituido las tradicionales comidas por un *buffet* del que cada pasajero se sirve y puede incluso repetir. Con respecto a la estrategia de ofrecer tarifas más baratas como reclamo para atraer clientes, las aerolíneas están eliminando las comidas en los vuelos de corta duración. También surgen nuevos productos, como *Virgin Express* en Europa, que ofrece precios reducidos, ofreciendo un servicio mínimo y una gestión simplificada, sin billetes, que está obteniendo una gran aceptación.

Respecto a los vuelos chárter, son utilizados para facilitar el desplazamiento de los turistas hasta los destinos, bien en paquetes turísticos completos bien facilitando sólo asiento. Esto significa que tales vuelos no se producen con la misma frecuencia y regularidad que los anteriores, dado que generalmente son fletados por los tour operadores que organizan el viaje a un destino o destinos determinados y con un volumen de pasajeros también previamente determinado. Algunas de estas líneas aéreas chárter pertenecen a los tour operadores, como *Thompson* o *Britannia Airways*.

Los problemas a los que se enfrentan las compañías aéreas que realizan vuelos chárter son, básicamente, la cada vez mayor congestión del espacio aéreo y la saturación de los aeropuertos, sobre todo en Europa y en los meses de verano, que suponen grandes retrasos. Los organismos oficiales ven con preocupación esta situación y estudian actuaciones para solventarla.

Es necesario destacar el continuo desarrollo de la tecnología aeronáutica que permite la construcción de aviones de mayor capacidad y con una mayor autonomía de vuelo. Respecto al número de pasajeros, el avión más grande en la actualidad es el *Boeing 747.400* con capacidad para 400 pasajeros, si bien la compañía europea *Airbus* tiene en proyecto la construcción de un avión en el que podrían embarcar 555 pasajeros, divididos en tres clases u 800 en clase única, y que tiene un alcance entre 13.900 y 15.750 kilómetros. En referencia a la mayor autonomía, ésta permite la reducción de escalas, con lo que se acorta el tiempo de vuelo, acercándose todavía más los destinos lejanos a los mercados emisores.

Vuelos chárter

*Problemas de los
vuelos chárter*

*Ventajas del
transporte aéreo*

Figura 5.3: Análisis competitivo de los diferentes medios de transporte.

**Por carretera
(automóvil)**

- Control del itinerario y de las paradas en route.
- Control de las horas de salida.
- Posibilidad de llevar mucho equipaje.
- Posibilidad de utilizar el vehículo como alojamiento.
- Privacidad.
- Movilidad en el destino.
- Percepción por parte del usuario de precios bajos.

Ferrocarril

- Seguridad.
- Posibilidad de disfrutar del paisaje.
- Posibilidad de andar por los vagones.
- Llegada del usuario al destino descansado.
- Confortable.
- No sufre atascos.

Por aire

- Velocidad.
- Flexibilidad.
- Servicios en tierra (facilidades en terminal) sofisticados.
- Incentivos para los usuarios fieles (bonos de kilometraje).
- Vuelos chárter: precio.

Por mar

- Relativamente seguro.
- Barato.
- Cruceros: diversión y entretenimiento.

Fuente: Adaptado de Cooper et al., 1993, pp. 183-186.

5.4 La situación del mercado y las principales tendencias actuales del transporte

Nuevas condiciones de mercado y nuevas formas de gestión

La existencia de cambios cualitativos en la demanda –mayor sofisticación, experiencia previa y exigencias diversas– y una saturación de la oferta, están creando nuevas condiciones en el mercado y configurando un nuevo paradigma empresarial. En efecto, las empresas actuales deben encontrar nuevos métodos que les permitan incrementar su efectividad si quieren sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo. Por ello, la creación de productos estandarizados debe dar paso a nuevas formas de gestión, donde la flexibilidad y la segmentación de la demanda ocupen una posición relevante.

Actualmente, los distintos medios de transporte también se ven afectados por las nuevas condiciones del mercado (mayor sofisticación, experiencia y exigencias de la demanda y una mayor saturación de la oferta) y tratan de desarrollar ventajas competitivas importantes para atraer y mantener a la demanda. Esta situación se ve caracterizada, asimismo, por la adopción en muchas regiones del mundo de una filosofía de menor intromisión en la economía por parte de los gobiernos.

En las líneas aéreas dicha liberalización está teniendo más repercusiones, ya que tradicionalmente ha sido una industria altamente regulada en un intento por proteger los intereses nacionales. Actualmente, sin embargo, el reconocimiento de la importancia del viaje y del turismo para la economía de cualquier país ha llevado a considerar la necesidad de estimular la competencia entre las distintas compañías aéreas, mejorando así la calidad del servicio y obligando a rebajar los precios.

Liberalización del sector y mayor competitividad

En EE.UU. la liberalización tuvo ya lugar en 1978, provocando, en efecto, bajadas de precios y la desaparición de muchas compañías que se revelaron ineficaces ante la nueva competencia. Las fuerzas del mercado configuraron, sin embargo, situaciones de monopolio por parte de las aerolíneas que sobrevivieron. La filosofía de la liberalización fue seguida en los 80 por Canadá, el Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda.

La Unión Europea se ha sumado también a este movimiento de liberalización. El Tercer Paquete de Medidas, aprobado por el Consejo Europeo de Ministros en 1992 y efectivo desde el 1 de Enero de 1993, ha sentado las bases para una desregularización total de las líneas aéreas en 1997. Ello implica la ampliación de las llamadas *libertades del aire*, así como la retirada total de los subsidios gubernamentales, la supresión de los monopolios por parte de las compañías de bandera y la consiguiente privatización, por lo que las aerolíneas que realmente no sean competitivas desaparecerán.

Con la Conferencia de Chicago de 1944 se crearon las bases para el establecimiento de un sistema coordinado del tráfico aéreo a nivel internacional y se crearon las libertades del aire, cuyo contenido se expone en la Figura 5.4.

Por otro lado, la saturación de los aeropuertos europeos más importantes incrementa aún más la competencia, puesto que las compañías deben además luchar por la obtención de los *spokes*, que antes les eran garantizados por su condición de aerolíneas nacionales.

Primera libertad: Privilegio de volar a través del territorio de otro país sin aterrizar.

Segunda libertad: Privilegio de aterrizar con propósitos no relacionados con el tráfico.

Tercera libertad: Privilegio de desembarcar pasajeros, correo y carga embarcados en el territorio del país cuya nacionalidad tiene el avión.

Cuarta libertad: Privilegio de embarcar pasajeros, correo y carga destinados al territorio del país cuya nacionalidad tiene el avión.

Quinta libertad: Privilegio de embarcar pasajeros, correo y carga destinados al territorio de cualquier otro país contratante y el privilegio de desembarcar pasajeros, correo y carga procedentes de dicho territorio.

Sexta libertad: Privilegio de transportar pasajeros, correo y carga entre dos países en un avión que no es de la nacionalidad de ninguno de estos países, pero que está operando vía el país cuya nacionalidad tiene el avión.

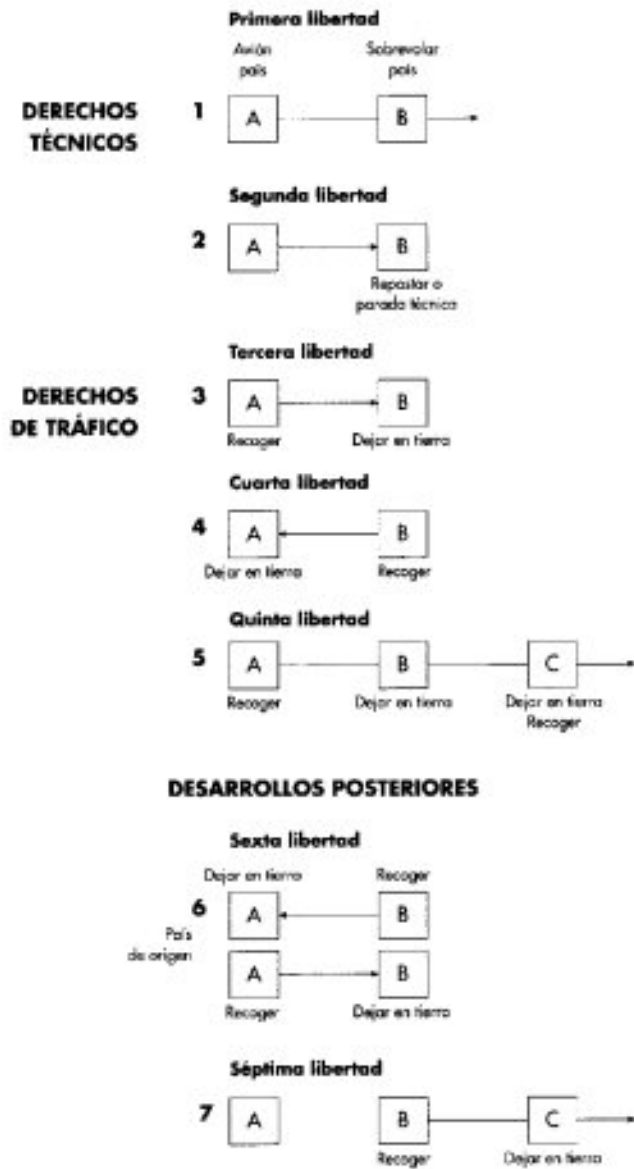
Séptima libertad: Privilegio de transportar pasajeros, correo y carga entre dos países en una línea aérea que no está asociada con ninguno de los dos países.

En respuesta a estas condiciones del mercado y del entorno, han surgido diversas tendencias. En primer lugar, existe un movimiento de globalización y concentración, debido a la realización de fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre diversas compañías a nivel mundial. Esta última forma de cooperación es la que han elegido *Swissair*, *Delta* y *Singapore Airlines* que, a través de terminales compartidas, sistemas conjuntos de reservas y marketing, pretenden establecer una red mundial de servicios. Existen muchas otras formas de colaboración diferenciadas por el grado de cooperación (control de la distribución, del precio, asegurar fidelidad de los clientes, promociones de mayor alcance, etc.), si bien todas ellas buscan las ventajas que proporciona actuar a una mayor escala. En definitiva, estas estrategias permiten un reposicionamiento de las compañías y una expansión que sería imposible de otro modo, debido a la saturación actual del mercado (Ver Figura 5.5).

Por otra parte, Levitt (1983) identifica la tecnología como el factor clave que está permitiendo dicha globalización y está dirigiendo el mercado mundial hacia una cierta homogeneización, ya que dentro de la gran

variedad de exigencias de la demanda, las necesidades de ciertos productos y servicios específicos están convergiendo en los distintos países del mundo, al ser los sistemas de gestión y de marketing similares.

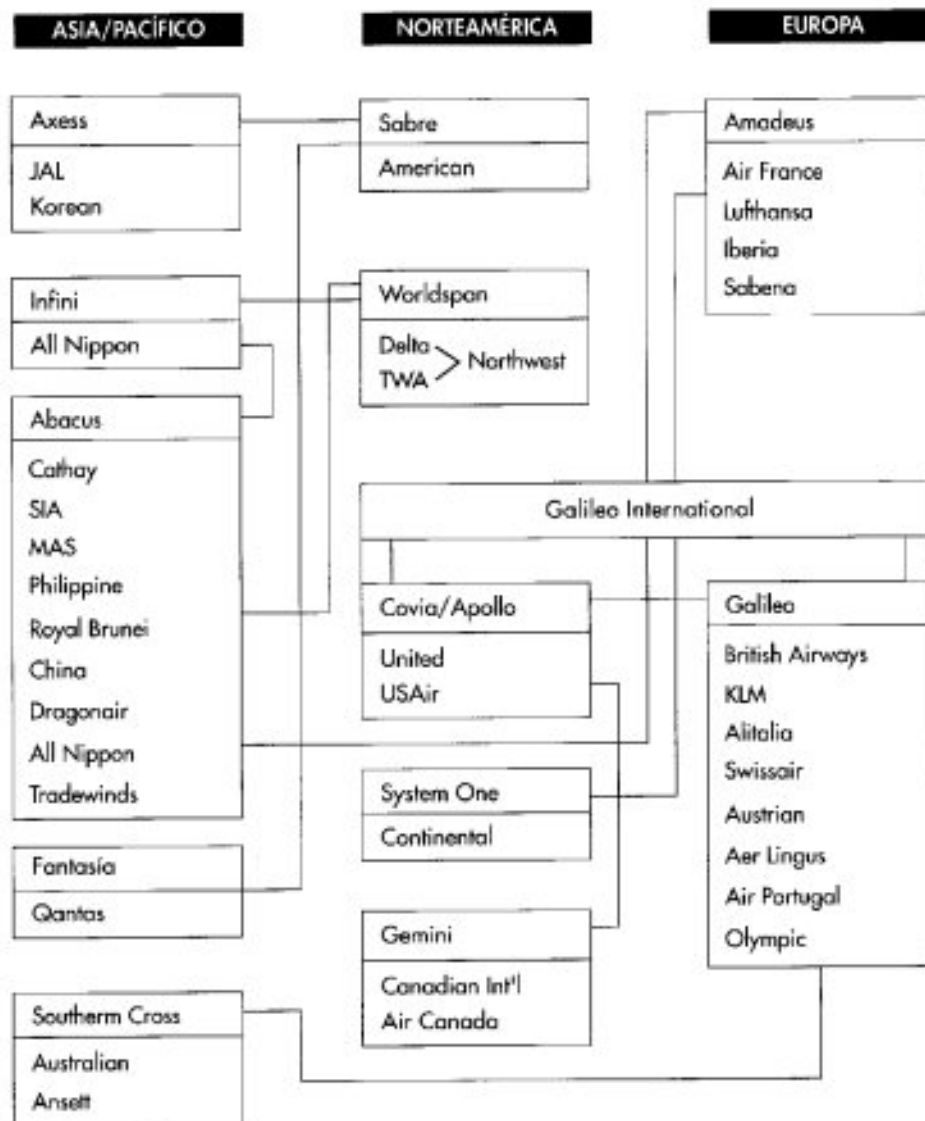
Figura 5.4: Las cinco libertades del aire de la Convención de Chicago de 1944.



Fuente: Coopers et al. (1993).

En este contexto, el desarrollo de los sistemas de reservas computerizados (CRS) y los avances en la tecnología de las comunicaciones están jugando un papel fundamental. Los CRSs suponen la utilización de sistemas integrados de información, que permiten una integración diagonal de diversos productos, facilitando su producción, distribución y entrega.

Figura 5.5: Aerolíneas y CRSs.



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 1994.

Anexo

Organismos internacionales y nacionales

IATA (International Air Transport Association)

Es la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, fundada en 1945, en sustitución de la Asociación Internacional de Tráfico Aéreo. Agrupa a 236 compañías, en torno al 80% de las líneas aéreas del mundo. Su misión es la de velar por el buen funcionamiento del tráfico aéreo y su

objetivo ha sido promover un transporte aéreo seguro, regular y económico y proveer los medios para la colaboración entre las mismas compañías.

Entre sus funciones están las de potenciar la colaboración técnica y regulación del tráfico aéreo, simplificar y unificar tarifas y actuar de mecanismo de liquidación de cuentas entre las distintas empresas, lo que permite agilizar la expedición de billetes, así como promover la seguridad jurídica y técnica de los vuelos.

ICAO (International Civil Aviation Organization)

Organismo Internacional creado en la Conferencia de Chicago de 1944. Es un organismo intergubernamental consagrado a la cooperación en el establecimiento de leyes internacionales de aviación.

El propósito del ICAO es "que la aviación civil internacional pueda ser desarrollada de una forma segura y ordenada y que los servicios internacionales de transporte aéreo puedan ser establecidos sobre la base de la igualdad de oportunidades y operados sana y económicamente" (ICAO, 1996).

WTTC (World Travel and Tourism Council)

Está compuesto por ejecutivos de las principales compañías internacionales de aviación, transporte, hoteles y agencias de viaje, y ubicado en Bruselas. Es una organización del sector privado cuyos objetivos son, entre otros, la realización de cambios en el sector público en temas como la mejora del reconocimiento de la importancia del turismo y la eliminación de barreras que restringen el crecimiento del turismo, entre otros.

Además de las mencionadas existen otras asociaciones de ámbito más reducido como:

AEA (Asociación Europea de Aerolíneas), asociación que agrupa a 26 compañías aéreas europeas.

AECA (Asociación Española de Compañías Aéreas).

Bibliografía

BONIFACE, B. and COOPER, C., (1987): *The Geography of Travel and Tourism*, Heinemann, London.

BURKART, A.J. and MEDLIK, S., (1981): *Tourism: Past, Present and Future*, Heinemann, London.