



Sustento del uso justo  
de Materiales Protegidos  
derechos de autor para  
fines educativos



**UCI**

Universidad para la  
Cooperación Internacional

UCI  
Sustento del uso justo de materiales protegidos por  
derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI – para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes pertenecientes a los programas académicos.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.

b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.

c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S, Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."

d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.

e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.

# 5

## Transporte

### 5.1 La relación existente entre el transporte y el turismo

Históricamente, el desarrollo del turismo ha estado íntimamente ligado al desarrollo del transporte, ya que, por definición, el turismo implica desplazamientos fuera del lugar de residencia habitual. Burkart y Medlik (1981) definen el transporte como “el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino”.

*Definición de transporte*

Efectivamente, utilizando el sistema turístico de Leiper (1990) (ver Figura 5.1), el transporte representa el medio de acceder al destino desde la región de origen, por lo tanto, representa el movimiento de viajeros que se produce desde el punto de origen hasta el punto de destino. Sin embargo, también puede ser considerado en sí mismo como una atracción turística por derecho propio, ya que la etapa *en route* forma igualmente parte de la experiencia turística. Incluso, en algunas ocasiones, el destino lo configura el propio transporte (cruceros, etc.).

Una región, por muchos atractivos que tenga, no podrá nunca desarrollarse como zona turística si carece de infraestructuras y es asimismo inaccesible para los medios de transporte. Por su capacidad de canalizar a los viajeros, el trazado de líneas férreas o de autopistas, así como el establecimiento o anulación de rutas aéreas o marítimas influyen directamente en el aumento o caída de la popularidad de un destino turístico. Así, la actividad turística se ha establecido siempre en áreas provistas de alguna red de transporte o con posibilidades para ponerla en marcha.

*Importancia del transporte para el desarrollo del turismo*

Efectivamente, el ferrocarril favoreció el desarrollo de los primeros balnearios y *resorts* en la costa. El automóvil ha fomentado el desarrollo del turismo nacional en los países industrializados. El avión y sus avances tecnológicos han permitido acercar fronteras y han provocado la expansión del turismo internacional, trayendo consigo nuevas y revolucionarias formas de turismo –por ejemplo, la aparición del vuelo chárter impulsó el turismo de masas, característico del Mediterráneo. En definitiva, el transporte ha ido abriendo constantemente nuevos mercados, cada vez más lejanos.

Figura 5.1: Sistema turístico.



Fuente: Leiper, 1990.

*Influencia del turismo en el desarrollo cualitativo de los transportes*

Ahora bien, así como el incremento del turismo ha sido propiciado en gran medida por el desarrollo de los medios de transporte, en sentido inverso, la creciente demanda turística ha sido, a su vez, la que ha potenciado el desarrollo de los servicios de transporte y la mejora en la calidad de los mismos. Efectivamente, los medios de transporte han tenido que adaptarse a una demanda cada vez más exigente y sofisticada, que busca buenos precios y calidad en sus desplazamientos, no sólo hasta el destino elegido, sino también dentro del mismo. En este sentido, el turismo ha favorecido el desarrollo de servicios de transporte dentro de los propios destinos turísticos, así como también entre los puntos de llegada (aeropuertos, estaciones, etc.) y el destino principal (ciudad, *resort*, etc.). Hay que añadir que en la mejora de la calidad de los transportes ha influido también la fuerte competencia existente en este mercado, que ha generado la necesidad de diferenciar sus productos mediante la reducción de costes y la oferta de una mayor calidad.

## 5.2 Desarrollo histórico del transporte de pasajeros

En sus comienzos, el desarrollo del transporte se vio impulsado básicamente por intereses militares, administrativos y de negocios, ya que encontraba su principal justificación en la necesidad de transportar bienes y productos, generalmente dentro del propio país, con fines comerciales, bélicos o de carácter gubernamental.

*Comienzos*

Hasta el siglo XIX, los desplazamientos que se producían por los motivos antes reseñados y sólo en pocas ocasiones por motivos vacacionales, eran rudimentarios y lentos, puesto que se realizaban básicamente a caballo o en carruajes y, cuando se trataba de trayectos marítimos o en vías fluviales, el velero era el medio utilizado.

*Hasta el siglo XIX*

Desde 1840 en adelante, mientras tenía lugar la Revolución Industrial en Europa y EE.UU., el invento de la máquina de vapor fue implantado en el sector del transporte dándole un giro nuevo y provocando un aumento del viaje de placer en una escala creciente. El desarrollo de las redes ferroviarias, como la primera red transcontinental en los EE.UU., el famoso *Orient Express* que unió París con Estambul, y los primeros barcos de vapor facilitaron y estimularon los viajes entre distintos países y continentes.

*La Revolución Industrial*

El siglo XX trajo consigo una importancia cada vez mayor del transporte a motor por carretera y del transporte aéreo. Respecto al desarrollo del primero, su impacto completo no se sintió hasta pasada la II Guerra Mundial, a partir de los años 50, en los que el automóvil empezó a ser accesible a un amplio segmento de la población y se convirtió en un medio de transporte necesario para cualquier persona. Ello provocó el aumento inmediato del turismo nacional, dada la facilidad que suponían los desplazamientos dentro del propio país y el uso cada vez más generalizado del automóvil.

*Siglo XX: importancia del transporte por carretera y aéreo*

El desarrollo de la aviación, tras su comienzo con los dirigibles, recibió un gran impulso con la guerra y, poco a poco, debido a las continuas mejoras tecnológicas en muy diversos campos fue ocupando el puesto de los barcos y otros medios de transporte en los desplazamientos de larga distancia.

Por lo tanto, según evidencia la historia, la aparición de nuevos medios de transporte más rápidos, cómodos y seguros, fue determinante en el crecimiento ascendente del turismo, de forma que la aparición de nuevos destinos ha ido siempre emparejada a la aparición de nuevas rutas y medios de transporte con los que poder acceder a ellos. Por ello, se

puede afirmar que el desarrollo de ambos sectores, el sector turístico y el del transporte, se halla íntimamente ligado y sigue un proceso paralelo y de mutua influencia.

### 5.3 Los diferentes medios de transporte

*Elementos del sector transporte*

Según Burkart y Medlik (1981) el sistema de transporte se puede analizar en función de tres partes:

- El medio: rutas aéreas controladas, rutas marítimas, canales, carreteras, vías de ferrocarril, autopistas.
- El vehículo: aviones, barcos, trenes, autobuses, vehículos privados.
- Terminales: aeropuertos, estaciones marítimas o puertos, estaciones de trenes, estaciones de autobuses, garajes, aparcamientos.

Los medios de transporte fundamentales son:

a) **Transporte aéreo:** Líneas aéreas regulares de larga distancia que operan redes que trasladan a la mayoría de los viajeros de larga distancia, con cualquier motivación, alrededor del mundo y ofrecen un variado rango de tarifas promocionales para viajes de ocio de clase económica.

Líneas aéreas regulares de medio y corto recorrido que operan en redes que sirven mayoritariamente a viajes de negocios y otras modalidades no de ocio.

Líneas chárter de corto o largo recorrido que operan redes de viajes turísticos de toda clase y son, a veces, compañías subsidiarias de líneas regulares, o pertenecientes a un tour operador. Dominan el tráfico aéreo europeo de corto alcance por motivos vacacionales.

b) **Transporte marítimo:** Los *ferries* operan redes regulares o cortas rutas marítimas, sirviendo como extensión de las carreteras: están principalmente diseñados para transportar coches, autocares y camiones.

Los cruceros chárter sirven como *resorts* flotantes, con un importante mercado en los E.E.U.U.

c) **Ferrocarril:** Los servicios regulares de tren cuyo uso turístico está limitado principalmente a servicios regulares interurbanos para todo tipo de viajes.

d) **Autobús:** El autobús regular de uso turístico está circunscrito principalmente a servicios interurbanos, sirviendo esencialmente a viajes no profesionales.

El autobús chárter o de alquiler incluye *tours* con autocar y transporte de larga distancia en autobús a *resorts*, y son un elemento significativo de vacaciones de paquete organizado. Los autocares son también importantes para los desplazamientos desde el *resort* para *transfers* y excursiones.

e) **Transporte privado:** Los automóviles privados y los coches de alquiler son los medios dominantes del turismo nacional, en visitas de un sólo día o excursiones recreativas, y en viajes internacionales en la Europa continental. El alquiler de coches cumple el papel de transporte privado sustitutorio y está ligado con otros operadores del transporte, tour operadores y hoteleros.

f) **Autocares:** Para hacer un recorrido general por las ciudades turísticas.

Normalmente, como apuntan Cooper *et al.* (1993), la elección de un medio de transporte u otro dependerá de varios factores como el tiempo disponible para viajar, la distancia a recorrer, la importancia que se le dé al confort y a la seguridad, el precio de los distintos servicios entre los que se pueda elegir, las combinaciones existentes, etc. La decisión variará dependiendo de las características personales de cada viajero (Ver Figura 5.2).

*Factores determinantes de la elección de los medios de transporte*

**Figura 5.2:** Visitantes entrados en Cataluña según medios de transporte utilizados.

	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>% VARIACIÓN 1996/1995</b>	<b>DIFERENCIA</b>
Ferrocarril...	643	658	2,3	14,6
Puertos marítimos...	157	208	32,4	50,9
Aeropuertos...	1.734	2.034	7,3	299,8
Carretera...	13.884	13.885	-0,2	-29,8
<b>TOTAL</b>	<b>57.263.531</b>	<b>55.330.716</b>	<b>3,5</b>	<b>1.932.635</b>

**Fuente:** Direcció General de Turisme de Catalunya.

Por último, cada medio de transporte tiene unas distancias aproximadas en las que su efectividad y competitividad son máximas:

- Coche y autobús: hasta 1000 kilómetros
- Ferrocarril: entre 200 y 500 kilómetros
- Barco: hasta 300 kilómetros
- Avión: más de 1000 kilómetros

### **5.3.1 Transporte por carretera**

#### *a) Automóvil:*

El automóvil ofrece una larga lista de ventajas que le colocan en una de las principales posiciones entre los distintos medios (Ver Figura 5.3).

*Ventajas*

- Flexibilidad. El conductor controla el itinerario a seguir, las horas de salida y llegada, puede parar cuantas veces quiera y puede transportar a más personas por menos dinero que en otros medios de transporte. Permite asimismo un viaje de puerta a puerta, llevar mucho equipaje y ofrece movilidad dentro del propio destino.
- Economía. En comparación con otras formas de transporte, el coste es bajo.
- Innovaciones tecnológicas. Se consiguen mejoras continuas a nivel de seguridad, consumo e infraestructuras viarias, que reafirman el liderazgo de este medio.

Además, es uno de los pocos medios de transporte que permite disfrutar de formas de alojamiento como la caravana, o la tienda *trailer*. Por estas razones, el automóvil es el medio de locomoción más comúnmente utilizado en el turismo nacional. Concretamente, en EE.UU. representa el primer medio de transporte interno utilizado con fines vacacionales.

*Negocio de alquileres de coche*

Precisamente, la gran utilización de este medio de transporte por los turistas ha potenciado el auge del negocio de alquiler de automóviles, que se ha convertido en un sector destacado dentro de la industria turística mundial, con elevados ingresos y con la presencia de compañías multinacionales (AVIS, HERTZ, BUDGET, etc.) en casi todos los países.

*b) Autobús:*

*Ventajas*

En cuanto a los autobuses, actualmente representan una opción importante para los desplazamientos de larga distancia por carretera, ya que sus costes son aún más bajos que los del automóvil, al ser más numerosos los pasajeros. Tiene las ventajas de ser muy flexible por su fácil acceso a las urbes y asequible a todos los segmentos de población.

*Autobuses regulares y chárter*

Hay que distinguir entre los autobuses con rutas regulares y los autobuses chárter, que como los aviones, ofrecen un paquete turístico en el que el precio incluye transporte, alojamiento y comidas principales.

### **5.3.2 Ferrocarril**

*Actualmente caída de su importancia*

A principios de siglo, la estación del ferrocarril representaba el núcleo de muchas comunidades. Los tendidos originales se desplegaban intentando suplir, básicamente, necesidades industriales. Más tarde, el tren comenzó a utilizarse asimismo por motivos vacacionales, fomentando el desarrollo de los primeros balnearios y *resorts* costeros. Sin embargo, la importancia del ferrocarril empezó a disminuir con la utilización



masiva del automóvil, dada la escasa flexibilidad que ofrecía aquél respecto a este último. Después de la Segunda Guerra Mundial, apareció un nuevo competidor, el avión, sobre todo para largas distancias.

En Europa, debido a la gran densidad de población y a la proximidad de muchas de las ciudades más importantes, el tren sigue siendo, a pesar de todo, una opción importante, fomentada por avances tecnológicos que han permitido el desarrollo de trenes de alta velocidad que, como indica su nombre, permiten alcanzar una mayor velocidad y reducir la duración del viaje (AVE en España, TGV en Francia, etc.). Sin embargo, la utilización del tren se encuentra a bastante distancia de la del automóvil y la del avión, los dos medios más elegidos para los desplazamientos a nivel mundial.

Una de las características fundamentales del ferrocarril es su capacidad para poder constituir la razón de un viaje y no tan sólo el medio para realizarlo, como es el caso de los productos específicamente diseñados para ello (el famoso *Orient Express* o los trenes turísticos recuperados en España como el *Limón Express* en la Costa Blanca).

*Importante característica*

Por otra parte, está adquiriendo mayor importancia la utilización de los *trenes-hotel* para itinerarios largos, que suelen viajar de noche, cenando en el lugar de origen y desayunando en el lugar de destino, con lo que se duerme durante el recorrido disfrutando de todo tipo de servicios y comodidades. Para ello, se han llegado a realizar acuerdos entre compañías ferroviarias de diferentes países para la comercialización de este tipo de trenes, ya que al ser recorridos largos traspasa incluso las fronteras entre países. Es el caso de las colaboraciones entre la SNCF francesa, la FS italiana, la CFF suiza, la CP portuguesa y la compañía RENFE española para operar los trenes-hotel Talgo.

*Trenes-hotel*

Como ya se ha mencionado anteriormente, los avances tecnológicos operados en este medio de transporte han fomentado su mayor utilización. Así, la aparición de los trenes de alta velocidad, básicamente dirigido al sector de los negocios, abre la posibilidad de reducir el tráfico en las carreteras y, también, descongestionar los aeropuertos al ofrecer un medio substitutivo al del avión. La gran velocidad de estos trenes puede hacer que se considere como distancia idónea entre ciudades hasta 1.000 kilómetros, con un día de viaje. En un futuro próximo podrían ser competidores de los vuelos de corta y media distancia.

*Trenes de alta velocidad*

Otro resultado de la tecnología es el Eurotúnel que atraviesa el Canal de la Mancha, desde Calais hasta Folkestone, comunicando las ciudades de París y Londres. Este túnel permite atravesar el Canal sin dejar

*Eurotúnel*

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 Rin 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.

*Influencia de los vuelos chárter en los paquetes turísticos*

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%.

*Desregularización*

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.

*Vuelos regulares*

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*.

*Vuelos chárter*

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.

*Problemas de los vuelos chárter*

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.

*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.

*Libertades  
del aire*

**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.

*Movimiento de  
globalización y  
concentración*

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).

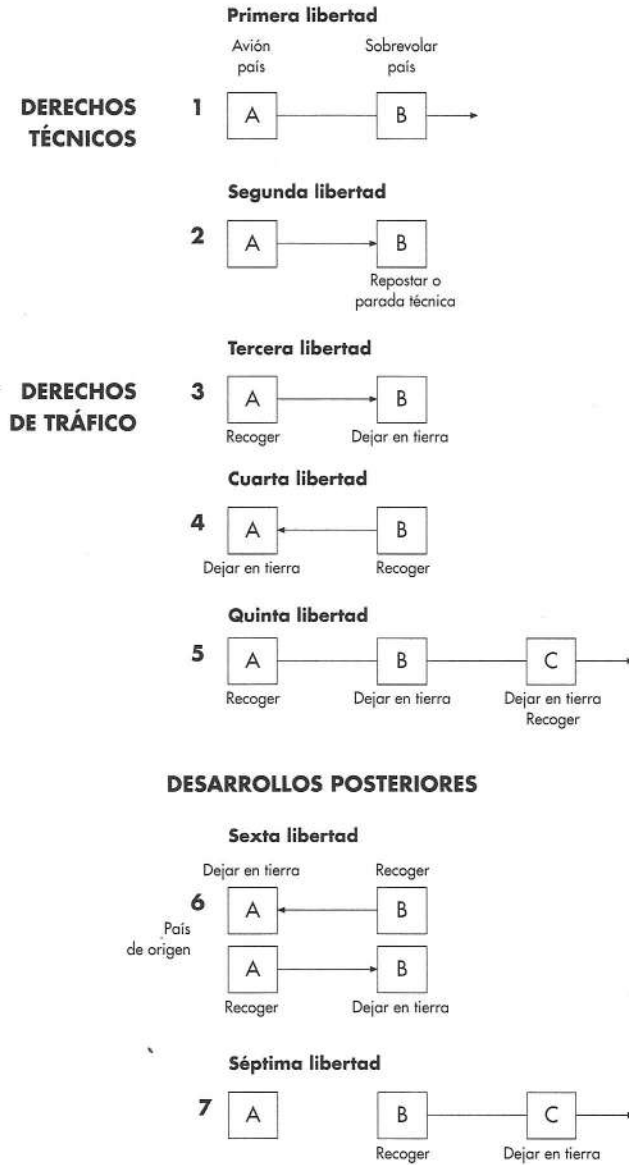
*Importancia de  
los avances  
tecnológicos*

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.

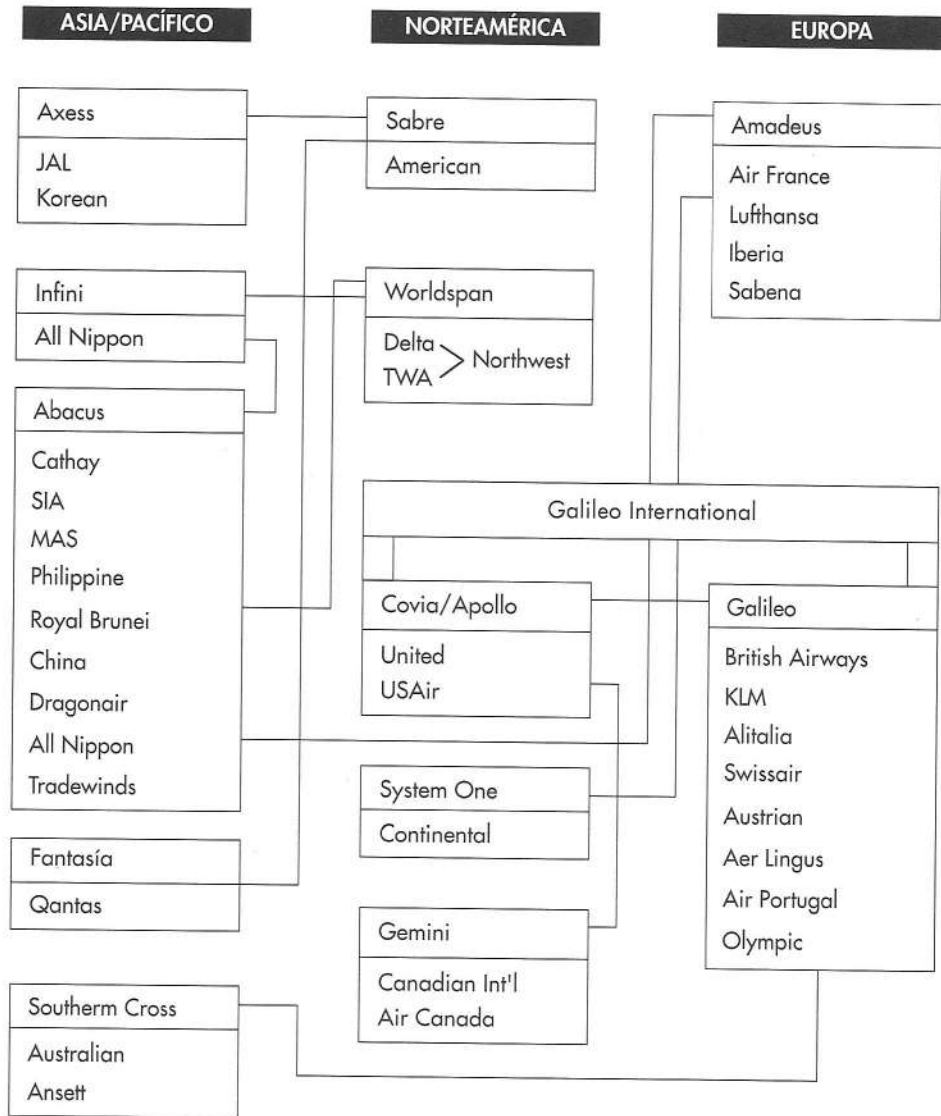
Figura 5.4: Las cinco libertades del aire de la Convención de Chicago de 1944.



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