

**altamira**

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

# **GRADO EN TURISMO**

## **Trabajo Fin de Grado**

**Curso académico 2014/15**

**AUTOR:**

**MARTÍN DAMALIA, ANA**

**TITULO:**

**IMPACTO DE LA COMPAÑÍA DE BAJO COSTE RYANAIR EN EL  
SECTOR TURÍSTICO DE CANTABRIA**

**IMPACT OF THE LOW COST AIRLINE RYANAIR ON THE  
TOURISM INDUSTRY IN CANTABRIA**

**DIRECTOR:**

**ESQUIVIAS SÁINZ-PARDO, ANTONIO**



**altamira**

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

# GRADO EN TURISMO

## Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2014/2015

Fecha de entrega: 17/09/2015

---

**AUTOR: MARTÍN DAMALIA, ANA**

**TITULO: IMPACTO DE LA COMPAÑÍA DE BAJO COSTE RYANAIR EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CANTABRIA.**

**DIRECTOR: ESQUIVIAS SÁINZ-PARDO, ANTONIO**

---

**TRIBUNAL:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

---

*En Santander a:*

## **AGRADECIMIENTOS**

A lo largo de este curso, han sido muchas las personas que me han ayudado y sobre todo, apoyado en la realización de este Trabajo Fin de Grado.

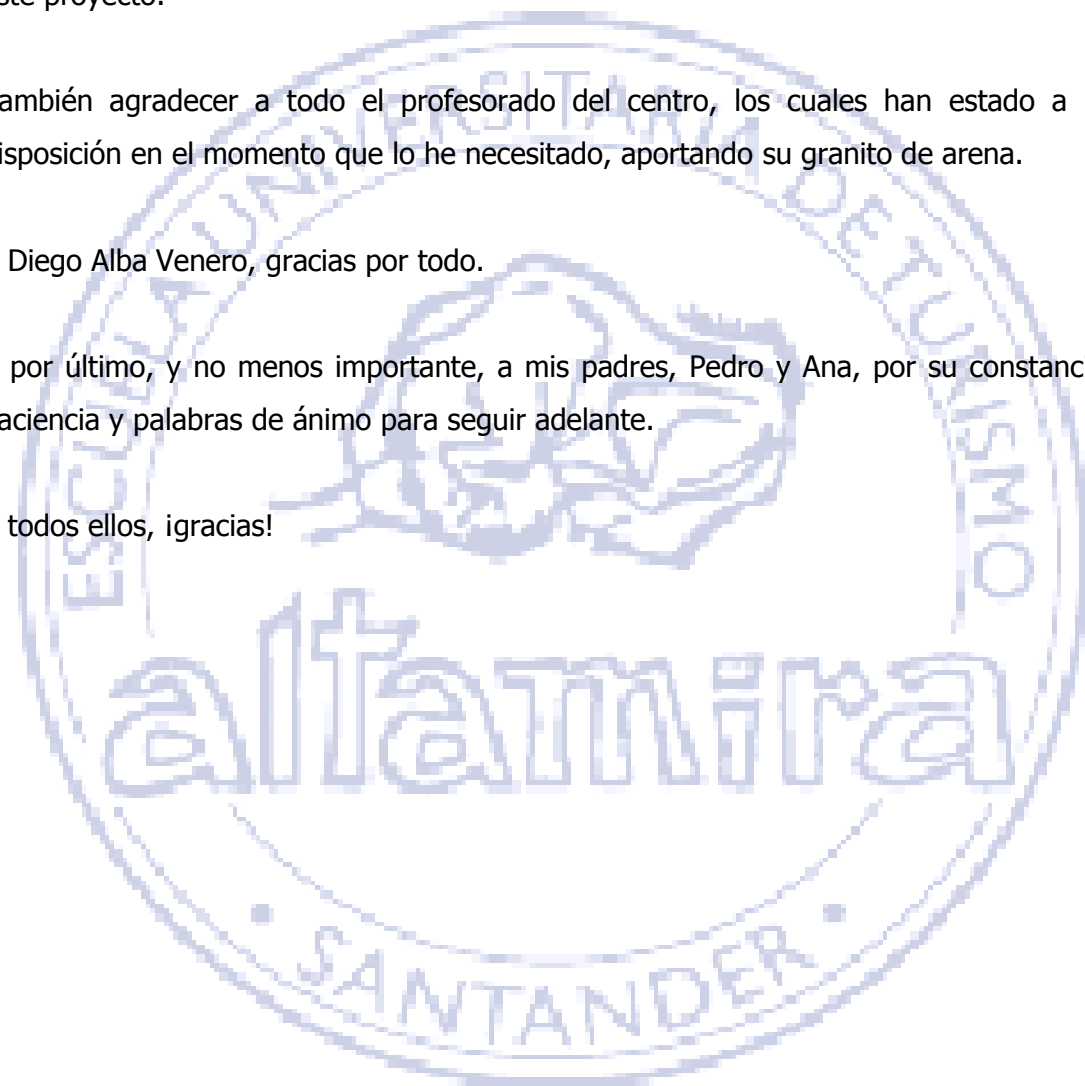
En primer lugar, mi director, Antonio Esquivias Sáinz-Pardo, quien me ha aportado ideas, dado palabras de ánimo y dedicado su tiempo para conseguir sacar adelante este proyecto.

También agradecer a todo el profesorado del centro, los cuales han estado a mi disposición en el momento que lo he necesitado, aportando su granito de arena.

A Diego Alba Venero, gracias por todo.

Y por último, y no menos importante, a mis padres, Pedro y Ana, por su constancia, paciencia y palabras de ánimo para seguir adelante.

A todos ellos, ¡gracias!



## RESUMEN

Un buen medio de transporte es el avión. Los motivos para elegirlo sobre el resto de opciones pueden ser variados: comodidad, rapidez, cercanía, frecuencia e incluso costo. Sí, costo. En más de una ocasión, comparando alternativas para viajar a un destino, he comprobado que volar era más barato que otros medios. Esto se debe a que las compañías aéreas Low Cost nos acercan destinos a un precio económico.

En la actualidad, un importante número de usuarios del transporte aéreo prefieren prescindir de ciertos servicios ofrecidos por las compañías tradicionales, y de este modo pagar menos por sus billetes. Prueba de ella es ver cómo crece el número de usuarios de la compañía irlandesa, pasando en 10 años de 4 a 40 millones de pasajeros.

Ryanair es una compañía aérea de bajo coste, de origen irlandés, que desde la última década ha ido consagrándose como una de las aerolíneas punteras a la hora del transporte de pasajeros por Europa. Pese a su política restrictiva y poco personalizada y de sus numerosos detractores, cada vez más personas se animan a "volar barato".

Dicha compañía recibe dinero de diversos gobiernos y organismos oficiales para incentivar el desplazamiento de viajeros.

Mediante un sondeo realizado en el aeropuerto de Parayas (Cantabria), llevo a cabo un estudio sobre los pasajeros de la compañía "low cost", con la finalidad de conocer los posibles beneficios que los vuelos de la compañía puede aportar a la comunidad autónoma de Cantabria, estableciendo si la inversión de dinero público revierte de una manera apreciable en el sector turístico regional.

Palabras clave.

Aeropuerto, AKO, compañía aérea de bajo coste, subvención, flota, aerolínea, turoperador.

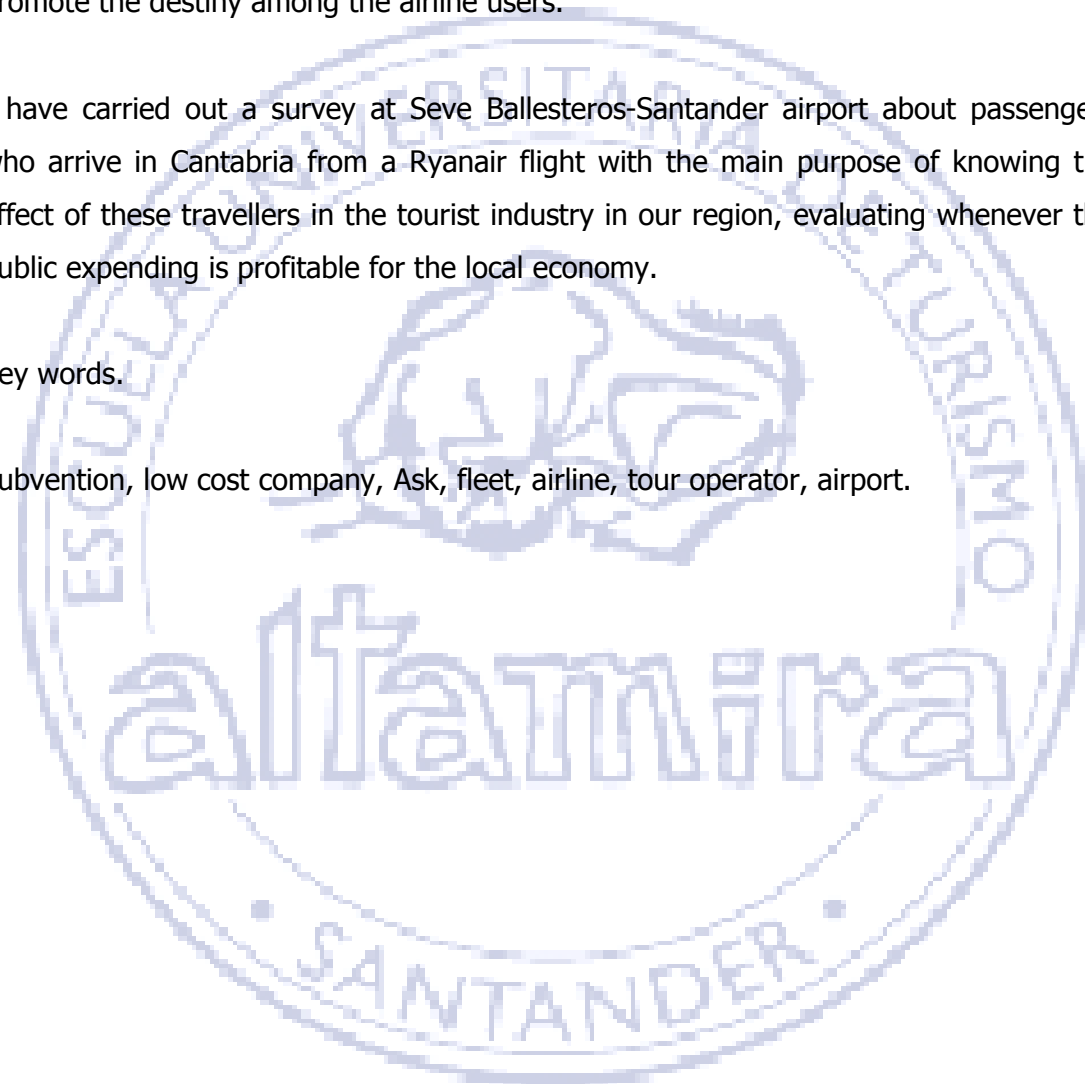
**ABSTRACT.**

Ryanair is an Irish low cost airline, which, from the last decade, has grown as one of the most important low cost companies in Europe. Despite his restrictive policy and the fact that the most of the people speaks badly about it, the Irish company gets more clients every year. One of the main sources of funding of Ryanair is the public money (from local governments and other official institutions) gathered with the objective of promote the destiny among the airline users.

I have carried out a survey at Seve Ballesteros-Santander airport about passengers who arrive in Cantabria from a Ryanair flight with the main purpose of knowing the effect of these travellers in the tourist industry in our region, evaluating whenever the public expending is profitable for the local economy.

Key words.

Subvention, low cost company, Ask, fleet, airline, tour operator, airport.



## ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	2
1. INTRODUCCIÓN .....	6
1.1 FINALIDAD Y MOTIVOS .....	9
1.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO .....	10
Aeropuerto de Parayas. Historia y evolución. ....	10
EL AEROPUERTO HOY .....	15
1.3 SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN A TRAVÉS DE LOS AÑOS .....	16
1.4 OBJETIVOS Y PREGUNTAS QUE PRETENDO CONTESTAR EN EL TRABAJO .....	18
2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO .....	19
3. LAS COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE (CBC).....	21
3.1 ¿Qué son las compañías de bajo coste? .....	21
3.2 Origen de las compañías de bajo coste .....	25
4. RYANAIR LTD.....	27
4.1 ¿Qué es Ryanair? .....	27
4.2 Ryanair en Cantabria .....	29
5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO. ....	32
6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS .....	46
7. BIBLIOGRAFÍA .....	54
8. TABLA DE CONTENIDOS .....	58
8.1 Índice de ilustraciones .....	58
8.2 Índice de gráficos.....	58
8.3 Índice de tablas .....	59
9. ANEXOS NUMERADOS .....	60
Anexo 1. Modelo de encuesta realizado en el aeropuerto .....	60
Modelo a) idioma: español. ....	60
Modelo b) idioma: inglés.....	63
Anexo 2. Noticia referente a la inauguración de Ryanair.....	66
Anexo 3. Folleto de Cantabria en español.....	68
Folleto promocional.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

Es bien sabido por todos que el transporte aéreo ha sufrido una gran evolución a lo largo de las últimas décadas. Este desarrollo ha permitido conectar a ciudadanos de todo el mundo y permitir el libre movimiento de éstos, favoreciendo así el conocimiento de otras culturas, crecer como personas y brindando oportunidades que no podrían limitarse sólo a nuestras fronteras.

No se equivocaron aquellos que apostaron por que Cantabria contara con un aeropuerto capaz de gestionar todo tipo de tráficos comerciales, ya que en la actualidad, sabemos que dichas infraestructuras actúan como elementos dinamizadores de la competitividad y de mejora de la cohesión social y territorial, convirtiéndose en un soporte necesario para el desarrollo de la industria turística.

Una de los principales motivos para este avance en las comunicaciones viene dado por la aparición de las *compañías aéreas de bajo coste*, que con su política de precios bajos ha permitido que personas que antes no podían permitirse viajar a cortas y medias distancias, puedan hacerlo, así como que los antiguos usuarios de compañías tradicionales, se decanten por las "low cost" y hagan un uso más frecuente del avión.

No cabe duda que el advenimiento de las aerolíneas de precios bajos ha popularizado este medio de locomoción, revolucionado el mercado del transporte de pasajeros. En España, ya son varias las compañías que operan en vuelos tanto domésticos como internacionales a precios reducidos: Vueling, Easy Jet, Ryanair, Volotea... Pero es el caso de Ryanair la que afecta directamente a nuestra región y el principal objetivo de este estudio.

Ryanair Ltd. es una compañía aérea de bajo coste, con sede en Irlanda. Basa su política, entre otros aspectos, en los precios reducidos de los billetes, el ahorro a la hora de la facturación (se realiza online) y en las estrictas condiciones para el transporte de equipaje.

A través de la aerolínea irlandesa podemos acceder a muchas ciudades Europeas por precios muy económicos, las ciudades en las que opera la compañía irlandesa por países son:

- Alemania: Berlín, Bremen, Colonia, Düsseldorf, Fráncfort, Hamburgo y Múnich.
- Austria: Salzburgo.
- Bélgica: Bruselas.
- Bulgaria: Plovdiv.
- Chipre: Pafos.
- Croacia: Zadar
- España: Barcelona, Alicante, Fuerteventura, Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca, Santander, Santiago de Compostela, Sevilla y Tenerife.
- Estonia: Tallin.
- Francia: Biarritz, Brest, Burdeos, Carcasona, Estrasburgo, Grenoble, La Rochelle, Marsella, Nantes, Paris, Perpiñán, Poitiers y Tours.
- Grecia: Atenas, Corfú, Rodas, Salónica y Zakynthos.
- Hungría: Budapest.
- Irlanda: Cork, Dublín, Kerry y Shannon.
- Italia: Alguer, Bolonia, Cagliari, Catania, Milán, Parma, Pisa, Roma y Venecia.
- Letonia: Riga.
- Malta: Malta.
- Marruecos: Fez y Marrakech.
- Montenegro: Podgorica.
- Noruega: Oslo.
- Países Bajos: Eindhoven.
- Polonia: Cracovia y Varsovia.
- Portugal: Algarve y Oporto.
- Reino Unido: Birmingham, Bristol, Edimburgo, Glasgow, Liverpool, Londres, Manchester y Newcastle.
- República Checa: Praga.
- Suecia: Estocolmo, Gotemburgo, Malmo y Skelleftea.



Ilustración 1. Mapa de rutas de Ryanair



Fuente: [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)

Como podemos comprobar los países más transitados por la compañía irlandesa son Reino Unido, España e Italia.

Desde el año 2004, el Gobierno de Cantabria mantiene un contrato de promoción turística con la compañía irlandesa. Mediante dos empresas públicas, (Sociedad Regional Cántabra de Turismo, CANTUR y Sociedad para el Desarrollo de Cantabria, SODERCAN), Cantabria subvenciona, con una generosa cuantía, a la compañía de bajo coste.

Respecto a la cantidad que aporta el Gobierno de Cantabria, cabe aclarar que ha sido imposible conocer la cuantía de dicha subvención.

En un comienzo, se realizó una labor de investigación en fuentes de Internet (hemerotecas, BOC, AENA...) sin obtener ningún tipo de información al respecto.

Posteriormente, envié un correo electrónico a la Consejería de Turismo, explicando el motivo de mi consulta y solicitando una posible fecha para reunirme con algún miembro de CANTUR. Tras no recibir respuesta, hubo un segundo intento por el cual, a día de hoy, se continúa a la espera de contestación.

Con la llegada de Ryanair, ha aumentado el número de turistas que llegan a nuestro aeropuerto. Este aumento en la llegada de turistas gracias a la CBC <sup>1</sup>es algo que los hoteleros suelen recibir con alegría, pues pueden mejorar sus cifras y reducir su dependencia del turoperador. Aunque no hay que olvidar que gracias al dinero público de un territorio se están subvencionando también los viajes en avión de los residentes locales.

La finalidad de esta subvención por parte del Gobierno Regional, es la de promocionar Cantabria como destino turístico en distintos puntos de la geografía nacional e internacional pero, ¿hasta que punto se cumple este objetivo?

## **1.1 FINALIDAD Y MOTIVOS**

A continuación se presenta el Trabajo Fin de Grado (TFG) "EL IMPACTO DE LA COMPAÑÍA DE BAJO COSTE RYANAIR EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CANTABRIA" de la Escuela Universitaria de Turismo Altamira del curso 2014/2015. La finalidad de este Trabajo Fin de Grado es analizar y comprobar, mediante una encuesta previamente realizada, hasta qué punto es beneficioso para Cantabria que la compañía de bajo coste Ryanair opere desde el aeropuerto Seve Ballesteros-Santander.

Se ha elegido esta temática por el claro cambio que experimentó el aeropuerto cántabro con la llegada de la CBC y el notable aumento del tráfico aéreo del mismo. Fue este motivo el que derivó en plantear si este incremento de pasajeros "low cost" suponía un beneficio económico para la industria turística regional.

Desde 2004, año en que la compañía empezó a operar en nuestra región, ha habido numerosos detractores a la vez que defensores.

Partiendo de la base de que la aerolínea irlandesa recibe una subvención anual por parte del Gobierno regional y que el volumen de pasajeros del aeropuerto corresponde en un 20% a compañías tradicionales frente a un 80% de la compañía de bajo coste, considero que es necesario analizar la repercusión que ejerce la compañía al sector

---

<sup>1</sup> CBC: siglas correspondientes a Compañía de Bajo Coste.

turístico de Cantabria, en contraposición al dinero que el ejecutivo invierte en costear Ryanair.

En primera instancia, existían tres requisitos fundamentales que debía cumplir un destino para que la "low cost" pudiera tener base en su aeropuerto.

En primer lugar, el aeropuerto debía recibir menos de un millón de pasajeros al año

Además, tras este análisis, trataré de buscar soluciones para la baja repercusión de la low cost en el sector turístico de nuestra región. Para ello, partiendo de la experiencia y conclusiones que saco tras la elaboración del sondeo, plantearé determinadas acciones que ayudarían a fomentar el tránsito de viajeros que utilicen estos vuelos y elijan Cantabria como destino vacacional.

## **1.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO.**

A continuación se presenta una reseña histórica del aeropuerto cántabro hasta la actualidad. Desde sus inicios en La Albericia hasta el reciente cambio de nombre a Seve Ballesteros-Santander.

### **Aeropuerto de Parayas. Historia y evolución.**

En 1910, se celebró en Santander el primer festival aéreo. En la zona de La Albericia se situaba el terreno empleado como campo de aviación, que posteriormente dio origen al primer aeródromo de la ciudad: en 1912, se instalaron dos hangares y se apisonó el campo de vuelo; y posteriormente, en 1913, se creó el Aeroclub Santanderino y se instauraron las Semanas Aeronáuticas.

Años más tarde, en 1921, Santander estuvo unida por vía aérea con Bilbao y Bayona mediante la Red de Hidroaviones del Cantábrico de la Compañía Franco Bilbaína de Transportes Aeronáuticos. Para permitir estas operaciones, se habilitó la bahía de Santander para la hidroaviación con carácter aduanero.

El aeródromo de La Albericia continuaba con su actividad pero tuvo de compartirla, durante los años 1936 y 1937, con un nuevo aeródromo llamado Pontejos o Rubayo, situado al este de la bahía. Tras la guerra civil, La Albericia comparte el escaso tráfico civil con la base militar allí instalada.

Ya en 1948, se abrió oficialmente al tráfico aéreo civil nacional e internacional de turismo y escalas técnicas comerciales. Paralelamente, la compañía Iberia comenzó los estudios para el establecimiento de una línea bisemanal de Madrid a Santander. Dicho vuelo tendría una duración de una hora y media y podría pasar a ser una línea diaria si el volumen del tráfico de pasajeros lo permitía. El principal objetivo de esta línea iba enfocaba más al turismo veraniego que al sector industrial y de negocios.

Dos años después, el 5 de julio de 1950 llegó a la Albericia el bimotor DC-3 de Iberia, que conectaba Santander con Madrid en un vuelo de una hora y veinte minutos de duración.

No obstante, debido a que La Albericia contaba con una serie de limitaciones, desde 1945 se venía pensando en construir un nuevo aeropuerto. Tras diversos estudios, se eligió como ubicación unos terrenos en Parayas, en el término municipal de Maliaño, a cuatro kilómetros al sur de la ciudad, al fondo de la bahía junto a las marismas de Raos.

El 25 de septiembre de 1953, coincidiendo con el cierre oficial del tráfico del Aeropuerto de La Albericia, se inaugura, a 5 kilómetros de de capital cántabra y al oeste de la bahía de Santander, el aeropuerto de Parayas. Se ubica en la localidad de Maliaño, en el municipio de Camargo.

El terreno que venía ocupando el aeródromo de La Albericia desde la primera década del siglo XX, fueron revertidos al Ayuntamiento de Santander por parte del Ministerio del Aire en 1960.

Ese mismo otoño, comenzó a estudiarse la posibilidad de prolongar la pista de vuelo por su cabecera noroeste aunque contaba con la dificultad que suponía el trazado del ferrocarril Santander-Bilbao. Finalmente, esta idea fue desestimada y el Ministerio del Aire acordó llevar a cabo dicha ampliación del campo de vuelo en dirección sureste,

aprovechando el cierre incompleto de las marismas de esta zona, cuyos terrenos eran de dominio público.

En el verano de 1954 (concretamente el 20 de junio) llegaron al puerto de Santander los primeros aviones a reacción que utilizaron el Aeropuerto de Parayas; tres reactores Lockheed T-33 que, tras su puesta a punto, despegaron con destino a Talavera la Real (base aérea del ejército del aire español situada en Badajoz, Extremadura).

Seguidamente, otros 15 aparatos modelo North America T-6 llegaron a Santander donde despegaron rumbo a la base aérea de Salamanca.

Ese mismo verano, se puso en marcha la concesión de los servicios de bar, restaurante y cantina en el aeropuerto, que atenderían las necesidades de los poco más del cinco mil pasajeros que hacían uso de las instalaciones.

Paralelo a la construcción de la cafetería, el restaurante y la cantina, se inició la pavimentación de la carretera de Santander al aeropuerto y a lo largo de 1954, 1955 y comienzos de 1956 se completaría el relleno de la marisma para la prolongación de la pista del aeropuerto.

Fue en 1959, un primero de diciembre, cuando se produciría un importante contratiempo para el aeropuerto. La marea rompió el muro de contención que cerraba las marismas y las aguas del Cantábrico inundaron las pistas y las dependencias de Parayas. Las inundaciones alcanzaron más de metro y medio de altura en el campo de vuelo. El recinto aeroportuario sufrió gravísimos daños. Tras este incidente, el aeropuerto se vio obligado a cerrar sus puertas hasta el 1 de abril de 1960, una vez construido un dique capaz de aguantar las embestidas del mar.

Ilustración 2. Inundación del aeropuerto. Año 1959.



Fuente: "Por los cielos de la Montaña. Historia de los aeropuertos de Cantabria".

En 1965, el aeropuerto de Parayas cambió definitiva y oficialmente su nombre al de "Aeropuerto de Santander".

En 1967, se instaló un destacamento del Servicio Aéreo de Rescate y el aeropuerto comenzaba a quedarse pequeño. De este modo, 1973, decidió llevarse a cabo una importante reforma. La pista fue ampliada hasta los 2400 metros de longitud y se iniciaron las construcciones de un nuevo edificio terminal, un centro de emisores, un edificio contra incendios, una central eléctrica y una nueva torre de control. Las obras finalizaron en 1976 con el balizamiento de la pista, la iluminación de la plataforma de estacionamiento, un hangar para helicópteros, la estación depuradora de aguas y la instalación de un radiofaro de OM. El importe de dicha ampliación fue de 222 millones de peseta por el campo de vuelo y 209,5 millones de pesetas el nuevo edificio terminal. El renovado aeropuerto se reinauguró el 8 de agosto de 1977.

Ilustración 3. Panorámica del aeropuerto en el año 1977.



Fuente: "Por los cielos de la Montaña. Historia de los aeropuertos de Cantabria".

En 1986, tras varias medidas liberalizadoras por parte de la Comisión Europea, el volumen de vuelos que operaban desde Cantabria comenzó a aumentar progresivamente. Se establecieron algunos vuelos a la capital inglesa, que han continuado durante los años posteriores.

En 1989, la compañía Oasis hizo su aparición en el aeropuerto de Parayas, operando vuelos no regulares fletados por el IMSERSO<sup>2</sup>. Ese mismo año, la aerolínea Wertz Air comenzó negociaciones para empezar a volar a Santander.

Ya en la primavera de 1996, la compañía Prima air establece nuevos vuelos que comunican la capital cántabra con Santiago. Y otra empresa, en este caso Futura, estudia la realización de otras conexiones: Palma de Mallorca y Tenerife.

Este mismo año, Air Nostrum permite conectar Cantabria con Valencia y Mahón (Menorca) mediante una rápida conexión en el aeropuerto de Barajas (Madrid).

---

<sup>2</sup> IMSERSO: Instituto de mayores y servicios sociales.

En años posteriores, Air Nostrum continuaría con vuelos no regulares y chárter y se incorporaría a la flota Spanair, con vuelos regulares diarios.

Ilustración 4. Fachada del aeropuerto en la década de los 90.



Fuente: "Por los cielos de la Montaña. Historia de los aeropuertos de Cantabria".

Ilustración 5. Interior del aeropuerto en la década de los 90.



Fuente: "Por los cielos de la Montaña. Historia de los aeropuertos de Cantabria".

## EL AEROPUERTO HOY

A partir de la década de los 2000, en aeropuerto ha ido sufriendo progresivos cambios, consecuencia de la llegada de la compañía irlandesa a la terminal cántabra. Ampliación de las instalaciones e incremento de servicios y negocios son los principales cambios que ha experimentado a partir del año 2004.



La última novedad, data de abril de 2015 cuando el aeropuerto de Parayas pasa a denominarse Aeropuerto Seve Ballesteros-Santander. Este hecho se da como consecuencia de un pequeño homenaje al internacional golfista cántabro, fallecido en 2011 por parte de la comunidad autónoma cántabra.

Ilustración 6. Fachada exterior del edificio terminal con torre de control al fondo.



Fuente: AENA.

### 1.3 SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN A TRAVÉS DE LOS AÑOS

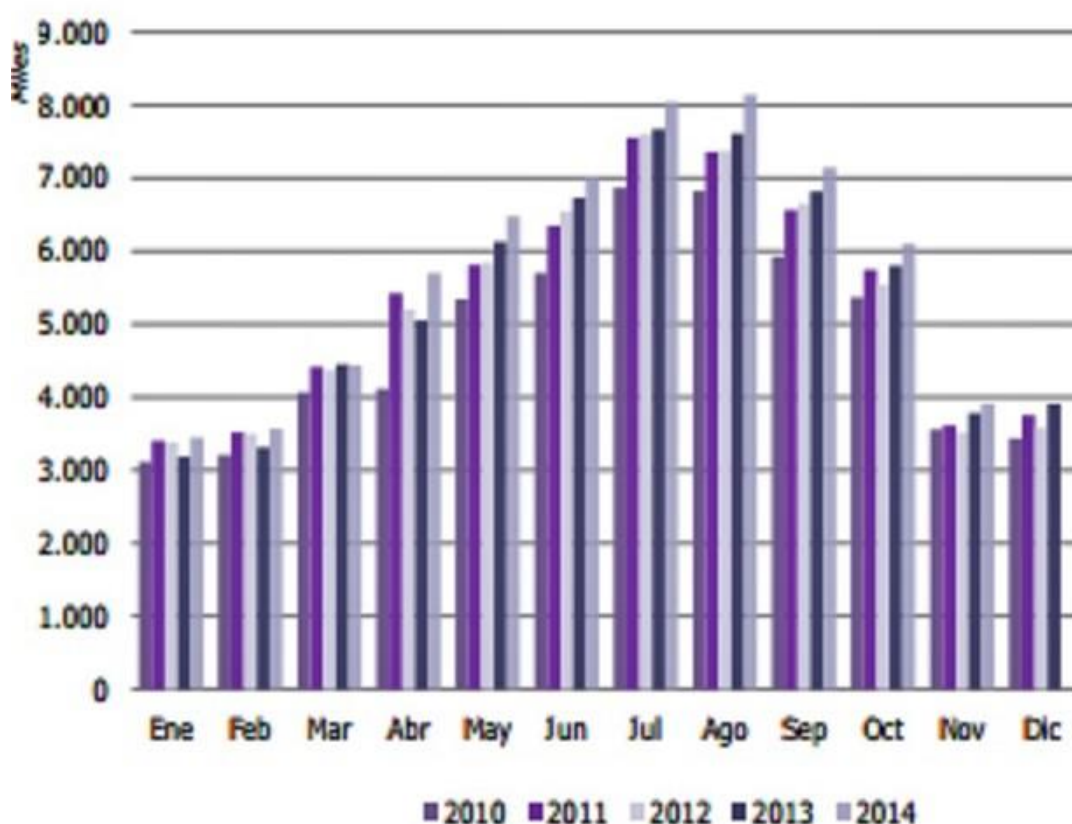
Según un estudio realizado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña), donde se cuantifica el número de pasajeros procedentes del extranjero que llegan a España en compañías aéreas de bajo coste (CBC), se obtiene una clara conclusión. Como vemos en el cuadro, en la actualidad, casi el 50% de los pasajeros que llegan a España por vía aérea lo hacen mediante una low cost. Esto es algo muy significativo, ya que con los años han ido fidelizando clientes e incorporando otros nuevos, y esto es un hecho que está en constante incremento.

El pasado mes de Noviembre, los aeropuertos españoles recibieron 3,9 millones de pasajeros con procedencia internacional (un 3,3% más que un año antes). Las compañías de bajo coste transportaron el 45,4% de los pasajeros, registrando un

avance del 9,6%, frente a las aerolíneas tradicionales, que movieron al 54,6% de los turistas (experimentando una reducción del -1,4% respecto al mismo mes de 2013).

Ryanair, junto con EasyJet y Vueling lideran el ranking de llegadas por medio de CBC, reuniendo entre las tres el 68% de los movimientos de pasajeros originados por este tope de compañías. Además, aglutinan el 31% del total del flujo aéreo internacional recibido en España.

Gráfico 1. Llegadas de pasajeros a España en compañías aéreas de bajo coste, según meses, entre los años 2010-2014.



Fuente: Turespaña a partir de los registros administrativos de Aena.

Como se observa claramente, coincidiendo así en los cuatro años, existe medio año (de mayo a octubre) en el que el tráfico de pasajeros aumenta de manera significativa. Así mismo, las cifras más elevadas corresponden a los meses estivales.

En el periodo enero-noviembre del 2014 llagaron a España cerca de 64 millones de pasajeros internacionales, un 5,7% más que en 2013 (AENA<sup>3</sup>, 2015).

El 80% del total del flujo provino de la Unión Europea. El tráfico de pasajeros de CBC experimentó una expansión (10,3%) notablemente superior al de las compañías tradicionales (1,8%).

Tabla 1. Comparativa de la compañías del aeropuerto Seve Ballesteros-Santander. Año 2014.

NOMBRE COMPAÑÍA	Pasajeros												
	Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<input checked="" type="checkbox"/> RYANAIR LTD.	596.201	23.351	17.750	20.579	62.157	60.094	67.833	78.747	79.302	71.098	60.629	28.285	26.396
<input type="checkbox"/> AIR NOSTRUM L.A. MEDITERRANEO	143.230	9.460	10.484	12.208	10.613	12.637	14.353	13.640	8.403	13.145	13.658	13.094	11.535
<input type="checkbox"/> VUELING AIRLINES, S.A.	49.820	2.456	2.600	3.659	3.636	3.127	4.111	6.159	8.090	4.284	4.069	4.449	3.180
<input type="checkbox"/> IBERIA	15.075	--	--	96	1.161	1.629	1.796	1.850	2.024	1.887	1.697	1.587	1.358
<input type="checkbox"/> AIR EUROPA	2.803	--	322	1.071	1.410	--	--	--	--	--	--	--	--
<input type="checkbox"/> EVELOP AIRLINES S.L.	2.719	--	266	1.063	1.390	--	--	--	--	--	--	--	--
<input type="checkbox"/> VOLOTEA, S.L.	1.164	--	--	98	--	--	--	--	--	--	--	--	1.066
<input type="checkbox"/> PRIVILEGE STYLE, S.A.	1.009	--	--	593	--	--	--	416	--	--	--	--	--
<input type="checkbox"/> AVIACION PRIVADA	856	20	3	40	40	61	94	149	156	95	97	34	67
<input type="checkbox"/> EASYJET AIRLINE CO. LTD.	316	--	--	149	--	167	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: AENA.

## 1.4 OBJETIVOS Y PREGUNTAS QUE PRETENDO CONTESTAR EN EL TRABAJO.

1. ¿Es beneficioso para Cantabria que opere Ryanair en nuestra región?
2. ¿Se promociona suficientemente, y de manera efectiva, Cantabria en los destinos que conecta Ryanair con la región?
3. Posibles soluciones para una mejor promoción de la región cántabra en destino/origen.
4. Ryanair está transformando los destinos españoles. ¿Para bien o para mal?

<sup>3</sup> AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

## 2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

Para llevar a cabo el estudio "afección de los pasajeros de la compañía aérea de bajo coste Ryanair en el aeropuerto Seve Ballesteros-Santander" se ha realizado un estudio mediante encuestas (fuente de recopilación de la evidencia empírica primaria) en el periodo de Semana Santa de 2014 (del 14 al 20 de abril). Durante esta semana, y previamente habiendo recopilado la información de horarios de vuelos que me iban a interesar, se acudió al aeropuerto sistemáticamente, media hora antes de la llegada de cada avión.

El área donde se ha realizado la labor, ha sido la zona de llegadas, de tal manera que una vez los pasajeros entraban en dicha zona era fácil tener acceso a ellos y poderles preguntar.

Para poder efectuar el sondeo, se precisó de la autorización de Aena<sup>4</sup>, presentando para ello un documento firmado y sellado por la Escuela Universitaria de Turismo Altamira, acreditando la veracidad de que dichas encuestas son para mi Trabajo Fin de Grado.

Finalizada la semana, se cuenta con 64 encuestas cumplimentadas. Son viajeros que llegan a Cantabria desde diferentes puntos de España, Europa y el resto del mundo tales como Inglaterra o Italia en el contexto europeo, Madrid o islas Canarias en el territorio nacional y Maldivas en el caso más internacional.

A la hora de la elaboración de las cuestiones, no se planteó un reparto homogéneo de la muestra debido a que la misma, no alcanza un número lo suficientemente amplio como para segmentar los resultados.

La encuesta fue realizada en dos idiomas: español e inglés.

De este modo, la encuesta consta de 10 preguntas, siete de ellas cerradas y las 3 restantes de respuesta abierta (lugar de procedencia, localidad a donde se dirigen y

---

<sup>4</sup> Aena: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

número de noches que van a pernoctar en Cantabria). Se puede clasificar el sondeo en 3 grupos de preguntas:

- Sociodemográficas; donde recopilo información sobre el perfil del turista que llega a Cantabria. En este apartado se incluyen la pregunta 1, 2 y 3 de la encuesta referentes al sexo, al intervalo de edad de los encuestados y a su lugar de procedencia.
- Organización del viaje; sirven para perfilar las características del viaje organizado por los participantes del estudio. En esta segunda parte del estudio se encuentran las preguntas correspondientes al motivo del viaje, lugar donde se va a pernoctar, número de noches, tipo de alojamiento elegido, medio de transporte utilizado, y si tiene prevista la salida a comer o cenar fuera del alojamiento.
- Gasto y valoración; este último apartado de la encuesta proporciona la información necesaria para conocer de forma estimada el gasto medio en el lugar de destino del viajero que llega al aeropuerto de Cantabria. Por último, obtengo una valoración (de forma gradual desde "muy bien" hasta "muy mal") del vuelo, la compañía aérea y el aeropuerto.

Dentro del sondeo, existe una pregunta excluyente (la número 4). En este caso, se cuestiona acerca de la motivación del viaje, cual es la finalidad del viajero para su llegada a Cantabria. Las opciones dadas son: trabajo, turismo, salud/relax, visita a familiares y/o amigos, otros y "la finalidad del viaje no es Cantabria". Si la respuesta a esta pregunta es esta última, en este caso la encuesta finalizada ya que el turista va a alojarse, comer, hacer uso de medios de transporte... en otra región y no entraría dentro del tipo de muestra que me interesa para mi estudio.

## 3. LAS COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE (CBC)

### 3.1 ¿Qué son las compañías de bajo coste?

Las CBC <sup>5</sup>o "low cost" son compañías aéreas que ofrecen plazas a unos precios más económicos de los habituales en este sector, principalmente porque operan en aeropuertos secundarios y son muy restrictivas en cuanto al equipaje.

Estos billetes no suelen permitir cancelaciones y en el caso de las modificaciones, suelen ir acompañadas de una elevada penalización (en ocasiones superior al propio precio del billete).

Un aspecto que inquieta a muchos usuarios del transporte aéreo es el de si las compañías de bajo coste cumplen los requisitos de seguridad al igual que las tradicionales. La respuesta es sí. Desde el punto de vista de mantenimiento, las CBC son tan seguras como cualquier otra aerolínea. Tras el Convenio de Chicago de 1944, se estableció que cada Estado sería responsable de la supervisión de la aeronavegabilidad de toda la flota matriculada en el territorio nacional. El citado certificado, no sólo incluye el certificado de tipo del avión, además debe comprobar que dicho avión cumple con las necesidades, requisitos y condiciones para volar de forma segura.

Por este motivo, cada Estado realiza un seguimiento de los planes de mantenimiento de cada compañía, sin depender de si es una de bajo presupuesto o convencional.

Requisitos para volar con una compañía de bajo coste:

- Son muchas las personas que optan por llevar solo lo imprescindible en su equipaje de mano. De hecho, hacerlo para evitar el pago por facturación de maleta es una medida de ahorro, pero solo cuando sus dimensiones y su peso son los reglamentarios y estipulados por dichas compañías. Las medidas aceptadas por estas aerolíneas son: 55x40x20 cm (alto, largo, ancho) y el peso varía entre los 5 y 10 kilos. La penalización por superar estos límites supera, en muchas ocasiones, el precio pagado por el billete.

---

<sup>5</sup> CBC: Abreviatura de "Compañías de Bajo Coste"

-

Es imprescindible a la hora de tener claro el concepto de low cost y su área de influencia, conocer las principales diferencias y particularidades que ofrecen en relación a las compañías tradicionales.

A continuación, se muestra una comparativa entre las compañías aéreas tradicionales y las compañías aéreas de bajo coste.

**Tabla 2. Principales características. (Tipo de viaje demandado, tipo de cliente y canales de distribución).**

Compañías tradicionales	Compañías de bajo coste
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajeros de negocios o turismo de fin de semana/ocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajeros altamente sensibles al precio, tanto de negocios como de turismo o visitas a amigos y familiares.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente valora principalmente la amplitud de horarios, la flexibilidad de tarifas, los programas de fidelización y el nivel de servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los principales aspectos de relevancia para el cliente son el precio y la oferta de destinos, mientras que el nivel de servicio no es un concepto relevante.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución multicanal (agencias de viaje, Internet, Global Distribution Systems, etc...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución principalmente a través de Internet.</li> </ul>

Fuente: Estructuras de oferta en transporte aéreo: modelos punto a punto y de red. Harvard Deusto Business Review, nº 179, mayo 2009, pp. 42-50.

**Tabla 3. Comparativa entre el modelo de negocio de las compañías aéreas tradicionales y las compañías low cost.**

	Compañías tradicionales	Compañías <i>low cost</i> .
Aeropuertos utilizados	Principales.	Secundarios.
Reservas	Internet, AAVV, GDS <sup>6</sup> , etc.	Básicamente, Internet.
Clases	Business y turista.	Única.
Facturación	Anticipada	En el aeropuerto.
Destinos	Medio y largo radio.	Medio radio.
Flota	No es posible unificar, debido a las diferentes necesidades de alcance (distancia) y calibre (densidad de la ruta).	Única.
Servicio a bordo	Gratuito en Business y en largo radio de turista.	De pago.
Gestión de incidencias (conexiones, anulaciones, equipaje...)	Gestión directa y tratando de ser lo más eficiente posible.	Menos dedicación de recursos.
Gestión de ingresos	Se realiza tratando de maximizar el ingreso por AKO <sup>7</sup> de la red.	Se realiza tratando de maximizar el ingreso por AKO de la ruta.
Precio ofrecido	En general, estructura más simple de cara al pasajero.	En general, deben sumarse cargos por medio de pago, equipaje para facturar (en revisión), preacceso al avión, reserva de asiento, etc.
Negocio de carga	Considerado, en mayor o menor medida, según la compañía.	Obviado. Sólo utiliza las bodegas para equipaje.
Otros negocios auxiliares	Alguna participación, dependiendo de la compañía, como puede ser	Acude al outsourcing de forma prioritaria. Trata de maximizar ingresos a

<sup>6</sup> GDS: abreviatura de Global Distribution Systems.

<sup>7</sup> AKO: Asientos por kilómetro ofrecidos; medida de homogeneización de la oferta en el sector.



	catering, mantenimiento, etc.	través de productos y servicios a bordo y en la red.
Ayudas públicas	De más difícil gestión, en caso de que exista.	Se realizan normalmente como campañas de publicidad y/o comunicación.
Estructura de red	Mercado	Punto a punto.

Fuente: Estructura de oferta en transporte aéreo: modelos punto a punto y de red. Harvard Deusto Business Review, nº 179, pp 42-50.

Es muy frecuente entre los usuarios del transporte aéreo la pregunta de por qué los vuelos "low cost" son más baratos que los de las compañías tradicionales, si ambas aerolíneas son igual de seguras. Los precios más económicos de las compañías de bajo coste se deben a varios factores que expongo a continuación:

- La formación de los pilotos y el trabajo de los mecánicos son más sencillos, esto es debido a que las compañías de bajo coste cuentan con un mismo modelo de avión en toda su flota. De esta manera, se consigue minimizar gastos en el mantenimiento y reparación de los aviones así como en la instrucción de la tripulación
- Operan desde aeropuertos secundarios como medida de reducción de gastos (suelen ser pequeños, con poco volumen de vuelos y se suelen situar cercanos a importantes núcleos urbanos). El aspecto menos positivo es que suele ser habitual tener que realizar otro viaje (coche, autobús o tren) desde el aeropuerto hasta poder llegar a la ciudad.
- Las compañías bajo coste venden directamente los billetes, de esta manera, no precisan de empresas de intermediación (ejemplo de las agencias de viaje) y reducen nuevamente en costes. Además, lanzan sus ofertas mediante Internet y emiten billetes electrónicos en lugar de en formato papel.

- Únicamente realizan trayectos de punto a punto (sin escalas). Esto les permite reducir el tiempo en el que los aviones están parados en tierra (menos de 30 minutos) enlazando unos trayectos con otros y por lo tanto aumentar el número de vuelos: a mayor número de vuelos, mayor beneficio para la empresa.
- Las CBC no ofrecen servicios a bordo de manera gratuita (comida, bebida...); todo servicio que del que el usuario quiera disponer durante el vuelo, deberá ser abonado en el momento que lo solicite. No hay comidas ni bebidas gratuitas, y lo que el pasajero desee tiene que abonarlo aparte.
- El equipaje de mano permitido no puede superar los diez kilos de peso y sus dimensiones no deben exceder de 55x40x20 centímetros. Asimismo, hacen un uso escaso de los programas de fidelización de clientes (como las tarjetas de puntos).
- Los asientos en los vuelos low cost no están numerados, con lo cual, el pasajero irá eligiendo asiento en función de lo que vaya quedando libre en el momento que entre en el avión. Con esto, la compañía puede reducir la cantidad de personal necesario en cada vuelo.

### **3.2 Origen de las compañías de bajo coste**

Hasta la década de los 80, prácticamente todas las compañías de aviación eran compañías punteras, es decir, "empresas estatales con monopolio<sup>8</sup> en el mercado interno de transporte aéreo y dónde únicamente encontraban una ligera competencia en los vuelos internacionales, normalmente con la compañía bandera del país de destino". (GARCÍA PÉREZ, A. 2005, p.65)

Esto daba como resultado que los pasajeros pagasen precios elevados, muy por encima del coste real del billete, recibiendo un servicio de calidad durante el vuelo,

---

<sup>8</sup> Monopolio: Situación en el mercado en la que la fabricación y/o comercialización de un bien o un servicio está en manos de una única empresa. Esto determina de manera significativa las condiciones en que otras personas tendrán acceso a ese bien o servicio.

tanto en las tarifas más caras como en las más económicas. Estos servicios eran, por ejemplo, comida caliente a bordo y la proyección de películas durante el trayecto.

Pero fue a partir de esta década cuando el sector aéreo comenzó a liberalizarse y empezó a aparecer competencia entre aerolíneas. Las nuevas compañías emergentes llevaron una política de reducción de precios para captar posibles clientes pero manteniendo las condiciones y servicios de las compañías tradicionales.

Dentro de nuestras fronteras, esta novedad provocó que compañías extranjeras comenzaran a operar en nuestro país y originó la aparición de nuevas empresas, como fue el caso de Air Europa o Spanair.

Tras este cambio, las aerolíneas tradicionales tuvieron que adaptarse a la reducción de precios de las nuevas compañías. Hubo quien supo adaptarse correctamente, incluso llegando a obtener beneficios en tiempos complicados para el sector, como fue el caso de Iberia. Otras, rozaron el límite de la bancarrota (ejemplo: Olympic o Alitalia) e incluso las menos afortunadas, desaparecieron (Swissair o SABENA) ante la gran competencia presente en aquellos años.

Fue entonces cuando el mercado norteamericano fue pionero en ver como comenzaban a surgir nuevas empresas con precios ridículamente bajos, comparados a lo que se había visto hasta la fecha. Un ejemplo fue el de Southwest. Por suerte para las recién incorporadas, tuvieron una buena acogida por los usuarios, confiando en sus servicios a pesar de la reducción de costes y dicho tipo de compañía fue creciendo de manera rápida.

Tuvieron que pasar varios años para que el fenómeno de los vuelos low cost llegara a Europa. Las empresas que innovaron con este tipo de tarifas reducidas fueron la irlandesa EasyJet y la irlandesa Ryanair, objetivo del presente Trabajo Fin de Grado.

## 4. RYANAIR LTD

### 4.1 ¿Qué es Ryanair?

En el año 1985, se funda Ryanair Ltd. Compañía aérea de origen irlandés por el empresario Anthony Ryan. Actualmente, bajo el control de Michael O'Leary, consejero delegado de la aerolínea, es considerada la aerolínea de vuelos de bajo coste más importante de Europa, con más de 1600 vuelos diarios (lo que se traduce en, alrededor del medio millón anual).

Une 180 destinos diferentes a través de 29 países y cuenta con una flota de 800 aviones.

Respecto al volumen de personal que emplea, la aerolínea cuenta con más de 9000 trabajadores y se calcula que transporta mas de 81 millones de pasajeros al año.

Breve recorrido por la trayectoria de la compañía:

**Tabla 4. Ryanair a través de los años.**

Año	Acontecimiento
1985	Anthony Ryan funda la aerolínea. Primera ruta (mes de julio) de Waterford (Irlanda) a Londres (Inglaterra). Comienza su primera batalla de precios en Europa.
1986	Aumenta a dos sus rutas. Adquiere su primer avión a reacción.
1987	Amplía sus rutas a quince, con una nueva base (Lutton e Inglaterra).
1988	Aumento de la flota para poder ofrecer servicio en aeropuertos regionales. Dos nuevos destinos desde Dublín: Munich (Alemania) y Bruselas (Bélgica).
1989	Auge constante de la compañía.
1990	Obtiene un resultado negativo lo que provoca una reestructuración para subsanar las pérdidas (las cuales ascendían a 20 millones de libras).
1991	Guerra del Golfo: se colapsa el tráfico aéreo y reducción máximo de tarifas por parte de la aerolínea. Base principal de la compañía pasa a ser Londres-Stansted. Obtiene, por primera vez, un resultado positivo al finalizar el año.
1992	Reducción considerable de sus rutas pero, aun así, aumento significativo de

	los viajeros.
1995	Primera compañía irlandesa que opera a Londres.
1997	Reparto de acciones entre todos los empleados de la compañía.
	Según la Autoridad de Aviación Civil de Reino Unido, Ryanair es la aerolínea más puntual durante ese año.
1998	Aumento de destinos (por ejemplo Italia o Francia).
	Incorporación de nuevas naves modelo Boing737.
1999	Incorpora el primer avión nuevo a su flota.
2000	Creación de la página de reserva y compra de billetes de avión más grande de Europa: <a href="http://www.ryanair.com">www.ryanair.com</a>
2001	Implantación de la primera base en Europa continental: Bruselas (Bélgica).
	11 de Septiembre: atentados en Nueva York e importante aumento del precio del petróleo. Como consecuencia, notable descenso del tráfico aéreo.
2002	Frankfurt Hann se implanta como la segunda base en Europa continental y convirtiéndose estos vuelos, como los primeros lowcost del país alemán.
2003	Ryanair se hace con la aerolínea de bajo coste BuzzAirway por lo que empieza a operar en once nuevos aeropuertos franceses.
	Sustituye los viejos Boing 737-700 por Boing 737-800.
2004	Ryanair comienza a operar en España.
2005	Cuenta con la flota más moderna del mundo y es considerada una compañía que destaca por su indiscutible puntualidad.
	La compañía comienza a dar servicio de facturación en línea en todos sus vuelos.
2006	Apertura de una nueva base en española: Madrid.
	Primera aerolínea en no cobrar recargo por combustible.
2009	Ryanair cuenta ya con más de 940 rutas diferentes y cuenta con 41 bases repartidas por toda Europa.
2010	Incorpora nuevas bases, entre ellas las españolas en: Gran Canaria, Barcelona El Prat, Valencia, Sevilla, Lanzarote y Tenerife.
2011	Base en Palma de Mallorca entre otras nuevas por el territorio europeo.
2013	Al finalizar el año, la compañía cuenta ya con 68 bases y realizaba más de 1500 rutas.
2014	Continúa el crecimiento del tráfico de pasajeros y se amplian bases: Polonia (Varsovia y Gdansk) y Alemania (Colonia).

Fuente: Internet: "Análisis de las estrategias de negocio de Ryanair".

**Ilustración 7. Boeing 737-800**



Fuente: [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)

## **4.2 Ryanair en Cantabria**

El 20 de septiembre del año 2004 fue el punto de partida de la compañía irlandesa en la región cántabra. Los vuelos inaugurales pertenecieron a las rutas Santander-Londres y Santander-Roma. Para celebrar este comienzo, autoridades del gobierno como el, por entonces, presidente del Gobierno de Cantabria, Miguel Ángel Revilla y el consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Francisco Javier López Marcano, volaron hasta la capital italiana para dar por comenzada una nueva etapa en el marco del transporte aéreo cántabro. (Para mas información, ver Anexo 1).

Una de las principales consecuencias de que Ryanair comenzara a operar en el aeropuerto cántabro ha sido el incremento de negocios y servicios que ofrece al viajero.

Hasta el año 2004, el aeropuerto contaba con un solo bar. Este local se situaba en un posición intermedia entre la zona de llegadas y la zona de salidas.

Con la adhesión de la "low cost" a lo oferta aérea cántabra, se ha construido un bar self-service una vez se pasa la zona de control, en el área de salidas, exclusivo su

servicio para pasajeros. Ofrece referencias de las primeras marcas del mercado para todo aquel pasajero que necesito un servicio rápido en los minutos previos a subir al avión. Además, se mantiene el bar público de la zona exterior, habiendo sido modificada su localización al extremo derecho (zona de salidas) del aeropuerto.

Cuenta en la actualidad también con una tienda duty-free<sup>9</sup> donde se pueden adquirir, libre de impuestos, una amplia gama de productos de primeras marcas de perfumería, tabaco, bebidas, alimentación y souvenirs, además de un amplio espacio específico para productos típicos de la región. Esta tienda, de 97 metros cuadrados, se ubica en la zona de embarque y está inspirada en las cuevas de Altamira.

Otra innovación venida de la incorporación de los vuelos de la compañía de bajo coste a nuestra región fue la Oficina regional de turismo. Se sitúa en la zona de llegadas, y emplea a cuatro trabajadores encargados de promocionar y ayudar a todo aquel visitante que solicite información y asesoramiento para su estancia en Cantabria, en su primera toma de contacto con la región.

Destaca también, a raíz de la presencia de Ryanair, el servicio de Terravisión. Ofrece en el aeropuerto de origen la posibilidad de comprar billetes de autobús que, en destinos de la compañía irlandesa, unen el aeropuerto con la ciudad. Este servicio de encuentra ubicado en la planta 0, vestíbulo de salidas (previo al control de seguridad).

En la actualidad, el aeropuerto cántabro ofrece un total de 21 rutas de las cuales, Ryanair opera con los siguientes 16 destinos (ordenados alfabéticamente):

**Tabla 5. Ciudades de destino.**

Aeropuerto	Ciudad
El Prat	Barcelona
Charleroi	Bruselas
Dublín	Dublín
Dusseldorf-Weeze	Dusseldorf
Edimburgo	Edimburgo
Frankfurt-Hahn	Frankfurt
Gran Canaria	Gran Canaria

<sup>9</sup> Duty-free: Tienda libre de impuestos. comercios al por menor que no aplican impuestos ni tasas locales o nacionales.

Lanzarote	Lanzarote
Londres-Stansted	Londres
Málaga-Costa del sol	Málaga
Milán/Bérgamo	Bérgamo
Palma de Mallorca	Palma de Mallorca
Roma/Ciampino	Roma
Sevilla	Sevilla
Tenerife sur	Tenerife
Valencia	Valencia

Es la compañía que más pasajeros transporta desde Santander, que durante el pasado año fueron cerca de un millón, con un impacto económico de cerca de 120 millones de euros en la región.

A comienzos de 2.013 renovó el convenio publicitario que mantiene con el Gobierno, por una cantidad sin determinar, convenio que se mantiene hasta la actualidad.

Pero hasta llegar al año actual, la CBC ha sufrido una constante evolución en cuanto a volumen de pasajeros y vuelos operativos desde Cantabria.



## 5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO.

Como se observa en el primer gráfico, la muestra ha sido prácticamente igualada en cuanto a mujeres y hombres, siendo como resultado final que la encuesta ha sido respondida por un 51.6% de mujeres frente a un 48.4% de hombres.

Gráfico 2. Sexo.

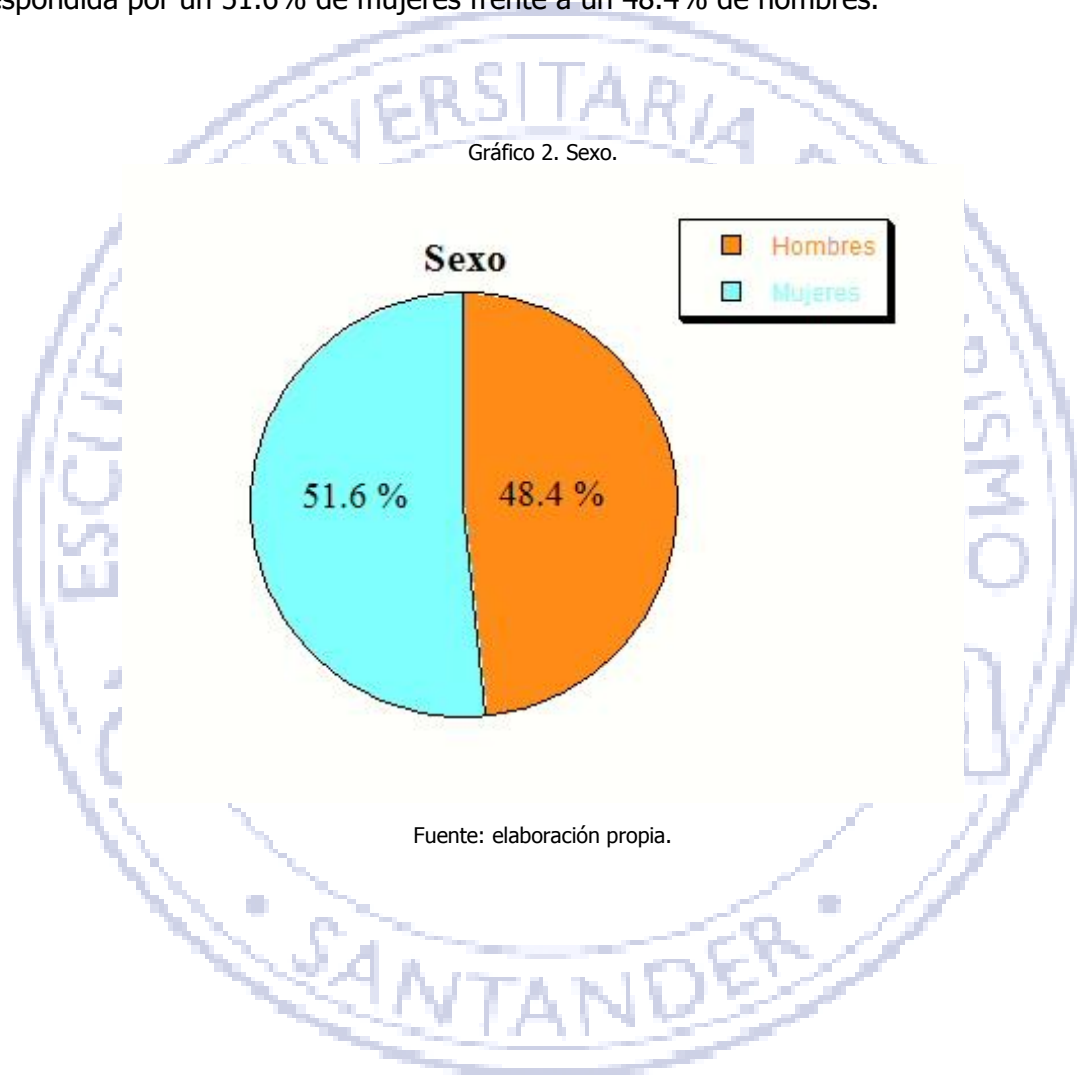
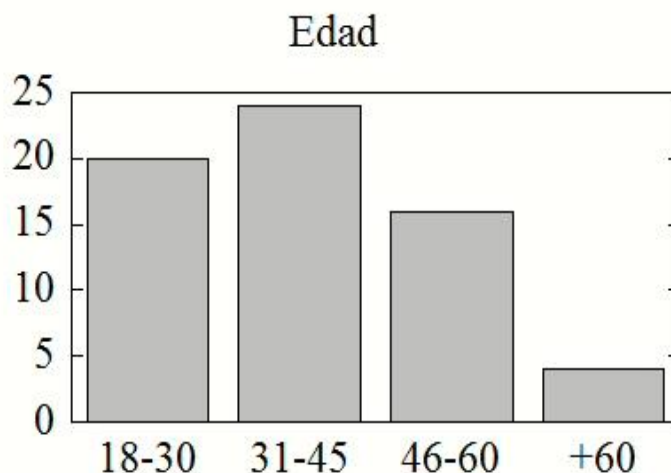


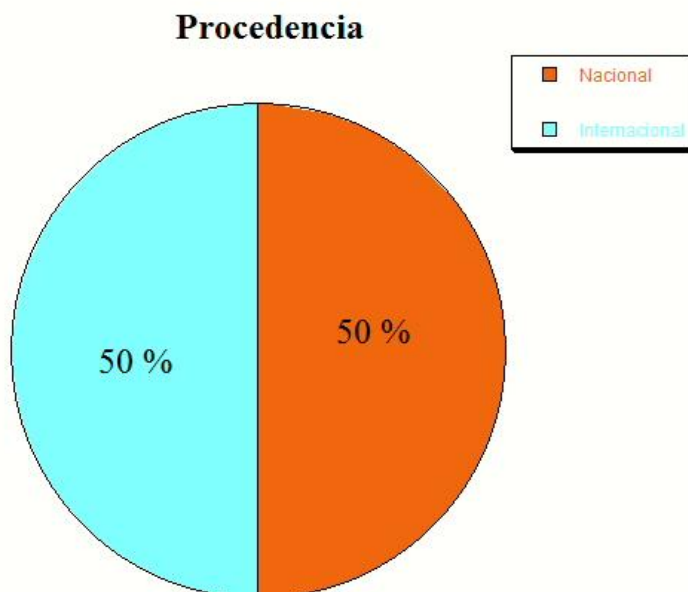
Gráfico 3. Edad.



Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, se muestra el diagrama de barras correspondiente a los intervalos de edad que comprenden las personas a las que se les ha sometido al sondeo. El intervalo con mayor índice de participantes es el comprendido entre los 31 a los 45 años, obteniendo un índice de participación de 24 personas.

Gráfico 4. Procedencia.

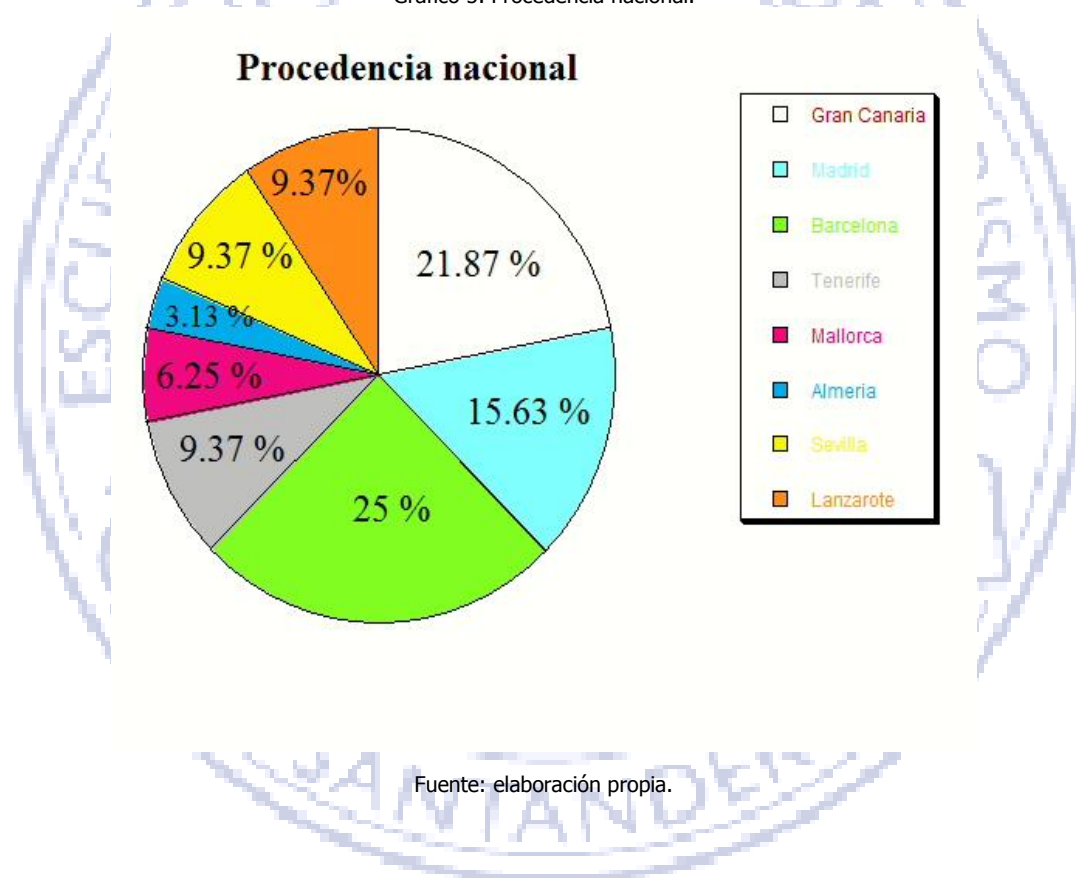


Fuente: elaboración propia.

Como ya indiqué anteriormente, en el apartado de Metodología, a la hora de elaborar la encuesta, no me planteé el hecho de hacer una selección de las personas a encuestar para así hacer un reparto más homogéneo. Esto es debido a que la muestra no era lo suficientemente amplia como para descartar posibles participantes. Ahora bien, como podemos ver en el gráfico de arriba, el 50% de los encuestados son de procedencia internacional y el otro 50% proceden de destinos domésticos.

A continuación, dentro del estudio de la procedencia, he dividido, dentro de los vuelos domésticos, por origen. Y el mismo proceso he seguido con los vuelos europeos.

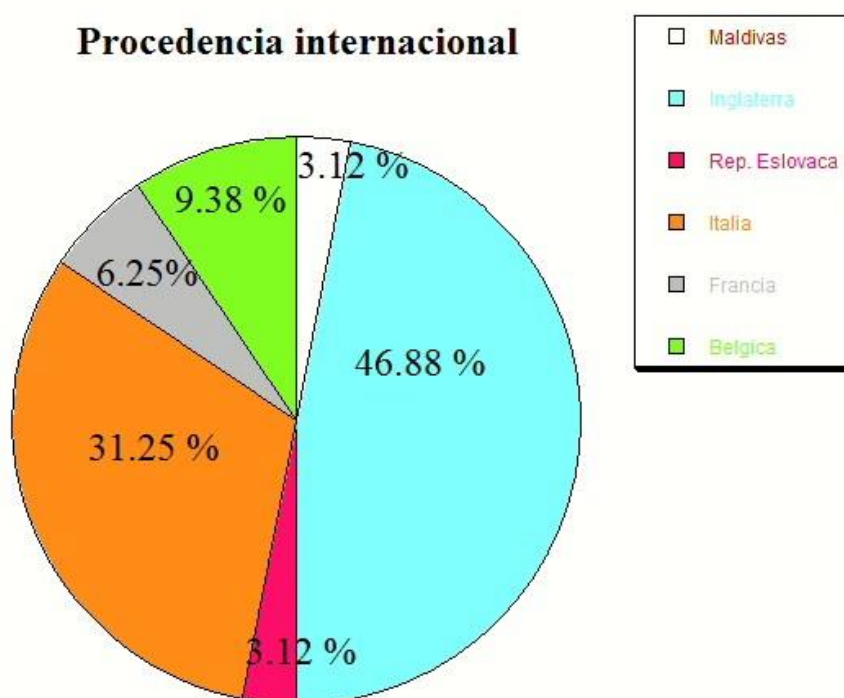
Gráfico 5. Procedencia nacional.



Dentro de los vuelos procedentes de otros puntos del país, se observa que un cuarto de la muestra total nacional procede de Barcelona, seguido por Gran Canaria que ocupa un 21'87% de la muestra.

Gráfico 6. Procedencia internacional.

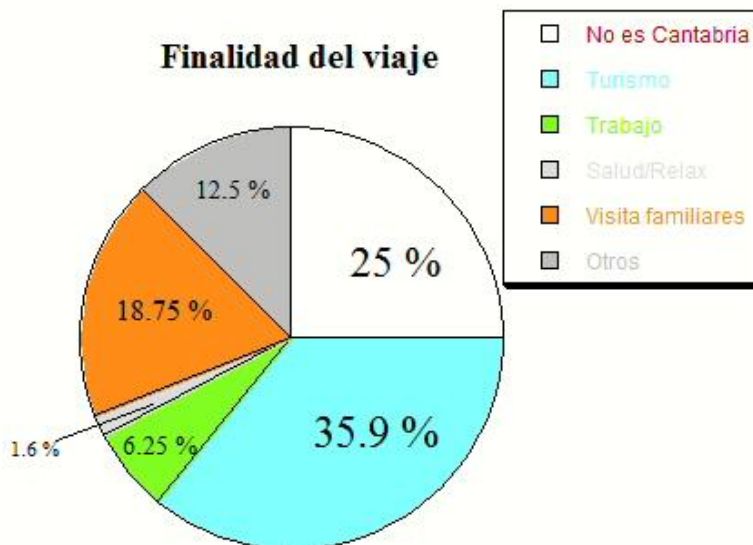
### Procedencia internacional



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la procedencia internacional, no hay que olvidar, que pese a que en el estudio aparezcan participantes de la República Eslovaca o de Maldivas, todos ellos han llegado a Cantabria procedentes de un vuelo de origen europeo. Teniendo en cuenta este aspecto, casi la mitad de la muestra (46.88%) provienen de Inglaterra (Londres-Stansted). En segundo lugar, los italianos (Roma-Ciampino) son los viajeros que eligen Cantabria como aeropuerto de destino, ocupando un 31.25% del total del estudio. Las otras cuatro procedencias se reparten más equitativamente (Francia, Bélgica y otros destinos internacionales).

Gráfico 7. Finalidad del viaje.



Fuente: elaboración propia.

En el estudio de la motivación del viaje es donde encontramos que la pregunta es excluyente para aquellos viajeros que respondan que la finalidad de su viaje no es Cantabria. Se observa que un cuarto del muestreo total, ha aterrizado en el aeropuerto de Cantabria, pero una vez que ha aterrizado, continúa el viaje hacia otra región. Este tanto por cierto es el que no continuará respondiendo las preguntas de la encuesta correspondientes a la segunda parte "organización del viaje" finalizando su participación en el estudio con la última pregunta de valoración del vuelo, la compañía y el aeropuerto.

Continuando analizando el resultado, destaca que casi el 36% de las personas que viajan a Cantabria exclusivamente, lo hacen con el fin de hacer turismo. Otro resultado destacable es el de los viajeros que vienen a Cantabria con motivo de visitar a familiares y amigos, coincidiendo en la mayoría de los casos con cántabros que trabajan en otros países.

Gráfico 8. ¿Pernocta en Cantabria?

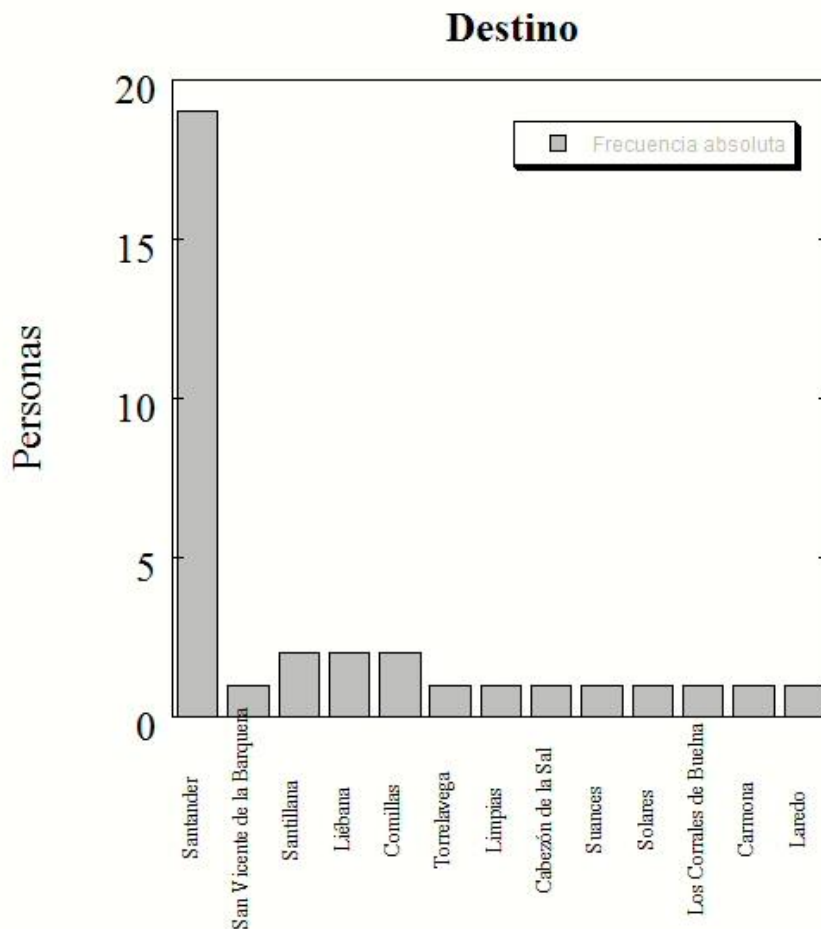


Fuente: elaboración propia.

La pregunta de si pernocta en Cantabria o no es una de las más significativas del estudio ya que casi la mitad de la muestra (46.87%), son pasajeros que aterrizan en el aeropuerto Seve Ballesteros-Santander pero que, o no van a dormir ni una sola noche en la región, o bien son residentes, con lo cual los descarto a la hora de hacer el estudio de la organización de su viaje.

A continuación, los gráficos reflejan los resultados únicamente sobre los 34 viajeros que van a pernoctar en la región, sin que sea Cantabria su lugar habitual de residencia.

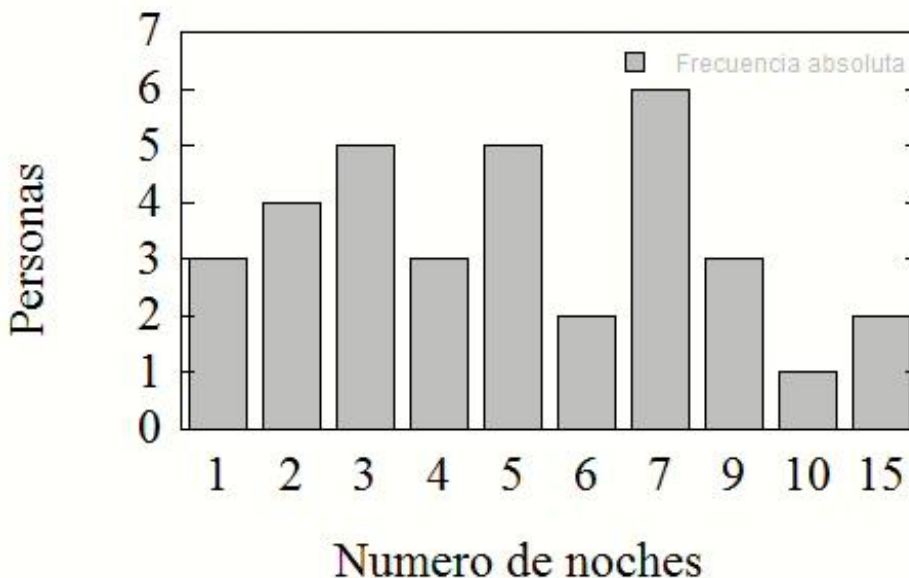
Gráfico 9. Destino.



Fuente: elaboración propia.

Observamos que de las 34 personas que responden la encuesta al completo, 18 tienen como lugar de destino la capital de la región, Santander. Los otros 16 participantes eligen diferentes destinos, donde Santillana del Mar, Liébana y Comillas son los más demandados.

Gráfico 10. Número de noches.

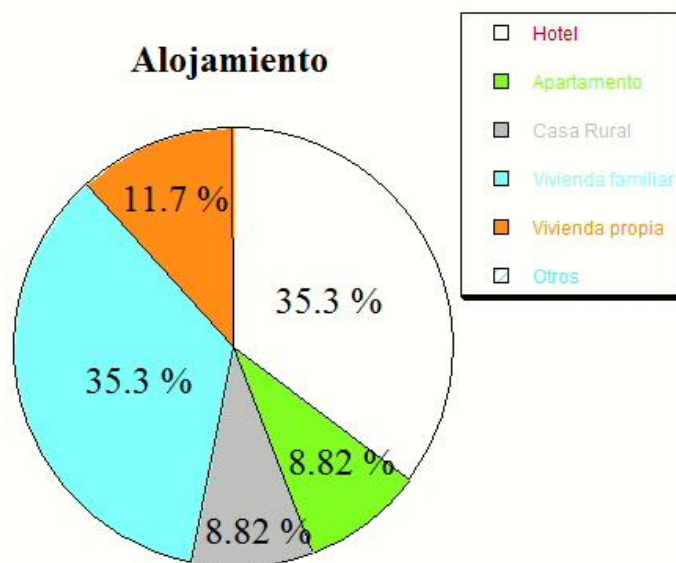


Fuente: elaboración propia.

Se observa en la gráfica correspondiente al número de noches que la mayor parte de la muestra, permanecen en Cantabria una semana entera (siete noches), seguido de los turistas que deciden pernoctar en la región tres y cinco noches. En términos generales, se puede ver que una tercera parte del total del muestreo acota su estancia a una semana o menos, destacando solo seis personas que alargan su visita a nueve, diez y quince días.



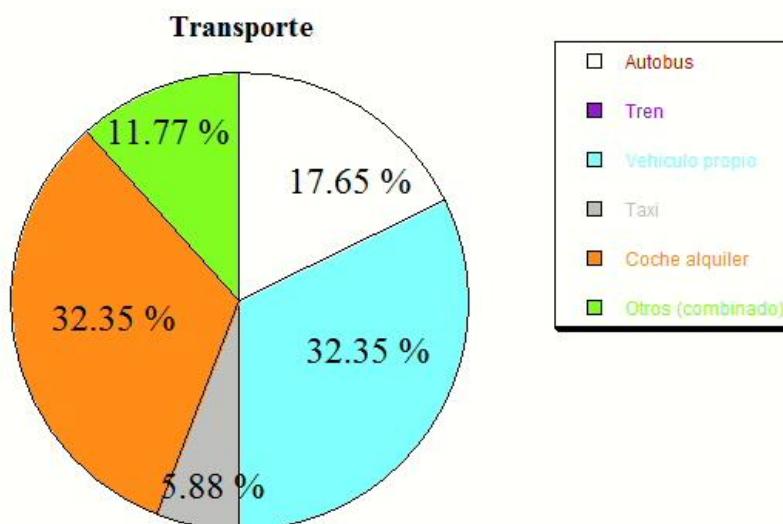
Gráfico 11. Alojamiento.



Fuente: elaboración propia.

Se observa en el gráfico de alojamiento que el mayor porcentaje de encuestados se reparte a partes iguales entre los turistas que se alojan en la vivienda de un familiar o amigos y los que eligen el hotel como lugar para pernoctar en Cantabria.

Gráfico 12. Transporte.



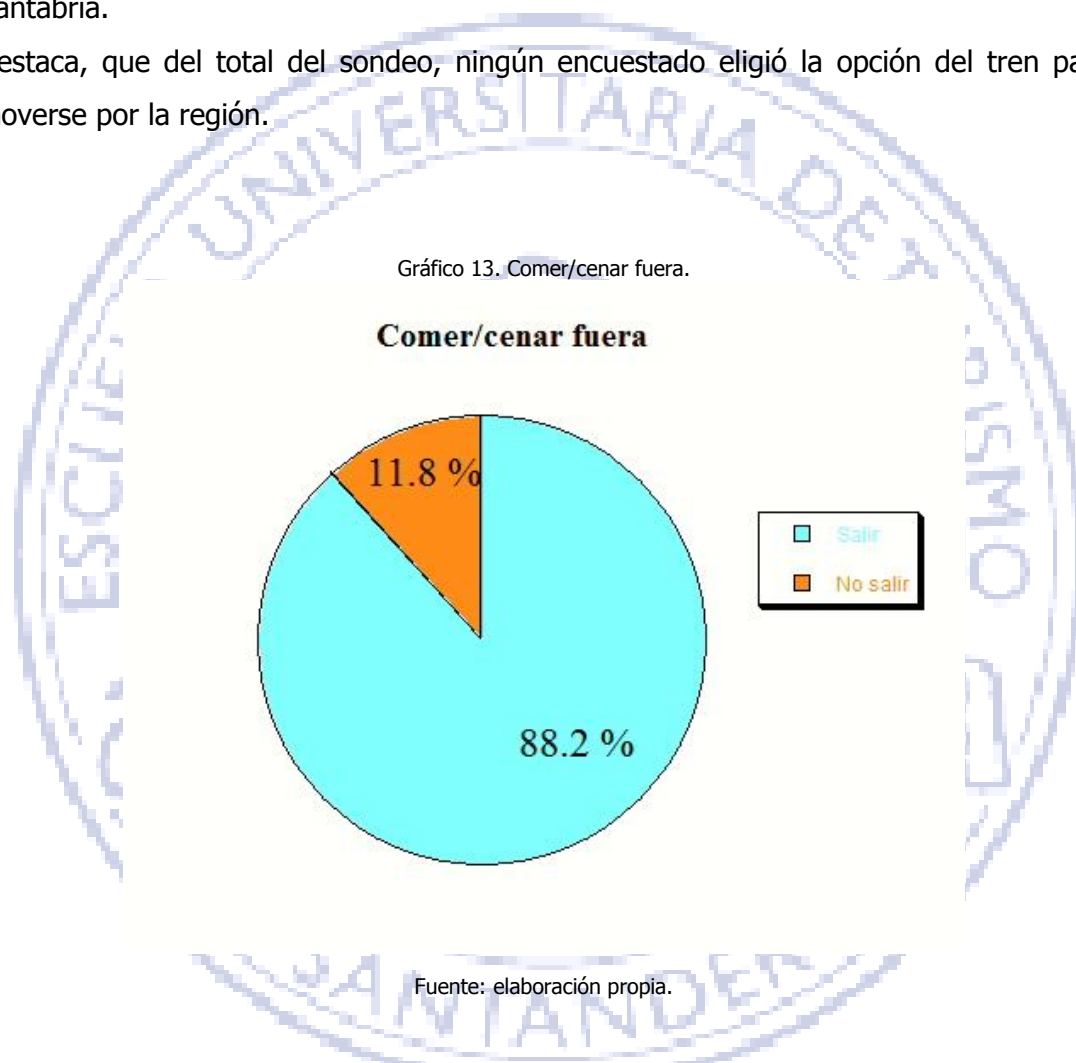
frecuencia absoluta

Fuente: elaboración propia.

Casi el 65% de la muestra total divide el resultado en dos partes iguales: los turistas que van a utilizar medio de transporte propio (o de un familiar o amigo) y los que van a optar por un coche de alquiler para sus desplazamientos por la región. En segundo lugar, el 17,65% de los preguntados eligen el autobús como medio de transporte, seguido de un 11,7% que van a alternar varias opciones: taxi y autobús, coche de un familiar y coche de alquiler, taxi y coche de un familiar o amigo...

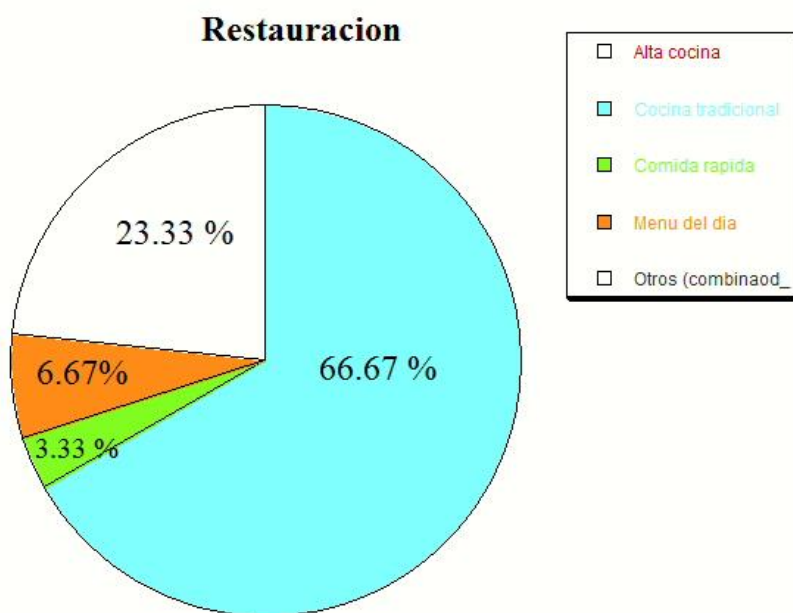
Por último, sólo un 5,88% va a utilizar el taxi para desplazarse durante su estancia en Cantabria.

Destaca, que del total del sondeo, ningún encuestado eligió la opción del tren para moverse por la región.



El 88,2% de los preguntados afirmaron que iban a salir a comer o cenar fuera del lugar donde se alojan, dejando sólo un 11,8% para los turistas que se decantaron por no salir a comer o cenar fuera.

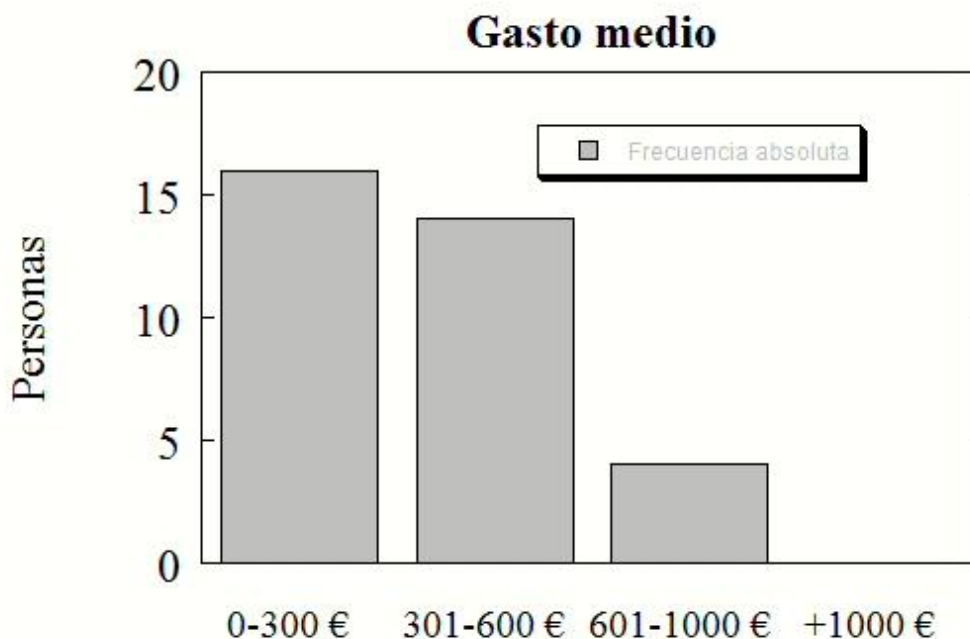
Gráfico 14. Restauración.



Fuente: elaboración propia.

El 66,67% del estudio elige la cocina tradicional cántabra para las ocasiones que salen a comer o cenar fuera y un 23,33% se decanta por restaurantes de alta cocina. El 6,67% opta por el menú de día y sólo un 3,33% prefiere comida rápida para sus almuerzos en la región.

Gráfico 15. Gasto medio.



Fuente: elaboración propia.

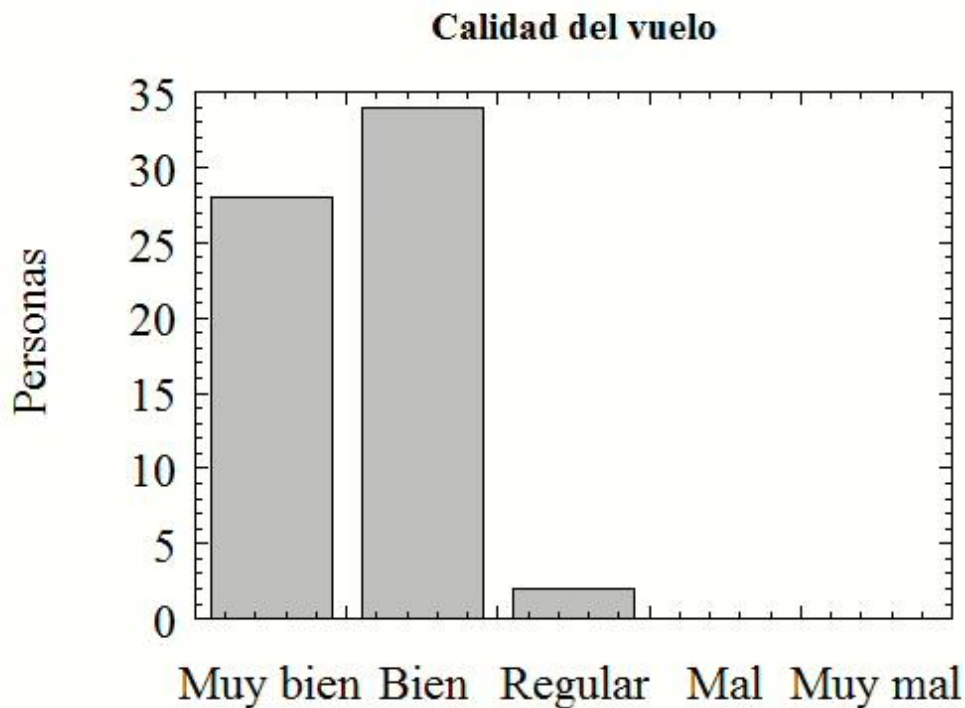
De las 34 personas de las que consta el estudio, 16 acotan el gasto medio en la región a un máximo de 300€ en la totalidad de su estancia, 14 planean gastar de 301€ a 600€ y sólo 4 se plantean llegar a 1000€ gastados durante su estancia.

Pese a la existencia de otro rango superior: "+1000€" nadie consideró esta respuesta.

#### ***Pregunta de valoración.***

En la última pregunta (valoración del vuelo de la compañía y del aeropuerto), la muestra utilizada ha sido la total, las 64 personas que comenzaron a hacer el estudio.

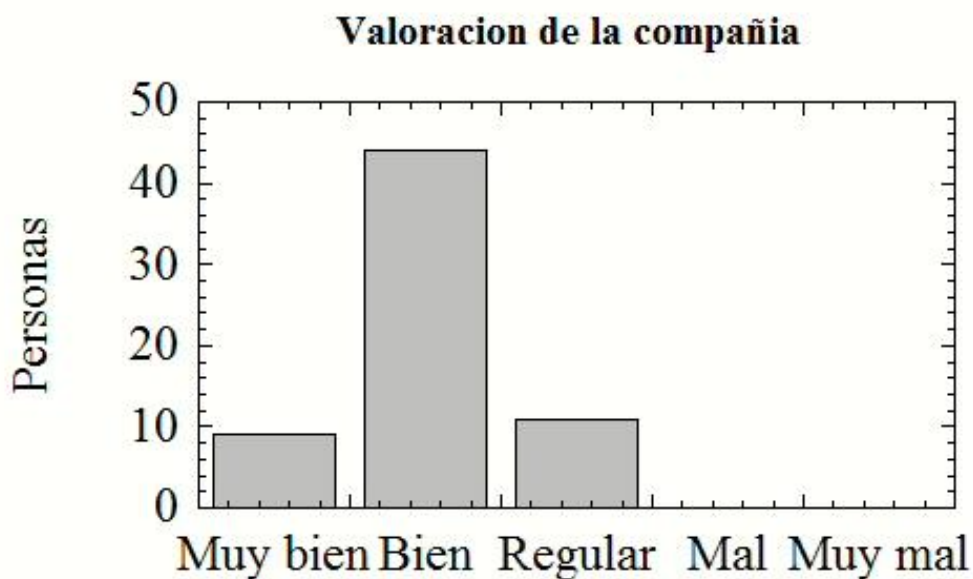
Gráfico 16. Calidad del vuelo.



Fuente: elaboración propia.

A la hora de opinar sobre la calidad del vuelo, 28 personas valoraron el trayecto como muy bueno, 34 como bueno y tan sólo 2 personas lo clasificaron como regular, sin haber nadie que valorara el vuelo como malo o muy malo.

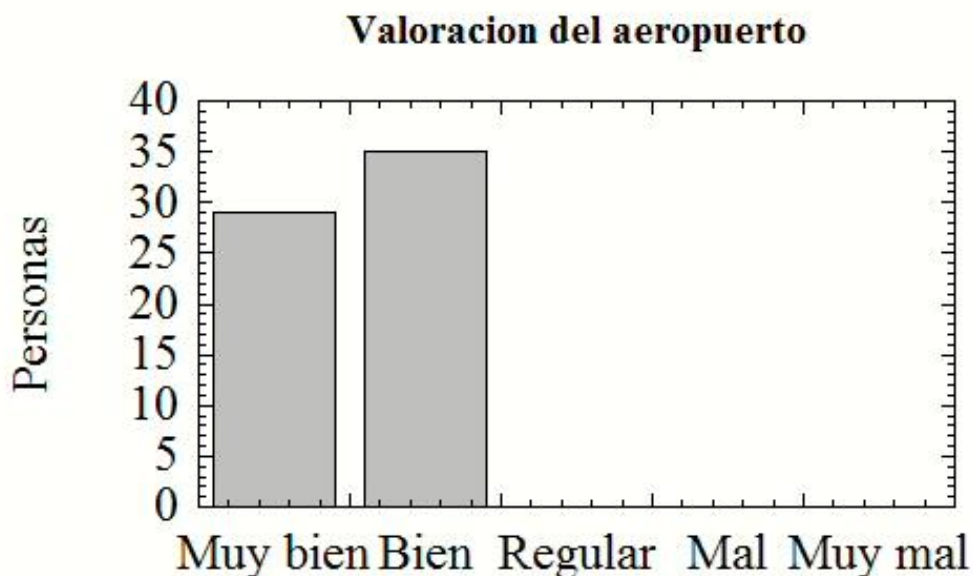
Gráfico 17. Valoración de la compañía.



Fuente: elaboración propia

En relación a la compañía, 9 pasajeros valoraron con "muy bien" a Ryanair, 44 eligieron la opción "bien" y los 11 participantes restantes calificaron con "regular" a la low cost.

Gráfico 18. Valoración del aeropuerto.



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, la valoración del aeropuerto se divide únicamente en dos valores: 29 personas valoraron con "muy bien" la instalación frente a 35 que lo clasificaron en el valor "bien".

## 6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Tras la valoración de los resultados del estudio, se podría sacar una primera conclusión general: puesto que el 25% de la muestra, no escoge Cantabria como la finalidad de su viaje, y entendiendo que es una cantidad elevada, hay que preguntarse el por qué. Por qué tantas personas vuelan hasta el aeropuerto regional sin ningún motivo ni intención de turismo, negocios, salud, etc. en la localidad cántabra.

¿Existe una imagen negativa del concepto de Cantabria en los aeropuertos de origen?, ¿No se promociona Cantabria como destino turístico en los países con base de Ryanair? O, ¿quizá esta promoción existe pero es insuficiente o ineficaz?

Para empezar a buscar respuesta a estas preguntas atrás planteadas, se presenta una matriz DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) donde se analiza tanto el entorno exterior de la empresa de aviación como un análisis interno.

La matriz queda de la siguiente manera:

Tabla 6. DAFO.

<b>ANÁLISIS DAFO RYANAIR EN CANTABRIA</b>		
	<b>Factores positivos</b>	<b>Factores negativos</b>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Factores internos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a sus precios bajos, tarifas muy competitivas que limitan la competencia con cualquier otra compañía.</li> <li>• Amplia variedad de destinos por todo el continente europeo.</li> <li>• Vuelos de punto a punto sin escalas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política excesivamente rígida (equipaje, facturación, tarjeta de embarque...)</li> <li>• Mala reputación debido a la supuesta política restrictiva que utilizan y las opiniones de usuarios y compañías aéreas.</li> <li>• Estacionalidad de los vuelos. Con frecuencia, la compañía</li> </ul>

		interrumpe el servicio de algunas líneas, incorporando otras diferentes o, simplemente, suprimiendo las rutas.
Factores externos	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ryanair no opera en ningún otro punto cercano a Cantabria. La base más cercana se encuentra en Valladolid o en Santiago de Compostela.</li> <li>• Actualmente, precio del combustible con tendencia a la baja. El precio del barril está en torno a 70/80 dólares frente a los 120 que costaba en 2013.</li> <li>• Nuevos yacimientos de petróleo: arenas bituminosas<sup>10</sup>. De esta manera, se amplían las reservas mundiales, debilitando el cártel<sup>11</sup> de la OPEP y el consecuente descenso del precio.</li> <li>• Liderazgo de España en el ranking mundial de competitividad turística.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios</li> <li>- Infraestructuras</li> </ul> </li> </ul>	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clara dependencia de las subvenciones regionales y suprarregionales.</li> <li>• Competencia directa con otras CBC en la región vecina, como es el caso de la compañía Vueling que opera desde el aeropuerto Loiu en Bilbao.</li> <li>• Auge del transporte ferroviario por:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del tiempo de trayecto</li> <li>- Más facilidades con el equipaje</li> <li>- Ahorro de tiempo en desplazamientos y esperas.</li> </ul> </li> </ul>

<sup>10</sup> Arenas bituminosas: combinación de arcilla, arena, agua y bitumen que se encuentra en grandes cantidades en diversas partes del mundo, sobre todo en Canadá, aunque también en Venezuela, Estados Unidos, Rusia o Madagascar. De estas arenas se extrae un betún con características similares a las del petróleo, que al igual que éste puede ser refinado para obtener diferentes compuestos orgánicos, entre ellos combustible.

<sup>11</sup> Cártel: Acuerdo mediante el cual las diferentes empresas que compiten en un mismo ramo se reúnen para llegar a acuerdos en los que se establece un cese en la competencia, llevando así a al mercado, productos similares con cooperación entre ellos.



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Seguridad jurídica</li><li>- Condiciones de seguridad e higiene favorables en los establecimientos turísticos.</li><li>• Proximidad del aeropuerto cántabro con el núcleo urbano.</li></ul>	
--	---	--

En definitiva, la conclusión final de este Trabajo Fin de Grado, puede resumirse en lo siguiente: la llegada de Ryanair no ha supuesto un impacto lo suficientemente significativo para la región como para poder percibirse en un aumento de la actividad turística en Cantabria.

Por otra parte, si cabe destacar que en cambio, para AENA y en concreto el aeropuerto Seve Ballesteros-Santander, si ha provocado un cambio notablemente beneficioso en su actividad. Con el aumento del número de destinos, vuelos y pasajeros se puede observar varios cambios en la terminal cántabra:

- Creación de mayores puestos de trabajo en el propio aeropuerto. Bien por los empleados de la propia compañía (es el caso de los trabajadores de facturación y mostrador, ya que la tripulación de a bordo son en su mayoría de origen irlandés), bien por los negocios que se han creado a raíz de dicha incorporación; un segundo bar, oficina de turismo, dutty free...
- Mayores beneficios para la empresa pública AENA. No olvidemos que AENA es una empresa pública que encuentra beneficio en cada pasajero que pasa por el aeropuerto, independientemente de si ese usuario vaya a hacer algún tipo de desembolso en el lugar de destino o no.

De esta manera, considero básico plantear una serie de propuestas que pudieran hacer más efectiva la presencia de la "low cost" en nuestra región. Básicamente, se centra en la mejora de la promoción antes y durante el viaje. Información en el lugar de origen y a la llegada al destino y publicidad de la región en lugares destacados por medio de referentes mundiales (ejemplo del Banco Santander)

1. Mejor promoción de Cantabria en los países enlazados vía Ryanair utilizando medios actuales (redes sociales, smartphones...) y aprovechando el patrimonio y los recursos más atractivos de la región. Optimizar los recursos y los grandes objetivos de fondo del sector turístico: una campaña de promoción que no caiga en la obsolescencia y que aporte en todos sus aspectos elementos de consolidación y crecimiento para la marca Cantabria y su posicionamiento como destino destacado en el Norte de España.

- a. *La primera tienda de turismo para comprar descuentos con tweets*<sup>12</sup>. En esta acción, se combina un pop-up store <sup>13</sup> en el centro de una ciudad (con enlace a Cantabria) con una promoción que otorga una tarjeta descuento a cambio de un tweet. Personal de promoción asignado a la tienda invita a entrar a potenciales clientes. En el interior existen unos puestos de información mediando iPads, folletos y una pantalla que emite videos sobre Cantabria. Aquellos visitantes que escriban un mensaje en Twitter del estilo: "Cantabria parece un gran lugar para mis próximas vacaciones" Y utilicen el hashtag <sup>14</sup> actual de Turismo de Cantabria: #NosVemosEnCantabria se les regala una tarjeta descuento válida para las instalaciones de Cantur si deciden visitar nuestra región. En la misma tarjeta descuento que se le entrega al posible visitante aparece un mensaje incorporado que aporta una atractiva descripción de Cantabria y los enlaces necesarios para ampliar información.

De esta manera, el objetivo que se persigue es incrementar la notoriedad y el reconocimiento de marca de Cantabria en el mercado objetivo, generar tráfico europeo en la web y redes sociales y situar a Cantabria entre los posibles destinos para unas próximas vacaciones.

- b. Promoción fin de semana en Cabárceno. El Parque de la Naturaleza de Cabárceno, es uno de los mayores atractivos de la región para el turista tanto nacional como internacional. Mediante un dispositivo de

---

<sup>12</sup> Tweet: También llamado "tuit" es una publicación o actualización de estado realizada en la plataforma social Twitter. Es un mensaje, con una extensión límite de 140 caracteres, que puede contener letras, números, signos y enlaces.

<sup>13</sup> Pop-up store: Tendencia del sector minorista hacia la apertura de espacios de ventas a corto plazo.

<sup>14</sup> Hashtag: Cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o numeral (#).

videoconferencia incorporado en una estructura tipo mupi<sup>15</sup>, esta acción pone en contacto a tiempo real a personas que se encuentren en un centro comercial en sus ciudades de origen con otras que se encuentran visitando el parque. El juego consiste en coordinarse ambos jugadores y lograr chocar las manos simultáneamente sobre la pantalla. Aquellos que lo consigan, entrar en un sorteo de un fin de semana en Cabárceno (los que se encuentran en el origen) y una visita salvaje (los que se encuentran visitando el parque).

c. Aprovechando la importancia a nivel mundial que posee el Banco Santander, y su posición estratégica en las ciudades más importantes europeas (destinos unidos con Cantabria vía Ryanair; Roma, Londres, París, Barcelona...) que exista publicidad de la región en cajeros automáticos de la red del Santander, carteles propagandísticos en oficinas, folletos divulgativos... Por otra parte, crear la posibilidad de que sortee entre sus clientes una visita a Altamira. Esta acción, aprovechando el tirón mediático que supone el próximo estreno (Septiembre de 2015) de la película de Antonio Banderas, Altamira. Los objetivos de esta posible propuesta son: generar notoriedad de la marca Cantabria en el mercado tanto nacional como internacional y promocionar Altamira y las cuevas Patrimonio de la Humanidad con el estreno y rumor mediático del largometraje de Banderas.

2. Buena promoción de Cantabria en los aeropuertos de origen. Paneles publicitarios con imágenes atractivas de la región, slogan que capte el interés del turista...
3. Banners <sup>16</sup>en inserciones en la web de turismo de Cantabria. Los propios usuarios, en el momento en que visitan el portal [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com), puedan acceder de forma directa a la página web oficial de turismo de la región, a un

---

<sup>15</sup> Mupi: Mobiliario urbano con aprovechamiento publicitario, principalmente en paradas de autobús que se ofrecen en régimen de circuitos y que suelen estar iluminados.

<sup>16</sup> Banner: Formato publicitario en Internet. Consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.

solo click y a un solo golpe de vista en el momento que están haciendo la compra de su billete a Cantabria.

4. Publicidad y promoción de la región durante el vuelo. Folleto informativo en varios idiomas (español, inglés) acerca de los puntos más destacados de la región, horarios y precio de autobuses, citytour<sup>17</sup>, museos...

Para una mayor promoción e información de los recursos y posibilidades que ofrece nuestra región, la propuesta consiste en entregar al turista un tríptico (un folleto por pasajero durante el trayecto del vuelo) con información concreta sobre visitas, horarios, precios, medios de transporte... en definitiva, información útil para la estancia en Cantabria.

Se trata de un folleto editado a color en idioma español e inglés.

A continuación, se detalla la información de la que consta el tríptico.

- Cara 1. Bienvenido a Cantabria. Welcome to Cantabria.
  - Imagen característica de Cantabria. Teleférico de Fuente De.
- Cara 2. Descripción general de Cantabria con fotos (San Vicente de la Barquera y Cueva de Altamira).
- Cara 3. Descripción general de Santander con foto (Península de la Magdalena con la Bahía).
- Cara 4. Lugares de interés en Cantabria y Santander.
  - Cantabria
    - Santillana del Mar, Comillas y San Vicente de la Barquera
    - Museo de Altamira
    - Cueva de El Soplao

---

<sup>17</sup> CityTour: Servicio turístico que consiste en un recorrido por puntos importantes de una ciudad o localidad poblada.

- Cuevas prehistóricas Patrimonio de la Humanidad
- Parque de la Naturaleza de Cabárceno

➤ Santander

- Anillo cultural
  - Muralla
  - Antiguos muelles
  - MUPAC
  - Banco España
  - Refugio Antiaéreo
- Museo Marítimo del Cantábrico
- El Sardinero
- Mataleñas y el Faro de Cabo Mayor
- Península de la Magdalena y Palacio Real
- Cara 5. Precio y horarios de las principales líneas de autobús urbano.
  - T.U.S.<sup>18</sup>
  - City Tour
  - Santander Bahía Tours
- Cara 6. Museos de Santander. Horarios y precios.
  - Visita a la catedral
  - Restos de la muralla
  - Refugio antiaéreo
  - Museo de prehistoria (MUPAC<sup>19</sup>)
  - Museo de Bellas Artes

---

<sup>18</sup> T.U.S: Transporte urbano de Santander

<sup>19</sup> MUPAC: Museo de prehistoria y arqueología de Cantabria.

5. Captación de potenciales turistas en el aeropuerto cántabro. Es probable de que el hecho de que exista una oficina de información turística en la zona de llegadas no sea suficiente. Dado que el volumen de vuelos a nuestra región no es masivo, una buena medida de captación de turistas sería que hubiera una informadora de la oficina entregando flyers <sup>20</sup>informativos a las personas que acaban de llegar a Cantabria.



---

<sup>20</sup> Flyer: Papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### Libros

BÁSCONES, Carlos *et al.* (2006). *El transporte aéreo en Cantabria*. Santander: Lunweg. Publicado por la Consejería de Industria del Gobierno de Cantabria.

DE LA RICA, Álvaro (2008). *Gestión Aeroportuaria. Factores de fidelización de las compañías aéreas basados en el caso de los aeropuertos del Norte de España*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

GARCÍA, Marcos (2013). *Aeropuertos. Planificación, diseño y medio ambiente*. Madrid: Garceta.

UTRILLA, Luis (2003). *Por los cielos de la Montaña. Historia de los aeropuertos de Cantabria*. Editado por el Ministerio de Fomento, AENA.

### Artículos de prensa

CHECA, Arturo (2012). "La lotería de Ryanair". *El Diario Montañés*. 13 de septiembre de 2012. p. 6.

COTERA, Javier (2014). "Parayas despegó en Semana Santa". *El Diario Montañés*. 12 de abril de 2014. p. 3.

D. V. (2014). "El gasto de los turistas crece un 8,1% en el primer trimestre hasta los 10.066 millones". *El Diario Montañés*. 29 de abril de 2014. p. 37.

G. S. (2014). "El PSOE culpa al Gobierno de la bajada de pasajeros en Parayas". *El Diario Montañés*. 10 de marzo de 2014. p. 31.

MARTÍNEZ, Celedonio (2013). "El tren supera por primera vez al avión en número de viajeros en la ruta a Madrid". *El Diario Montañés*. 9 de octubre de 2013. p. 8.

MICHELENA, Luis (2014). "Parayas recupera en marzo los diez vuelos de Ryanair suprimidos en invierno". *El Diario Montañés*. 23 de noviembre de 2014. p. 2.

SAN JOSÉ, Teodoro (2013). "Ryanair recuperará en marzo las diez rutas que suprimió en la programación de invierno". *El Diario Montañés*. 6 de noviembre de 2013. p. 5.

#### Artículos de Internet

EDITUR (2007). "El impacto ecológico del turismo". *Revista Editur; El seminario profesional del turismo*. Nº 2466. 15 de junio de 2007. pp. 11-18.

EDITUR (2008). "Petróleo barato: punto y final. El mapa turístico no volverá a ser el mismo". *Revista Editur; Tendencias y economía en la nueva sociedad de ocio*. Nº 9. Septiembre de 2008. p. 10.

EUROPA PRESS (2004). "Ryanair empieza a operar las rutas desde Santander a Londres y Roma con el pasaje completo". *Europa Press*. 20 de septiembre de 2004.

GARCÍA, Alberto (2005). "Low cost. Cuando el avión se convierte en autobús". *Revista Aviación Comercial*. pp. 65-70

HOSTELTUR (2011). "Ryanair: ¿ángel o demonio para los destinos españoles?". *Revista Hosteltur*. Nº 204 (Abr.) pp. 3-15

MAGARZO MANSO, Eva María (2014). "Análisis de las estrategias de negocio de Ryanair". pp. 11-18.

SAN JOSÉ, Teodoro (2006). "Del aeródromo de La Albericia al aeropuerto de Parayas". *El Diario Montañés*, 2 de febrero de 2006.



## Webgrafía

- Instituto de Estudios Turísticos.

Disponible en:

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/companiabajocoste/Paginas/default.aspx>

Consultado el 2 de febrero.

- Wikipedia

Disponible en:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ryanair>

Consultado el 17 de noviembre

- Infoparayas

Disponible en:

<http://infoparayas.com/?p=173>

<http://infoparayas.com/?cat=36>

Consultado el 23 de enero

- Aena

Disponible en:

<http://www.aena.es/csee/Satellite?c=Page&cid=1113582476711&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas>

<http://www.aena.es/csee/Satellite/HomeAena>

<http://www.aena.es/csee/Satellite/Aeropuerto-Santander/es/Page/1047570395034//Historia.html>

Consultado el 16 de enero y 14 de abril

➤ Eroski consumer

Disponible en:

[www.consumer.es/web/es/viajes/ideas\\_y\\_consejos/2013/02/15/215851.php](http://www.consumer.es/web/es/viajes/ideas_y_consejos/2013/02/15/215851.php)

[http://www.consumer.es/web/es/viajes/derechos\\_del\\_viajero/2012/09/15/213354.php](http://www.consumer.es/web/es/viajes/derechos_del_viajero/2012/09/15/213354.php)

Consultado el 4 de diciembre y 25 de agosto

➤ Logitravel

Disponible en:

[www.logitravel.com/preguntas-frecuentes/vuelos-vuelos-low-cost-que-es-una-compania-low-cost-12\\_147.html](http://www.logitravel.com/preguntas-frecuentes/vuelos-vuelos-low-cost-que-es-una-compania-low-cost-12_147.html)

Consultado el 2 de diciembre

➤ Ryanair

Disponible en:

[www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)

Consultado el 9 de noviembre, 11 de diciembre y 18 de mayo

## 8. TABLA DE CONTENIDOS

### 8.1 Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa de rutas de Ryanair .....	8
Ilustración 2. Inundación del aeropuerto. Año 1959. ....	13
Ilustración 3. Panorámica del aeropuerto en el año 1977.....	14
Ilustración 4. Fachada del aeropuerto en la década de los 90.....	15
Ilustración 5. Interior del aeropuerto en la década de los 90.....	15
Ilustración 6. Fachada exterior del edificio terminal con torre de control al fondo.....	16
Ilustración 7. Boeing 737-800.....	29
Ilustración 8. Noticia inauguración Ryanair. ....	66

### 8.2 Índice de gráficos

Gráfico 2. Sexo. ....	32
Gráfico 3. Edad. ....	33
Gráfico 4. Procedencia. ....	33
Gráfico 5. Procedencia nacional. ....	34
Gráfico 6. Procedencia internacional. ....	35
Gráfico 7. Finalidad del viaje. ....	36
Gráfico 8. ¿Pernocta en Cantabria?.....	37
Gráfico 9. Destino. ....	38
Gráfico 10. Número de noches. ....	39
Gráfico 11. Alojamiento. ....	40
Gráfico 12. Transporte.....	40
Gráfico 13. Comer/cenar fuera. ....	41
Gráfico 14. Restauración.....	42
Gráfico 15. Gasto medio. ....	43
Gráfico 16. Calidad del vuelo.....	44
Gráfico 17. Valoración de la compañía.....	44
Gráfico 18. Valoración del aeropuerto. ....	45

### 8.3 Índice de tablas

Tabla 1. Comparativa de la compañías del aeropuerto Seve Ballesteros-Santander. Año 2014. ....	18
Tabla 2. Principales características. (Tipo de viaje demandado, tipo de cliente y canales de distribución).....	22
Tabla 3. Comparativa entre el modelo de negocio de las compañías aéreas tradicionales y las compañías low cost. ....	23
Tabla 4. Ryanair a través de los años.....	27
Tabla 5. Ciudades de destino. ....	30
Tabla 6. DAFO. ....	46
Tabla 7. Pregunta de valoración. ....	62



## 9. ANEXOS NUMERADOS

### Anexo 1. Modelo de encuesta realizado en el aeropuerto

#### Modelo a) idioma: español.

ESTUDIO ACERCA AFECCIÓN DE LOS PASAJEROS DE LA COMPAÑÍA AÉREA RYANAIR  
EN EL AEROPUERTO SEVE BALLESTEROS-SANTANDER.

1. Sexo

- hombre
- mujer

2. ¿En qué intervalo de edad se encuentra?

- de 18 a 30
- de 31 a 45
- de 46 a 60
- más de 60

3. ¿Cuál es su país de procedencia? .....

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

- La finalidad de este viaje **no es Cantabria**
- trabajo
- turismo
- salud/relax
- visitas a familiares/amigos
- otros
- NS/NC

5. ¿Va usted a pernoctar en Cantabria?

- si
- no

En caso afirmativa, podría indicar, por favor, a) localidad: .....

b) número de noches: .....

6. ¿Qué tipo de alojamiento ha elegido para su estancia?

- Hotel/Hostal/Pensión
- Apartamento
- Casas rural
- Vivienda de un amigo/familiar
- Vivienda propia
- Otros

7. ¿Qué tipo de medio de transporte va a utilizar para su traslado por la región?

- Autobús
- Tren
- Vehículo propio o de un familiar/amigo
- Taxi
- Coche de alquiler
- Otros

8. ¿Va a usted a almorzar/cenar en restaurantes o bares?

- Sí
- No

En caso afirmativo, ¿podría indicarnos que tipo de servicios va a demandar?

- restaurantes de alta cocina
- comida rápida
- menú de día
- otros

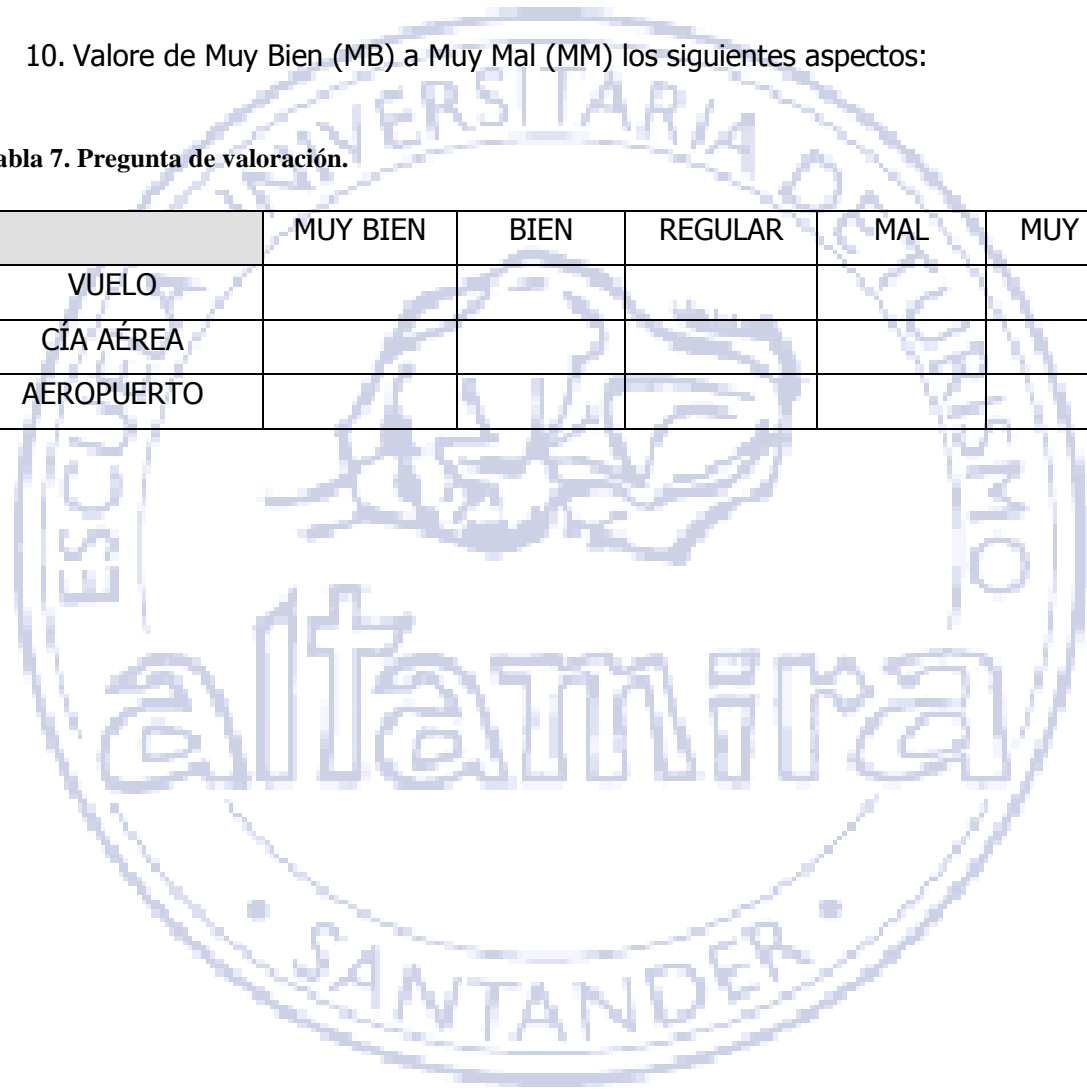
9. Por último, ¿cuál prevé que será su gasto medio en el lugar de destino (englobando transporte, alojamiento, visitas, compras...)?

- 0€ - 300€
- 301€ - 600€
- 601€ - 1000€
- Más de 1000€

10. Valore de Muy Bien (MB) a Muy Mal (MM) los siguientes aspectos:

Tabla 7. Pregunta de valoración.

	MUY BIEN	BIEN	REGULAR	MAL	MUY MAL
VUELO					
CÍA AÉREA					
AEROPUERTO					



**Modelo b) idioma: inglés.**

PASSENGERS AFFECTION IN SEVE-BALLESTEROS SANTANDER AIRPORT.

1. Gender

- Male
- Female

2. Age

- from 18 till 30
- from 31 till 45
- from 46 till 60
- over 60

3. Which is your home country? .....

4. Which is the main reason of your trip?

- the reason is not Cantabria
- work
- tourism
- health/relax
- visiting family/ others
- don't know/don't answer

5. Do you sleep in Cantabria?

- yes
- no
- If your answer is positive; please tell us: a) where exactly?  
b) how many nights?



6. What kind of accommodation have you chosen?

- hotel/hostel
- apartment
- cottage
- house of a relative or friend
- my own house

7. What kind of means of transport will you use in the region?

- bus
- train
- your own car or a relative's car
- taxi
- a rent car
- others

8. Are you going to have lunch/dinner in restaurants or pubs?

- yes
- no

If your answer is positive, please ¿could you say what kind of services will you demand?

- fine dining restaurant
- Fast food
- Daily menu
- Others

9. Average expenditure in the destination region (including transports, accommodation, visits, shopping...)

- 0€ - 300€

- 301€ - 600€
- 601€ - 1000€
- over 1000€

10. Value from Very good until very bad the newt items:

	Very good	good	ordinary	bad	Very bad
flight					
airline					
airport					



## Anexo 2. Noticia referente a la inauguración de Ryanair.

Noticia de EUROPA PRESS sobre el día que comenzó Ryanair a operar en Cantabria. 20 de Septiembre de 2004.

Ilustración 8. Noticia inauguración Ryanair.

ECONOMÍA/EMPRESAS

# Ryanair empieza a operar las rutas desde Santander a Londres y Roma con el pasaje completo

Publicado 20/09/2004 18:02:34 CET

SANTANDER, 20 Sep. (EUROPA PRESS) -

Los directores generales de Turismo y de Transportes y Comunicaciones del Gobierno de Cantabria, Eva Bartolomé y Juan Castanedo, respectivamente, acompañados de la alcaldesa de Camargo, María Jesús Calva, han recibido esta mañana a los pasajeros del primer vuelo de la aerolínea irlandesa de bajo coste Ryanair entre Londres y Santander, que al igual que otros vuelos de la jornada inaugural de esta línea, estaba completo.

Los 180 pasajeros llegados de Londres han sido recibidos en el aeropuerto de Parayas con música y bailes regionales, interpretados por la Banda de Gaitas de Cantabria y el Grupo de Danzas de Santander.

Bartolomé y Castanedo han destacado el "buen comienzo" de los vuelos internacionales, ya que los cuatro vuelos de la jornada inaugural, pertenecientes a las rutas Santander-Londres y Santander-Roma, están completos. El vuelo que ha partido esta mañana desde Santander a Londres iba con las 189 plazas que tiene el boeing 737 ocupadas.

Entre los viajeros que han salido desde Santander se encontraba un buen número de turistas asturianos y vallisoletanos, así como viajeros procedentes de Santiago de Compostela y comunidades limítrofes con Cantabria, según informa el Gobierno regional en un comunicado.



## VIAJE INAUGURAL A ROMA

Esta tarde, una delegación cántabra encabezada por el presidente del Gobierno regional, Miguel Ángel Revilla, y los consejeros de Cultura, Turismo y Deporte y de Industria, Trabajo y Desarrollo Tecnológico, Francisco Javier López Marcano y Miguel Ángel Pesquera, respectivamente, viajará a Roma para inaugurar la conexión aérea entre Santander y la capital italiana.

Viajarán también, además de los directores generales de las Consejerías de Cultura, Turismo y Deporte y de Industria, Trabajo y Desarrollo Tecnológico, la alcaldesa de Torrelavega, Blanca Rosa Gómez Morante, el secretario general de CEOE-CEPYME, Miguel Ángel Castanedo, y el secretario general de CC.OO. en Cantabria, Javier Puente, así como los secretarios de las Federaciones Regionales de Transportes y de Hostelería y Turismo de UGT y de CC.OO. en Cantabria; los presidentes de las asociaciones de Hostelería, Turismo Rural, Campings y Agencias de Viajes de la región, y un grupo de periodistas.

La delegación cántabra partirá de la estación de autobuses de Santander en el autobús que se ha dispuesto para enlazar el aeropuerto de Parayas con la capital cántabra. El avión partirá de Parayas a las 20:40 horas con destino a Roma y regresará el martes, día 21, a las 20:15.



## Anexo 3. Folleto promocional de Cantabria.

Principales líneas de autobús de la ciudad.

- Línea 1: Parque tecnológico-Valdenoja
- Línea 4: Bº Pesquero-Las Brisas
- Línea 5: Plaza de Italia-Valdecilla
- Línea 12: Primero de mayo-Canalejas
- Línea 18: Puertochico-Monte

Precio: 1,30€

City Sightseeing Santander

A cada hora en punto (consultar horario según temporada)

Precio: 15€

Santander Bahía Tours

Abril-Mayo-Octubre. Fines de semana.

12:00, 13:00, 16:00, 17:00, 18:00


Junio,-Septiembre. Diario

11:00, 12:00, 13:00, 14:00, 16:00, 17:00, 18:00, 19:00, 20:00

Precio: 10€

Museos de Santander. Horarios y precios


- **Visita a la torre de la Catedral.**  
10:00, 11:00, 12:00, 16:30, 17:30, 18:30  
Reserva previa en la Oficina de Turismo municipal. Tfno.: 942203000. Gratuito.
- **Visita al centro de interpretación de la muralla.**  
11:00, 12:00, 13:00, 17:00, 18:00 y 19:00  
Reserva previa en la Oficina de Turismo municipal. Tfno.: 942203000. Gratuito.
- **Visita guiada al refugio antiaéreo**  
11:00, 12:00, 13:00, 17:00, 18:00, 19:00  
Reserva previa en la Oficina de Turismo municipal. Tfno.: 942203000. Gratuito.
- **Museo de prehistoria (MUPAC)**  
10:30-14:00/17:00-20:30. Precio: 5€
- **Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Santander (MAS)**  
Martes a sábado:  
10:30-13:00/18:00-21:00  
Domingos y festivos: 11:00-13:30  
Lunes cerrado. Gratuito.
- **Museo Marítimo del Cantábrico**  
De 10:00 a 19:30. Precio: 8€



**Bienvenido a Cantabria**

### Cantabria

Cantabria, con algo más de 200 km<sup>2</sup> de litoral, encierra una gran diversidad paisajística. En su perfil costero se alternan acantilados abruptos, pequeñas islas, estuarios profundos, espaciosas bahías y preciosas playas.



Posee uno de los patrimonios artísticos supuestos más importantes del mundo con ocho cuevas nombradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.




Si algo caracteriza a la topografía cántabra es la múltiple variedad paisajística. Su enorme diversidad llena de contrastes –alta montaña, valles y franja costera– se alternan en una sucesión de formas y colores. Las distintas comarcas que componen su territorio, brindan numerosas singularidades que sumadas conforman un todo homogéneo lleno de encanto y atractivo.

### Santander

Moderna urbe de casi 200.000 habitantes que se asienta en una preciosa bahía orientada al sur, la cual pertenece al Club de las Bahías más Bellas del Mundo. Siempre cambiante y siempre hermosa, la luz y el viento determinan su imagen llena de contrastes: azul en la calma y gris cuando se encrespa.

Cuadro de texto



Su carácter marinero y portuario ha condicionado su fisionomía urbana, alargada en busca de agua. Construida sobre cerros, las cuevas pindias, como se les denomina aquí, también han tenido mucho que ver en la configuración de los diferentes barrios. Y su querencia por la bahía, la única del norte orientada al sur, ha forjado una personalidad única llena de contrastes, a veces ensimismada pero con gusto por lo universal.

#### Lugares de interés en Santander

Anillo cultural:

- ◆ Muralla
- ◆ Antiguos Muelles
- ◆ MUPAC
- ◆ Banco España
- ◆ Refugio Antiaéreo

Museo Marítimo del Cantábrico

El Sardinero

Metales y el faro de Cabo Mayor

Península de la Magdalena y el Palacio Real

---

#### Lugares de interés en Cantabria

Costa occidental:

- ◆ Santillana del Mar
- ◆ Comillas
- ◆ San Vicente de la Barquera

Costa oriental:

- ◆ Santander
- ◆ Laredo
- ◆ Castro Urdiales

Cueva de El Soplío (1)

Cuevas prehistóricas

Parque de la Naturaleza de Cabárceno (2)

(1) Consejería de Educación, Cultura y Deporte

(2) CANTUR