

Impacto socioeconómico en Aragón y en el área metropolitana de Zaragoza de las conexiones aéreas con otras ciudades europeas. Una aproximación.

Autores del estudio:

Dr. Jorge Rosell Martínez^{1,2}, (director)

Dra. María Jesús Alonso Nuez¹

Dr. Antonio Muñoz Porcar¹

Dr. Pedro Sánchez Sello¹

¹ Departamento de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza y ²Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza.

Marzo de 2012

Contenido

Resumen ejecutivo.....	3
0. Breve memoria de la investigación:	4
1. Introducción	5
2. Valoración social de las ayudas y principales beneficiarios	6
3. Conclusiones y recomendaciones	10
Estudio completo.	12
1. Planteamiento del problema y enfoques para su análisis	13
2.- Aeropuerto de Zaragoza: historia reciente y perfil de uso	19
3. Redes de transporte y turismo.....	40
4. Redes de transporte y competitividad	49
5. Aproximación a la valoración de las rutas aéreas	65
6. Control de ayudas públicas relacionadas con las líneas de bajo coste	69
Bibliografía:	89
Anexo 1: Encuesta realizada en el Aeropuerto de Zaragoza: cuestionario y resto de resultados.	92
Otros resultados de la encuesta.....	94
Anexo 2: Oferta y resultados del turismo en Aragón.....	118

Impacto socioeconómico en Aragón y en el área metropolitana de Zaragoza de las conexiones aéreas con otras ciudades europeas. Una aproximación.

Resumen ejecutivo.

Universidad de Zaragoza y Centro Universitario de la Defensa.

Marzo de 2012

0. Breve memoria de la investigación:

Este breve documento presenta un resumen ejecutivo con una condensada extracción de los resultados del estudio completo. El estudio completo se presenta a continuación. En él se fundamentan y se explican en mayor detalle las conclusiones que de manera sintética se han presentado en este resumen ejecutivo.

A modo de escueta memoria del trabajo realizado, éste ha consistido en:

- Estudio de antecedentes, literatura académica y otros estudios e informes.
- Análisis de las encuestas facilitadas por AENA.
- Encuesta de elaboración propia en Aeropuerto de Zaragoza (una semana de trabajo de campo con 2110 encuestas a pasajeros de 26 vuelos). (Apartado 2 del estudio y Anexo 1).
- Síntesis de estadísticas externas de distintas fuentes.
- Entrevistas con especialistas, con particular agradecimiento a la Directora del Aeropuerto de Zaragoza, D^a Sagrario Díaz.
- Estudio empírico sobre la relación entre la localización y los resultados de las empresas (datos de cerca de 9000 empresas aragonesas).
- Análisis de la aplicación de la regulación en materia de competencia y control de ayudas públicas a líneas aéreas en Europa y España.
- Redacción y presentación de los resultados.

1. Introducción

El contexto económico de restricción del gasto público somete a una especial presión de la opinión pública la justificación del mismo. Un *bien* como un aeropuerto con conexiones europeas genera externalidades positivas hacia otros sectores de la economía de la región, pero ese valor social resulta menos evidente y por tanto requiere un mayor esfuerzo didáctico.

En relación con los medios de transporte, existen una serie de hechos conocidos que se suelen cumplir en todos ellos y en todos los países. Todos se sostienen con una mezcla de utilización turística y de negocios o laboral. La primera, la utilización turística, entrañaría el uso por vacaciones, ocio o turismo cultural pudiéndose también incluir los viajes por motivos personales, como las visitas a familiares y amigos. Esta demanda tiene las características de ser la mayoritaria además de ser fuertemente sensible al precio y es la que se ha venido promoviendo con las rutas aéreas de líneas de bajo coste en el mundo durante la última década.

Si bien estas líneas de bajo coste son reconocidas por haber sustituido, en una porción importante, a las líneas tradicionales y haber forzado una bajada general de las tarifas, han sido, por otra parte, capaces de crear una demanda nueva, con nuevos usuarios que en otras circunstancias (precios) no hubiera existido. Adicionalmente, estas rutas se han beneficiado de ayudas por parte de entidades locales y regionales que han servido para poner en valor inversiones importantes en infraestructuras aeroportuarias, como en el caso del aeropuerto de Zaragoza.

Por lo que respecta a la utilización de medios de transporte por motivos de negocios o laborales, cuya demanda es menos sensible al precio y a la disponibilidad de rutas, es muy dudoso pensar que una disminución del precio del billete de avión genere un mayor número viajes de negocios y que por tanto se origine, directamente, una mayor actividad económica o comercial. Sin embargo sí que contribuyen a formar un intangible en la sociedad que aporta positivamente a la competitividad de una región.

2. Valoración social de las ayudas y principales beneficiarios

Transporte aéreo y competitividad

Existen líneas de trabajo en materia de competitividad tanto empresarial como regional que apuntan a diferentes atributos de las zonas geográficas como determinantes de la misma. En el trabajo se revisan y destacan las líneas de trabajo más relevantes en ese sentido.

Trasladar esos análisis que existen para el caso internacional al interior de España presenta algunas dificultades serias, principalmente porque sería difícil observar variación entre comunidades respecto a la existencia o no de estas ayudas y las rutas aéreas, lo que impide hacer análisis empíricos de este ámbito. Por ello en el trabajo, además de la revisión de otros trabajos, se ha optado por hacer un estudio donde se analiza el caso de las comarcas aragonesas, para discernir qué porcentaje de las diferencias de los resultados que obtienen las empresas se puede explicar por su localización y por tanto por los factores que les son inherentes.

Al mismo tiempo que se obtienen resultados significativos por parte de la localización como explicativos de mayores resultados, es necesario reconocer que el porcentaje explicado de los resultados es leve.

Sin embargo, tanto los índices de atractivo para los inversores elaborados por servicios de estudios, como diferentes encuestas directas realizadas a empresarios e inversores, incluyen la importancia de las buenas comunicaciones (en particular las aéreas) entre los primeros puestos a la hora de decidir la localización de una inversión.

Todos los estudios referentes a este concepto valoran como elemento positivo la calidad de las infraestructuras aeroportuarias además de la existencia de rutas aéreas. Se contrasta que los aeropuertos juegan un papel fundamental en el crecimiento económico y en el desarrollo social de las zonas en las que están asentados. Por un lado, apoyan la actividad económica local y por otro, son polos de atracción de nuevas inversiones y de sedes de empresas en sus zonas de influencia. En particular, las empresas de alta tecnología se suelen ubicar de manera creciente en áreas en las que existen grandes aeropuertos. Por lo tanto, los aeropuertos son reconocidos motores dinámicos de desarrollo regional.

Así, la existencia de un aeropuerto con conexiones internacionales se constituye en un elemento indispensable cuando una región pretende ofrecerse al mundo para la localización de inversiones por el hecho de estar bien comunicada. O bien cuando desea ofrecerse al exterior como una sociedad abierta y sofisticada, más allá de la aportación a un conjunto de condiciones del entorno que puedan favorecer la ubicación de nuevas actividades y centros de decisión.

Disponer de rutas aéreas internacionales no ha podido ser cuantitativamente valorado en su aportación a la economía, pero debe entenderse como parte integrante de una mezcla de elementos que hacen que una localización geográfica presente el suficiente atractivo para nuevas inversiones y el mantenimiento y competitividad de las actuales.

Transporte aéreo y turismo.

El incremento en el tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Zaragoza está directamente vinculado al establecimiento de rutas por parte de las líneas de bajo coste a partir de 2005. Una parte significativa de ese tráfico se corresponde con residentes extranjeros. Las cifras de visitantes en Zaragoza y en el conjunto de Aragón de origen extranjero, confirman un significativo aumento de este turismo en la comunidad, pero de manera muy destacada en la capital.

Aislado el año 2008 (no incluyéndolo en los promedios), en el periodo 2005 – 2010 el número medio de pernoctaciones de turistas españoles en Aragón fue un 12% superior al promedio anual 2000 – 2004, mientras que las pernoctaciones de turistas extranjeros creció un 27% (en cifras absolutas, unas 130.000 pernoctaciones más por parte de extranjeros).

Los mismos cálculos referidos ahora a la ciudad de Zaragoza muestran que las pernoctaciones de españoles crecieron un 6% (el promedio anual del periodo 2005 – 2010 frente al 2000 – 2004), mientras que las de extranjeros crecieron un 42%. En cifras absolutas, unas 83.000 pernoctaciones más por parte de extranjeros. Estos datos se corresponderían con unos cuarenta y seis mil turistas anuales, cuyo gasto total podría suponer, en una estimación moderada, de unos 10 millones de euros.

El sector hotelero zaragozano ha quedado, tras la Exposición Internacional del 2008, en unas tasas medias de ocupación sensiblemente inferiores a las de los años previos a la misma (quinze puntos porcentuales inferiores, debido al aumento de la oferta de plazas hoteleras). La pérdida de rutas aéreas internacionales y la consiguiente pérdida de turistas internacionales agravarían esta situación en plena crisis económica.

A partir de las encuestas realizadas en el aeropuerto de Zaragoza en noviembre de 2011, se obtiene que las tres cuartas partes del total de viajeros son residentes españoles, utilizando este aeropuerto un 53,5% de los mismos por motivos vacacionales frente a un 32,2% por asuntos personales o familiares y un 14,4% por trabajo y negocios. Respecto a los residentes extranjeros que utilizan este aeropuerto lo hacen tanto por motivos personales (37,2%), como por trabajo o negocios (32,2%) y por vacaciones (30,6% de los viajeros).

Por otro lado, la existencia de destinos regulares turísticos nacionales e internacionales desde Zaragoza ha causado en los últimos años una reducción drástica de los vuelos chárter, pues los turopereadores utilizan las rutas regulares para crear sus paquetes turísticos con salida aérea desde Zaragoza.

Beneficiarios indirectos de las ayudas

Las ayudas que a través de los mecanismos de promoción permiten la existencia de rutas aéreas nacionales e internacionales tienen diversos beneficiarios que globalmente (y probablemente cada uno de ellos individualmente) justifican su existencia.

En primer lugar el sector turístico de la ciudad de Zaragoza: La llegada de turistas extranjeros tiene un impacto directo sobre el turismo en Zaragoza capital (la mayoría, 60%, de los extranjeros pernoctan en la ciudad), y su gasto podría ser de incluso decenas de millones de euros anuales.

En segundo lugar, los emisores de paquetes turísticos, pueden ampliar su oferta turística a precios muy competitivos, aumentando su cuota de mercado frente a otras opciones de ocio en el mercado aragonés. En los últimos años ha habido una amplia sustitución de la contratación de vuelos chárter por el uso de las líneas regulares. En este caso el mayor aprovechamiento económico de la existencia de estas rutas recae en los mercados turísticos de destino como Canarias o Baleares. Por otra parte, el turismo emitido ayuda al mismo tiempo a mantener las rutas aéreas abiertas y hacerlas viables a largo plazo.

En tercer lugar, el aeropuerto de Zaragoza puede lograr un mayor aprovechamiento económico de sus instalaciones gracias al mayor número de pasajeros y de operaciones. El empleo en el aeropuerto y en los servicios de tierra necesarios para las operaciones genera un total de puestos directos por encima del centenar, si bien no todos son imputables al tráfico de pasajeros dada la importancia del tráfico de carga.

Finalmente, las empresas disponen de mejores conexiones internacionales con áreas de negocio, lo que puede suponer una reducción de la duración total de sus viajes laborales

(menos pernoctaciones), y por tanto un menor consumo de tiempo de su personal más cualificado. En términos de competitividad, existe consenso y evidencias de que buenas conexiones por transporte aéreo forman parte de una red de elementos que fomentan una sociedad de conocimiento e innovación (buenas redes de comunicaciones, buena conexión universidad-empresa, la preexistencia de otros centros de decisión, buen nivel de vida, apertura al exterior, sofisticación de la demanda, rivalidad empresarial, etc.).

3. Conclusiones y recomendaciones

Aragón y, en concreto, Zaragoza disponen de buenas conexiones terrestres con las ciudades de Barcelona y Madrid, lo que hace que sus respectivos aeropuertos, con su oferta de rutas internacionales, sean muy accesibles para la sociedad aragonesa. Desde esta perspectiva, establecer ayudas para mantener una serie de vuelos internacionales podría ser cuestionable.

Sin embargo, en el estudio se ha detectado la existencia de beneficios indirectos con un claro valor social. Algunos más concretos y cuantificables y otros de carácter más intangible, pero no menos valiosos.

El sector turístico zaragozano es el más evidente beneficiario de la existencia de estas conexiones aéreas, pero existen otros que se han expuesto anteriormente, como los turoperadores con fuerte presencia en Aragón, el empleo generado en el aeropuerto de Zaragoza y la creación de un intangible (en forma de unas condiciones del entorno) favorable a la competitividad empresarial y a la atracción de inversiones.

Durante los últimos años se ha realizado una inversión importante en el aeropuerto de Zaragoza concediéndose sumas considerables de ayudas para el establecimiento de rutas, alcanzándose actualmente razonables niveles de utilización del mismo. El coste marginal de mantener esta actividad debería ser comparado con la consecuencia de suprimir tales ayudas. Convendría **valorar cuidadosamente el efecto que esa eliminación tendría sobre el cierre de rutas**, pudiendo no tener sentido el desembolso anterior.

El objetivo de que las ayudas no sean indefinidas debe ser reforzado por la vía del fomento del turismo. Es decir, es el turismo tanto de entrada como de salida el que mantiene las rutas abiertas y las hace sostenibles. Por lo que respecta a las rutas internacionales, tendrán más probabilidad de ser autónomas aquellas que conecten con áreas de fuerte densidad de población (mercados emisores de turistas) y que ofrezcan atractivos turísticos (receptores de turismo). Interesa que tengan, adicionalmente, interés para una economía fundamentalmente industrial como la aragonesa (**Holanda o el oeste de Alemania** cumplirían estos requisitos estando, estas rutas, entre las más solicitadas además de las existentes¹).

¹ Encuesta realizada en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza en noviembre de 2011.

Finalmente una referencia a las autoridades de competencia

Durante los últimos años, las autoridades de defensa de la competencia, tanto las europeas (Comisión Europea) como las españolas (Comisión Nacional de Competencia) están realizando un particular seguimiento de estas ayudas públicas a las líneas aéreas al suponer, en general, una desviación de demanda hacia empresas subvencionadas en detrimento de líneas aéreas tradicionales.

La justificación que desde la Comisión Europea se lanza para el mantenimiento de estas ayudas es que las mismas deben contribuir a la creación de nueva demanda. El impulso público tiene sentido en la medida que es capaz de generar una demanda que a cierto plazo sea autónoma. Así, desde el punto de vista de la defensa de la competencia y de la explicación de las ayudas públicas, no deberían tener un horizonte indefinido.

Los aeropuertos que están recibiendo una mayor cuantía, tanto absoluta como relativa, de ayudas se corresponden con los de interior que se encuentran en regiones o ciudades bien comunicadas (poco tiempo de viaje) con los grandes aeropuertos. En este caso se encuentra el aeropuerto de Zaragoza, junto a los de las comunidades de Extremadura, La Rioja, Castilla la Mancha y Castilla y León.

De todos estos casos, **el aeropuerto de Zaragoza, es el único en el que las ayudas públicas se están demostrando eficaces:**

- El importe total de las ayudas está decreciendo, pasando en importe absoluto del entorno de los 8,5 mill € a alrededor de 4,4 mill €, desde 2007 a 2011.
- Al mismo tiempo, el número de pasajeros está creciendo en ese periodo, reduciéndose de manera drástica el importe de la subvención por pasajero, que ha pasado de 16,5 a 6,6 euros. Estas cifras marcan una seria distancia con las restantes comunidades autónomas, citándose como ejemplo, y en el año 2011, la subvención media por pasajero en Castilla y León que era de 30 euros y en Castilla la Mancha, de 132 euros por pasajero.

Impacto socioeconómico en Aragón y en el área metropolitana de Zaragoza de las conexiones aéreas con otras ciudades europeas. Una aproximación.

Estudio completo.

Universidad de Zaragoza y Centro Universitario de la Defensa.

Marzo de 2012

1. Planteamiento del problema y enfoques para su análisis

1.1. Compañías de bajo coste

La pasada década se vivió una fuerte expansión de las líneas aéreas denominadas de bajo coste ofreciendo vuelos directos en rutas de media y corta distancia que enlazan áreas urbanas o éstas con destinos turísticos internacionales. Muchas de estas compañías de bajo coste, particularmente la irlandesa Ryanair que fue la primera en operar bajo este modelo de negocio en Europa, organizan su oferta en base a aeropuertos secundarios, como el caso de Charleroi, o regionales, como el caso de Zaragoza

Si se introduce en el buscador de Google las palabras Low Cost Carrier, el resultado de la búsqueda es sorprendente: 50.200.000 páginas incluyen las palabras buscadas. La presencia de las compañías de bajo coste en el mercado aeronáutico europeo es cada vez más importante. En los últimos años la cantidad de pasajeros transportados por estas compañías ha aumentado de forma vertiginosa. Según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del año 2009, el 46,6% de los pasajeros internacionales que llegaron a España lo hicieron en aerolíneas de bajos coste. Además, más del 60% de los pasajeros fueron transportados por una de las tres compañías que se reparten el mercado: Ryanair, EasyJet y Air Berlin.

A nivel europeo, los datos son similares. Según la European Cockpit Association, en el año 2000 estas compañías transportaron a 20,7 millones de pasajeros y con una tendencia claramente creciente. El objetivo que se ha propuesto la compañía de bajo coste Ryanair es transportar 70 millones de pasajeros en el año 2012. Otro dato interesante que refuerza la idea de constante incremento en el volumen de negocio de estas aerolíneas es el volumen de pedidos de nuevas aeronaves que han realizado. Así Ryanair realizó un pedido de 125 nuevas aeronaves para el 2002 con una opción de otras 125 para el año 2003. EasyJet realizó un pedido de 120 y una opción de otros 120 para el año 2003.

Esta misma asociación clasifica las compañías de bajo coste en tres grupos, asignando, además, características distintas a cada uno. Estos tres grupos son:

- 1) Core low-cost Airlines (Ryanair):
 - a. Uso principalmente de aeropuertos secundarios.
 - b. Sin servicios a los pasajeros

- c. Disponibilidad de los tickets en Internet o en los call-centers.
 - d. Alta densidad de asientos.
 - e. Mínimos costes de servicios de transporte.
 - f. Inexistencia de redes con otras compañías
 - g. Operaciones punto a punto y alta utilización del avión.
 - h. Utilización de aviones sencillos.
 - i. Bajos costes de administración.
 - j. Elevada utilización de la tripulación y bajos costes de la misma..
- 2) Aerolíneas Low-Cost, como EasyJet, se diferencian de las anteriores:
- a. Usan sobre todo aeropuertos principales.
 - b. Algunas veces ofrecen servicios añadidos a los pasajeros.
- 3) Mezcla low-cost y servicios charter, como Air Berlin.
- a. Uso compartido de aeropuertos principales y secundarios.
 - b. Uso compartido de pasajeros charter y low-cost.
 - c. Ocasionalmente, mejor servicio a los pasajeros.

La base del funcionamiento y de la existencia de las compañías de bajo coste radica en la presencia de un conjunto de métodos que permite reducir el coste unitario del transporte. Los pilares de estos métodos sobre los que se apoyan estas compañías son: la producción y la productividad, la financiación pública y la maximización de los ingresos obtenidos.

Aumentos en la producción y la productividad

Estas compañías de bajo coste consiguen aumentos en la producción y en la productividad en base al concepto de *economías de densidad*, siendo éstas más importantes que las economías de escala. Estos ahorros en costes se obtienen maximizando el tiempo de vuelo de los aviones lo que implica tiempos muy reducidos entre la llegada y la salida de un avión.

Además de estos ahorros en costes debidos a la densidad, la presión sobre los empleados ayuda a conseguir elevadas tasas de productividad. Los datos de CEPA (2002) indican que los pilotos de estas compañías de bajo coste cobran un 28% menos de sueldo y tienen una jornada de trabajo un 25% más amplia que los pilotos de compañías tradicionales.

Las flotas de aviones de estas compañías están estandarizadas lo que permite una mayor flexibilidad en la asignación de tripulaciones y un mayor ahorro en la formación y cualificación de las mismas.

Pero no sólo estandarizan los aviones, también está estandarizado el servicio, con una sola clase, sin agentes intermediarios (y sin comisiones), realizándose las reservas a través de Internet o por teléfono, sin conexiones posibles (simplificando el manejo de equipaje), sin billetes impresos, sin reservas de asientos y sin la necesidad de estar integradas en alianzas con otras empresas.

Financiación Pública

Para el caso de Ryanair, la financiación pública, ya sea directa o indirecta, es requerida de forma sistemática durante la planificación del establecimiento en nuevos aeropuertos a todo tipo de autoridades, tanto locales como regionales. Si estas negociaciones no fructifican, la compañía abandona el aeropuerto. Esto implica una elevada volatilidad en los tráficos aéreos en los aeropuertos con presencia de estas compañías. Además Ryanair utiliza frecuentemente la negociación paralela con aeropuertos cercanos para someter a mayor presión a sus interlocutores.

Según el diario francés La Tribune, el 70% del beneficio anual de Ryanair proviene de ayudas públicas y las ventajas recibidas por esta compañía del aeropuerto de Charleroi entre 2001 y 2003 fue de 23 millones de euros.

Todas estas circunstancias ha hecho que la Comisión Europea vigile estrechamente todas las ayudas que estas empresas reciben, pronunciándose en el año 2004 en el sentido de regular estas ayudas bajo estrictas condiciones tales como el periodo máximo de concesión que será de cinco años y la igualdad de trato de todas las compañías que intenten competir en ese mercado.

Maximización de los ingresos obtenidos

El éxito de este tipo de empresas no viene exclusivamente del lado de los gastos y su estricto control. Los ingresos también se han visto incrementados con políticas agresivas de publicidad a bordo de los aviones y en los procesos de reserva de sus billetes, tales como alquiler de vehículos o reservas de hoteles.

1.2. Efectos Positivos de las compañías de bajo coste

A pesar de los posibles riesgos de la presencia de compañías de bajo coste en los aeropuertos, las autoridades competentes tratan, con ayudas directas o indirectas públicas, de atraer a este tipo de empresas a sus aeropuertos por sus claros efectos positivos.

Además de los efectos directos sobre el incremento del tráfico aéreo, existe un efecto “llamada”, positivo o negativo, sobre otras compañías. Según York Aviation (2007), Ryanair actuó de catalizador del crecimiento de otras líneas en el aeropuerto de Eindhoven (Holanda). En el caso del aeropuerto de Zaragoza, de las operaciones de la compañía de bajo coste, Ryanair, en el año 2005, ha posibilitado la presencia de otras dos más

En el caso de España, el análisis más reciente respecto al efecto que las líneas de bajo coste tienen sobre los aeropuertos es el de Castillo, López y Pedregal (2011), si bien no incluye el de Zaragoza. En él destacan como conclusiones, por un lado que la compañía de bajo coste Ryanair, tiene un efecto indirecto negativo sobre el resto de aerolíneas y vuelos chárter en los aeropuertos receptores de turismo de sol y playa como Reus y Gerona, principalmente por ser aeropuertos secundarios de Barcelona. Por otro, los aeropuertos de zonas urbanas no especializados en los vuelos chárter de turismo de sol y playa, se han visto beneficiados de los efectos de Ryanair, al aumentar el uso de los mismos más allá de los tráficos propios de la compañía, principalmente en aquellos con un alto grado de infrautilización antes de la llegada de la aerolínea. Estos efectos positivos contribuirían a sustentar sus demandas económicas de continuas subvenciones.

La liberalización del mercado aéreo no ha supuesto una guerra para las compañías tradicionales, el mercado ha actuado sobre los aeropuertos, especialmente secundarios. El surgimiento de nuevas rutas, como complemento a las ya existentes y la revitalización de aeropuertos secundarios o regionales infrautilizados es el resultado de este proceso liberalizador, además de ayudar a descongestionar los grandes aeropuertos.

El gran favorecido por este proceso liberalizador ha sido el consumidor, que se ha beneficiado de la disponibilidad de una nueva oferta a precios reducidos y de la inducción a un descenso en los precios de las compañías tradicionales.

También se puede afirmar que estas compañías han generado una “demanda inducida” de nuevos pasajeros que anteriormente no podían costearse un billete de avión por sus elevados precios, abriéndose, consecuentemente, nuevos mercados turísticos que anteriormente eran totalmente desconocidos.

Pero sin duda el principal sector beneficiado por el surgimiento de estas compañías ha sido el sector turístico. Diversos estudios se han interesado por el impacto de estas empresas en el sector turístico y los resultados son claros.

Por un lado, respecto de los agentes intervinientes en ese mercado, los gerentes de empresas del sector turístico son claramente favorables al establecimiento de subsidios para estas compañías al estimular el crecimiento del turismo en Europa creándose nuevos destinos turísticos secundarios. Por otro, las regiones donde se instalen estas compañías también se verán beneficiadas por el incremento en el turismo marginal asociado a las mismas.

Para que el resultado final sea el adecuado, en términos económicos es necesaria la coordinación de responsables de turismo, desarrollo económico, aeropuertos y compañías de bajo coste. En este sentido algunos autores señalan como ejemplos casos de: Singapur y Dubai.

1.3. Efectos positivos de los aeropuertos en las ciudades y zonas de influencia

Los aeropuertos juegan un papel fundamental en el crecimiento económico y en el desarrollo social de las zonas en las que están asentados. Por un lado, apoyan la actividad económica local y por otro, son polos de atracción de nuevas inversiones y de sedes de empresas a sus zonas de influencia. Por lo tanto, los aeropuertos son reconocidos motores dinámicos de desarrollo local.

Los aeropuertos pueden convertirse en grandes empleadores de una determinada región, .no sólo de personal de administración y servicios auxiliares sino también de puestos de trabajo altamente cualificados con niveles elevados de renta. Un autor cuantifica esta importancia: por un 10% de aumento en el tráfico aéreo se aumenta en un 1% el empleo en los servicios relacionados con esta industria.

Dentro de este crecimiento global de la economía derivado de la presencia de un aeropuerto, merece especial consideración el sector turístico, mencionado ya anteriormente. El atractivo de un destino turístico depende de factores tales como recursos naturales, patrimonio e infraestructuras de transporte y dentro de éstas, las aéreas son fundamentales .

La existencia de una oferta de rutas nacionales e internacionales en un aeropuerto de las características del de Zaragoza, depende en buena medida de la existencia de ayudas públicas. Este hecho requiere, desde el punto de vista del gestor público, de una valoración que tal política de apoyo empresarial tiene sobre el resto de la actividad económica de una región.

El presente informe pretende ofrecer una primera aproximación a dicha valoración, de manera global, pero introduciendo todos los aspectos relevantes desde los que se debe abordar el estudio de estas políticas. Debe resultar suficientemente informativo con el fin de que las autoridades públicas dispongan de elementos adicionales de juicio para la toma de decisiones en este ámbito.

El informe puede servir de base para enfocar posteriormente estudios detallados que pudieran ofrecer cuantificaciones más precisas o minuciosas por rutas.

Objetivos del estudio

1. Ofrecer una aproximación al valor para Zaragoza y su entorno metropolitano, así como para Aragón, de la disponibilidad de rutas nacionales e internacionales en su aeropuerto.
2. Revisar los aspectos o ámbitos de análisis en los que tiene alguna relevancia la existencia de estas rutas aéreas. Analizar en detalle el efecto sobre la competitividad.
3. Informar de la normativa europea sobre competencia y los precedentes respecto al control de ayudas públicas en esta materia.

2.- Aeropuerto de Zaragoza: historia reciente y perfil de uso

2.1. Presente del Aeropuerto de Zaragoza

En la actualidad el aeropuerto se utiliza como centro distribuidor de mercancías, lo que le ha obligado a ampliar la zona destinada a las mismas. Al mismo tiempo, con el objeto de modernizar y adaptar el aeropuerto a la Exposición Internacional de 2008, AENA construyó un nuevo edificio terminal de pasajeros.

El aeropuerto de Zaragoza consta de:

- 2 pistas de aterrizaje paralelas de 3.032 y 3.718 metros respectivamente, una de las pistas más grandes de Europa.
- 1 terminal de pasajeros.
- 14 mostradores de facturación más uno de equipajes especiales
- 6 puertas ampliables a 8 puertas de embarque
- zona comercial
- 1 aparcamiento con capacidad para 1.080 turismos.
- 1 terminal de carga.

Principales compañías aéreas que operan en el aeropuerto de Zaragoza:

- Pasajeros
 - Air Europa
 - Orbest
 - Ryanair
 - Wizz Air
- Cargo
 - TNT Airways
 - Emirates SkyCargo
 - Air Bridge Cargo

- Global Supply Systems
- British Airways World Cargo
- Korean Air Cargo

Actualmente, el aeropuerto de Zaragoza cuenta con conexiones a las siguientes ciudades tal y como se refleja en la Tabla 1:

Tabla 1. Rutas iniciadas desde el Aeropuerto de Zaragoza por la compañía Ryanair:

Fecha de implantación	Destinos	Número de salidas semanales en noviembre de 2011
01.12.2004	Londres (Gran Bretaña)	4
25.02.2005	Bérgamo (Italia)	7
27.03.2007	Roma	3
06.03.2008	Alicante	No opera
07.03.2008	Charleroi (Bruselas)	4
01.05.2010	Paris (Beauvais-Tillé)	3
22.06.2010	Málaga	No opera (estacional)
01.07.2010	Dusseldorf (Alemania)	No opera
03.11.2010	Sevilla	4
02.11.2010	Bolonia (Italia)	2
19.02.2011	Las Palmas	1
05.04.2011	Lanzarote	2
13.04.2011	Tenerife	2

Fuente: AENA y elaboración propia.

Otros destinos y compañías que operan en el aeropuerto:

Fuerteventura (Air Europa, estacional)

Gran Canaria (Air Europa, estacional; además de Ryanair)

Ibiza (Air Nostrum, estacional)

Lanzarote (Orbest además de Ryanair)

Menorca (Air Europa, estacional)

Palma de Mallorca (Air Europa)

Tenerife Sur (Orbest además de Ryanair)

Bucarest-Baneasa y Cluj-Napoca (ambas en Rumanía, Wizz Air, desde junio 2010).

Tabla 2. Evolución de la actividad en el Aeropuerto de Zaragoza 2000 – 2011

Año	Número de pasajeros	De los cuales, en vuelos internacionales	Carga (Kg)
2000	246.720	11%	3.613.634
2001	222.167	8%	2.194.540
2002	228.557	14%	3.144.925
2003	228.069	12%	8.365.562
2004	215.213	19%	9.160.282
2005	381.849	58%	3.854.961
2006	435.881	60%	5.928.685
2007	512.184	54%	20.151.390
2008	594.952	56%	21.438.894
2009	528.313	58%	36.890.090
2010	605.912	61%	42.544.715
2011	751.097		48.609.080

* 2011 estimado para el conjunto del año. Datos reales hasta noviembre y suponiendo diciembre igual a noviembre.

Fuente: AENA

La tabla 2 muestra la tendencia creciente respecto al número de pasajeros del aeropuerto de Zaragoza, tendencia que se mantiene incluso una vez finalizada la Exposición Internacional de 2008. Atendiendo al total de pasajeros, en el año 2010 hubo un incremento respecto al año 2009 del 14,7 %. Este incremento fue del 14,3% en vuelos interiores y del 19,7% en vuelos internacionales. La cifra total, prevista para el año 2011, es de de alrededor de 750.000 pasajeros lo que supone un incremento cercano al 25% respecto al año anterior, augurando una exitosa proyección del aeropuerto de Zaragoza para los próximos años. Este incremento se debería, analizando los datos anteriores, principalmente, a vuelos internacionales, especialmente a partir del año 2005 que es cuando la compañía de bajo coste Ryanair se

establece en el aeropuerto de Zaragoza. Considerando el total de años disponibles (2000-2011) el incremento en el número total de pasajeros ha sido de un 204%

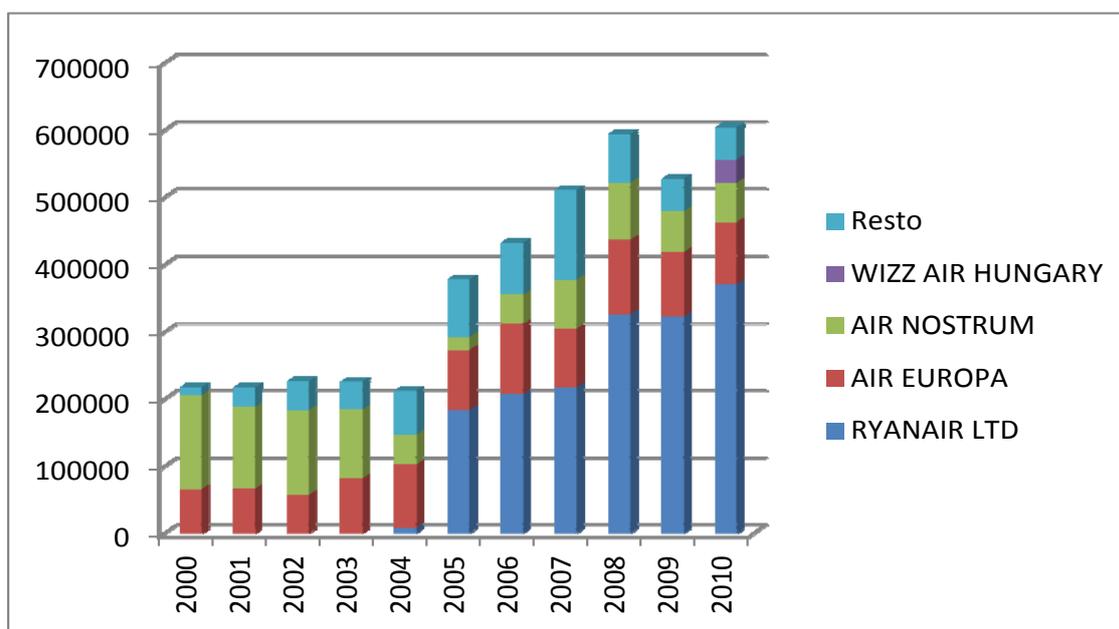
Tabla 3. Posición relativa del Aeropuerto de Zaragoza en el total de España. Periodo de enero a noviembre de 2011.

	Posición entre los aeropuertos españoles	Cuota del total de movimientos en los aeropuertos españoles
Mercancías	3	7,39%
Pasajeros	28	0,37%

Fuente: AENA

De los 49 aeropuertos de los que consta España, el aeropuerto de Zaragoza, ocupa la tercera posición en cuanto a centro distribuidor de mercancías (Tabla 3), solamente superado por el aeropuerto de Madrid-Barajas y el de Barcelona-El Prat. Respecto a número de pasajeros se encuentra en una posición intermedia.

Gráfico 1. Evolución del tráfico en el Aeropuerto de Zaragoza por compañías aéreas en número de pasajeros.



Fuente: AENA

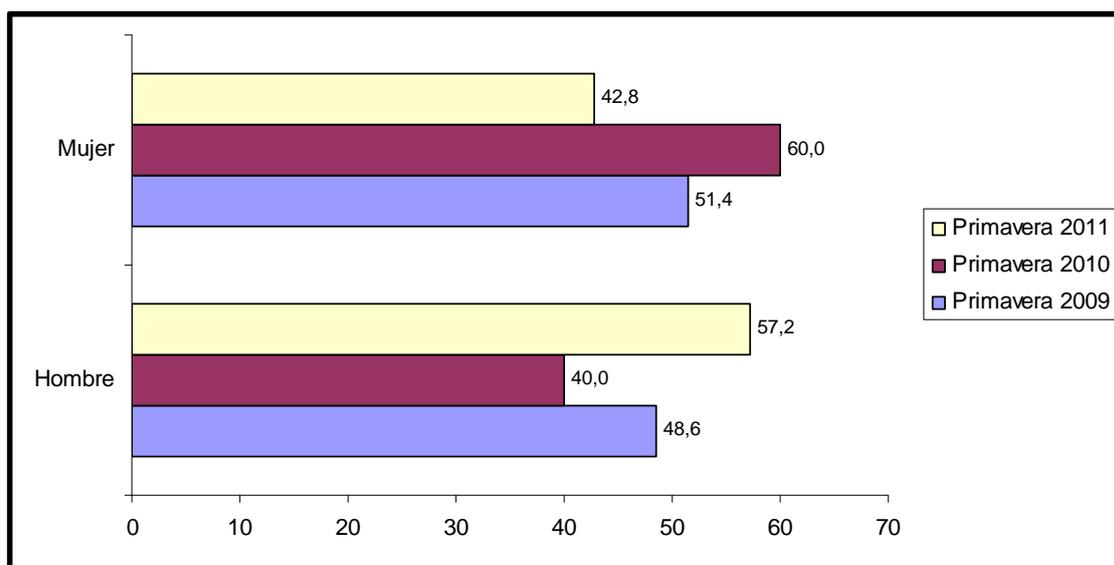
El Gráfico 1 indica que el tráfico aéreo en el aeropuerto de Zaragoza se lo repartían entre dos principales compañías aéreas, hasta el año 2005: Air Nostrum (principalmente) y Air Europa. A

partir del 2005, año en que se implantó Ryanair en el aeropuerto de Zaragoza, es la línea aérea predominante.

2.2. Características de los pasajeros del aeropuerto de Zaragoza

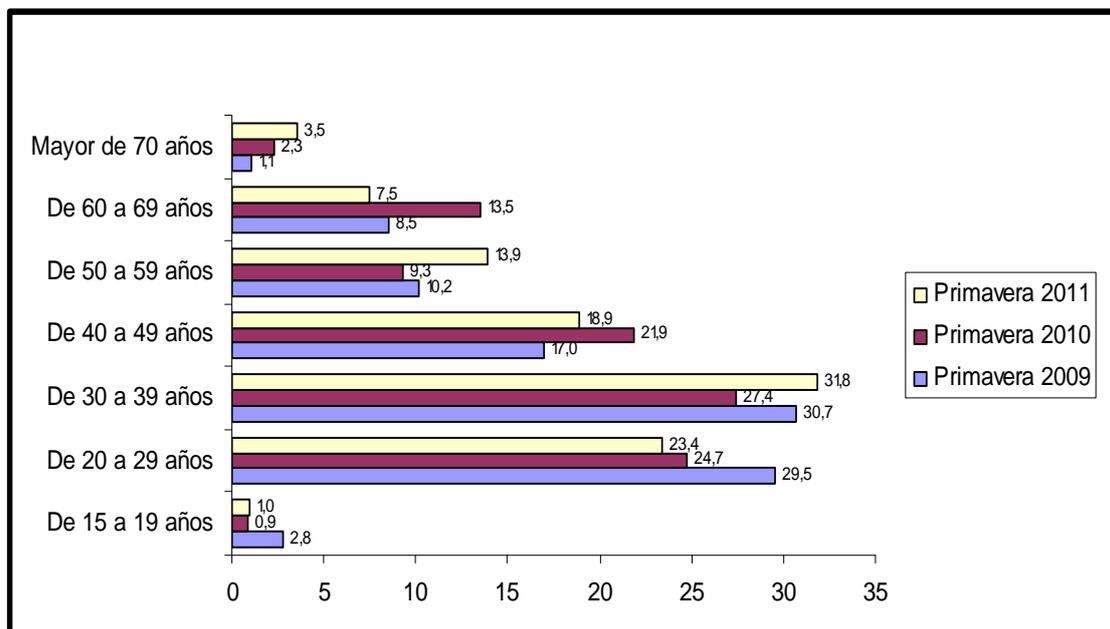
Por parte de AENA se ha permitido acceder a los estudios de perfil de los pasajeros que realizan vuelos periódicamente en sus aeropuertos. Atendiendo a las variables sexo y edad, los Gráficos 2 y 3 muestran que en promedio no existe tan apenas variación entre el porcentaje de pasajeros hombre y mujer, pero sí respecto a la edad. De hecho, el pasajero que más viaja se sitúa entre 30 a 39 años. En 2011, el 31,8 % (aproximadamente, 254.000 pasajeros) se encontraban comprendidos en ese intervalo, suponiendo un aumento de 1,1 puntos porcentuales con respecto a 2009. Es destacable también el número de pasajeros que viajan con una edad comprendida entre los 20 a 29 años (23,4% en 2011). Presumiblemente esta cifra se deba a estudiantes pertenecientes al programa Erasmus.

Gráfico 2. Sexo (en %)



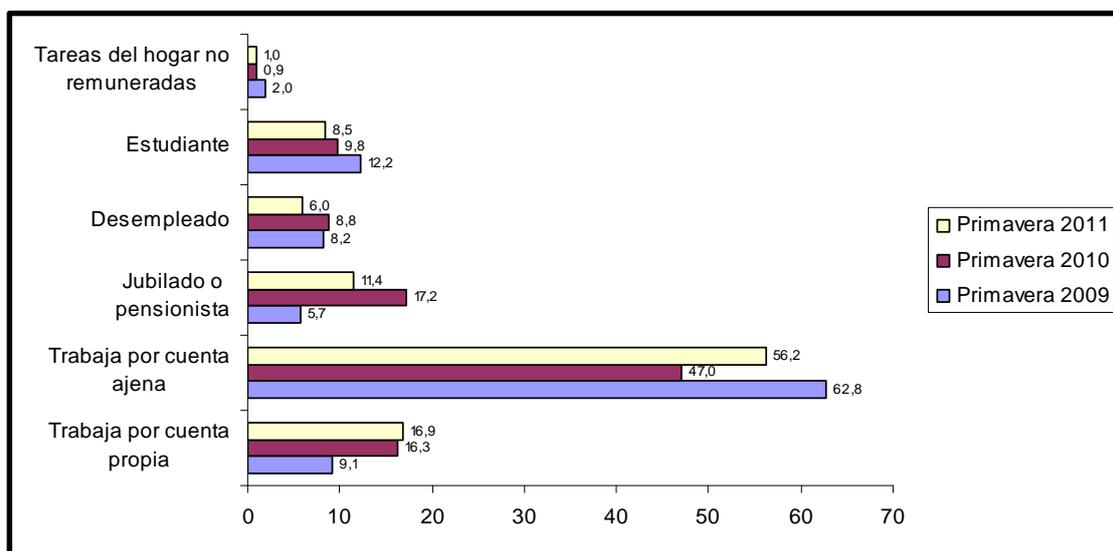
Fuente: AENA

Gráfico 3: Edad (en %)



Fuente: AENA

Gráfico 4: Actividad (en %)

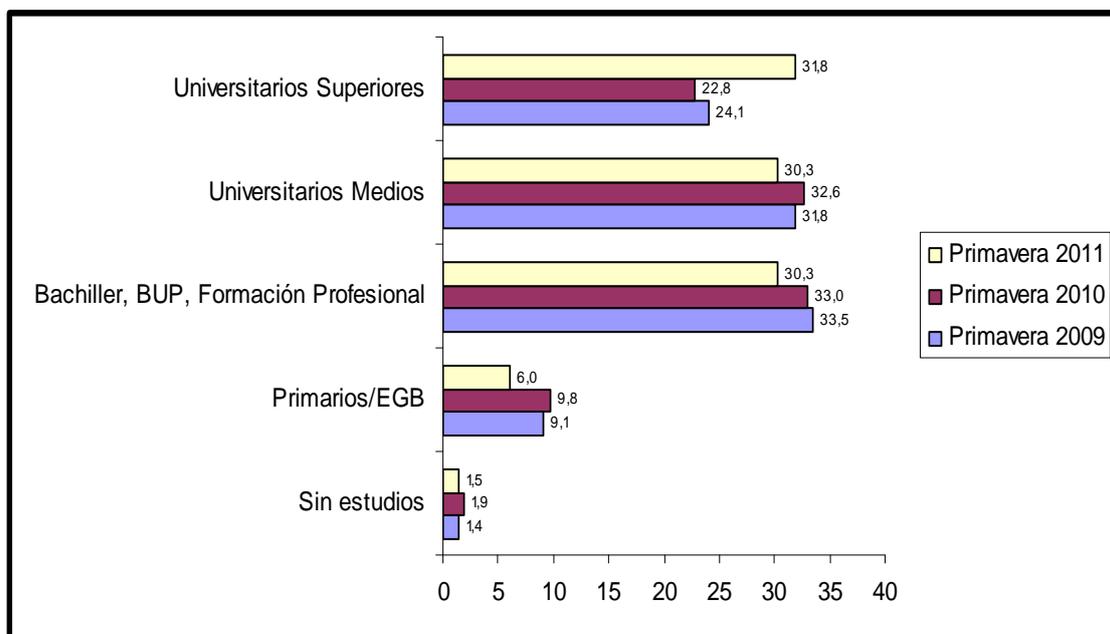


Fuente: AENA

Respecto a la variable actividad de los pasajeros, el Gráfico 4 refleja que un 56,2% de los pasajeros de 2011 (448.880 pasajeros) son trabajadores por cuenta ajena y un 16,9% (135.200

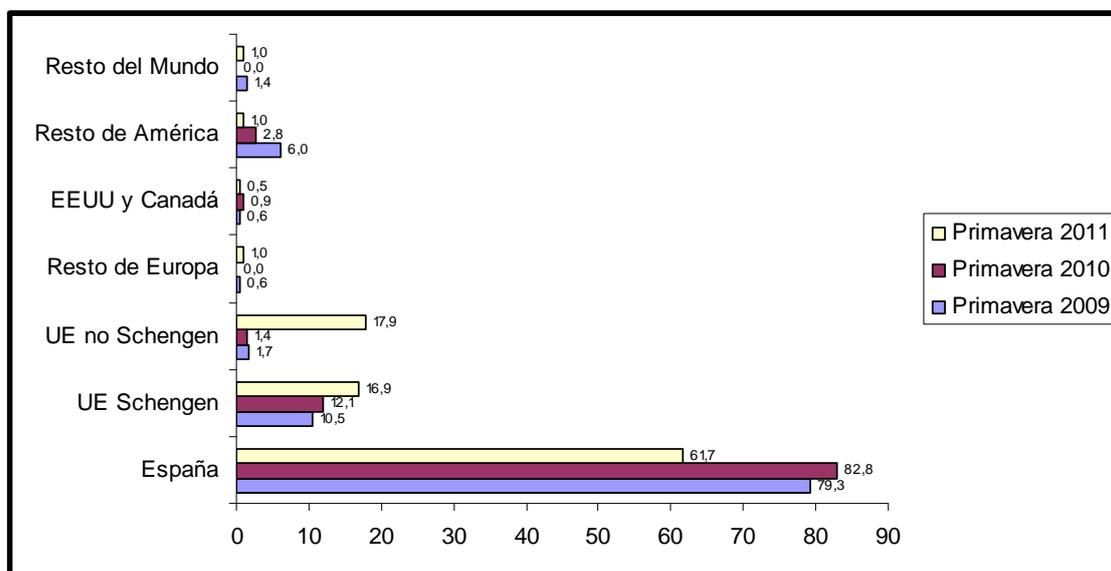
pasajeros) por cuenta propia. El porcentaje de jubilados o pensionistas (11,4 % en 2011) y de estudiantes (8,5% en 2011) puede que se deba, respectivamente, a viajes del Imsero y de estudiantes pertenecientes al programa Erasmus, tal como se indicó anteriormente.

Gráfico 5: Estudios (en %)



Fuente: AENA

El Gráfico 5 y en relación con la variable estudios muestra que un 62,1 % de los pasajeros del 2011 (aproximadamente, 496.800 pasajeros) poseen una formación universitaria superior, siete puntos porcentuales más que en 2010, la cual representaba un 55,4% del total de pasajeros encuestados. Aunque es arriesgado considerar una correlación perfecta entre la variable salario y estudios, además de poder haber sido incluido a los estudiantes, se podría decir que aquellos con una formación universitaria poseen una mayor capacidad adquisitiva y por tanto, una mayor disponibilidad a viajar.

Gráfico 6: Nacionalidad (en %)

Fuente: AENA

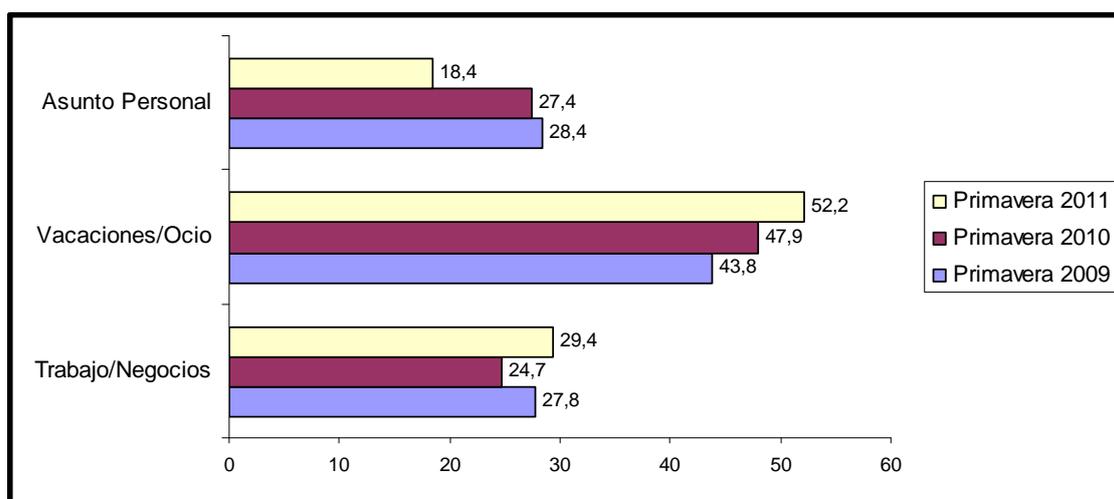
En cuanto a la nacionalidad, el Gráfico 6 revela que un 61,7% de los pasajeros encuestados en el 2011 (493.600 pasajeros) son de nacionalidad española. Este porcentaje ha disminuido considerablemente (21 puntos porcentuales) con respecto al año 2010 (82,8%). Este descenso ha sido compensado por el incremento respecto a 2010 de pasajeros de la UE, pertenecientes o no al espacio Schengen² (85,1% y 1595%, respectivamente). El destacable incremento de pasajeros no pertenecientes al espacio Schengen se deba, supuestamente, a la puesta en funcionamiento de las rutas con destino a Rumanía pertenecientes a la aerolínea húngara Wizz

² El espacio y la cooperación Schengen se basan en el Tratado Schengen de 1985. El espacio Schengen representa un territorio donde está garantizada la libre circulación de las personas. Los Estados que firmaron el Tratado han suprimido todas las fronteras interiores y en su lugar han establecido una única frontera exterior. La zona o área Schengen está formada por 25 países: los residentes de 22 países de los Veintisiete (quedan fuera Reino Unido, Irlanda, Chipre, Bulgaria y Rumanía) y tres extracomunitarios (Islandia, Noruega y Suiza), a los que a finales de 2011 se sumará Liechtenstein. En total, más de 400 millones de ciudadanos que pueden circular libremente por Europa. Respecto al Reino Unido e Irlanda, cooperan en algunas disposiciones del acervo Schengen relacionadas con la cooperación policial y judicial en materia penal, lucha contra los estupefacientes y SIS (sistema de información de personas y objetos) (Unión Europea, 2011).

Air. Respecto al incremento de pasajeros pertenecientes al espacio Schengen puede deberse a la apertura de nuevas rutas por la compañía aérea Ryanair.

El Gráfico 7 refleja el motivo del viaje de los pasajeros del aeropuerto de Zaragoza. Durante los años 2009 a 2011, el motivo principal para viajar fue el ocio y las vacaciones. El 52,2% de los pasajeros encuestados en 2011 (417.600 pasajeros) considera que las vacaciones es su principal motivo para viajar en avión, frente al 29,4% (235.200 pasajeros) y el 18,4% (147.200 pasajeros) que lo hace por trabajo/negocios y asuntos personales, respectivamente. Se observa que el motivo referente a Vacaciones/Ocio ha experimentado una tendencia creciente en estos tres últimos años (de un 43,8% de pasajeros en 2009 se ha pasado a un 52,2% en 2011) así como el concerniente a Trabajo/Negocios (de un 27,8% en 2009 a 29,4% en 2011). No ocurre lo mismo con el relativo a Asuntos Personales que ha experimentado un descenso gradual (de un 28,4% en 2009 a 18,4% en 2011).

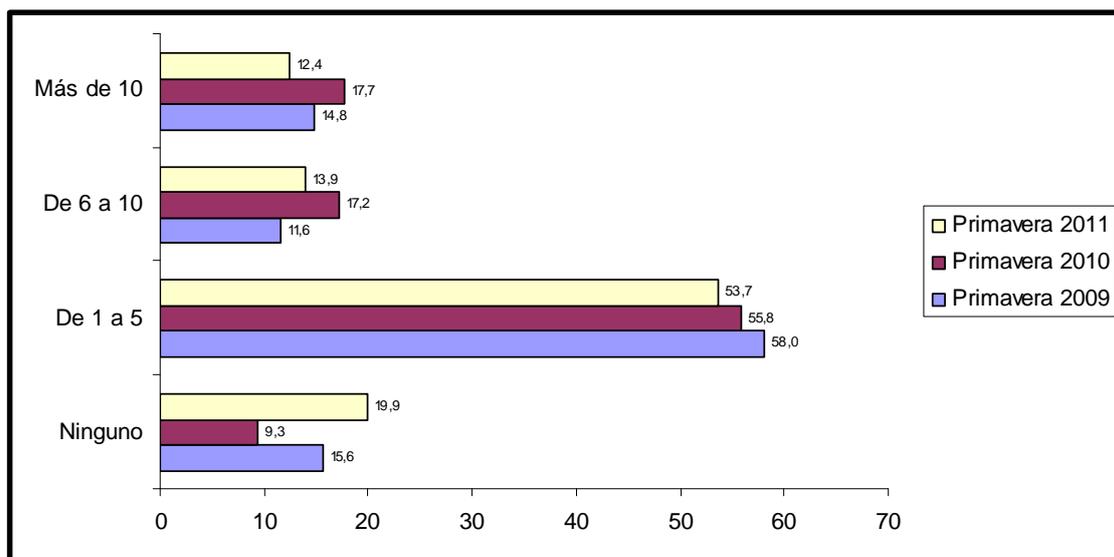
Gráfico 7: Motivos del viaje (en %)



Fuente: AENA

Respecto a otros viajes realizados en los últimos doce meses, el Gráfico 8 refleja que un 53,7% de los encuestados en el año 2011 (429.600 pasajeros) realiza entre 1 a 5 viajes adicionales. Aunque este número de viajes adicionales ha descendido 4,3 puntos porcentuales con respecto al 2009, ha sido compensado con un aumento en el 2011 de 2,3 puntos porcentuales en relación al 2009 referente a los que realizan de 6 a 10 viajes.

Gráfico 8: Otros viajes en los últimos 12 meses (en %)



Fuente: AENA

2.3. Comparación Primavera 2009 - Noviembre 2011

Una vez realizada una comparación interanual de diferentes variables socioeconómicas del pasajero del aeropuerto de Zaragoza, se decidió realizar una encuesta en Noviembre de 2011 para realizar un cotejo de estas mismas variables pero en distintos periodos estacionales. Además, se consideró incluir en la encuesta una serie de preguntas relacionadas con aspectos tales como:

- duración del viaje
- ciudad en la que ha pasado la mayor parte de su estancia
- gasto medio diario
- destino del vuelo
- coincidencia o no entre el destino del vuelo y el del viaje

Los detalles metodológicos y resultados adicionales de la encuesta realizada, se pueden encontrar en el Anexo 1.

Estas últimas preguntas son interesantes en la medida que pueden suministrar una información aproximada tanto de la duración de la estancia como del gasto medio de los pasajeros en la ciudad de Zaragoza, lo que sería muy interesante para el sector de la hostelería. Por otro lado, también indican los destinos más frecuentemente elegidos por los

pasajeros así como la realización de conexiones con otras trayectorias, en el caso de que no exista coincidencia entre el destino del vuelo y el del viaje.

Tabla 4: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza (en %)

SEXO	Primavera 2009	Primavera 2010	Primavera 2011	Noviembre 2011
Hombre	48,6	40,0	57,2	47,8
Mujer	51,4	60,0	42,8	52,2
EDAD				
De 15 a 19 años	2,8	0,9	1,0	3,7
De 20 a 29 años	29,5	24,7	23,4	30,2
De 30 a 39 años	30,7	27,4	31,8	27,5
De 40 a 49 años	17,0	21,9	18,9	17,1
De 50 a 59 años	10,2	9,3	13,9	11,7
De 60 a 69 años	8,5	13,5	7,5	7,6
Mayor de 70 años	1,1	2,3	3,5	2,2
ACTIVIDAD				
Trabaja por cuenta propia	9,1	16,3	16,9	16,4
Trabaja por cuenta ajena	62,8	47,0	56,2	51,7
Jubilado o pensionista	5,7	17,2	11,4	9,1
Desempleado	8,2	8,8	6,0	7,8
Estudiante	12,2	9,8	8,5	11,2
T del hogar no remunerado	2,0	0,9	1,0	3,7
ESTUDIOS				
Primarios	10,5	11,7	7,5	10,0
Secundarios	33,5	33,0	30,3	26,3
Superiores	55,9	55,4	62,1	63,7
NACIONALIDAD				
España	79,3	82,8	61,7	73,7
UE Schengen	10,5	12,1	16,9	16,6
UE no Schengen	1,7	1,4	17,9	4,2
Resto de Europa	0,6	0,0	1,0	0,3
EEUU y Canadá	0,6	0,9	0,5	0,9
Resto de América	6,0	2,8	1,0	2,2
Resto del Mundo	1,4	0,0	1,0	2,2

Fuente: AENA para los años 2009, 2010 y 2011, elaboración propia para noviembre 2011.

Respecto a la variable sexo, la Tabla 4 muestra una disminución, de aproximadamente 10 puntos porcentuales, de los hombres que viajan en noviembre en comparación con primavera del 2011. Respecto a las mujeres, se ha incrementado el porcentaje de las que viajan en avión en la misma proporción. Sin embargo, no se considera relevante esta distinción.

El intervalo de edad comprendido entre los 30 a 39 años sigue siendo el que mayor porcentaje de viajeros concentra en noviembre del 2011, aunque haya disminuido más de cuatro puntos porcentuales respecto a la primavera de ese mismo año. Por otro lado, el intervalo comprendido entre 20 a 29 años experimenta en noviembre el mayor aumento porcentual, de más de seis puntos.

En cuanto a la actividad y como se puede apreciar en la Tabla 4, el mayor porcentaje de viajeros del aeropuerto de Zaragoza en noviembre de 2011 trabajan por cuenta ajena (51,7%) seguido de los que trabajan por cuenta propia (16,4%), no existiendo tan apenas variación respecto a los datos de primavera de años anteriores.

La nacionalidad de los pasajeros del aeropuerto de Zaragoza son españoles y su nivel de formación predominante son estudios superiores, oscilando entre en 55,9% en primavera de 2009 y un 63,7% en noviembre de 2011.

El principal motivo para viajar en noviembre de 2011, tal y como muestra la Tabla 5, son las vacaciones y el ocio (48,3%), aunque éste haya bajado cuatro puntos porcentuales con respecto a primavera del mismo año, previsiblemente por las fechas en que se realizó la encuesta. Por otro lado, el viajar por asuntos personales ha aumentado considerablemente (más de 14 puntos porcentuales) debido, principalmente, a visitas a familiares.

En cuanto al número de viajes realizados en los últimos doce meses, la Tabla 5 refleja que el intervalo comprendido de 1 a 5 viajes es el predominante con un 57% de los pasajeros encuestados en noviembre del 2011. Este porcentaje es similar a los obtenidos en primavera de años anteriores. A continuación le seguiría el intervalo que comprende de 6 a 10 viajes con un 18,8% de los pasajeros encuestados en noviembre. Este intervalo ha experimentado un aumento de cinco puntos porcentuales respecto a primavera de 2011. El porcentaje de pasajeros que han realizado más de 10 viajes en los últimos doce meses se mantiene constante con un 12%

Tabla 5: Perfil de utilización del Aeropuerto de Zaragoza (en %)

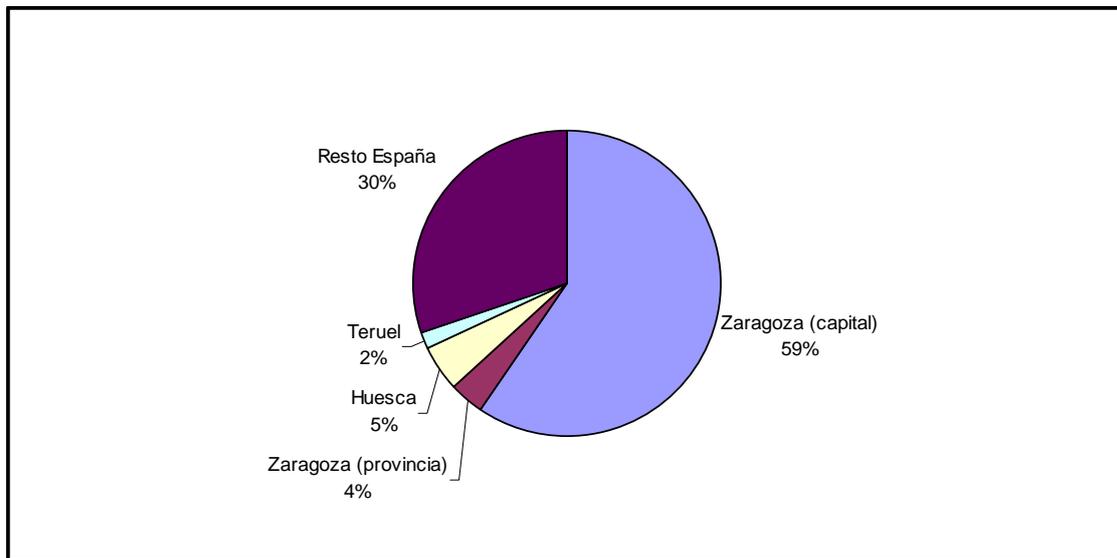
MOTIVO DEL VIAJE	Primavera 2009	Primavera 2010	Primavera 2011	Noviembre 2011
Trabajo/Negocios	27,8	24,7	29,4	18,6
Vacaciones/Ocio	43,8	47,9	52,2	48,3
Asunto Personal	28,4	27,4	18,4	33,1
OTROS VIAJES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES				
Ninguno	15,6	9,3	19,9	11,6
De 1 a 5	58,0	55,8	53,7	57,0
De 6 a 10	11,6	17,2	13,9	18,8
Más de 10	14,8	17,7	12,4	12,6

Fuente: AENA para los años 2009, 2010 y 2011, elaboración propia para noviembre 2011.

Respecto a las preguntas que se decidieron incluir en la encuesta realizada a los pasajeros del aeropuerto de Zaragoza en noviembre de 2011 y referente a la localidad donde han pasado la mayor parte de su estancia los pasajeros que toman un vuelo de regreso, se observa, en el Gráfico 9, que un 70% de los pasajeros han estado en la Comunidad Autónoma de Aragón, de los cuales un 59% fue en Zaragoza capital. Respecto al 30% de los pasajeros que estuvieron fuera de Aragón, un 26% permanecieron en la Comunidad Autónoma de Navarra, un 18% en las Islas Canarias y un 10% en Sevilla. Estos datos reflejan que el aeropuerto de Zaragoza sirve de conexión con otros destinos nacionales.

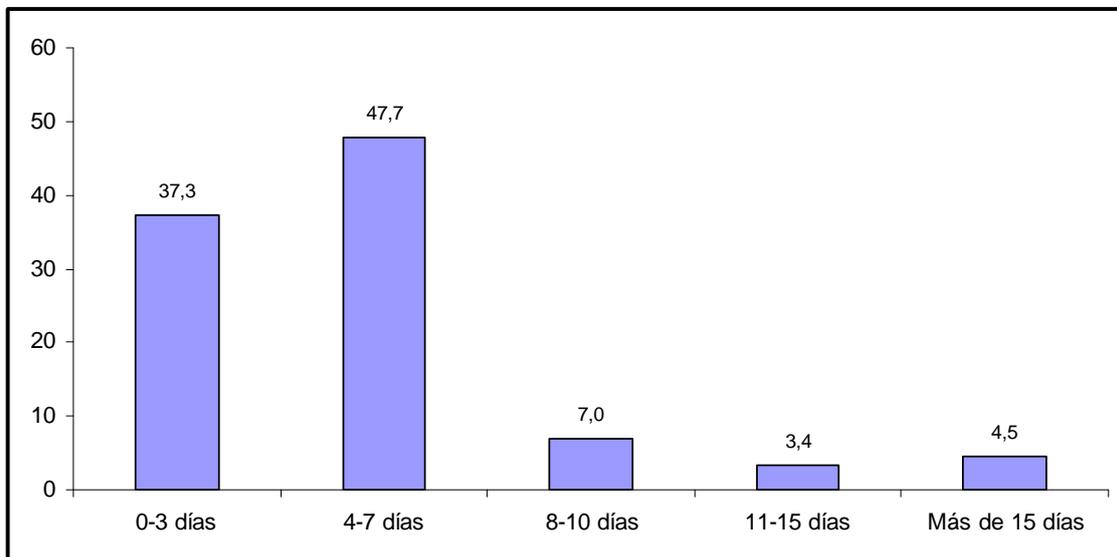
En lo referente a la duración del viaje un 47,7% de los encuestados permanecieron un total de cuatro a siete días en su destino, seguido de un 37,7% que estuvo hasta tres días, tal y como se refleja en el Gráfico 10. Además, un 40,4% de los encuestados gastó, por término medio, más de cien euros diarios como muestra el Gráfico 11..

Gráfico 9: Estancia en España (en %)



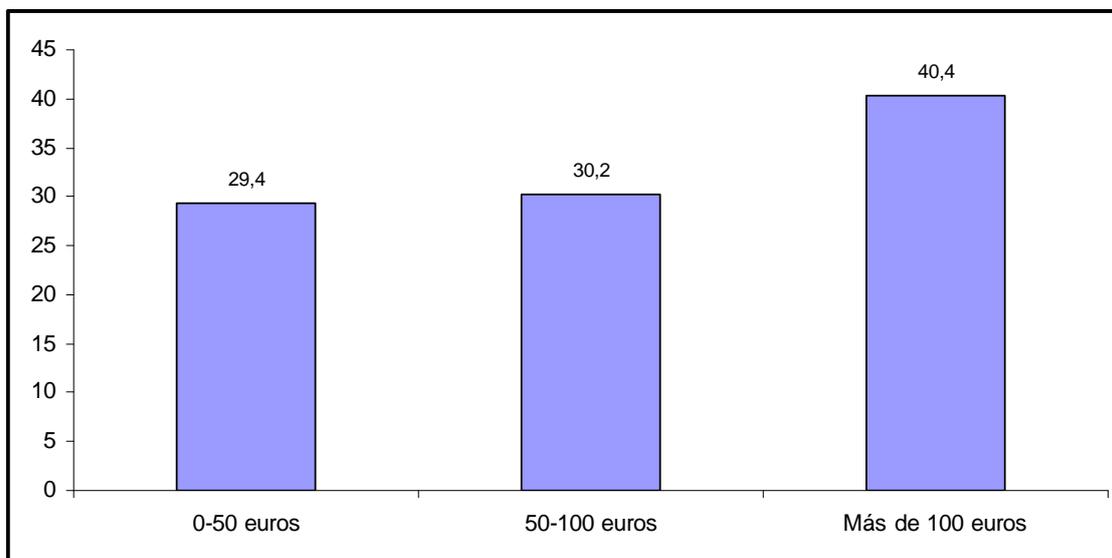
Fuente: Elaboración propia. Nota: Encuesta realizada en Noviembre de 2011 en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza. Número de encuestas válidas: 638

Gráfico 10: Duración del viaje (en %)



Fuente: Elaboración propia. Nota: Encuesta realizada en Noviembre de 2011 en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza. Número de encuestas válidas: 1864

Gráfico 11: Gasto medio diario (en %)



Fuente: Elaboración propia. Nota: Encuesta realizada en Noviembre de 2011 en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza. Número de encuestas válidas: 698

Tabla 6: Destino y vuelo de los pasajeros (en %)

	%
Mismo destino viaje y vuelo	81,3
Distinto destino viaje y vuelo	18,7
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia. Nota: Encuesta realizada en Noviembre de 2011 en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza. Número de encuestas válidas: 2043

Teniendo en cuenta los pasajeros que embarcan en el aeropuerto de Zaragoza, la Tabla 6 refleja que el destino de su vuelo coincide con el destino de su viaje en un 81,3% de los mismos. De ese porcentaje, principalmente, un 15,8% viajan y vuelan, a Bergamo-Milan, un 15,6% a Sevilla y un 14,7% a Londres, siendo, por tanto, estos destinos europeos los más deseados por los pasajeros (ver Tabla 7)

Tabla 7: Pasajeros cuyo destino y vuelo coinciden (en %)

	%
Bolonia	2,8
Charleroi-Bruselas	8,1
Bucarest	1,6
Lanzarote	5,4
Las Palmas de Gran Canaria	5,4
Londres	14,7
Málaga	1,7
Bérgamo-Milán	15,8
Palma de Mallorca	6,4
París	10,7
Roma	7,6
Sevilla	15,6
Tenerife	4,4
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia. Nota: Encuesta realizada en Noviembre de 2011 en la puerta de embarque del aeropuerto de Zaragoza. Número de encuestas válidas: 1661.

Tal y como refleja la Tabla 6, el porcentaje de pasajeros cuyo destino final del viaje no coincide con el de su vuelo es de un 18,7%. Analizando todos los aeropuertos con vuelos procedentes de Zaragoza, se observa que únicamente los pasajeros que desembarcan en el aeropuerto de Charleroi (Bélgica) realizan conexiones, además de con otras ciudades belgas, con otros países europeos, principalmente Holanda (32,8%) y Alemania (15,5%) (ver Tabla 8), países que coinciden con los destinos regulares no existentes y más deseados por los pasajeros desde el aeropuerto de Zaragoza³. Esto indica que el aeropuerto de Charleroi (Bélgica) conecta pasajeros procedentes del aeropuerto de Zaragoza con otros países europeos.

³ De 178 encuestas válidas, un 27% consideraron a Alemania como otro destino regular de interés desde el aeropuerto de Zaragoza y un 16% a Holanda.

Tabla 8: Pasajeros con destinos diferentes a su vuelo (en %)

Desde Aeropuerto Bruselas (Charleroi) con destino a	%
Alemania	15,5
Bélgica (otras ciudades)	25,9
Francia	12,1
Holanda	32,8
Hungría	1,7
Luxemburgo	8,6
Noruega	15,5

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 9 se observa que más de un 40% de los encuestados de las rutas de Zaragoza a: Bolonia (43,1%), Charleroi (39,0%), Bucarest (41,5%), Sevilla (43,6%) y Las Palmas de Gran Canaria (45,3%) eligen esos destinos por asuntos personales. Mientras que, en las rutas de Lanzarote (72,2%), Málaga (81,3%), Londres (43,3%), Bergamo (44,6%), Palma de Mallorca (43,6%), París (58,9%), Roma (57,8%) y Tenerife (65,9%), predominan los motivos vacacionales y de ocio, destinos vacacionales por excelencia. Si se consideran motivos laborales o de negocios, las rutas de Charleroi (23,9% de los encuestados) y Bergamo (21,8%) son las que principalmente predominan.

Atendiendo al perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza, la Tabla 10 refleja que mayoritariamente son españoles (117 encuestados) y pertenecen al espacio Schengen (203 encuestados), realizando un gasto medio diario de 185 euros los primeros y de 129 euros los europeos. La duración de la estancia comprende de 5 a 9 días.

El principal motivo de que los viajeros realicen su estancia en Zaragoza se debe a asuntos personales permaneciendo aproximadamente 6 días en la capital. Las vacaciones y ocio, es el segundo motivo predominante de los encuestados pasando en Zaragoza más de cuatro días (ver Tabla 11).

Tabla 9: Motivos del viaje por rutas que toman los encuestados

Ruta / Motivos viaje	Asunto personal	Trabajo / negocios	Vacaciones / ocio	Estudios	No contesta	Total general
ZGZ - Bolonia	31	9	25	4	3	72
En %	43,1	12,5	34,7	5,6	4,2	100,0
ZGZ - Charleroi	80	49	48	5	23	205
En %	39,0	23,9	23,4	2,4	11,2	100,0
ZGZ - Bucarest	17	6	6	2	10	41
En %	41,5	14,6	14,6	4,9	24,4	100,0
ZGZ - Lanzarote	11	7	65	2	5	90
En %	12,2	7,8	72,2	2,2	5,6	100,0
ZGZ - Las Palmas G. C.	43	6	40	1	5	95
En %	45,3	6,3	42,1	1,1	5,3	100,0
ZGZ - Londres	96	37	125	11	20	289
En %	33,2	12,8	43,3	3,8	6,9	100,0
ZGZ - Málaga	1		39		8	48
En %	2,1	0,0	81,3	0,0	16,7	100,0
ZGZ - Bergamo	102	86	176	12	19	395
En %	25,8	21,8	44,6	3,0	4,8	100,0
ZGZ - Palma Mallorca	25	19	51	1	21	117
En %	21,4	16,2	43,6	0,9	17,9	100,0
ZGZ - París	50	17	113	8	4	192
En %	26,0	8,9	58,9	4,2	2,1	100,0
ZGZ - Roma	43	14	89	3	5	154
En %	27,9	9,1	57,8	1,9	3,2	100,0
ZGZ - Sevilla	136	42	110	9	15	312
En %	43,6	13,5	35,3	2,9	4,8	100,0
ZGZ - Tenerife	13	10	54	1	4	82
En %	15,9	12,2	65,9	1,2	4,9	100,0
Total general	648	302	941	59	142	2092

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza. Por país de residencia.

País de residencia	Número de viajeros	Gasto medio diario del viaje (€)	Duración media del viaje (días)
EEUU y Canadá	1	100	19,7
España	117	185	9,0
Resto de América	1	50	7,5
Resto de Europa	1	–	33,0
Resto del Mundo	1	400	5,6
UE no Schengen	35	109	10,2
UE Schengen	203	129	4,8
No contestan	7	600	12,4
Total general	366	147	8,4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza. Por motivos del viaje.

Motivos viaje	Número de viajeros	Gasto medio diario del viaje (€)	Duración media del viaje (días)
Asunto personal	161	107	5,6
Estudios	14	185	3,8
Trabajo / negocios	74	196	8,2
Vacaciones / ocio	116	166	4,3
No contestan	1	–	–
Total general	366	147	5,6

Fuente: Elaboración propia

2.3. Resumen

Analizando todas las variables socioeconómicas y en términos generales, se puede decir que el pasajero del aeropuerto de Zaragoza se caracteriza por:

- Poseer entre 30 a 39 años
- Trabajar por cuenta ajena
- Poseer una formación universitaria superior
- Tener nacionalidad española
- Viajar principalmente por Vacaciones/Ocio
- Realizar de 1 a 5 viajes adicionales
- Pernoctar, principalmente, en la ciudad de Zaragoza
- Estancia media de 4-7 días.
- Gasto medio de más de 100 euros diarios
- Mayor porcentaje de pasajeros con mismo destino de viaje y vuelo:
- Bergamo-Milan y Londres como principales destinos.
- Vuelos no existentes y más deseados: Holanda y Alemania.

En la actualidad, el aeropuerto de Zaragoza se utiliza como centro distribuidor de mercancías y como tráfico de pasajeros. En primer lugar, el potencial logístico del aeropuerto de Zaragoza queda patente con el incremento de mercancías transportadas por avión experimentado en el año 2010 respecto al año 2000 (1077,5%). Se ha pasado de un total de 3.613 Toneladas transportadas en el año 2000 a 42.544 Toneladas en el año 2010 (AENA, 2010). AENA es consciente de este potencial y de las posibilidades de abrir nuevas líneas de negocio en este sector pese a la crisis, por lo que ha ampliado el área logística aeroportuaria.

En segundo lugar, continúa el crecimiento de pasajeros en el aeropuerto de Zaragoza, principalmente, por la aparición de las compañías de bajo coste Ryanair y Wizz Air. El problema reside en el cobro de subvenciones por estas compañías para el mantenimiento de sus rutas. Otra aerolínea que garantiza rutas todo el año en el aeropuerto de Zaragoza es Air Europa, que aunque no percibe subvenciones consigue subsistir gracias a los viajes del Imsero que mantiene, principalmente, con Canarias y Baleares.

La situación actual del tráfico de pasajeros sólo puede calificarse como positiva. Llegar a la barrera del millón de usuarios está muy cerca ya que a finales del 2011 se espera que pasen más de 800.000 personas por la terminal. La oferta de vuelos incluye grandes capitales europeas (Bruselas, Londres, París y Roma) demandadas tanto profesionalmente como por destino vacacional. Por otro lado, se han perdido las dos conexiones con Alemania (Fráncfort y Düsseldorf) que permitían enlazar con el principal mercado exterior y que los empresarios reclaman como una necesidad básica para la competitividad de la región aragonesa. En el primer caso, Air Nostrum adujo una baja ocupación y en el segundo, Ryanair lo achacó a una estrategia de empresa por el cobro de una tasa por viajero por parte del Gobierno alemán.

Es obvio que desde que Ryanair se instaló en Zaragoza ha aumentado considerablemente el tráfico de viajeros en el aeropuerto, el cual puede tener un efecto multiplicador en la economía de la Comunidad Autónoma de Aragón al dinamizar el entorno, el comercio y el turismo local, además de servir de conexión con otros destinos tanto nacionales como europeos. La posición no está en favorecer o rechazar la permanencia de la compañía irlandesa en Zaragoza sino en estudiar el impacto que tiene en la economía su permanencia o su salida, además de intentar incrementar el número de aerolíneas de bajo coste como competencia a la anterior, pero sin duplicación de líneas⁴. Este impacto quedaría reflejado con los datos obtenidos en la encuesta realizada en noviembre del 2011 en el aeropuerto de Zaragoza donde un 70% de los pasajeros de regreso han estado en la Comunidad Autónoma de Aragón, de los cuales un 59% fue en la capital aragonesa. Aproximadamente un 48% permanecieron de cuatro a siete días y un 40% tuvo un gasto medio diario de más de 100 euros. Por otro lado, el que Ryanair sea una compañía low cost no significa que sus viajeros sean de perfil bajo en cuanto a gasto. Puede ocurrir que lo que se ahorra el viajero en el vuelo, lo gaste posteriormente en destino.

⁴ Ryanair ha establecido en Zaragoza nuevas rutas con las Islas Canarias (Gran Canaria, Tenerife y Lanzarote) compitiendo con las ya establecidas por la compañía Orbest (Lanzarote y Tenerife). Habría que preguntarse si a largo plazo esta duplicidad de rutas será rentable o no, provocando el abandono de alguna compañía.

3. Redes de transporte y turismo

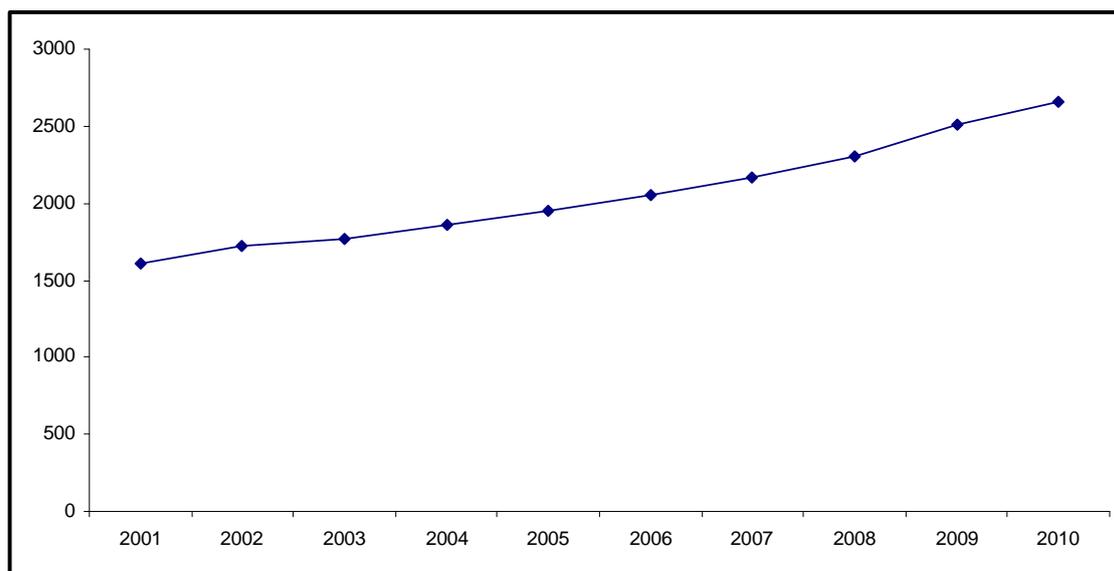
3.1. Oferta de hostelería y restauración de Aragón

Los datos de la Tabla 12 muestran una evolución constante y creciente en los años estudiados, pasando de 1.613 establecimientos totales (hoteleros y rurales) en el año 2001 a 2.654 establecimientos en el año 2010. También las plazas ofertadas en la Comunidad de Aragón han aumentado de 69.840 en 2001 a 94.577 en 2010. Hay que destacar que el año 2008, año de realización de la Exposición Internacional en Zaragoza, no supuso un aumento considerable en las plazas ofertadas con respecto a años anteriores. Por el contrario, la variación fue mayor en el año 2009 y en relación con el año 2008. Las tasas de crecimiento en las cifras son mayores desde el año 2005, año en el que comenzó a operar Ryanair en la capital aragonesa. La tasa de crecimiento relativa de establecimientos en la Comunidad de Aragón durante 2001 a 2010 fue de 64,34%. En lo que respecta a establecimientos hoteleros este crecimiento fue de un 35,29% y de un 75% en establecimientos de tipo rural.

Tabla 12: Oferta turismo en Aragón. Serie 2001-2010

	Total alojamientos		Alojamiento hotelero		Alojamiento rural	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	1.613	69.840	714	32.002	756	8.015
2002	1.722	70.765	761	32.630	812	8.510
2003	1.773	72.369	787	33.759	825	8.622
2004	1.855	72.990	777	33.816	910	9.462
2005	1.945	74.846	803	34.512	957	9.858
2006	2.051	78.945	828	37.107	999	10.761
2007	2.167	81.486	862	38.120	1.067	11.491
2008	2.299	85.812	893	39.308	1.146	12.336
2009	2.507	91.997	942	42.574	1.238	13.106
2010	2.654	94.577	966	44.930	1.323	13.954

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Gráfico 12: Total de establecimientos en Aragón

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Referente a la oferta de restauración en la Comunidad Aragonesa, la Tabla 13 refleja los datos relativos a los establecimientos de restauración, incluyendo restaurantes, cafeterías y bares. Los datos presentan una cierta estabilidad en la serie, aunque hay que destacar el año 2007 en el que por un cambio metrológico se produce una disminución considerable en el número de establecimientos, no así en el número de plazas ofertadas. A partir de ese año se puede apreciar un constante aumento en los datos, especialmente en restaurantes y cafeterías, establecimientos con mayor Valor Añadido generado y que requieren mayores niveles de inversión.

Como ocurría con los datos de la tabla 12, en el 2008, año de realización de la Exposición Internacional, hubo un aumento sustancial en la oferta de establecimientos de restauración.

Tabla 13: Oferta restauración en Aragón. Serie 2001-2010

	Total Hostelería		Restaurantes		Cafeterías		Bares
	Establec.	Plazas	Establec.	Plazas	Establec.	Plazas	Establec.
2001	12.002	135.555	1.528	111.859	387	23.696	10.087
2002	11.841	150.337	1.592	122.647	397	27.690	9.852
2003	13.241	147.992	1.633	123.039	413	24.953	11.195
2004	12.102	158.709	1.685	128.960	428	29.749	9.989
2005	12.194	164.123	1.753	132.861	480	31.262	9.961
2006	12.171	155.821	1.749	128.332	469	27.489	9.953
2007	9.036	152.282	1.772	125.595	462	26.687	6.802
2008	9.149	171.602	1.823	139.194	488	32.408	6.838
2009	9.350	172.092	1.925	142.184	531	29.908	6.894
2010	9.483	172.900	2.039	148.385	569	24.515	6.875

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

3.2. Movimiento turístico en Aragón y en Zaragoza

La tabla 14 muestra la evolución del movimiento turístico en Zaragoza, presentando los datos de pernотaciones (distinguiendo entre nacionales y extranjeros), número de viajeros (también con la misma distinción), el grado de ocupación y la estancia media.

Los datos presentan una cierta estabilidad con una tendencia ligeramente creciente. Así, las pernотaciones han pasado de 1.213.729 en el año 2000 a 1.340.192 en el año 2010. En estos datos sí que se aprecia en mayor medida el efecto EXPO, ya que ese año el número de pernотaciones fue de 1.799.496. Esto supuso, como queda reflejado en la penúltima columna, un mayor grado de ocupación de las instalaciones hoteleras con las que contaba la ciudad (55,18%). Otro dato a destacar es el número de viajeros extranjeros que ha evolucionado de 114.755 en el año 2000 a 183.471 en el año 2010. Significativo que desde el año 2005, el número de viajeros extranjeros haya aumentado todos los años. Por último un dato preocupante es la estancia media, que ha permanecido constante sobre 1,7 en todo el periodo analizado, según las estadísticas de turismo. La ciudad de Zaragoza debe proporcionar mayores atractivos a los turistas para que permanezcan en la ciudad un mayor número de jornadas.

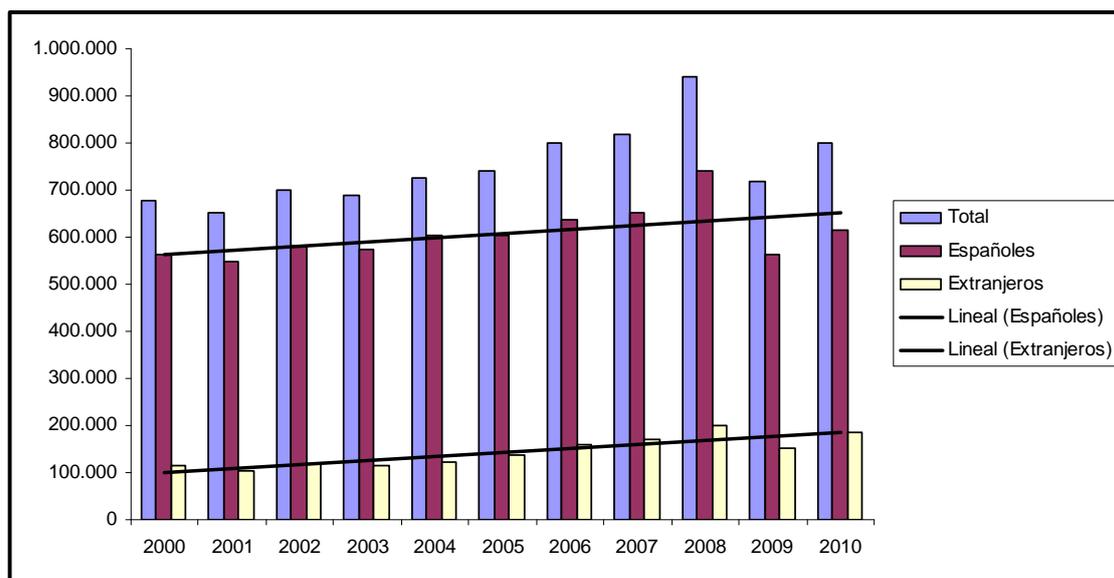
Tabla 14: Estadísticas de pernoctaciones y ocupación hotelera en Zaragoza

	Pernoctaciones			Viajeros			Grados de ocupación	Estancia media
	Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Por plazas (%)	Nº días
2000	1.213.729	1.003.276	210.453	677.412	562.657	114.755	50,23	1,79
2001	1.107.562	936.433	171.129	650.428	547.471	102.957	45,10	1,70
2002	1.213.293	999.341	213.952	700.469	582.095	118.374	48,55	1,73
2003	1.168.127	976.153	191.974	688.942	574.246	114.696	46,13	1,70
2004	1.210.192	1.007.876	202.315	724.435	602.037	122.398	47,01	1,67
2005	1.261.863	1.031.153	230.710	739.640	603.771	135.869	49,00	1,71
2006	1.373.752	1.081.777	291.975	798.815	638.384	160.431	53,86	1,72
2007	1.373.752	1.128.287	306.361	819.882	650.337	169.545	53,67	1,75
2008	1.799.496	1.396.071	403.425	940.844	742.137	198.707	55,18	1,91
2009	1.211.936	948.872	263.064	717.252	563.600	153.652	34,09	1,69
2010	1.340.192	1.025.709	314.483	799.939	616.468	183.471	35,33	1,68
Promedio 2000-2004		984.616	197.965		573.701	114.636	47,40	1,72
Promedio 2005-2010*		1.043.160	281.319		614.512	160.594	45,19	1,71
Tasa de variación		6%	42%		7,1%	40,1%		
Variación absoluta		58.544	83.354		40.811	45.958		

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

* Excluido el año 2008, para no considerar el efecto de la Expo de Zaragoza

El gráfico 13 muestra los datos de la tabla 14 respecto al total de viajeros, españoles y extranjeros.

Gráfico 13: Total de viajeros en Zaragoza

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Gráficamente se aprecia con claridad el efecto EXPO, la tendencia creciente en las tres series presentadas y, especialmente significativo, el repunte en el año 2010 del número de viajeros, tanto nacionales como extranjeros, a pesar de ser un año afectado por la crisis económica. También se presentan en el gráfico las líneas de tendencia del total de viajeros y del número de viajeros extranjeros. En ambos casos se aprecia la pendiente suavemente positiva lo que implica un aumento del número de visitantes crecientes con el tiempo.

Los datos para Aragón se presentan en la tabla 15, para los mismos años estudiados y con las mismas variables utilizadas.

Las conclusiones que se pueden extraer de los datos son similares a los datos de la ciudad de Zaragoza. Se puede destacar que el año 2008 tuvo unos efectos altamente positivos también sobre Aragón y no sólo sobre Zaragoza. Ese año se produce un aumento en los valores de todas las variables presentadas.

Otro dato importante hace referencia a la estancia media ya que presenta unos valores mayores en el caso de presentar los datos de Aragón frente a los datos de Zaragoza. Además los datos son constantes mientras que los datos tanto de pernoctaciones como de viajeros son crecientes con el tiempo. Esto significa que en estos diez años no se ha conseguido añadir ningún atractivo turístico a los ya existentes como para conseguir que los viajeros aumenten su estancia en el territorio.

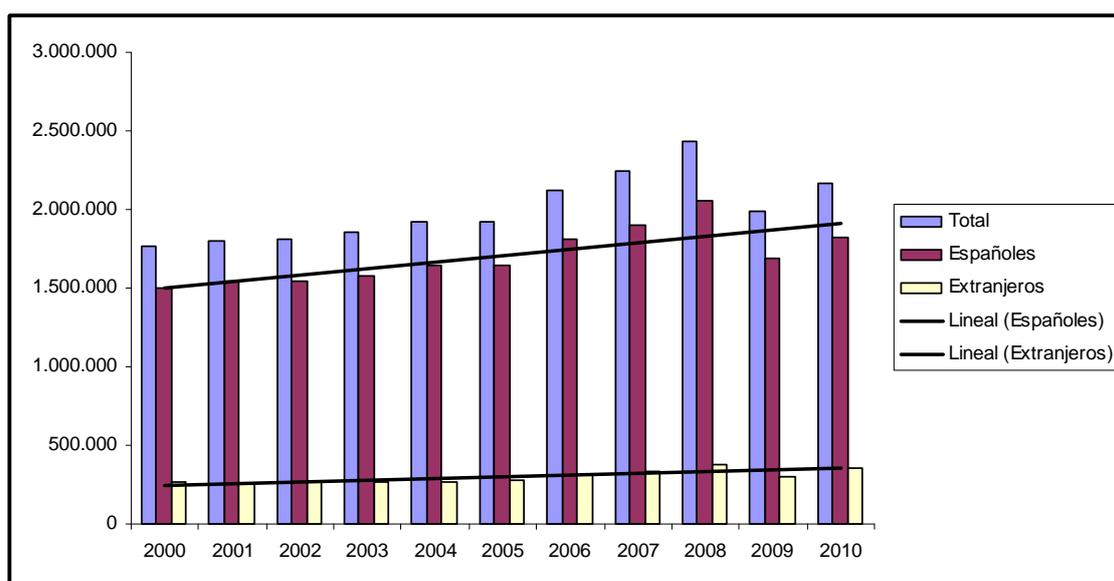
Tabla 15: Estadísticas de pernoctaciones y ocupación hotelera en Aragón

	Pernoctaciones			Viajeros			Grados de ocupación	Estancia media
	Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Por plazas (%)	Nº días
2000	3.690.337	3.208.450	481.887	1.763.551	1.501.469	262.082	37,26	2,09
2001	3.723.871	3.275.425	448.446	1.796.712	1.545.737	250.975	37,27	2,07
2002	3.870.361	3.369.146	501.215	1.815.450	1.544.792	270.658	38,02	2,13
2003	3.879.548	3.381.860	497.688	1.853.106	1.581.833	271.273	37,24	2,09
2004	3.977.374	3.477.086	500.288	1.918.452	1.648.333	270.119	37,46	2,07
2005	4.106.101	3.563.882	542.219	1.922.577	1.644.113	278.464	37,96	2,14
2006	4.405.041	3.780.644	624.397	2.121.294	1.806.872	314.422	39,98	2,08
2007	4.721.264	4.024.511	696.753	2.239.996	1.901.701	338.295	40,49	2,11
2008	5.293.955	4.444.900	795.054	2.436.976	2.055.828	381.148	40,15	2,15
2009	4.140.003	3.580.393	559.610	1.991.736	1.693.297	298.439	30,21	2,08
2010	4.417.225	3.761.289	655.936	2.169.935	1.818.423	351.512	30,84	2,04
Promedio 2000-2004		3.342.393	485.905		1.564.433	265.021		
Promedio 2005-2010*		3.742.144	615.783		1.772.881	316.226		
Tasa de variación		12%	27%		13,3%	19,3%		
Variación absoluta		399.750	129.878		208.448	51.205		

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

* Excluido el año 2008, para no considerar el efecto de la Expo de Zaragoza

El Gráfico 14, referente al número de viajeros, tanto españoles como extranjeros en la Comunidad de Aragón refleja que las conclusiones son similares a los datos para Zaragoza, aunque en este caso el efecto EXPO 2008 menos acusado. También destacar el repunte del turismo en el año 2010, año en el que la crisis económica se mantiene, pero la actividad turística mantuvo un tono de mejoría respecto al año anterior.

Gráfico 14: Total de viajeros en Aragón

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

3.3. Caracterización de los gastos medios de los turistas que visitan España en función de varios parámetros

Los turistas que visitan España tienen un comportamiento respecto de los gastos que realizan que difieren según varias variables. Así no gasta de media lo mismo un turista alemán que uno francés o no gasta lo mismo un turista que viaja por motivos de negocio que por estudios.

Los datos de las tablas 16, 17 y 18 presentan los datos de gastos medios de los turistas durante su estancia España en función del origen, del motivo del viaje y del medio que utilizan para entrar en el territorio.

Los datos están disponibles para algunos países y sólo a partir del año 2004 hasta el año 2010,

Tabla 16: Gasto medio de los turistas según el país de residencia

	Alemania	Francia	Italia	Países Bajos	Reino Unido	Resto del Mundo
2004	882	510	905	783	857	1.045
2005	872	547	948	767	824	1.041
2006	911	526	843	824	830	1.033
2007	915	554	865	814	823	1.085
2008	929	630	885	845	841	1.094
2009	976	603	874	906	817	1.137
2010	963	609	824	920	817	1.170

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) realizada por el Instituto de Estudios Estadísticos (IET)

Tabla 17: Gasto medio de los turistas según vía de acceso

	Total	Aeropuerto	Barco	Carreteras
2004	864	1.003	1.074	423
2005	854	993	1183	423
2006	857	983	1.097	471
2007	877	982	946	489
2008	906	995	1.074	519
2009	922	1.017	1.183	529
2010	932	1.033	1.097	541

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) realizada por el Instituto de Estudios Estadísticos (IET)

Tabla 18: Gasto Medio de los turistas según motivo de viaje

	Ocio	Trabajo/negocios	Estudios	Personal	Otros
2004	844	1.172	1.773	634	831
2005	849	1.089	1.622	594	799
2006	855	1.082	2.231	549	635
2007	866	1.126	1.890	613	708
2008	894	1.083	2.150	654	751
2009	911	1.108	2.096	638	798
2010	926	1.115	2.440	620	675

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) realizada por el Instituto de Estudios Estadísticos (IET)

Como se aprecia en los datos, los turistas alemanes son los que gastan cada año más de media, seguidos de los franceses y los de los Países Bajos, mientras que los italianos y los del Reino Unido cada año gastan menos de media en sus viajes a España. También destacan los turistas franceses por su escasa cuantía en el gasto comparado con el resto de países europeos. En resumen, que los turistas que interesa que vengan a visitarnos son los de los Países Bajos y los Alemanes.

También difiere mucho el gasto medio según la vía de acceso. Evidentemente en Aragón el acceso en barco no existe, pero si por carretera y avión y la diferencia en la magnitud es casi el doble, 541 € de media si el acceso es por carretera y 1.033 € si el acceso es en avión.

Por último, la diferencia también es sustancial según sea el motivo del viaje: en el año 2010 varía desde 620 € si el motivo del viaje es personal a 2.440 si el motivo del viaje es estudios.

A la vista de los resultados, por lo tanto, parece evidente que lo ideal desde el punto de vista del gasto medio sería una combinación de un viajero procedente de los Países Bajos, que utilice el avión y además que sea estudiante o viaje por motivos laborales.

4. Redes de transporte y competitividad

4.1 Introducción.

Las empresas que consiguen una ventaja competitiva y además logran mantenerla en el tiempo, disfrutan de una ventajosa posición sobre el resto de empresas competidoras que les permite obtener unas rentas extraordinarias sostenibles en el tiempo y además afrontar nuevos retos en diversos ámbitos: ampliación de producto y ampliación de unidades de negocio. La literatura académica en este aspecto lleva décadas investigando cuáles son los orígenes de esas ventajas competitivas que permiten a unas empresas disfrutar de esa posición frente a otras que no lo hacen. Desde la óptica de la literatura sobre empresas, existe un aparente consenso en cuáles son esas fuentes de ventaja: las propias de la empresa (Teoría de Recursos y Capacidades) y las relativas al sector al que pertenece (Economía Industrial). Además, han sido estudiados otros orígenes de la ventaja competitiva: las ventajas derivadas de la pertenencia a una determinada corporación y las ventajas derivadas de la localización, con los factores o cualidades que son propias de la localización.

Pero ese aparente consenso desaparece cuando se pretende cuantificar esa importancia: así hay un cuerpo de investigación que se decanta por la empresa como origen de esa posición ventajosa (Teoría de Recursos) y otro grupo de investigadores que se decantan por la industria a la que pertenece la empresa como justificación de esa posición (Economía Industrial).

En los últimos años, se está incidiendo en otro factor que determina esa ventaja: el espacio, entendido como el territorio en el que se localiza una empresa y que por una serie de características propias, permite a las empresas establecidas en el mismo alcanzar un desempeño superior a otras localizadas en otros espacios.

El año 1985, con el trabajo pionero de Schmalensee (1985), supone el inicio de este cuerpo de investigación. Este autor concluye que la pertenencia a una determinada industria explica aproximadamente un 19% de la varianza del desempeño en el modelo que propone. Posteriormente, Rumelt (1991) amplía el alcance del trabajo anterior y concluye que mucho más importante que la pertenencia a una determinada industria o sector empresarial es el componente empresa o las características intrínsecas de la misma, la fuente de las ventajas competitivas, es decir, que los recursos que posee la empresa explican mucho mejor la presencia de resultados extraordinarios que la pertenencia a una determinada industria. A partir de estos dos trabajos, pioneros en este campo, muchos otros autores han intentado

corroborar empíricamente estos resultados y parece que hay un consenso entre los investigadores: el denominado “efecto empresa”⁵ es mucho más importante para explicar un desempeño superior por parte de las empresas que el denominado “efecto sector”⁶.

Además de los dos “efectos” definidos anteriormente, un tercer componente explicativo está siendo estudiado con detenimiento en los últimos años: la ubicación espacial de la empresa. Este denominado “efecto localización”⁷ tiene que ser entendido como factores que ejercen influencia en todas las industrias y empresas localizadas en un determinado territorio de manera homogénea. Estos factores pueden estar relacionados con aspectos sociológicos (por ejemplo, modos de conducta), institucionales, calidad de los recursos humanos, dotación de infraestructuras, etc.

4.2.- La localización como fuente de competitividad.

El componente espacial ha estado presente en la literatura económica desde sus orígenes. La teoría clásica del comercio entre naciones establecía que el comercio internacional entre países se determina según la abundancia relativa de factores de producción que los países posean. Porter (1990) amplía este concepto clásico añadiendo que los países difieren no sólo en la dotación inicial de factores, sino también en sus capacidades para crear, mejorar y sustentar la innovación y el desarrollo tecnológico que se requiere para aumentar la productividad en determinadas industrias. Adam Smith (1776) introduce la idea de ventaja absoluta, por la que un país o región con costes bajos puede dominar el mercado exportando a otros.

También Ricardo (1817) utilizó el concepto de “ventaja comparativa”, para justificar el comercio internacional basado en la desigualdad en factores de producción entre países.

Krugman (1991), desde un enfoque de la Economía Regional, revisó los efectos que sobre la posición competitiva de una empresa tenían las externalidades económicas de una determinada localización, concluyendo que el espacio geográfico importaba. Además el propio Krugman indica cuál es el origen de esas ventajas competitivas: disponibilidad de mano de

⁵ Se denomina “efecto empresa” a la aportación que sobre las rentas extraordinarias o a la presencia de ventajas competitivas, realiza cada empresa por sus propias características.

⁶ Se denomina “efecto sector” a la aportación que a las rentas extraordinarias realiza la mera presencia de la empresa en un sector y no en otro.

⁷ Se denomina “efecto localización” a la aportación que sobre las rentas extraordinarias realiza el lugar en el que está situada la empresa.

obra especializada, **disponibilidad de servicios y de inputs especializados y menos costosos**, y externalidades tecnológicas o spillovers.

Kogut (1991) concluye que la diferencia entre la competitividad entre países es debida a la diferencia entre el nivel de desarrollo tecnológico y la capacidad organizativa. También demuestra que esas diferencias son persistentes en función de la relativa permeabilidad entre países.

Mientras, Porter desarrolla su teoría de la competitividad basada en los clusters. Este autor relaciona los clusters y la ventaja competitiva por tres vías principales: la productividad, la innovación y la constitución de nuevos negocios. Por lo tanto, la localización de una empresa en uno de esos cluster supone que puede disfrutar de una ventaja competitiva por una de esas vías.

La introducción de una nueva dimensión, el espacio, nos lleva a dejar de hablar de efecto empresa vs. efecto sector y comenzar a hablar de tres posibles factores explicativos de la presencia de resultados extraordinarios en las empresas: empresa, sector y localización. Éste último ha recibido habitualmente la denominación de “efecto país”. La razón hay que buscarla en la casi exclusiva utilización del nivel país en los trabajos realizados hasta el momento, es decir, existen muchos trabajos que analizan las diferencias entre empresas en distintos países, pero muy pocos analizan las diferencias entre zonas distintas de un mismo país.

Así, Makino et al. (2004), realizan un análisis de varianza para 79 países de filiales de empresas japonesas; Vasconcelos (2004) utiliza también 78 países y Furman (2000) compara 4 países.

4.3.- Análisis empírico de la relación existente entre localización y competitividad en Aragón.

Mediante la utilización de una herramienta estadística, se pretende demostrar de forma significativa la relación entre ventaja competitiva y localización.

El modelo que aquí se presenta utiliza el análisis de la varianza o análisis de componentes principales de la varianza. Mediante este método, se descompone la varianza del resultado empresarial (variable dependiente) en diversos efectos (variables independientes o explicativas), logrando así determinar la importancia de cada uno de ellos.

En este trabajo se van a considerar los siguientes efectos:

- a) El efecto industria se corresponde con aquellas características que afectan por igual a las empresas que pertenecen a una misma industria. Como

ejemplo de estas características caben destacar: Barreras a la entrada y salida, grado de rivalidad, capacidad instalada en la industria, entre otras.

- b) El efecto empresa es debido a las características intrínsecas de la empresa. Este efecto vendría determinado por los recursos y capacidades de las empresas tales como la habilidad en la gerencia, la reputación de la empresa, la marca, los activos, etc. La disponibilidad por parte de una empresa de estas características hace posible que una empresa disfrute de una posición ventajosa respecto a las demás de una corporación o una industria.
- c) El efecto país o **localización**, podría definirse como el conjunto de características de la ubicación de las empresas que les permite alcanzar una posición ventajosa. Estas características podrían ser la estabilidad institucional de la localización, **la dotación de infraestructuras**, la disponibilidad de mano de obra cualificada y no cualificada, etc.
- d) El efecto año reflejaría las variaciones macroeconómicas que tienen un efecto igual sobre todas las empresas, con independencia de la industria a la que pertenecen.

Respecto a la forma de medir el resultado de las empresas (variable dependiente), la variedad de la unidad de medida ha sido constante en la literatura, pero parece existir un amplio consenso en la utilización del ROA o Rentabilidad de los Activos como mejor indicador de los resultados empresariales, que ha sido utilizado como medida de la rentabilidad del performance de las empresas desde los trabajos pioneros en este campo. Así Schmalensee (1985) y Rumelt (1991) utilizaron el ROA por empresa como indicador.

Las variables independientes que se van a considerar para medir los distintos efectos planteados anteriormente son:

- a) Efecto sector. Para clasificar a las empresas por sectores se ha partido de la clasificación del CNAE-93. Esta clasificación, con un detalle de 4 dígitos, hace que la muestra presente mucha variabilidad en la distribución de las empresas por las distintas localizaciones y, debido a la elevada concentración empresarial en la Comarca de Zaragoza, el resto de comarcas quedan sin cobertura en la mayoría de los epígrafes. Por estos motivos se ha optado por dividir la muestra en 12 sectores

económicos que presentan una razonable homogeneidad interna, de acuerdo con otros trabajos (Delgado et al., 2006)⁸.

- b) Efecto empresa. Para el análisis de este efecto se ha asignado un número a cada empresa ya que por necesidades del software empleado este tipo de variables tienen que ser categóricas. Cada una de ellas tiene asignado un número, y cada uno se repite 4 veces, tantas como años se disponen en el análisis.
- c) Efecto Localización. Para el análisis de este efecto, se ha dividido la Comunidad Autónoma de Aragón en sus 33 Comarcas. Las Comarcas son unidades administrativas en las que se ha dividido la comunidad autónoma y que supone una redistribución del espacio con el objetivo de acercar la Administración hacia los administrados.

Este trabajo toma como referencia un modelo propuesto en estudios similares (Rumelt, 1991; McGahan y Porter, 1997; Chang y Hong, 2002, Makino *et al.*, 2004) y los datos utilizados provienen de la base de datos SABI, que contiene datos contables y otra información de más de 1.000.000 de empresas de España y Portugal. Los datos que ofrece son los datos correspondientes a las Cuentas Anuales que las empresas depositan en los Registros Mercantiles. En total para el caso de Aragón, la base cuenta con algo más de 31.000 empresas. Según el INE, el número de empresas instaladas en la Comunidad Autónoma en el año 2005 era de 90.005 empresas. También según el INE, las empresas cuya condición jurídica es la de empresario individual son 50.033. Esto indica que el resto hasta las 90.005 son las empresas que según la legislación fiscal están obligadas al depósito de las cuentas en el Registro Mercantil. Es decir, que en Aragón hay 39.972 empresas con esa obligación. Esto indica que un porcentaje muy elevado de éstas últimas están en la base de datos que se ha utilizado como fuente de datos.

Teniendo en cuenta que uno de los efectos que se va a considerar es el año, solamente se han mantenido en la muestra utilizada aquellas empresas de las que disponemos de datos para un grupo homogéneo de años, abarcando la mayor cantidad posible de empresas. De esta forma se han utilizado del año 2005 al año 2008. Además, se han eliminado de la muestra datos que han quedado caracterizados como *outlier*, en concreto aquellas empresas que presentan una rentabilidad sobre activos superior al 100% tanto en positivo como en negativo. Como

⁸ Vasconcelos (2004) utiliza 9 agrupaciones en función del SIC asignado a cada empresa. El Instituto Nacional de Estadística utiliza 14 agrupaciones de actividades y 9 divisiones.

resultado de este proceso de selección, la muestra total la conforman 8.878 empresas, con 35.512 observaciones.

El modelo que se aplica es el siguiente:

$$r_{i,j,k,t} = \mu + \alpha_i + \beta_j + \nu_k + \phi_t + \varepsilon_{i,j,k,t} \quad (1)$$

Donde:

- $r_{i,j,k,t}$ es la variable dependiente de la empresa i que pertenece al sector j en la localización k y durante el período t . En este caso la unidad de medida va a ser la Rentabilidad por Activos Netos.

- μ es una constante que representa la rentabilidad media de las empresas de la muestra durante el período (la media poblacional).

- α_i es el “efecto sector ” o “efecto industria” y representa la incidencia que sobre la rentabilidad de la empresa tiene la industria o el sector i al que pertenece. Así, aquí quedarán reflejados aspectos como el número de competidores en el mercado, el grado de intensidad de las barreras de entrada y salida del sector, el grado de integración vertical existente, etc.

- β_j es el “efecto empresa” y representa la incidencia que sobre la rentabilidad de la empresa tienen las características intrínsecas de cada una de ellas, es decir, los recursos y capacidades. Se pueden citar, como ejemplo, la cualificación del personal, las patentes, la reputación y otros recursos tangibles e intangibles.

- ν_k es el “efecto localización” y supone la incidencia que sobre la rentabilidad de la empresa tiene la localización donde tiene sus instalaciones. Encontraremos aquí los efectos derivados de la dotación de infraestructuras, el entorno institucional, la proximidad a clientes y proveedores, el acceso a factores productivos (trabajo y capital), etc.

- ϕ_t es el “efecto año” y representa la influencia de las fluctuaciones de tipo macroeconómico de tipo anual en la empresa.

- $\varepsilon_{i,j,k,t}$ representa el error aleatorio y no explicado por el modelo. Cuanto menor sea este componente mejor será la capacidad explicativa del modelo.

Este modelo expresa que la rentabilidad de una empresa en un año determinado puede estar influida por cuatro factores distintos: el sector o la industria a la que pertenece, las

condiciones macroeconómicas del año en que fue observada la rentabilidad, la localización donde desarrolla su actividad la empresa y las características internas de la empresa.

La tabla 19 muestra los resultados obtenidos para los análisis de la varianza secuenciales mostrando, el incremento en el R^2 que se produce al introducir cada uno de los efectos considerados (año, localización, sector y empresa) y el valor del estadístico F asociado a la hipótesis nula (el efecto no explica la rentabilidad). Conforme se van introduciendo efectos explicativos en el modelo, el valor de R^2 aumenta, consiguiendo de esta forma una mayor capacidad explicativa.

Tabla 19: Resultados obtenidos del Análisis de la Varianza de la Rentabilidad

Variable explicativa	R^2	ΔR^2	Estadístico F
Efecto año	0,002	0,002	3,142**
Efecto Localización	0,021	0,019	2,403***
Efecto Sector	0,041	0,020	7,731***
Efecto Empresa	0,538	0,497	3,417***
Error	0,462		

Significatividad: * $p < 0,10$; ** $p < 0,05$ y *** $p < 0,01$,

El Análisis de Varianza realizado permite rechazar la hipótesis de igualdad de medias en la rentabilidad de los diferentes efectos considerados. El modelo estimado presenta un grado de ajuste con un R^2 de 0,538; es decir, logra explicar el 53,8 % de las variaciones que se observan en la rentabilidad de las empresas de la muestra.

El efecto localización, la variable relativa a la localización en una determinada comarca, explica un 2,1 % de la variación de la rentabilidad de las empresas de la muestra con un nivel de significación del 99% y un valor del estadístico F de 2,403. Hay que tener en cuenta que ese 2,1 % lleva implícito el efecto año, que explica un 0,2% de la variación y además es significativo al 95% (F de año = 3,142).

Respecto a los efectos sector y empresa, su inclusión en el modelo resulta significativo al 99% en ambos casos, explicando un 53,8% de la varianza después de su inclusión. Igualmente hay que considerar que en el caso del efecto empresa, lleva implícito todos los efectos anteriores: año, localización y sector, al introducirlos de forma secuencial.

Aunque la contribución individual de cada efecto no puede distinguirse en un modelo de efectos fijos, la variación en el coeficiente de determinación (ΔR^2) indica que al incluir las

variables de los efectos considerados amplía la varianza explicada en la variable dependiente de las empresas de la muestra respecto a cuando no se incluyen variables adicionales.

Así, la variación en el coeficiente de determinación indica que el “efecto empresa” explica un 49,7 % de la variabilidad en la rentabilidad sobre activos para las empresas de la muestra, el “efecto sector” explica un 2%, el “efecto localización” un 1,9 % y el “efecto año” un 0,2%. Por último, el error supondría el 46,2 %.

Si se realiza un análisis similar, pero por sectores empresariales, la tabla 20 muestra los resultados.

Tabla 20: Resultados obtenidos en el incremento del coeficiente de determinación (ΔR^2) por sectores económicos.

	Efecto año	Efecto localización	Efecto empresa	Error
Actividades a Empresas y Financieras	0,002	0,013**	0,518***	0,467
Comercio y Reparación	0,002***	0,020***	0,420***	0,558
Construcción	0,001	0,016***	0,378***	0,605
Hoteles y Restaurantes	0,003	0,045***	0,424***	0,528
Inmobiliarias y alquiler	0,001	0,011	0,364***	0,624
Maquinaria y vehículos	0,005*	0,034***	0,592***	0,369
Materias Primas	0,003*	0,055***	0,365***	0,693
Petróleo y productos químicos, caucho y cemento	0,005**	0,037***	0,493***	0,435
Productos metálicos	0,004**	0,015***	0,333***	0,648
Productos alimenticios	0,007**	0,035***	0,250***	0,708
Textil y Madera	0,004**	0,036***	0,448***	0,512
Transporte y telecomunicaciones	0,010***	0,004	0,245***	0,750

Significatividad del Test F: * p<0,10; ** p<0,05 y *** p<0,01

La tabla anterior presenta aspectos que conviene destacar. Respecto al “efecto año”, la significatividad de esta variable depende del sector a que hace referencia, siendo no significativa en los sectores de Actividades a Empresas y Financieras, Construcción, Hoteles y

Restaurantes e Inmobiliarias y alquiler. Además este efecto presenta una escasa variabilidad sectorial. La inclusión de nuevos años en la muestra podría dar más importancia a este efecto.

El efecto localización, que es el objetivo principal de este análisis, varía entre prácticamente 0 de Transporte y Telecomunicaciones hasta el 5.5% en Materias Primas. Esta gran variación en los resultados es una de las justificaciones que McGahan y Porter (1997) utilizan para resaltar la importancia de pertenecer a un determinado sector para la obtención de determinados resultados.

Otro aspecto destacable es la diferencia en el efecto localización en los sectores de Materias Primas, Hoteles y Restaurantes, Textil y Madera, Productos Alimenticios y Productos Químicos, que en los cuatro casos supera el 3%. Este hecho es lógico en el sector de materias primas, en el que se incluye la agricultura, ya que la disponibilidad de los factores productivos para esta actividad está condicionada a la localización. Vasconcelos (2004) y MaGahan y Porter (1997) obtienen unos resultados similares, teniendo en cuenta que la agrupación de sectores económicos que realizan ellos no es exactamente la misma que la de esta investigación. Lo mismo se puede decir con respecto a los productos alimenticios. El sector agroindustrial de Aragón está claramente localizado en unas comarcas (la industria del vino, por ejemplo). El caso del sector de Productos metálicos también constituye en Aragón un sector muy localizado, en la Ribera Alta del Ebro y se puede deber a la influencia que en este sector ejerce la factoría que General Motors tiene instalada en una localidad de esta comarca (Figueroles). Buena parte de la industria auxiliar de esta fábrica, también está situada en localidades próximas.

4.4.- Redes de transporte, localización empresarial y dotación de infraestructuras.

Durante las décadas pasadas muchas empresas a nivel mundial y español han modificado su localización por una variedad de motivos. Las empresas han decidido trasladar sus instalaciones a instalarlas de nuevo en otras alternativas de localización más atractivas. La cantidad invertida en estas nuevas localizaciones nos indica claramente la importancia de la decisión que sobre la localización deben realizar las empresas.

La importancia económica de esa decisión es muy elevada (Geroski, 1995) y la mera observación de los datos que proporciona el Instituto Nacional de Estadística, a través del Directorio Central de Empresas, así lo demuestran. En 1999 había en Aragón 78.476 empresas

y en el año 2007, 92.162, es decir, 13.686 empresas más. Con posterioridad, la crisis económica ha provocado que el la mortalidad de empresas haya sido superior a la natalidad.

El aumento de la inversión extranjera en España claramente muestra que la localización puede ser un factor que contribuye a la competitividad de cualquier organización. La mayor parte de la literatura sobre variables de localización de instalaciones versan sobre aspectos teóricos y no hay muchos estudios sobre los aspectos empíricos de decisiones de localización.

Otras cuestiones relacionadas con lo anterior son las relativas a los factores relevantes para la decisión, tanto referentes a las empresas como al territorio: influencia sobre los ingresos y gastos de una posible ubicación, necesidad de situarse cerca de una red de transportes y comunicaciones, de una ciudad importante, etc.

Las cuestiones relacionadas con la accesibilidad han cobrado gran importancia actualmente. En tanto que los avances en materia de transportes han flexibilizado enormemente la localización de las empresas, a la vez que ha permitido expandir el horizonte comercial de las mismas, se hace preciso garantizar el fácil acceso a estas redes de transporte de cara a garantizar también los abastecimientos y las ventas en términos y plazos, comparativamente razonables. Las mayores facilidades de acceso se dan en los grandes núcleos urbanos, decreciendo a medida que nos alejamos de ellos. No obstante, esa disminución en la accesibilidad no es uniforme, existiendo puntos ventajosos en las proximidades de los nudos de comunicaciones. Inicialmente esos puntos estaban situados en los puertos y las desembocaduras y confluencias de los grandes ríos, posteriormente cobraron importancia los nodos ferroviarios y de carreteras, y actualmente ciertas industrias de tecnología punta se están desarrollando en las proximidades de los aeropuertos de las mayores urbes del planeta.

La importancia de la existencia de infraestructuras que facilitan el concepto de accesibilidad y la presencia de empresas ha quedado patente en numerosos estudios (Fujita y Thisse, 2002). Muchos estudios empíricos muestran que las regiones con infraestructura mal desarrollada tienen niveles de productividad bajos y este hecho desalienta tanto a inversores domésticos como extranjeros. La infraestructura cubre muchas dimensiones que varían desde aeropuertos, carreteras, ferrocarriles, sistemas de telecomunicación o desarrollo institucional (Broadman y Sun, 1997).

Desde el punto de vista del atractivo de una localización para atraer inversión, los directivos de las empresas deben observar esas alternativas como merecedoras de la consideración de un futuro emplazamiento en el que desarrollarse no sólo profesionalmente. La calidad de vida en

la ciudad de destino se hace un factor importante. Esta futura localización debe contar con hoteles de calidad y restaurantes, alojamiento de calidad, una rica vida cultural. La seguridad, factores de salud, impuestos y el coste de vida son algunos de los factores que influyen en la decisión de localización. La infraestructura es otro criterio de selección muy utilizado. Los Centros corporativos necesitan una infraestructura para viajes (Aeropuerto, autopistas, tren) y telecomunicaciones. La congestión de tráfico también desempeña un papel fundamental.

Pero si hay un concepto en la Teoría de la Localización Industrial que prevalece sobre todos los demás, es el concepto de Economías de Aglomeración. Se define como las economías externas generadas por las empresas, que derivan de la utilización colectiva de las infraestructuras de transporte, de comunicación y de los servicios urbanos. La reducción de los costes, a la cual se ajustan las ventajas extraídas de la proximidad de un gran mercado, explica la concentración de establecimientos industriales y terciarios en las grandes ciudades. La aglomeración facilita igualmente la circulación del capital y la diversificación del mercado de trabajo. Al multiplicar las probabilidades de contactos, se acrecienta la velocidad de adopción de las innovaciones. Las ventajas de aglomeración, de naturaleza variada, se contrarrestan a veces por el encarecimiento de los costes, los problemas de congestión y de contaminación (deseconomías de aglomeración). Este concepto ha sido ampliamente estudiado en disciplinas como la Geografía Económica y suponen la profundización en los conceptos establecidos por Marshall.

Una aproximación interesante que relaciona aspectos de localización empresarial con la Organización de Empresas surge del concepto de *Costes de Transacción*. Coase (1937) y Williamson (1975) establecen el concepto de Costes de Transacción que ha emergido como un concepto de gran alcance en el análisis de la Organización Industrial. Los costes de transacción son los costes asociados a la ejecución de una transacción, incluyendo el coste de oportunidad en que se incurre cuando se previene una mejora que realza la eficacia de la transacción (Milgrom y Roberts, 1992). Más específicamente, los costes de transacción incluyen los costes asociados a la determinación de los términos bajo los cuales los compradores y vendedores tramitarán o, si la transacción se logra con la jerarquía, a los costes de coordinar y de transmitir la información necesaria para determinar un plan eficiente para ejecutar la transacción. Coase (1937) reconoce que los costes de transacción tienen una dimensión espacial cuando afirma que “los costes de organización y las pérdidas aumentarán con un aumento en la distribución espacial de las transacciones organizadas”. Cuando una transacción ocurre entre dos partes en diversas localizaciones hay dos tipos de fricciones asociados a la distancia que las separa. Uno implica costes de transporte y el otro aparece por las diferencias

socioeconómicas e institucionales entre las localizaciones, que pueden ser una parte importante de los costes de transacción.

Los costes de transacción, por lo tanto, están relacionados positivamente con la heterogeneidad del espacio en el que se realiza la transacción (Word y Parr, 2005): cuanto mayor es la heterogeneidad del espacio en el que se realiza la transacción, mayores son los costes. Los autores sustentan esta afirmación en tres argumentos: primero, siguiendo a Williamson, el número de agentes que se requieren en una transacción disminuye cuanto más homogéneo es el espacio en el que se realiza; segundo, el oportunismo disminuye cuanto mayor es la homogeneidad; y en tercer lugar, los problemas de agencia disminuyen cuanto más homogéneo es el espacio.

Las clasificaciones de los Factores que determinan la localización de las empresas han sido múltiples: Stokes (1969), Hoover (1984), Chapman (1989), Precedo (1992), Domínguez Machuca (1995).

El trabajo de partida es el de Greenhut (1956) que distingue tres grupos de factores: aquellos relativos a la demanda, los relativos al coste y los factores personales.

Por el lado de los factores de localización que afectan a los costes, la literatura se encuentra mucho más dividida en los factores a utilizar. Crozet et al. (2004) utilizan como medida el coste de la mano de obra. Al no disponer del dato lo calculan dividiendo el total del gasto en trabajadores en la industria por el número de empleados del sector.

Devereux et al. (2007) utilizan variaciones en los costes medidos con los salarios de la mano de obra cualificada y no cualificada, con la tasa de desempleo y con medidas que reflejan la concentración industrial.

Holl (2004) establece en su modelo que por el lado de la función de costes, ésta depende de los salarios, del coste medio de los inputs intermedios (que varían en función del coste del transporte) y de la accesibilidad a los oferentes. Este último dato lo calcula dividiendo el valor añadido por la distancia medida en tiempo de viaje.

Barrios et al. (2006) utilizan como factor la distancia de la principal localidad al aeropuerto y al puerto importante más cercano. También mide la distancia en tiempo de viaje. También incluye las deseconomías de aglomeración como determinantes de los costes. Incluye la densidad de población como factor que afecta tanto al precio del suelo como al precio de las viviendas.

Arauzo (2005) utiliza la densidad de población como aproximación al precio del suelo. También este autor utiliza la distancia a la capital de la comarca o a la ciudad más cercana con más de 100.00 habitantes como factores que se relacionan de forma negativa con el beneficio esperado.

Quiroga (2002) utiliza como medidas de factores de coste de producción los salarios, medidos como la media del salario en la industria en la que la empresa se establece; la proporción de mano de obra no cualificada, medida como el porcentaje de participación de la mano de obra no cualificada sobre el total de la industria en la que se va a localizar la empresa; los precios de la energía y el coste del suelo, medido también a través de la densidad de población.

Guimaraes et al. (2000) utilizan como factores relacionados con el coste aquellos relacionados con el precio del suelo, de la mano de obra y del capital. El precio del suelo lo calculan a través de la densidad de población; y el coste laboral lo calculan por dos vías: por un lado con el salario medio y por la cualificación de los trabajadores, medido como la proporción de trabajadores con educación secundaria y con educación elemental. Respecto al coste del capital, a pesar de citarlo, no lo incluyen en el modelo ya que es el mismo en todas las alternativas de localización.

Manjón y Arauzo (2006) utilizan como factores relativos al coste, la densidad de población y la infraestructura de la región, medida como la distancia a la capital de la provincia, al aeropuerto, al puerto y al ferrocarril. También incluyen las deseconomías de urbanización.

4.5.- El peso de las infraestructuras a la hora de determinar el efecto localización sobre la ventaja de las empresas.

La aplicación del concepto de competitividad no ya a empresas, sino a regiones o países enteros, representa un cambio de alcance que requiere en primer lugar concretar el propio concepto. Las diferencias entre lo que cabe entender por competitividad de una empresa y de un país han sido destacadas por economistas expertos en el análisis del comercio internacional, como Paul Krugman⁹. La principal fuerza impulsora de la mejora en el nivel de vida se encuentra en factores nacionales, y los países no compiten entre sí del mismo modo que las empresas, ya que la interdependencia entre ellos es mucho más rica y variada: el mutuo interés por acceder a sus mercados respectivos es un ejemplo de ello.

⁹ Krugman, P. (1994) "Competitiveness: a dangerous obsession" Foreign Affairs 73 (2), pp.28-44

La búsqueda de variables indicadoras de la competitividad que pudieran asociarse a la idea de competitividad y al mismo tiempo tuvieran una significación inequívoca en términos de bienestar han llevado la atención hacia aspectos relacionados con el crecimiento económico y, en particular, hacia una de sus variables clave: la productividad del trabajo.

Las mejoras de la productividad del trabajo no sólo contribuyen al bienestar de la población a través de la mejora de los salarios reales o de la reducción potencial de la jornada laboral, sino que crean recursos disponibles para la inversión y ofrecen a largo plazo una base fiscal sólida para la ampliación de la oferta de bienes públicos. Los determinantes de las ganancias de productividad son principalmente nacionales, por lo que, contrariamente a lo que a veces se da por sentado, las mejoras de productividad registradas en otras economías no dañan al país que se queda rezagado. Por otra parte, las mejoras de productividad son determinantes directos de una medida de bienestar tan extendida como la renta *per capita*.

Probablemente por esta razón, determinadas instituciones y entidades supranacionales han optado por elegir la productividad como referencia a la hora de ofrecer su propia visión del significado de la competitividad. Así, la Comisión Europea (1999) en su Sexto Informe Periódico sobre la situación económica y social de las regiones, definía la competitividad como:

“la habilidad de las compañías, industrias, regiones, naciones y regiones supranacionales de generar, a la vez que se ven expuestas a la competencia internacional, niveles relativamente altos de ingresos y empleo”.

En el ámbito internacional el informe más reputado en materia de competitividad es el elaborado por el World Economic Forum, bajo el título *The Global Competitiveness Report*. En este informe se define el término competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. Este informe se elabora, en su última edición, para más de 140 países y se basa en un total de 12 pilares:

- Instituciones
- **Infraestructura**, dentro del cual hay nueve ítems, dos de ellos relacionados con el transporte aéreo (calidad de la infraestructura del transporte aéreo y por asientos disponibles en millones de kilómetros semanales).
- Entorno macroeconómico
- Salud y educación primaria
- Educación superior y profesional

- Eficiencia de los mercados de bienes
- Eficiencia del mercado laboral
- Desarrollo del mercado financiero
- Preparación tecnológica
- Tamaño del mercado
- Sofisticación empresarial
- Innovación

También en el ámbito internacional, pero circunscrito a las regiones de un país, destaca el Annual State Competitiveness Report, del Beacon Hill Institute, elaborado para los estados de los Estados Unidos de América. Nuevamente este informe se basa en considerar la competitividad como la capacidad de una región para generar renta per capita, la cual entronca con la productividad del trabajo.

En este caso, componen un índice que argumentan que contribuye a explicar la competitividad de una región (estado en este caso) basado en una serie de sub-índices:

- Gobierno y política fiscal
- Seguridad
- Infraestructura, en el que uno de los seis ítems es el número de pasajeros aéreos per capita.
- Recursos humanos
- Tecnología
- Incubación de empresas
- Apertura
- Política ambiental.

Por lo que respecta al caso español, la Fundación BBVA y el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas publicaron en 2008 el estudio “Competitividad y crecimiento: una perspectiva regional”, en el cual establecen la productividad del trabajo como indicador de competitividad regional y explotan su capacidad explicativa del PIB per capita, para cada una de las comunidades autónomas españolas.

Sin embargo, ninguno de estos trabajos llega a determinar ni el peso de cada uno de estos factores a la hora de configurar el nivel de competitividad (utilizan ponderaciones iguales para todos ellos), ni tan siquiera una ordenación de los mismos, que permitiera discernir la importancia que una política económica determinada, como el fomento de los vuelos internacionales pudiera tener sobre la competitividad, con el fin de hacer una valoración concreta de la misma.

El intento de buscar una relación entre la competitividad de la comunidad aragonesa y la puesta en marcha de las rutas internacionales sería baldío. Por un lado, no existe apenas variabilidad con otras comunidades comparables. Es decir, las comunidades de interior, aquellas que no reciben turismo de playa, son las que en los últimos años han debido establecer líneas de ayudas para que las rutas internacionales se abrieran, y con ellas es con las que debería establecerse una relación entre aeropuertos y competitividad, pero al haber sido una política puesta en marcha en todas ellas, resulta imposible obtener resultados, que se derivarían en todo caso de la existencia de diferencias entre las comunidades.

Por otro lado, por lo que se ha visto en el análisis empírico de las comarcas, solo una pequeña porción (un 2%) de la varianza en la competitividad de las empresas puede explicarse por el conjunto de factores de localización, los cuales, a su vez, son un conjunto complejo de elementos que ninguna investigación ni servicio de estudios ha dado en ordenar y estructurar, y entre las que se encuentran las infraestructuras, y con ellas, las aeroportuarias y sus servicios de rutas aéreas.

Además, existe una fuerte causalidad de un sentido no conocido. Es decir, cabe la posibilidad de que el establecimiento de rutas aéreas sea un elemento que aporte positivamente a la competitividad de una región, pero también es posible que la causalidad sea la contraria, es decir, que cuando una región mejora su competitividad y en general su desarrollo, puede empezar a generar un aumento de la demanda de tráfico aéreo y que esto lleve a la apertura de rutas aéreas.

5. Aproximación a la valoración de las rutas aéreas

Valoración por los efectos de la llegada de turistas.

Los 750.000 pasajeros de 2011, son en realidad pasajes, convertidos en pasajeros son aproximadamente la mitad, suponiendo siempre un viaje de ida y otro de vuelta por cada pasajero. Así el número de viajeros que han utilizado en 2011 el aeropuerto es de 375.000

Si calculamos el número de viajeros que, siendo residentes extranjeros han pernoctado en Zaragoza, tenemos según la encuesta de noviembre de 2011, 249 viajeros (tabla 13, como total de pernoctaciones menos residentes del resto de España, 366 menos 117).

Esos 249 viajeros suponen un porcentaje del 11,9% sobre los 2092 viajeros que dieron cuestionarios válidos (tabla 12). Extrapolado este porcentaje al total de viajeros de 2011, nos da una cifra de 44.634 residentes extranjeros que pernoctaron en Zaragoza, habiendo llegado por el Aeropuerto de Zaragoza.

Si suponemos como estancia media 5,6 días y un gasto medio diario de 147 euros (Tabla 14), nos da que el gasto total en 2011 por los viajeros en la ciudad de Zaragoza es de varias decenas de millones de euros (cerca de los 37 millones de euros). Esta sería con seguridad una sobreestimación por varias razones. La principal porque en las respuestas de los cuestionarios el error o la exageración están acotados por abajo (en cero), pero no por arriba (tanto en días de estancia como en gasto medio). Además es posible que en el cálculo mental que el encuestado hace para el cálculo del gasto diario incluya el importe de los propios trayectos en avión. Finalmente, existen encuestados que en vez de contestar al gasto diario pueden haber contestado equivocadamente el gasto total de su estancia.

Ajustando la respuesta a una estancia media de 1,7 días (datos sobre pernoctaciones de turistas en Zaragoza del IAEST) y a un gasto medio diario de 83 euros (que sería el resultado de acotar las respuestas a un máximo de 150 euros de gasto medio diario), daría un desembolso total de unos 6,3 millones de euros, que sería la estimación más moderada posible, con los datos disponibles.

Los datos que ofrece el Instituto Aragonés de Estadística (a partir de los datos proporcionados por el INE) muestran también un crecimiento en el número de visitantes que parece inequívocamente asociado a la oferta de vuelos internacionales y a la llegada de turistas por

esa vía. Tal y como se obtenía de los datos de viajeros y pernoctaciones del IAEST en Zaragoza en el apartado anterior, se obtiene que aislando el año 2008 (no incluyéndolo en los promedios), en el periodo 2005 – 2010 el número medio de pernoctaciones de turistas españoles en Aragón fue un 12% superior al promedio anual 2000 – 2004, mientras que las pernoctaciones de turistas extranjeros creció un 27% (en cifras absolutas, unas 130.000 pernoctaciones más por parte de extranjeros).

Los mismos cálculos referidos a la ciudad de Zaragoza, las pernoctaciones de españoles crecieron un 6% (el promedio anual del periodo 2005 – 2010 frente al 2000 – 2004), mientras que las de extranjeros crecieron un 42%. En cifras absolutas, unas 83.000 pernoctaciones más por parte de extranjeros. Si el cálculo se hace por número de viajeros extranjeros, se corresponderían con unos cuarenta y seis mil turistas anuales. El aumento además en el número de turistas extranjeros corresponde además en fechas con la puesta en marcha de las rutas internacionales en el Aeropuerto de Zaragoza.

Con todo, podría atribuirse al efecto de la entrada en funcionamiento de las rutas internacionales en el Aeropuerto, solo el incremento de viajeros por encima del incremento de viajeros españoles, es decir, un 36%, unas 69.500 pernoctaciones correspondientes a unos 38.500 viajeros.

Esta cifra no es muy distinta de la estimación del número de viajeros extranjeros que hacen su estancia en Zaragoza, a partir de los datos de nuestra encuesta (cuarenta y cuatro mil para el año 2011). El gasto que realiza cada viajero depende en buena medida de la vía de entrada que utiliza. En el caso de la entrada por avión, el gasto medio, según las estadísticas recogidas en el apartado anterior, sería del orden de los mil euros. Aun descontando que los costes del viaje en sí fueran el 50%, dejaría el gasto medio del viajero en unos 500 euros. Si descontamos que la estancia media en Zaragoza es un 44 por ciento más corta en promedio en Zaragoza de lo que es en España (ámbito al que pertenecen las estadísticas de gasto medio por turista), quedaría el gasto por turista en 220 euros.

Una estimación del incremento en los ingresos por turismo en la ciudad de Zaragoza, sería ese gasto medio por turista multiplicado por el que se ha estimado como incremento del número de viajeros atribuible a la entrada de turistas internacionales por el aeropuerto, es decir 8,5 millones de euros. Esta sería una estimación muy moderada por estar referida sólo a pernoctaciones hoteleras, de acuerdo con las estadísticas.

En un cálculo de carácter intermedio, referidos a la ciudad de Zaragoza, las pernoctaciones (el promedio anual del periodo 2005 – 2010 frente al 2000 – 2004) de extranjeros crecieron un 42%. En cifras absolutas, unas 83.000 pernoctaciones más por parte de extranjeros. Se corresponderían con unos cuarenta y seis mil turistas anuales, cuyo gasto total podría suponer, a 220 euros por turista que se han calculado anteriormente, unos 10 millones de euros.

Valoración por los efectos de la salida de turistas.

No se considera adecuado hacer esta valoración por dos motivos. El primero es que no se ha encontrado ninguna evidencia de que se haya incrementado el gasto en turismo fuera de la comunidad como consecuencia de la aparición de estas rutas aéreas. Es decir, si bien se producen muchas salidas de turistas, muy por encima de las entradas, no se verifica que esto suponga una sustitución de renta dedicada a bienes y servicios de la comunidad.

El segundo es que el uso de las rutas aéreas por turismo no puede ser considerado en ningún caso negativo si precisamente, en todas las rutas y transportes en el mundo, existe una mezcla de demanda turística (la mayoritaria) y de demanda por motivos laborales y de negocios. Las líneas aéreas y muchos otros medios de transporte no serían sostenibles sin dicha mezcla.

Valoración por los efectos sobre la competitividad.

Existen líneas de trabajo en materia de competitividad tanto empresarial como regional que apuntan a diferentes atributos de las zonas geográficas como determinantes de la misma. En el trabajo se revisan y destacan las líneas de trabajo más relevantes en ese sentido.

Trasladar esos análisis que existen para el caso internacional al interior de España presenta algunas dificultades serias, principalmente porque sería difícil observar variación entre comunidades respecto a la existencia o no de estas ayudas y las rutas aéreas, lo que impide hacer análisis empíricos de este ámbito. Por ello en el trabajo, además de la revisión de otros trabajos, se ha optado por hacer un estudio donde se analiza el caso de las comarcas aragonesas, para discernir qué porcentaje de las diferencias de los resultados que obtienen las empresas se puede explicar por su localización y por tanto por los factores que les son inherentes. Al mismo tiempo que se obtienen resultados significativos por parte de la localización como explicativos de mayores resultados, es necesario reconocer que el porcentaje explicado de los resultados es leve.

Sin embargo, tanto los índices de atractivo para los inversores elaborados por servicios de estudios, como diferentes encuestas directas realizadas a empresarios e inversores, incluyen la importancia de las buenas comunicaciones (en particular las aéreas) entre los primeros puestos a la hora de decidir la localización de una inversión.

Todos los estudios referentes a este concepto valoran como elemento positivo la calidad de las infraestructuras aeroportuarias además de la existencia de rutas aéreas. Se contrasta que los aeropuertos juegan un papel fundamental en el crecimiento económico y en el desarrollo social de las zonas en las que están asentados. Por un lado, apoyan la actividad económica local y por otro, son polos de atracción de nuevas inversiones y de sedes de empresas en sus zonas de influencia. En particular, las empresas de alta tecnología se suelen ubicar de manera creciente en áreas en las que existen grandes aeropuertos. Por lo tanto, los aeropuertos son reconocidos motores dinámicos de desarrollo regional.

Así, la existencia de un aeropuerto con conexiones internacionales se constituye en un elemento indispensable cuando una región pretende ofrecerse al mundo para la localización de inversiones por el hecho de estar bien comunicada. O bien cuando desea ofrecerse al exterior como una sociedad abierta y sofisticada, más allá de la aportación a un conjunto de condiciones del entorno que puedan favorecer la ubicación de nuevas actividades y centros de decisión.

Disponer de rutas aéreas internacionales no ha podido ser cuantitativamente valorado en su aportación a la economía, pero debe entender como parte integrante de una mezcla de elementos que hacen que una localización geográfica presente el suficiente atractivo para nuevas inversiones y el mantenimiento y competitividad de las actuales.

6. Control de ayudas públicas relacionadas con las líneas de bajo coste

La importancia del sector turístico en España (10,5% del PIB, según datos del INE, 2010) y del transporte aéreo como medio utilizado (casi el 80% de los turistas que visitan España lo utilizan, según datos de la encuesta FRONTUR en 2011) así como el proceso de liberalización de las infraestructuras aeroportuarias¹⁰, hace que proliferen diferentes instrumentos de intervención pública destinados a fomentar la afluencia de viajeros a distintos destinos aeroportuarios. Entre dichos instrumentos destacan las ayudas públicas que las Administraciones Públicas y sus entidades vinculadas o dependientes conceden a las aerolíneas para la apertura de nuevas rutas o cualquier otro mecanismo de naturaleza cooperativa para incrementar la afluencia de pasajeros a una zona determinada.

La concesión de ayudas públicas constituye una forma de intervención en la economía que, sin perjuicio de la persecución de ciertos objetivos de interés público, puede alterar el funcionamiento de los mercados, introduciendo distorsiones al juego competitivo y a la eficiencia de los mismos. La Comisión Europea ha mostrado, en los últimos años, una creciente preocupación por estos instrumentos de financiación. El establecimiento de mecanismos de control, seguimiento y revisión del impacto de las ayudas públicas contribuye al funcionamiento eficiente de los mercados. Por ese motivo, la Comisión Europea elaboró en el año 2005, unas Directrices¹¹ sobre la financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales, que no suplen, pero sí completan, las elaboradas en 1994.

¹⁰ El proceso de liberalización a nivel comunitario se ha instrumentado a través de tres paquetes normativos: el de 1987, el de 1990 y el definitivo de 1992. En este último se aprobaron los más trascendentes: Reglamento CEE del Consejo nº 2407/92 sobre la concesión de licencias a las compañías aéreas; Reglamento CEE del Consejo nº 2408/92 relativo al acceso de las compañías aéreas de la Comunidad a las rutas aéreas intracomunitarias y Reglamento CEE nº 2409/92 del Consejo sobre tarifas y fletes de los servicios aéreos.

¹¹ Directrices comunitarias sobre financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales (DOUE 9.12.2005).

6.1. Directrices Comunitarias sobre la financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales.

Estas Directrices aclaran las normas de competencia y definen un marco jurídico para la financiación de los aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha utilizadas en los aeropuertos regionales para beneficio de las compañías aéreas. Estas nuevas Directrices son el fruto de una amplia consulta de los distintos actores implicados en el transporte aéreo sobre sus efectos sobre el desarrollo regional. Los principales beneficiarios derivados de los instrumentos de financiación utilizados son: los aeropuertos, que pueden ser entidades públicas o privadas, y las aerolíneas, que también pueden ser de propiedad pública o privada.

Las compañías aéreas de bajo coste¹², si bien pueden competir en diferentes segmentos con las aerolíneas tradicionales, han encontrado un nicho de mercado específico en los aeropuertos secundarios regionales, donde las aerolíneas tradicionales tienen escasa presencia, reduciendo los precios considerablemente y provocando cambios en los modelos de negocio de las aerolíneas tradicionales para hacer frente a la reducción de su cuota de mercado en los últimos años.

La Comisión Europea, aprecia la contribución que las compañías de bajo coste hacen al descenso general de los precios del transporte aéreo en Europa y a la diversificación de la oferta de servicios. No obstante, también debe asegurarse de que se observen las normas del mercado interior y, en concreto, que se apliquen correctamente las que garantizan una competencia leal, especialmente en lo que respecta a las ayudas estatales. La forma en que las compañías aéreas de bajo coste negocian actualmente la concesión de subvenciones por parte de los poderes públicos ha suscitado diversas cuestiones relativas a la aplicación de la

¹² Con relación a las compañías tradicionales, la proporción del sector consistente en compañías de bajo coste pasó de solamente el 4% en 1998 a un 20,8% en 2004, aunque este porcentaje varía mucho según los estados miembros (40% en Reino Unido, 38% en España, más del 25% en Bélgica, Alemania e Italia. Fuente: OAG Summer Schedules 2004).

En 2004, las tres principales compañías aéreas de bajo coste, Ryanair, Easyjet y AirBerlin transportaron a más de 62 millones de pasajeros en el interior de la UE. (Fuente: Airclaims, 2004).

normativa de competencia del Tratado de la CE, dando lugar a la presencia de algunas denuncias a la Comisión junto con las respectivas Decisiones¹³ por parte de esta última.

Por otro lado, las Directrices de 1994 de la Comisión sobre la aplicación de los artículos 92 y 93 del Tratado CE y del artículo 61 del Acuerdo del Espacio Económico Europeo (EEE) a las ayudas estatales en el sector de la aviación, no cubren en su totalidad estos nuevos aspectos referentes a la financiación de los aeropuertos y de las ayudas a la puesta en marcha de nuevas líneas que operen desde aeropuertos regionales. Así, las nuevas Directrices (2005/C 312/01) no sustituyen a las de 1994, sino que las completan, especificando cómo se debe aplicar la normativa de competencia a los diferentes modos de financiación.

En las presentes Directrices, la Comisión considera que la utilización de estos aeropuertos regionales es positiva para: (1) luchar contra la congestión del transporte aéreo en los principales hubs¹⁴ europeos; (2) favorecer la movilidad de los ciudadanos europeos, al existir un mayor número de puntos de acceso a los vuelos intraeuropeos; (3) contribuir al desarrollo de sus economías regionales.

Los aeropuertos regionales cuentan con más dificultades que los grandes hubs, al no contar con una gran compañía aérea de referencia que concentre en ellos sus vuelos y aprovechar las economías de escala que tal estructura permite. Tampoco han alcanzado la masa crítica para resultar suficientemente atractivos y no cuentan con una imagen y notoriedad debido a su situación geográfica. Por ello, aunque en las Directrices de 2005 se adopta un enfoque favorable al desarrollo de aeropuertos regionales, estos tienen que cumplir unos principios de transparencia, de no discriminación y proporcionalidad, con el fin de evitar todo falseamiento de la competencia en relación con la financiación pública de aeropuertos regionales y la concesión de ayudas estatales a compañías aéreas.

¹³ Decisión 2004/393/CE de la Comisión, de 12 de febrero de 2004, relativa a las ventajas otorgadas por la Región Valona y Brussels South Charleroi Airport a la compañía aérea Ryanair con ocasión de su instalación en Charleroi (DO L 137 DE 30.4.3004).

¹⁴ Centro de conexión de un aeropuerto importante del que salen y al que llegan vuelos de larga distancia que se realizan mediante aviones de gran capacidad.

6.1.1. **Ámbito de aplicación de las Directrices y fundamento jurídico**

En lo tocante a la existencia de ayudas estatales, el punto crucial es saber si el beneficiario ejerce o no una actividad económica¹⁵. No cabe duda de que las compañías aéreas ejercen tal actividad. Desde el momento en que un aeropuerto, con independencia de su naturaleza jurídica y modo de financiación, lleve a cabo actividades económicas constituye una empresa a efectos del artículo 87, apartado 1, del Tratado de la CE¹⁶, y por tanto, se le aplican las normas del Tratado sobre ayudas estatales.

La Comisión valorará la financiación pública de los aeropuertos así como las ayudas estatales a la puesta en marcha de rutas aéreas en aeropuertos regionales, ateniéndose a las normas y los procedimientos comunitarios sobre ayudas estatales. Para ello, la Comisión aplicará el artículo 86, apartado 217, o el artículo 8718, apartado 3, letras a), b) o c) del Tratado CE.

Respecto a la financiación de los aeropuertos, no todas las actividades del gestor de un aeropuerto son necesariamente de carácter económico. Las actividades que incumben normalmente al Estado en el ejercicio de sus prerrogativas como poder público y las constitutivas de un servicio de interés económico general (SIEG) no son de carácter económico ni entran en el ámbito de aplicación de la normativa sobre ayudas estatales. Tales actividades incluyen la protección, el control del tránsito aéreo, la policía, las aduanas, etc. De manera general, su financiación debe limitarse estrictamente a la compensación por los costes

¹⁵ Según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, toda actividad que consista en ofrecer bienes y servicios en un mercado dado constituye una actividad económica [véase el asunto C 35/96, sentencia de 18 de junio de 1998, Comisión contra República Italiana, (Rec. 1998, p. 3851) y los asuntos C 180/98 184/98, Pavlov (Rec. 2000, p. I-6451)].

¹⁶ "Salvo que el presente Tratado disponga otra cosa, serán incompatibles con el mercado común, en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre Estados miembros, las ayudas otorgadas por los Estados o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia, favoreciendo a determinadas empresas o producciones".

¹⁷ "Las empresas encargadas de la gestión de servicios de interés económico general o que tengan el carácter de monopolio fiscal quedarán sometidas a las normas del presente Tratado, en especial a las normas sobre competencia, en la medida en que la aplicación de dichas normas no impida, de hecho o de derecho, el cumplimiento de la misión específica a ellas confiada. El desarrollo de los intercambios no deberá quedar afectado en forma tal que sea contraria al interés de la Comunidad."

¹⁸ "Podrán considerarse compatibles con el mercado común:

- a) Las ayudas destinadas a favorecer el desarrollo económico de regiones en las que el nivel de vida sea anormalmente bajo o en las que exista una grave situación de subempleo;
- b) Las ayudas para fomentar la realización de un proyecto importante de interés común europeo o destinadas a poner remedio a una grave perturbación en la economía de un Estado miembro;
- c) Las ayudas destinadas a facilitar el desarrollo de determinadas actividades o de determinadas regiones económicas, siempre que no alteren las condiciones de los intercambios en forma contraria al interés común;"

generados. De este modo, el artículo 86, apartado 2, del Tratado permite a los Estados miembros acogerse a excepciones a la normativa comunitaria sobre ayudas estatales en lo que concierne a las empresas encargadas de la gestión de un servicio de interés económico general (SIEG), si la aplicación de dicha normativa impide a tales empresas, de hecho o de derecho, cumplir la misión específica a ellas confiada, y a condición de que el desarrollo del comercio no se vea afectado en forma contraria al interés de la Comunidad. La Comisión habrá de verificar si con arreglo a la jurisprudencia que interpreta este precepto puede excluirse que las medidas cuestionadas sean ayudas estatales, al tratarse de meras compensaciones por las obligaciones de servicio público asumidas.

En virtud de las letras a) y c) del apartado 3 del artículo 87 del Tratado CE, la Comisión podrá considerar compatibles con el mercado común, y por tanto eximir las del requerimiento de la previa notificación y autorización por la Comisión Europea, las ayudas destinadas a impulsar el desarrollo económico de determinadas regiones menos favorecidas. Este tipo de ayudas estatales se denominan ayudas de Estado de finalidad regional y consisten en ayudas a la inversión concedidas a grandes empresas o, bajo determinadas circunstancias, en ayudas de funcionamiento¹⁹. En sus disposiciones sobre ayudas regionales, la Comisión considera que no se permiten declarar compatibles las ayudas de funcionamiento concedidas a aeropuertos o compañías aéreas (como las ayudas de puesta en marcha), salvo en casos excepcionales y bajo condiciones estrictas en las regiones europeas desfavorecidas, como las que se benefician de la excepción del artículo 87, apartado 3, letra a) del tratado CE, las regiones ultraperiféricas y las de baja densidad demográfica²⁰.

Respecto a las ayudas a la puesta en marcha, existe la posibilidad de que un aeropuerto público conceda a una compañía aérea ventajas financieras utilizando sus recursos públicos, generados gracias a su actividad económica, y que no constituirán ayuda estatal si el aeropuerto demuestra que actúa como lo haría un inversor privado, por ejemplo, aportando un plan de negocio que acredite las perspectivas de rentabilidad para su actividad económica como aeropuerto. Por el contrario, si un aeropuerto privado facilita una financiación que no es de hecho sino una redistribución de recursos públicos que le han sido otorgados con ese fin por un ente territorial, tales subsidios deberán considerarse ayudas estatales en la medida en

¹⁹ En las Directrices sobre las ayudas de Estado de finalidad regional se definen las ayudas al funcionamiento como aquellas "destinadas a reducir los gastos corrientes de las empresas" (párrafo 76), mientras que las ayudas a la inversión inicial se refieren a "una inversión en capital fijo relacionada con la creación de un nuevo establecimiento, la ampliación de un establecimiento existente o el lanzamiento de una actividad que implique un cambio fundamental en el producto o el procedimiento de producción de un establecimiento existente" (párrafo 34).

²⁰ Véanse los párrafos 76 y siguientes de las Directrices sobre las ayudas de estado de finalidad regional.

que la decisión de redistribuir los citados recursos sea imputable a las autoridades públicas. La aplicación del principio del inversor privado, y en consecuencia, la interpretación de que no existen ayudas, requiere que el modelo económico global del operador considerado como inversor sea fiable.

De conformidad con el artículo 87, apartado 3, letra b) pueden considerarse compatibles con el mercado común las ayudas destinadas a fomentar la realización de un proyecto importante de interés común europeo. Se hace referencia particular a los proyectos encuadrados en las redes transeuropeas, que pueden incluir aeropuertos.

6.1.2. Ayudas a la puesta en marcha de rutas aéreas en aeropuertos regionales

La Comisión Europea clasifica a los aeropuertos en cuatro categorías:

- Categoría A: denominada “grandes aeropuertos comunitarios”, con más de 10 millones de pasajeros anuales.
- Categoría B: constituida por los “aeropuertos nacionales”, con una cifra anual de pasajeros situada entre 5 y 10 millones.
- Categoría C: integrada por los “grandes aeropuertos regionales”, con una cifra anual de pasajeros situada entre 1 y 5 millones.
- Categoría D: denominada “pequeños aeropuertos regionales”, con una cifra anual de pasajeros inferior a 1 millón.

Los aeropuertos de pequeño tamaño (categorías C y D) no disponen a menudo de las cifras de pasajeros que necesitan para alcanzar un tamaño crítico y el umbral de rentabilidad. En general, las compañías aéreas prefieren los hubs experimentados y bien situados, que permitan conexiones rápidas y donde dispongan de franjas horarias que no quieren perder. Por lo tanto, las compañías aéreas no están siempre dispuestas, a falta de incentivos para ello, a asumir el riesgo que supone la apertura de rutas desde aeropuertos desconocidos y que no han sido probados. Por este motivo, la Comisión podrá aceptar que se concedan temporalmente ayudas públicas a las compañías aéreas en determinadas condiciones, si esto las incita a crear nuevas rutas o frecuencias a partir de aeropuertos regionales y les permita atraer un volumen de pasajeros que las conduzca, transcurrido un periodo limitado, al umbral de

rentabilidad. La Comisión cuidará de que tales ayudas no beneficien a los aeropuertos de gran tamaño que ya están ampliamente abiertos al tráfico internacional y a la competencia.

La Comisión aceptará la concesión de determinadas facilidades en beneficio de las regiones ultraperiféricas que están penalizadas por un déficit de accesibilidad.

Los incentivos económicos a la puesta en marcha, salvo en el caso de que las autoridades públicas se comporten como un inversor privado en una economía de mercado, confieren una ventaja a las compañías que los reciben y por lo tanto, pueden falsear directamente la competencia entre las compañías, en la medida en que reducen los costes de explotación de las beneficiarias.

Dichos incentivos pueden también afectar indirectamente a la competencia entre aeropuertos, al contribuir al desarrollo de algunos de ellos, incluso impulsando a una compañía aérea a «deslocalizarse» transfiriendo líneas de un aeropuerto comunitario a otro regional. En consecuencia, normalmente constituyen una ayuda estatal y deben ser notificados a la Comisión.

Las ayudas a la puesta en marcha no podrán sumarse a otros tipos de ayuda a la explotación de una línea, como las ayudas de carácter social concedidas a determinados tipos de pasajeros o las compensaciones por servicio público. Tampoco se podrán conceder dichas ayudas cuando se haya reservado el acceso a una ruta a una única compañía en virtud del artículo 4 del Reglamento (CEE) Nº 2408/92 y en particular su apartado 1, letra d).

La Comisión Europea podrá aprobar tales ayudas públicas si se cumplen las siguientes condiciones:

1. beneficiarios: las ayudas se concederán a las empresas de transporte aéreo que estén en posesión de una licencia de explotación válida expedida por un Estado miembro, en aplicación del Reglamento (CEE) no 2407/92 sobre la concesión de licencias a compañías aéreas.
2. aeropuertos regionales: las ayudas se concederán a rutas que conecten un aeropuerto regional de categoría C o D con otro aeropuerto de la Unión. Las ayudas a rutas entre aeropuertos nacionales (categoría B) sólo podrán contemplarse excepcionalmente en situaciones debidamente motivadas, en especial si uno de los dos aeropuertos está situado en una región desfavorecida.

3. nuevas rutas: las ayudas se limitarán exclusivamente a la apertura de nuevas rutas o nuevas frecuencias, que generen un incremento de la cifra neta de pasajeros²¹.

Las ayudas a la puesta en marcha no deben fomentar un mero desplazamiento del tráfico de una línea o una compañía a otra. No deben provocar un desvío del tráfico injustificado desde el punto de vista de la frecuencia y la viabilidad de servicios existentes prestados desde otro aeropuerto situado en la misma ciudad, aglomeración²² o sistema aeroportuario²³ que se dirijan al mismo destino u otro destino comparable según los mismos criterios.

La Comisión no aceptará casos de abuso en los que una compañía intente eludir el carácter temporal de las ayudas de puesta en marcha sustituyendo una línea que reciba ayudas por otra supuestamente nueva que ofrezca un servicio comparable. En particular, no podrán otorgarse ayudas a una compañía aérea que, tras agotar una ayuda destinada a una determinada línea, intente percibir otra ayuda para otra línea que, partiendo de un aeropuerto situado en la misma ciudad, aglomeración o sistema aeroportuario, se dirija al mismo destino u otro comparable.

Tampoco podrá beneficiarse de ayudas a la puesta en marcha una nueva ruta aérea que ya esté explotada por un servicio ferroviario de gran velocidad comparable según los mismos criterios.

1. viabilidad futura y carácter decreciente: la línea que reciba ayudas debe ser viable en un futuro, es decir, cubrir al menos sus costes sin necesidad de financiación pública. Por esta razón, las ayudas de puesta en marcha deberán ser decrecientes y estar limitadas en el tiempo.
2. compensación por costes suplementarios de puesta en marcha: la cuantía de la ayuda debe estar vinculada estrechamente a los costes suplementarios de puesta en marcha vinculados a la inauguración de la nueva ruta o frecuencia que el transportista aéreo no habría podido soportar al ritmo normal de explotación. Entre dichos costes cabe citar los gastos de mercadotecnia y publicidad que han de realizarse inicialmente para dar a conocer una nueva conexión; también los gastos de instalación que la compañía

²¹ Transformación de una línea estacional en línea permanente o de una frecuencia no diaria en una frecuencia como mínimo diaria.

²² Reglamento (CEE) N° 2408/92 del Consejo.

²³ Según se define en el artículo 2, letra m), del Reglamento (CEE) N° 2408/92

aérea debe asumir en el aeropuerto regional para la apertura de la línea, en el supuesto de que se trate de un aeropuerto de categoría C o D y que dichos costes no motiven ya otras ayudas. Por el contrario, la ayuda no podrá destinarse a sufragar costes de explotación habituales, como los derivados del arrendamiento o amortización de aeronaves, la compra de carburante, la remuneración de tripulaciones, las tasas de aeropuerto o la restauración (catering).

3. intensidad y duración: la ayuda decreciente podrá concederse por un período máximo de tres años. Su cuantía no podrá superar ningún año el 50 % de los costes anuales subvencionables, ni exceder del 30 % de la media global de los costes subvencionables en todo su período de vigencia. Por otra parte, se deberá poner fin a la ayuda en el momento en que se cumplan los objetivos en cuanto a número de pasajeros o se alcance la rentabilidad de la línea, incluso si tales circunstancias se producen antes del término del período de concesión de la ayuda inicialmente previsto.
4. adjudicación no discriminatoria: todo ente público que prevea conceder ayudas a la puesta en marcha de una nueva ruta en beneficio de una compañía aérea, a través de un aeropuerto o por otro procedimiento, deberá hacer público su proyecto con antelación y publicidad suficientes para permitir a todas las compañías aéreas interesadas proponer sus servicios.
5. publicidad: los Estados miembros velarán por que se publique anualmente, para cada aeropuerto, la lista de rutas que perciban ayudas, indicando para cada una la fuente de financiación pública, la compañía beneficiaria, la cuantía de la ayuda entregada y el número de pasajeros afectados.

6.2. Actuaciones de Administraciones y Entes Públicos en el transporte aéreo destinadas a incrementar la afluencia de viajeros a determinados destinos en España

El sector aeroportuario español ha venido experimentando una profunda transformación impulsada por la política europea de liberalización del transporte aéreo puesta en marcha en 1992. En base a ella las infraestructuras aeroportuarias han ido sustituyendo sus consideraciones de carácter estratégico-militar para primar el transporte de pasajeros y carga.

Con este propósito se han promovido medidas destinadas a intensificar la competencia, de manera que toda compañía aérea perteneciente a un Estado miembro pudiera establecerse en cualquier lugar de la Unión Europea, en cualquiera de sus rutas y fijar los precios libremente.

En los últimos años han proliferado en España ciertos instrumentos de intervención pública destinados a fomentar la afluencia de viajeros a distintos destinos aeroportuarios. Entre dichos instrumentos se encuentran las ayudas públicas que las Administraciones Públicas y sus entidades dependientes conceden a las aerolíneas para la apertura de nuevas rutas, así como otros mecanismos de naturaleza comercial que vinculan la prestación de servicios publicitarios y de promoción turística por parte de la aerolínea a cambio del pago de cantidades económicas por parte de las Administraciones Públicas o cualquier otro mecanismo de naturaleza cooperativa para incrementar la afluencia de pasajeros a una zona determinada.

El hecho de que por parte de las Administraciones Públicas españolas no se haya notificado a la Comisión Europea ninguno de estos instrumentos de cara a cumplir con lo dispuesto por la normativa general de ayudas de Estado (arts. 107 a 109 del TFUE²⁴) y con las Directrices Comunitarias sobre ayudas al sector de 2005, parece indicar que no son considerados ayudas públicas por parte de los entes responsables de las mismas y han supuesto un tema de interés y de estudio por parte de la Comisión Nacional de Competencia. El legislador español considera que resulta pertinente la implicación de la Autoridad de Competencia española en el control y seguimiento de las ayudas públicas, en particular las que recaen en el transporte aéreo. Entre los instrumentos con los que ha dotado a la misma se encuentra la obligación de la Comisión Nacional de Competencia (CNC) de elaborar un informe público anual sobre las ayudas públicas concedidas en España (art. 11.2 de la Ley 15/2007 de 3 de julio, de Defensa de la Competencia), donde se muestre las principales novedades normativas impulsadas por las autoridades comunitarias así como las principales actuaciones llevadas a cabo por la CNC en materia de restricciones a la competencia.

El *tipo de aeropuerto* más comúnmente beneficiado de estos instrumentos de intervención pública es el de un aeropuerto regional con un volumen de tráfico que no supera los 5 millones de pasajeros al año, lo que vendría a coincidir con las categorías C ó D de las Directrices Comunitarias de 2005.

En relación con la *naturaleza jurídica de los instrumentos utilizados*, los entes públicos utilizan tanto la vía del *convenio de colaboración*, en el cual en principio ambas partes cooperan para

²⁴ Antiguos artículos 87 a 89 del Tratado CE.

conseguir un fin común, como la del *contrato*, mediante la cual existe una reciprocidad de prestaciones (la provisión de un servicio a cambio del pago de un precio).

En cuanto a las *prestaciones incluidas en los instrumentos utilizados*, en general, la relación se desarrolla en términos onerosos, de forma que a cambio de que la aerolínea ceda al ente público los derechos de inserción publicitaria en los espacios de que dispone (revista a bordo, material promocional, página web, billetes promocionales...) para fines de interés turístico, el ente público se compromete a abonar el pago por los servicios recibidos. Además, la mayoría de las veces, la aerolínea se compromete a la apertura o mantenimiento de ciertas rutas aéreas con origen o destino en un aeropuerto determinado.

Por lo que se refiere al *precio de las prestaciones*, el precio pagado viene dado por el presupuesto de adjudicación del contrato, que con frecuencia se asemeja mucho al presupuesto de licitación.

En lo relativo a la *duración, modificaciones y prórrogas de los acuerdos*, con independencia de que la duración inicial del periodo de vigencia del contrato o convenio no suele exceder los dos años, suele contemplarse la posibilidad de efectuar modificaciones sobrevenidas de las prestaciones, precio y duración del contrato.

En España y en los años comprendidos entre 2007 y abril de 2011, se han contabilizado un total de 124 acuerdos publicitarios entre entes públicos autonómicos y aerolíneas (68 han sido calificados formalmente de convenios o acuerdos de cooperación frente a 56 que han sido denominados como contratos). El total de fondos públicos utilizados en estos instrumentos de promoción turística por parte de entidades vinculadas a las Administraciones territoriales ha aumentado progresiva y considerablemente entre 2007 y 2009. Desde los casi 30 millones de euros concedidos en 2007 se ha pasado a 62,5 millones de euros en 2009. El total nacional de fondos concedidos en estos cinco últimos años 2007 a abril de 2011, se acerca a 250 millones de euros. Si bien la mayoría de los casos los importes económicos comprometidos por estos instrumentos son inferiores a 0,5 millones de euros, existe también un considerable número de acuerdos que supera el umbral del millón de euros anual (CNC, 2011).

La distribución de los fondos públicos empleados en acuerdos publicitarios con aerolíneas por parte de las Administraciones Públicas es muy desigual entre Comunidades Autónomas dadas las diferencias de tamaño, población presupuesto, etc. Atendiendo únicamente al montante total para todo el periodo (2007-abril 2011), la Comunidad de Castilla y León, con más de 84 millones de euros es la Comunidad que más fondos ha empleado, seguida a cierta distancia

por Aragón (34 millones de euros). Respecto a los fondos públicos recibidos por las aerolíneas, AIR NOSTRUM (compañía franquiciada de vuelos regionales de IBERIA) es, con diferencia, la principal receptora. Le sigue la compañía de bajo coste RYANAIR, cuyo montante ha ido creciendo a lo largo de los últimos cinco años (CNC, 2011).

La Tabla 21 resume algunos de los datos que se ponen de manifiesto en el citado informe, pero fundamentalmente permiten valorar, para el caso de Aragón, la efectividad de las políticas de promoción del aeropuerto. Ya se ha mostrado en apartados anteriores, que la aparición de las rutas ha servido, por un lado, para incrementar de manera muy notable casi constante el número de pasajeros, y que esto ha derivado en un aumento de la llegada de turistas, fundamentalmente a Zaragoza.

Las comunidades autónomas de comparación con Aragón, son, como se dijo anteriormente, las de interior que están razonablemente bien comunicadas con grandes aeropuertos como Madrid o Barcelona y por tanto que tradicionalmente no han dispuesto de suficiente demanda para tener un tráfico aéreo importante en sus comunidades. Las mismas comunidades que además no tienen turistas de sol y playa, que son los que mayoritariamente vuelan a las zonas costeras. El conjunto de comunidades a comparar es: Aragón, Castilla la Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Navarra.

En la Tabla 21 se observa que la comunidad con mayores ayudas acumuladas es Castilla y León, seguida a mucha distancia por Aragón. La que menos ayudas ha dedicado es Navarra, con un modesto desembolso solo en 2007. Pero el rasgo que más destaca en los importes de las ayudas es su carácter errático, o bien con tendencia creciente. Ambos factores no parecen adecuados desde el punto de vista de la valoración de las políticas públicas. Que una ayuda pública se comporte de año en año con tal variabilidad (La Rioja o Castilla y León) ofrece pocos visos de efectividad, pues los agentes económicos no tienen la posibilidad de tomar decisiones de largo plazo ante la incertidumbre acerca de las ayudas en años posteriores. En el caso de las ayudas crecientes (Castilla La Mancha, Extremadura) contradicen lo expresado como condición que deben cumplir los diseños de políticas públicas para que se considere que su efecto esperado es permanente, pero sostenible sin ayudas en un cierto plazo.

Tabla 21: Distribución a nivel regional de fondos públicos destinados a acuerdos publicitarios (€) en el período 2007-2011

CCAA / Año	2007	2008	2009	2010	2011	Total 2007-2011
ANDALUCÍA	0	0	48.000	150.000	0	198.000
ARAGÓN	8.489.977	8.489.977	6.507.029	6.212.230	4.352.120	34.051.333
ASTURIAS	289.000	1.865.000	1.358.000	2.600.000	2.500.000	8.612.000
BALEARES	310.328	687.000	1.199.800	1.352.120	2.437.500	5.986.748
CANARIAS	600.225	1.670.915	485.000	948.900	130.000	3.835.039
CANTABRIA	870.000	6.055.000	5.968.333	3.433.333	4.337.745	20.664.411
CASTILLA LA MANCHA	487.200	580.000	1.195.433	2.753.367	5.334.000	10.350.000
CASTILLA Y LEÓN	9.479.600	19.483.608	26.892.568	14.076.760	14.347.080	84.279.616
CATALUÑA	336.400	0	3.158.333	6.227.911	7.589.678	17.312.322
Ceuta (helipuerto)	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
EXTREMADURA	1.697.875	1.697.875	1.697.875	2.196.874	2.048.317	9.338.816
GALICIA	3.887.720	5.335.900	3.705.000	6.229.400	3.539.428	22.697.448
LA RIOJA	800.000	1.136.000	167.000	754.000	754.000	3.611.000
MADRID	350.000	150.000	27.000	0	0	527.000
Melilla	1.000.000	0	0	0	2.600.000	3.600.000
MURCIA	650.999	400.000	1.704.688	1.704.688	354.000	4.814.376
NAVARRA	550.000	0	0	0	0	550.000
PAÍS VASCO	0	0	425.001	0	0	425.001
VALENCIA	0	4.857.150	7.964.195	2.855.545	750.000	16.426.890
Total por año	29.799.323	52.408.425	62.503.256	51.495.128	51.073.868	247.280.000

Fuente: Comisión Nacional de Competencia, a partir de datos suministrados por los operadores y entes públicos.

Tabla 22. Fondos públicos por pasajero (€) concedidos en cada Comunidad Autónoma en el periodo 2007-2011

CCAA / Año	2007	2008	2009	2010	2011	Media 2007-2011
ANDALUCÍA	0,000	0,000	0,003	0,008	0,000	0,002
ARAGÓN	16,531	14,175	12,173	10,146	6,591	12,864
ASTURIAS	0,185	1,219	1,032	1,918	2,031	1,144
BALEARES	0,010	0,023	0,043	0,047	0,201	0,041
CANARIAS	0,017	0,049	0,016	0,030	0,004	0,027
CANTABRIA	1,142	7,069	6,229	3,738	5,421	4,596
CASTILLA LA MANCHA	24,506	28,473	17,405	61,445	132,357	38,804
CASTILLA Y LEÓN	12,813	28,821	49,644	25,013	30,263	29,143
CATALUÑA	0,009	0,000	0,092	0,175	0,255	0,080
Ceuta (helipuerto)	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
EXTREMADURA	18,539	20,959	22,533	35,910	42,415	25,540
GALICIA	0,823	1,221	0,900	1,426	0,923	1,083
LA RIOJA	14,192	23,718	4,683	30,748	52,610	20,351
MADRID	0,007	0,003	0,001	0,000	0,000	0,002
Melilla	2,948	0,000	0,000	0,000	9,843	1,273
MURCIA	0,325	0,213	1,045	1,263	0,746	0,714
NAVARRA	1,100	0,000	0,000	0,000	0,000	0,259
PAÍS VASCO	0,000	0,000	0,106	0,000	0,000	0,025
VALENCIA	0,000	0,316	0,573	0,199	0,068	0,260
Media nacional	0,142	0,257	0,334	0,267	0,322	0,254

Fuente: Comisión Nacional de Competencia a partir de datos suministrados por las CC AA y datos obtenidos de AENA.

Además, la Tabla 22, donde se presenta el importe de las ayudas por pasajero, se observa que a pesar de que Aragón es la segunda del grupo de comunidades comparado en cuanto a cifras absolutas, en cifras relativas es la segunda con menor valor (después de Navarra que prácticamente no concede ayudas), lo que indica que la 'rentabilidad' de la política de promoción de aeropuerto en Zaragoza está resultando muy eficiente. Otro rasgo distintivo en el caso de Aragón es que las ayudas por pasajero son además fuertemente decreciente, calculándose en el último año en alrededor de 6,6 euros. Muy lejos de los 132 euros por pasajero de Castilla la Mancha.

6.2.1. Impacto de los instrumentos financieros utilizados

En muchos de los acuerdos de promoción turística entre las aerolíneas y las Administraciones Públicas, existen determinados elementos en su diseño que no parecen estar del todo vinculados al objetivo que supuestamente persiguen, que es el de promocionar mediante instrumentos publicitarios uno o varios destinos, sino que responden a otra finalidad. Los aspectos que revelan dicha divergencia son, en primer lugar, los relativos al tipo de instrumento utilizado para formalizar los acuerdos; y en segundo lugar, las prestaciones a realizar por las aerolíneas, así como las contrapartidas abonadas por las Administraciones.

Tipo de instrumento utilizado

Del total de 124 expedientes revisados durante el periodo 2007-abril 2011, la práctica totalidad de las Administraciones Públicas españolas han formalizado estos acuerdos para la realización de campañas de promoción, tanto a través de *contratos* (56) como de *convenios* (68). Si existe una contraprestación económica por una de las partes (ente público) a cambio de la prestación de un servicio por parte de la otra (aerolínea), estaremos ante una figura de naturaleza contractual, como puede ser un contrato de servicios. Sólo en aquellos casos en que ambas partes comparten un objetivo común (la promoción de los destinos de que se trate), cofinanciando la realización de la campaña de una forma equilibrada a los beneficios que cada parte obtiene de ella, y participando de forma conjunta en el resultado obtenido, nos encontraríamos en la órbita del convenio de colaboración.

- *En los casos en que se ha utilizado la vía del expediente de contratación, se han observado discrepancias en cuanto a la categorización del contrato por parte de las entidades públicas involucradas: algunas han considerado que se trata de un contrato administrativo de servicios, si bien de carácter atípico, y otras lo consideran como un contrato privado. En ambos casos, los documentos contractuales señalan, en general, que su preparación y adjudicación se someten a las normas y procedimientos recogidos en la Ley 30/2007 de Contratos del Sector Público (LCSP), siendo aplicable de forma supletoria, en todo lo demás, el Derecho privado y en especial la Ley 34/88 de 11 de noviembre general de publicidad, que en su artículo 24 regula los contratos de patrocinio. Por otro lado, de la información recabada se puede constatar que en estos casos los procedimientos de adjudicación normalmente utilizados son tanto el abierto, mediante concurso público, como el procedimiento negociado con o sin publicidad. No obstante, sólo en 27 de los 56 contratos analizados se ha constatado que las convocatorias gozaron de una adecuada publicidad, frente a la utilización de procedimientos negociados sin publicidad (29 contratos) en el resto de supuestos.*
- *En los casos en que se ha utilizado la vía del convenio de colaboración o del acuerdo comercial, no hay constancia de que los anuncios de la celebración de dichos convenios hayan sido objeto de publicidad de cara a posibilitar la participación de otras aerolíneas que pudieran haber estado también interesadas.*

Aparentemente, el expediente de contratación tiende a respetar los principios de publicidad y libre concurrencia en mayor medida que los convenios. Una consecuencia negativa de esta menor o nula concurrencia es que, ante la previsible seguridad de obtener el contrato, la oferta que presenta la aerolínea sea prácticamente idéntica al propio presupuesto inicial, con lo que las bajas de adjudicación son muy reducidas o inexistentes. La posible inflación del precio de los servicios que se paga a las aerolíneas, puede acentuarse aún más por la ausencia de un mecanismo verdaderamente competitivo de contratación de estas prestaciones que favorezca la concurrencia de todos los operadores potencialmente interesados, lo que provocaría bajas en el presupuesto originalmente destinado a la contratación de los mismos.

Por otro lado, existen ciertos contenidos en estos acuerdos (compromisos de permanencia de las aerolíneas en los aeropuertos regionales, apoyo a la creación o mantenimiento de determinadas rutas aéreas) que parecen indicar que la finalidad de estos acuerdos es subvencionar la presencia de las aerolíneas en determinadas rutas, un objetivo adicional al

identificado en los acuerdos que es la promoción de ciertos destinos para obtener una mayor afluencia de visitantes.

Implicaciones para la competencia

Los acuerdos de promoción turística entre aerolíneas y Administraciones constituyen una forma de intervención que podría llevarse a cabo en forma de subvenciones encubiertas que desplazan parte del coste del servicio desde el usuario hacia dichas Administraciones y por tanto, a los contribuyentes en cierta medida. Las aerolíneas muestran un escaso interés por estar presentes en aquellos aeropuertos en los que no puede asegurarse una rentabilidad económica a corto plazo. Este parece ser el motivo fundamental de que las Administraciones territoriales incentiven la presencia de las aerolíneas en sus aeropuertos de influencia a través de la realización de campañas de promoción turística. Sin embargo, esto puede llevar al mantenimiento de rutas infrautilizadas que no resultarían rentables en ausencia de la subvención.

Estos acuerdos de promoción turística pueden afectar tanto al grado de eficiencia de las infraestructuras aeroportuarias como a los mercados de transporte de pasajeros.

En primer lugar, en relación con la *competencia entre infraestructuras aeroportuarias*, esta asunción de parte del coste de la operación de determinadas rutas aéreas por parte de Administraciones y entes públicos, distorsiona las decisiones racionales de las aerolíneas en cuanto al establecimiento en los distintos aeropuertos. Con ello también se contribuye a mantener operativos aquellos aeropuertos que resultan ineficientes a costa de aquellos otros que pueden erigirse en alternativas viables, en particular en un contexto de disminución de la demanda. Asimismo, se induce a que otras Administraciones y entes públicos apliquen medidas similares en relación con aeropuertos competidores de otros ámbitos geográficos, generándose una dinámica perversa en la que cada Administración se ve forzada a incrementar estos fondos si quiere simplemente contrarrestar el efecto de los concedidos por las demás.

En segundo lugar, en relación con la *competencia en los mercados de transporte aéreo de pasajeros*, las subvenciones permiten a las aerolíneas que las reciben rebajar el precio de sus pasajes en tales rutas, posibilitándoles incluso ser más agresivas en precio, a costa de los fondos públicos recibidos y ejercer una presión sobre sus competidores que a la larga puede

contribuir al abandono de la ruta en cuestión por parte de estos últimos, con los consiguientes perjuicios para la competencia.

Consideración de ayudas públicas

La forma de instrumentar las relaciones entre las Administraciones Públicas y las aerolíneas puede constituir una ayuda pública encubierta para las propias aerolíneas o aeropuertos, pudiendo constituir ayudas de Estado en el sentido del art. 107.1 del TFUE²⁵ (antiguo art. 87 TCE).

La existencia de ayuda pública viene determinada por los siguientes elementos:

- presencia de fondos públicos
- afectación al mercado: se refuerza la posición de ciertas aerolíneas con respecto a otras, a nivel nacional como comunitario.
- selectividad de la medida
- ventaja económica para ciertos beneficiarios

La existencia de indicios de este tipo de ventajas económicas puede derivarse en los siguientes elementos:

1. El acceso a la prestación del servicio o a la conclusión del acuerdo en condiciones de insuficiente grado de de publicidad y concurrencia.
2. Aportaciones económicas a las aerolíneas que pueden no reflejar precios de mercado.
3. Concesión de otras supuestas ventajas o beneficios adicionales.

Aunque buena parte de las actuaciones llevadas a cabo por los entes públicos, reúnen requisitos para ser consideradas ayudas públicas, también podrían encajar en las denominadas *ayudas a la puesta en marcha* de las Directrices comunitarias sobre las ayudas estatales para el desarrollo de los aeropuertos regionales de 2005. En relación con dichas ayudas, la referida normativa comunitaria acepta la posibilidad de que se concedan temporalmente ayudas para fomentar la creación de nuevas rutas o frecuencias a partir de aeropuertos regionales cuando

²⁵ “Salvo que los Tratados dispongan otra cosa, serán incompatibles con el mercado interior, en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre Estados miembros, las ayudas otorgadas por los Estados o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia, favoreciendo a determinadas empresas o producciones”.

esas rutas o frecuencias permitan atraer un volumen de pasajeros que conduzca a que dichos aeropuertos, transcurrido un periodo limitado, alcancen el umbral de rentabilidad. Dichas Directrices, en su párrafo 79, señalan que la Comisión Europea podrá aprobar tales ayudas si se cumplen una serie de condiciones (tal y como se comenta en el apartado anterior), todo ello *sin perjuicio de la obligación de notificación* de toda medida de este tipo a la Comisión Europea a efectos del art. 108.3 TFUE²⁶.

Con independencia de que ninguna de estas medidas ha sido objeto de notificación como posible ayuda de Estado a las autoridades comunitarias por parte de las autoridades españolas, y a pesar de que en ciertos aspectos estos incentivos podrían adecuarse a parte de los requisitos exigidos por las Directrices de ayudas de 2005 (la mayoría de los aeropuertos beneficiados por estas medidas son de las categorías C y D), un análisis más en detalle de las campañas analizadas podría conducir a suscitar dudas de compatibilidad en relación con algunos de los requisitos recogidos en dichas Directrices, tales como la débil sujeción al principio de publicidad y concurrencia, vigencias temporales que exceden los plazos allí recogidos y aerolíneas receptoras de fondos con graves problemas de rentabilidad en su plan de negocio.

En conclusión y basándonos en los principios de publicidad, concurrencia y no discriminación entre posibles interesados, se puede decir que:

1. Si las actuaciones proyectadas consisten en la prestación de servicios de promoción publicitaria de tipo oneroso, tal relación jurídica debe formalizarse mediante el correspondiente contrato. En este caso no se deben incluir prestaciones que se desvinculen del estricto objeto de la promoción publicitaria, y en consecuencia, el precio pagado por los entes públicos debe responder única y exclusivamente a dicho objetivo.
2. Si las actuaciones se realizan con una finalidad efectiva de colaboración y de participación financiera conjunta, debería utilizarse la vía del acuerdo o convenio de colaboración. Ambas partes deben realizar una aportación económica equitativa, limitándose la posibilidad de que la totalidad de la aportación económica por parte de

²⁶ “La Comisión será informada de los proyectos dirigidos a conceder o modificar ayudas con la suficiente antelación para poder presentar sus observaciones. Si considerare que un proyecto no es compatible con el mercado interior con arreglo al artículo 107, la Comisión iniciará sin demora el procedimiento previsto en el apartado anterior. El Estado miembro interesado no podrá ejecutar las medidas proyectadas antes que en dicho procedimiento haya recaído decisión definitiva”.

las aerolíneas se realice a través de medios propios (página web, revista de abordo, venta de billetes de avión para eventos promocionales...).

3. Si los acuerdos reúnen los elementos para que los fondos implicados puedan ser considerados ayudas del Estado en el sentido del art. 107.1 TFUE, y en particular cuando no se acredite la actuación del ente público como inversor privado en una economía de mercado con un plan de rentabilidad verificable, debe valorarse la notificación formal de las medidas contempladas a dicha Comisión en virtud del art. 108.3 TFUE, para que ésta proceda a su autorización, a menos que dicha ayuda pueda ser calificada como *de minimis*²⁷ o exenta de notificación previa por alguno de los Reglamentos comunitarios que las regulan.

²⁷ En el artículo 88, apartado 3, del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea se enuncia la obligación de notificar las ayudas estatales a la Comisión Europea con el fin de comprobar si son compatibles con el mercado común con arreglo al artículo 87, apartado 1. No obstante, determinadas categorías de ayudas pueden eximirse de la obligación de notificación en virtud del Reglamento (CE) n° 994/98. La norma de *de minimis* se aplica con el fin de que las subvenciones de poca cuantía queden exentas de dicha obligación. Establece un límite máximo por debajo del cual la ayuda no entra en el ámbito de aplicación del artículo 87, apartado 1, y, por lo tanto, no está sujeta al procedimiento de notificación del artículo 88, apartado 3.

Bibliografía:

ARAUZO, J.M. (2005): "Determinants of industrial locations: an application for catalan municipalities". *Papers in regional science*. Vol 84, 1: 1-144.

Barret, S.D. (2004): The sustainability of the Ryanair Model". *International Journal of Transport Management*, 12 (4), pp. 89-98.

BARRIOS, S.; STROBL, E; GÖRG, H. (2006): "Multinational's location choice, agglomeration economies and public incentives". *International Regional Science Review*, 29, 1: 81-107

Bel, G. (2009): "How to Compete for a place in the world with a hand tied behind your back: the case of air transport services in Girona". *Tourisme Management*, 30. pp 522-529.

BROADMAN, H. G.; SUN, X. (1997): "The distribution of foreign direct investment in China" *World Economy*, 20, 339-61.

Castillo-Manzano, J.I.; López-Valpuesta, L. (2010): "The decline of the tradicional travel agent model". *Transportation Research Part E*, 46, pp. 639-649.

Castillo-Manzano, J.I.; López-Valpuesta, L.; González-Laxe, F. (2011): "The effects of the LCC boom on the urban tourism fabric: the viewpoint of tourism managers". *Tourism Management*, 32, pp. 1085-1095-

Castillo-Manzano, J.I.; López-Valpuesta, L.; Pedregal-Tercero, D. J. (2011): "El impacto de la llegada de las aerolíneas de bajo coste al sistema aeroportuario español. El efecto Ryanair". *XIV encuentro de Economía Aplicada*. Huelva 2011.

CHANG S.; HONG, J. (2002): "How much does the business group matter in Korea?" *Strategic Management Journal*, 23, pp. 265-274.

CHAPMAN, K. Y WALKER, D. F. (1991): *Industrial Location. Principles and Policies*, Basil Blackwell, Oxford.

COASE, R. (1937): "The nature of the Firm" *ECONOMICA*, New series, Vol 4, nº 16, pp 386-405

Comisión Nacional de la Competencia (2011): *III Informe anual sobre ayudas públicas en España*.

CROZET, M; MAYER, T.; MUCCHIELLI, J-L. (2004): "How do firms agglomerate? A study of FDI in France". *Regional science & Urban economics*. Nº 34, 27-54

DELGADO, J.M.; ESPITIA, M.; RAMÍREZ, M.L. (2006): "La Internacionalización de las Empresas Españolas 1993-1999: Un estudio de los factores de localización". *Moneda y Crédito*, vol 222, pp- 167-191.

DEVEREUX, M.; GRIFFITH, R.; SIMPSON, H.; (2007): "Firm Location Decisions, Regional Grants and Agglomeration Externalities". *Journal of Public Economics*. Vol. 91, pp. 413-435

Diario Oficial de la Unión Europea (2005): *Directrices comunitarias sobre la financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales*.

DOMINGUEZ MACHUCA, J.A., GARCIA, S., RUIZ, A. Y ÁLVAREZ, M.J. (1995), "Dirección de Operaciones. Aspectos Estratégicos y Operativos", McGRAW HILL, Madrid.

Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.

Francis, G.; Humphreys, I.; Ison, S.; Aicken, M. (2006): "Where next for low cost airlines? A spatial and temporal comparative study". *Journal of Transport Geography*, 16. Pp. 83-94

FUJITA, M. AND THISSE, J. F. (2002) *Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location and Regional Growth*, Cambridge University Press, Cambridge.

FURMAN, J. (2000): "Does Industry matter differently in different places?" Industrial performance center MIT, Special working paper series.

GEROSKI P.A. (1995) 'What Do We Know About Entry?', *International Journal of Industrial Organization*, 13, 421-440.

GREENHUT, M.L. (1956), "Plant Location in Theory and in Practice", University of North Carolina Press, Chapel Hill

GUIMARAES, O.; FIGUEIREDO, O.; WOODWARD, D. (2000): "Agglomeration and the location of Foreign Direct Investment in Portugal". *Journal of Urban Economics*. Vol 47, pp. 115-135

HOLL, A. (2004): "Manufacturing location and impacts of road transport infrastructure: Empirical Evidence from Spain". *Regional Science and Urban Economics*. Vol 34 pp. 341-363

HOOVER, E. y GIARRATINI, F. (1984), "An Introduction to Regional Economics", A. KNOPF, Nueva York.

KOGUT, B.; ZANDER, U. (1996): "What Firms Do? Coordination, Identity, and Learning", *Organization Science*, Vol. 7, No. 5, pp. 502-518.

Krugman, P. (1994) "Competitiveness: a dangerous obsession" *Foreign Affairs*, 73 (2), pp.28-44

MAKINO, S., ISOBE, T.; CHAN, C (2004): "Does country matter?" *Strategic Management Journal*, Vol. 25, pp.1027-1043.

MANJÓN, M.C.; ARAUZO, J. M. (2006): "La Localización de nuevos establecimientos industriales: estudios previos y evidencia para los municipios catalanes". *Economiaz*, vol 62, 2º pp. 40-69

McGAHAN, A.; PORTER, M. (1997): "How Much Does Industry Matter, Really?", *Strategic Management Journal*, Vol. 18 (Summer special issue), pp.

MILGROM, PAUL AND JOHN ROBERTS (1992). *Economics, Organization, and Management*.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2009): *Estudio de Compañías de Bajo Coste (CBC)*. Ed. Ministerio de Industria Comercio y Turismo.

Porter, M.E. (1991): 'La ventaja competitiva de las naciones' Plaza y Janés Editores

PRECEDO, A. (1992), "La Localización Industrial", Ed. SINTESIS, Madrid.

QUIROGA, M.A. (2002): "Agglomeration Economies: Influence on the Distribution of Foreign Investment in Chile". *Estudios de Economía*. Vol 29 pp 139-163

RUMELT, R. P. (1991): "How much does industry matter?". *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp 167-185.

SCHMALENSEE, R. (1985): "Do Markets differ much?" *American Economic Review*, vol. 75. pp 341-351.

SMITH, A. (1776): "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations". Glasgow Edition. Oxford University Press, 1976. "La naturaleza y causas de la riqueza de las naciones". Traducción española de la edición de Glasgow, por J.C. Collado Curiel y A. Mira-Perceval Pastor. Oikos Tau, Barcelona, 1988.

STOKES, C.H. (1969), "Managerial Economics", RANDOM HOUSE, Nueva York.

VASCONCELOS, F. (2004): "How much does country matter?" Working paper Universidad de Sao Paulo.

WILLIAMSON, O.E. 1975. *Markets and hierarchies*. New York: Free Press.

WOOD, G; PARR, J. (2005): Transaction Cost, Agglomeration Economies and industrial Location. *Growth and Change*, vol 36, nº 1, 1-15

Anexo 1: Encuesta realizada en el Aeropuerto de Zaragoza: cuestionario y resto de resultados.

Se realizó una encuesta a un total de 2110 pasajeros encuestados correspondientes a 26 vuelos de salida del miércoles 16 al domingo 20 de noviembre de 2011 en el aeropuerto de Zaragoza. Dichos vuelos se señalan más abajo.

Miércoles 16 de noviembre de 2011 13:25 h. RYR 2635 Londres Stansted Miércoles 16 de noviembre de 2011 16:50 h. AEA 1886 Málaga Miércoles 16 de noviembre de 2011 16:50 h. RYR 4634 Bergamo / Milan Miércoles 16 de noviembre de 2011 18:20 h. RYR 5275 Sevilla Miércoles 16 de noviembre de 2011 19:25 h. RYR 1383 Bruselas / Charleroi Miércoles 16 de noviembre de 2011 21:05 h. AEA 4032 Palma de Mallorca

Jueves 17 de noviembre de 2011 15:50 h. RYR 9682 Roma / Ciampino Jueves 17 de noviembre de 2011 16:50 h. RYR 4634 Bergamo / Milan Jueves 17 de noviembre de 2011 18:05 h. RYR 7235 Paris / Beauvais

Viernes 18 de noviembre de 2011 13:20 h. RYR 1383 Bruselas / Charleroi Viernes 18 de noviembre de 2011 13:25 h. RYR 2635 Londres Stansted Viernes 18 de noviembre de 2011 13:30 h. RYR 1592 Tenerife Viernes 18 de noviembre de 2011 16:50 h. RYR 4634 Bergamo / Milan Viernes 18 de noviembre de 2011 18:20 h. RYR 5275 Sevilla

Sábado 19 de noviembre de 2011 15:50 h. RYR 9682 Roma / Ciampino Sábado 19 de noviembre de 2011 15:55 h. WZZ 3192 Bucarest Sábado 19 de noviembre de 2011 16:50 h. RYR 4634 Bergamo / Milan Sábado 19 de noviembre de 2011 17:15 h. RYR 4874 Bolonia Sábado 19 de noviembre de 2011 18:05 h. RYR 7235 Paris / Beauvais Sábado 19 de noviembre de 2011 20:10 h. RYR 3553 Lanzarote Sábado 19 de noviembre de 2011 21:20 h. RYR 7722 Las Palmas de Gran Canaria Sábado 19 de noviembre de 2011 22:00 h. AEA 4032 Palma de Mallorca

Domingo 20 de noviembre de 2011 12:55 h. RYR 4634 Bergamo / Milan Domingo 20 de noviembre de 2011 18:20 h. RYR 5275 Sevilla Domingo 20 de noviembre de 2011 20:50 h. RYR

1383 Bruselas / Charleroi Domingo 20 de noviembre de 2011 22:30 h. RYR 2635 Londres
Stansted

Sábado 19 de noviembre de 2011 14:25 h. WZZ 3418 Cluj Napoca (cancelado por niebla)



La Universidad de Zaragoza está realizando un estudio sobre la utilización del transporte aéreo en la ciudad de Zaragoza. Agradecemos sinceramente su colaboración en esta investigación, contestando al cuestionario siguiente, que sólo le consumirá unos minutos.

(The University of Zaragoza is carrying out a study on the use of air transport in the city of Zaragoza. We sincerely appreciate your cooperation in this investigation, answering the following questionnaire, which will take you just a few minutes)

1.- Localidad y país de residencia: _____,
(City and country of residence)

Nacionalidad *(nationality)*: _____

2.- Sexo *(gender)*:

- Hombre *(male)*
- Mujer *(female)*

3.- Nivel de estudios *(education)*:

- Primarios *(primary)*
- Secundarios *(secondary)*
- Superiores *(higher / university)*

4.- Edad *(age)*: _____

5.- Situación laboral *(employment status)*:

- Ocupado *(occupied)*
 - Desempleado *(unemployed)*
 - Estudiante *(student)*
 - Jubilado *(retired)*
 - Ama de casa *(housewife)*
- Empresario o profesional con empleados *(businessman/woman with employee)*
 - Profesional o trabajador autónomo *(self-employed person)*
 - Asalariado público *(public servant)*
 - Asalariado privado *(employee in a private firm)*
 - Otros *(others)*

6.- Indique el destino del vuelo que va a tomar *(destination of the flight you are taking)*

7.- El destino de su viaje ¿coincide con el del vuelo? *(Is the destination of your trip the same destination of your flight?)*

- Sí *(Yes)*
- No, mi destino es *(No, my destination is)*: _____

8.- ¿Cuántas veces ha utilizado usted el avión en los últimos 12 meses?: _____
(How many times did you use air transport within the last 12 months?)



Por favor continúe en el reverso de esta hoja (Please continue on the back of this form)



9.- ¿Cuántas veces ha utilizado el aeropuerto de Zaragoza en los últimos 12 meses?: _____

(How many times did you use Zaragoza's airport within the last 12 months?)

10.- Los motivos de este viaje son *(the reason for your trip is)*:

- Laborales / negocios *(Job commitments / business)*
- Estudios *(studies)*
- Turismo *(tourism)*
- Visita familiar o amigos y otros *(visit to family/friends and other reasons)*

11.- Duración total del viaje en días *(total duration of your trip in days)*: _____

12.- ¿Estaría usted interesado en otros destinos regulares desde el aeropuerto de Zaragoza?. *(Would you be interested in other regular destinations from the airport of Zaragoza?)* _____

SI ESTE ES SU VUELO DE REGRESO, conteste a las preguntas 13, 14 y 15. ***(IF THIS IS YOUR RETURN FLIGHT, please answer questions number 13, 14 and 15).***

13.- ¿En qué localidad ha pasado la mayor parte de su estancia? *(In what city/town did you spend most of your trip?)*: _____

14.- Su gasto medio diario en el viaje fue aproximadamente *(your average daily spending in the trip approximately was)*, _____ Euros

15.- Su gasto medio por noche de alojamiento fue aproximadamente *(your average per night spending in accommodation approximately was)*, _____ Euros

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN EN ESTA INVESTIGACIÓN.
THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR COLLABORATION WITH OUR SURVEY.

Otros resultados de la encuesta

Tabla 23: Perfil de utilización del avión del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza en los últimos 12 meses (en %)

	Número de viajeros	% de viajeros
Ninguno	334	15,83%
De 1 a 5	1144	54,22%
De 6 a 10	378	17,91%
Más de 10	254	12,04%
Total	2110	100,00%

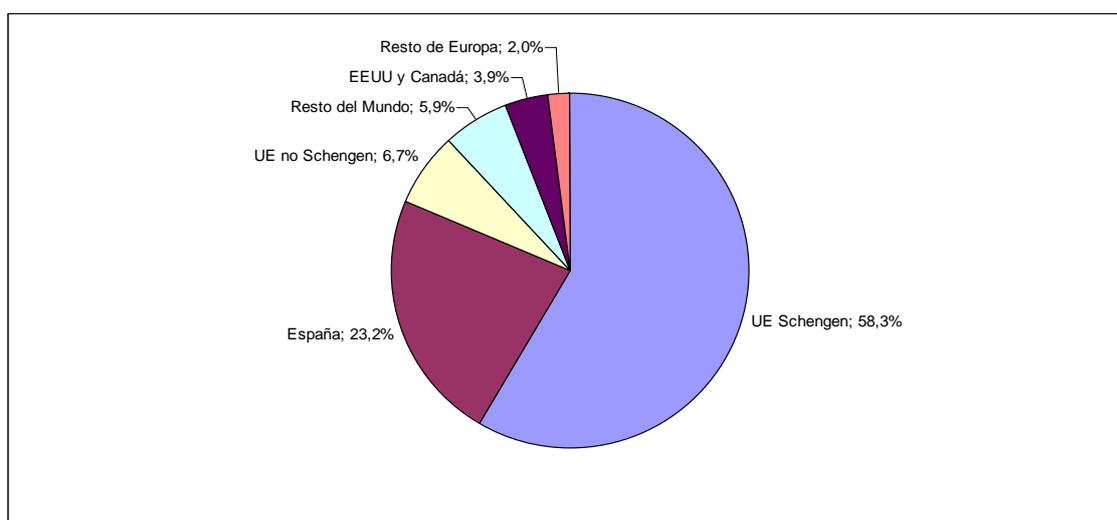
Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza

	Número de viajeros	% de viajeros
UE Schengen	148	58,3%
España	59	23,2%
UE no Schengen	17	6,7%
Resto del Mundo	15	5,9%
EEUU y Canadá	10	3,9%
Resto de Europa	5	2,0%
Total	254	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza



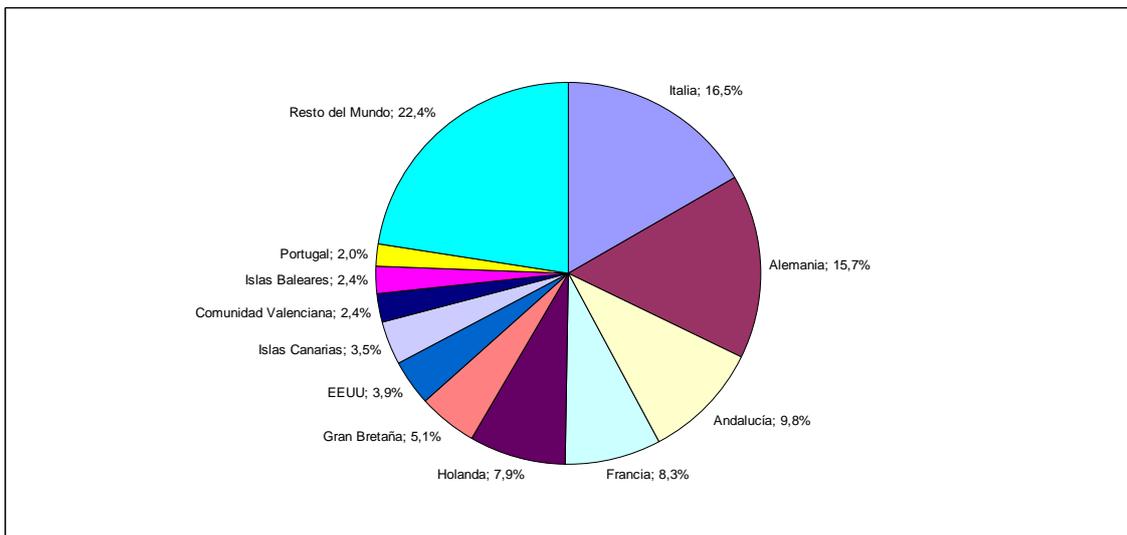
Fuente: Elaboración propia

Tabla 25: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza

	Número de viajeros	% de viajeros
Italia	42	16,5%
Alemania	40	15,7%
Andalucía	25	9,8%
Francia	21	8,3%
Holanda	20	7,9%
Gran Bretaña	13	5,1%
EEUU	10	3,9%
Islas Canarias	9	3,5%
Comunidad Valenciana	6	2,4%
Islas Baleares	6	2,4%
Portugal	5	2,0%
Resto del Mundo	57	22,4%
Total	254	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza



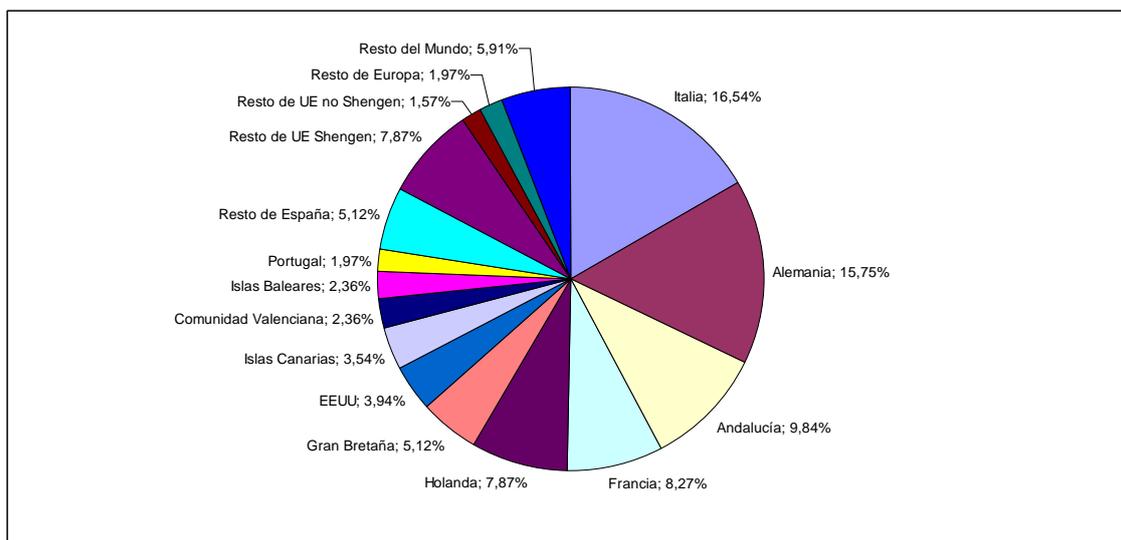
Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza

	Número de viajeros	% de viajeros
Italia	42	16,54%
Alemania	40	15,75%
Andalucía	25	9,84%
Francia	21	8,27%
Holanda	20	7,87%
Gran Bretaña	13	5,12%
EEUU	10	3,94%
Islas Canarias	9	3,54%
Comunidad Valenciana	6	2,36%
Islas Baleares	6	2,36%
Portugal	5	1,97%
Resto de España	13	5,12%
Resto de UE Shengen	20	7,87%
Resto de UE no Shengen	4	1,57%
Resto de Europa	5	1,97%
Resto del Mundo	15	5,91%
Total	254	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza



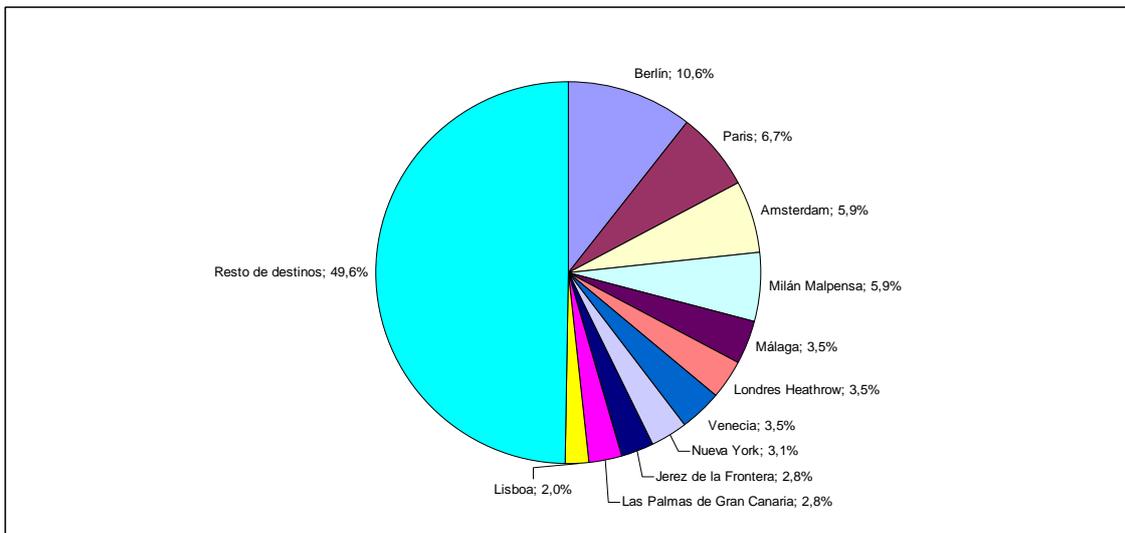
Fuente: Elaboración propia

Tabla 27: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza

	Número de viajeros	% de viajeros
Berlín	27	10,6%
París	17	6,7%
Amsterdam	15	5,9%
Milán Malpensa	15	5,9%
Málaga	9	3,5%
Londres Heathrow	9	3,5%
Venecia	9	3,5%
Nueva York	8	3,1%
Jerez de la Frontera	7	2,8%
Las Palmas de Gran Canaria	7	2,8%
Lisboa	5	2,0%
Resto de destinos	126	49,6%
Total	254	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 18: Destinos deseados por los viajeros del aeropuerto de Zaragoza



Fuente: Elaboración propia

Tabla 28: Perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza.

SEXO	Número de viajeros	% de viajeros	Gasto medio diario del viaje (€)	Gasto medio diario alojamiento (€)	Duración media del viaje (días)
Hombre	175	49,0%	189	47	5,7
Mujer	182	51,0%	115	42	5,7
Total	357	100,0%	150	44	5,7
EDAD					
De 15 a 19 años	13	4,4%	113	49	4,2
De 20 a 29 años	99	33,3%	164	43	6,6
De 30 a 39 años	89	30,0%	187	58	6,0
De 40 a 49 años	44	14,8%	86	33	3,3
De 50 a 59 años	28	9,4%	229	41	7,1
De 60 a 69 años	20	6,7%	78	34	7,3
Mayor de 70 años	4	1,3%	0	0,0	4,3
Total	297	100,0%	156	46	5,9
ACTIVIDAD					
Trabaja por cuenta propia	60	16,8%	241	67	4,3
Trabaja por cuenta ajena	192	53,8%	121	37	6,6
Jubilado o pensionista	32	9,0%	58	15	6,5
Desempleado	23	6,4%	176	48	4,3
Estudiante	40	11,2%	153	48	4,1
T del hogar no remunerado	10	2,8%	70	39	3,9
Total	357	100,0%	150	44	5,7
ESTUDIOS					
Primarios	39	11,6%	142	38	6,8
Secundarios	83	24,8%	148	58	5,6
Superiores	213	63,6%	157	41	5,6
Total	335	100,0%	154	46	5,8

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29: Perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza.

NACIONALIDAD	Número de viajeros	% de viajeros	Gasto medio diario del viaje (€)	Gasto medio diario alojamiento (€)	Duración media del viaje (días)
España	251	72,1%	121	37	6,2
UE Schengen	61	17,5%	172	47	5,0
UE no Schengen	20	5,7%	128	78	3,9
Resto de Europa	0	0,0%		0	0,0
EEUU y Canadá	4	1,1%	83	62	2,8
Resto de América	9	2,6%	221	65	6,8
EEUU y Canadá	3	0,9%	120	50	3,7
Total	348	100,0%	135	44	5,8
UTILIZACIÓN DEL AVIÓN EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES					
Ninguno	0	0,0%			
De 1 a 5	245	73,8%	178	52,4	5,2
De 6 a 10	49	14,8%	0	100,0	12,2
Más de 10	38	11,4%	32	7,3	1,8
Total	332	100,0%	152	44,4	5,8
UTILIZACIÓN DEL AEROPUERTO DE ZARAGOZA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES					
Ninguno	34	9,4%	75	25	4,5
De 1 a 5	252	69,6%	157	43	4,8
De 6 a 10	44	12,2%	139	63	10,1
Más de 10	32	8,8%	147	40	4,7
Total	362	100,0%	147	43	5,4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30: Perfil de los viajeros que han pasado su estancia en Zaragoza.

DESTINO DEL VUELO	Número de viajeros	% de viajeros	Gasto medio diario del viaje (€)	Gasto medio diario alojamiento (€)	Duración media del viaje (días)
Bolonia	9	2,5%	70	32	5,7
Bruselas	37	10,3%	178	39	3,7
Bucarest	8	2,2%	187	165	3,6
Lanzarote	11	3,1%	238	40	26,3
Las Palmas de Gran Canaria	9	2,5%	30	0	6,0
Londres	52	14,5%	149	47	3,5
Málaga	5	1,4%	0	1	10,0
Bérgamo - Milán	71	19,8%	168	38	3,5
Palma de Mallorca	28	7,8%	135	40	5,2
Paris	34	9,5%	236	81	5,0
Roma	15	4,2%	163	55	14,2
Sevilla	70	19,5%	107	35	6,1
Tenerife	10	2,8%	50	50	4,8
Total	359	100,0%	150	44	5,7

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
SEXO	Número de viajeros	% de viajeros												
Hombre	34	47,9%	101	50,2%	23	59,0%	51	57,3%	43	46,7%	127	43,9%	21	43,8%
Mujer	37	52,1%	100	49,8%	16	41,0%	38	42,7%	49	53,3%	162	56,1%	27	56,3%
Total	71	100%	201	100%	39	100%	89	100%	92	100%	289	100%	48	100%
EDAD														
De 15 a 19 años	1	1,6%	2	1,2%	2	7,4%	0	0,0%	1	1,3%	13	5,2%	0	0,0%
De 20 a 29 años	27	42,2%	63	37,3%	11	40,7%	13	16,3%	14	18,4%	82	32,9%	0	0,0%
De 30 a 39 años	11	17,2%	39	23,1%	11	40,7%	31	38,8%	25	32,9%	71	28,5%	0	0,0%
De 40 a 49 años	12	18,8%	33	19,5%	2	7,4%	17	21,3%	15	19,7%	39	15,7%	0	0,0%
De 50 a 59 años	9	14,1%	14	8,3%	1	3,7%	14	17,5%	12	15,8%	30	12,0%	3	9,1%
De 60 a 69 años	4	6,3%	14	8,3%	0	0,0%	2	2,5%	7	9,2%	12	4,8%	18	54,5%
Mayor de 70 años	0	0,0%	4	2,4%	0	0,0%	3	3,8%	2	2,6%	2	0,8%	12	36,4%
Total	64	100%	169	100%	27	100%	80	100%	76	100%	249	100%	33	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
ACTIVIDAD	Número de viajeros	% de viajeros												
Trabaja por cuenta propia	16	22,5%	48	24,1%	5	13,2%	11	12,2%	7	7,6%	58	20,1%	3	6,4%
Trabaja por cuenta ajena	26	36,6%	90	45,2%	17	44,7%	62	68,9%	54	58,7%	149	51,6%	1	2,1%
Jubilado o pensionista	4	5,6%	15	7,5%	1	2,6%	4	4,4%	15	16,3%	10	3,5%	40	85,1%
Desempleado	4	5,6%	18	9,0%	5	13,2%	6	6,7%	11	12,0%	26	9,0%	0	0,0%
Estudiante	18	25,4%	25	12,6%	6	15,8%	1	1,1%	2	2,2%	35	12,1%	0	0,0%
T del hogar no remunerado	3	4,2%	3	1,5%	4	10,5%	6	6,7%	3	3,3%	11	3,8%	3	6,4%
Total	71	100%	199	100%	38	100%	90	100%	92	100%	289	100%	47	100%
ESTUDIOS														
Primarios	0	0,0%	12	6,3%	4	10,8%	12	14,0%	10	11,6%	23	8,6%	25	53,2%
Secundarios	22	32,8%	32	16,9%	18	48,6%	39	45,3%	22	25,6%	68	25,5%	8	17,0%
Superiores	45	67,2%	145	76,7%	15	40,5%	35	40,7%	54	62,8%	176	65,9%	14	29,8%
Total	67	100%	189	100%	37	100%	86	100%	86	100%	267	100%	47	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
NACIONALIDAD	Número de viajeros	% de viajeros												
España	46	66,7%	124	63,3%	1	3,0%	85	96,6%	86	95,6%	221	78,6%	42	100%
UE Schengen	16	23,2%	54	27,6%	0	0,0%	1	1,1%	3	3,3%	10	3,6%	0	0,0%
UE no Schengen	2	2,9%	0	0,0%	32	97,0%	0	0,0%	1	1,1%	40	14,2%	0	0,0%
Resto de Europa	0	0,0%	1	0,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
EEUU y Canadá	1	1,4%	1	0,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,4%	0	0,0%
Resto de América	3	4,3%	8	4,1%	0	0,0%	2	2,3%	0	0,0%	2	0,7%	0	0,0%
EEUU y Canadá	1	1,4%	8	4,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7	2,5%	0	0,0%
Total	69	100%	196	100%	33	100%	88	100%	90	100%	281	100%	42	100%
UTILIZACIÓN DEL AVIÓN EN ÚLTIMOS 12 MESES														
Ninguno	6	8,7%	16	8,3%	4	12,5%	19	21,8%	5	5,5%	39	13,9%	6	13,6%
De 1 a 5	43	62,3%	93	48,4%	22	68,8%	46	52,9%	50	54,9%	156	55,5%	36	81,8%
De 6 a 10	9	13,0%	41	21,4%	5	15,6%	18	20,7%	28	30,8%	55	19,6%	1	2,3%
Más de 10	11	15,9%	42	21,9%	1	3,1%	4	4,6%	8	8,8%	31	11,0%	1	2,3%
Total	69	100%	192	100%	32	100%	87	100%	91	100%	281	100%	44	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
UTILIZACIÓN DEL AEROPUERTO DE ZARAGOZA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	Número de viajeros	% de viajeros												
Ninguno	15	23,4%	38	19,1%	8	21,6%	11	15,1%	20	22,7%	41	16,0%	8	19,0%
De 1 a 5	41	64,1%	129	64,8%	28	75,7%	36	49,3%	57	64,8%	174	68,0%	32	76,2%
De 6 a 10	6	9,4%	17	8,5%	1	2,7%	20	27,4%	8	9,1%	30	11,7%	1	2,4%
Más de 10	2	3,1%	15	7,5%	0	0,0%	6	8,2%	3	3,4%	11	4,3%	1	2,4%
Total	64	100%	199	100%	37	100%	73	100%	88	100%	256	100%	42	100%
MOTIVOS DEL VIAJE														
Asunto Personal	16	22,2%	91	44,4%	9	22,0%	24	26,7%	32	33,7%	110	38,1%	4	8,3%
Estudios	0	0,0%	8	3,9%	1	2,4%	1	1,1%	0	0,0%	18	6,2%	1	2,1%
Trabajo/Negocios	3	4,2%	30	14,6%	6	14,6%	41	45,6%	20	21,1%	13	4,5%	1	2,1%
Vacaciones/Ocio	47	65,3%	72	35,1%	22	53,7%	6	6,7%	38	40,0%	127	43,9%	36	75,0%
No contestan	6	8,3%	4	2,0%	3	7,3%	18	20,0%	5	5,3%	21	7,3%	6	12,5%
Total	72	100%	205	100%	41	100%	90	100%	95	100%	289	100%	48	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
DURACIÓN DEL VIAJE EN DÍAS	Número de viajeros	% de viajeros												
De 0 a 3	20	30,8%	109	56,8%	13	33,3%	14	20,0%	12	14,1%	93	36,0%	1	2,5%
De 4 a 7	37	56,9%	58	30,2%	20	51,3%	36	51,4%	56	65,9%	123	47,7%	37	92,5%
De 8 a 10	3	4,6%	7	3,6%	5	12,8%	6	8,6%	5	5,9%	20	7,8%	1	2,5%
De 11 a 15	0	0,0%	7	3,6%	0	0,0%	8	11,4%	6	7,1%	10	3,9%	0	0,0%
Más de 15	5	7,7%	11	5,7%	1	2,6%	6	8,6%	6	7,1%	12	4,7%	1	2,5%
Total	65	100%	192	100%	39	100%	70	100%	85	100%	258	100%	40	100%
Media	7,67		20,32		5,44		10,06		10,96		6,65		5,90	
DESTINO Y VUELO DE LOS PASAJEROS														
Mismo destino viaje y vuelo	47	65,3%	131	66,8%	27	71,1%	90	100%	90	98,9%	244	84,7%	28	65,1%
Distinto destino viaje y vuelo	25	34,7%	65	33,2%	11	28,9%	0	0,0%	1	1,1%	44	15,3%	15	34,9%
Total	72	100%	196	100%	38	100%	90	100%	91	100%	288	100%	43	100%
MUESTRA	72	3,4%	205	9,8%	41	2,0%	90	4,3%	95	4,5%	289	13,8%	48	2,3%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bérgamo – M.		P. Mallorca		París		Roma		Sevilla		Tenerife		Total	
SEXO	Número de viajeros	% de viajeros												
Hombre	202	51,4%	63	54,3%	89	46,6%	72	48,0%	126	40,4%	37	45,1%	989	47,7%
Mujer	191	48,6%	53	45,7%	102	53,4%	78	52,0%	186	59,6%	45	54,9%	1084	52,3%
Total	393	100%	116	100%	191	100%	150	100%	312	100%	82	100%	2073	100%
EDAD														
De 15 a 19 años	12	3,4%	11	11,7%	8	4,6%	3	2,3%	7	2,7%	5	7,6%	65	3,7%
De 20 a 29 años	108	30,9%	6	6,4%	59	34,1%	38	28,6%	100	38,9%	15	22,7%	536	30,3%
De 30 a 39 años	92	26,4%	17	18,1%	54	31,2%	44	33,1%	77	30,0%	14	21,2%	486	27,5%
De 40 a 49 años	80	22,9%	9	9,6%	21	12,1%	25	18,8%	46	17,9%	5	7,6%	304	17,2%
De 50 a 59 años	40	11,5%	6	6,4%	23	13,3%	16	12,0%	21	8,2%	19	28,8%	208	11,8%
De 60 a 69 años	14	4,0%	37	39,4%	8	4,6%	4	3,0%	6	2,3%	7	10,6%	133	7,5%
Mayor de 70 años	3	0,9%	8	8,5%	0	0,0%	3	2,3%	0	0,0%	1	1,5%	38	2,1%
Total	349	100%	94	100%	173	100%	133	100%	257	100%	66	100%	1770	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bérgamo – M.		P. Mallorca		París		Roma		Sevilla		Tenerife		Total	
ACTIVIDAD	Número de viajeros	% de viajeros	Número de viajeros	% de viajeros										
Trabaja por cuenta propia	86	22,1%	12	10,3%	33	17,4%	29	19,0%	43	13,8%	10	12,2%	361	17,5%
Trabaja por cuenta ajena	217	55,8%	20	17,2%	90	47,4%	85	55,6%	197	63,1%	42	51,2%	1050	50,8%
Jubilado o pensionista	10	2,6%	56	48,3%	6	3,2%	7	4,6%	11	3,5%	7	8,5%	186	9,0%
Desempleado	19	4,9%	8	6,9%	18	9,5%	7	4,6%	31	9,9%	9	11,0%	162	7,8%
Estudiante	50	12,9%	11	9,5%	34	17,9%	18	11,8%	27	8,7%	6	7,3%	233	11,3%
T del hogar no remunerado	7	1,8%	9	7,8%	9	4,7%	7	4,6%	3	1,0%	8	9,8%	76	3,7%
Total	389	100,00%	116	100,00%	190	100,00%	153	100,00%	312	100,00%	82	100,00%	2068	100%
ESTUDIOS														
Primarios	18	4,9%	36	31,9%	14	7,8%	14	9,5%	23	7,7%	5	6,6%	196	10,0%
Secundarios	81	22,0%	32	28,3%	47	26,3%	43	29,1%	77	25,8%	26	34,2%	515	26,2%
Superiores	270	73,2%	45	39,8%	118	65,9%	91	61,5%	199	66,6%	45	59,2%	1252	63,8%
Total	369	100%	113	100%	179	100%	148	100%	299	100%	76	100%	1963	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bérgamo – M.		P. Mallorca		París		Roma		Sevilla		Tenerife		Total	
NACIONALIDAD	Número de viajeros	% de viajeros												
España	177	45,5%	107	96,4%	138	74,2%	94	62,7%	292	95,4%	76	96,2%	1489	73,7%
UE Schengen	179	46,0%	3	2,7%	23	12,4%	38	25,3%	4	1,3%	0	0,0%	331	16,4%
UE no Schengen	3	0,8%	0	0,0%	1	0,5%	5	3,3%	0	0,0%	2	2,5%	86	4,3%
Resto de Europa	5	1,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,7%	1	0,3%	1	1,3%	9	0,4%
EEUU y Canadá	10	2,6%	0	0,0%	1	0,5%	3	2,0%	1	0,3%	0	0,0%	18	0,9%
Resto de América	7	1,8%	1	0,9%	5	2,7%	9	6,0%	6	2,0%	0	0,0%	43	2,1%
EEUU y Canadá	8	2,1%	0	0,0%	18	9,7%	0	0,0%	2	0,7%	0	0,0%	44	2,2%
Total	389	100%	111	100%	186	100%	150	100%	306	100%	79	100%	2020	100%
UTILIZACIÓN DEL AVIÓN EN ÚLTIMOS 12 MESES														
Ninguno	22	5,9%	14	12,8%	40	21,1%	20	13,5%	30	9,7%	10	12,5%	231	11,5%
De 1 a 5	200	53,6%	74	67,9%	113	59,5%	87	58,8%	163	52,9%	59	73,8%	1142	57,0%
De 6 a 10	86	23,1%	11	10,1%	21	11,1%	26	17,6%	67	21,8%	9	11,3%	377	18,8%
Más de 10	65	17,4%	10	9,2%	16	8,4%	15	10,1%	48	15,6%	2	2,5%	254	12,7%
Total	373	100%	109	100%	190	100%	148	100%	308	100%	80	100%	2004	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bérgamo – M.		P. Mallorca		París		Roma		Sevilla		Tenerife		Total	
UTILIZACIÓN DEL AEROPUERTO DE ZARAGOZA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	Número de viajeros	% de viajeros												
Ninguno	66	17,8%	24	23,5%	28	17,8%	33	25,4%	50	17,5%	14	20,3%	356	19,0%
De 1 a 5	254	68,5%	61	59,8%	113	72,0%	83	63,8%	193	67,7%	47	68,1%	1248	66,6%
De 6 a 10	27	7,3%	11	10,8%	11	7,0%	8	6,2%	28	9,8%	6	8,7%	174	9,3%
Más de 10	24	6,5%	6	5,9%	5	3,2%	6	4,6%	14	4,9%	2	2,9%	95	5,1%
Total	371	100%	102	100%	157	100%	130	100%	285	100%	69	100%	1873	100%
MOTIVOS DEL VIAJE														
Asunto Personal	140	35,4%	29	24,8%	42	21,9%	44	28,6%	89	28,5%	14	20,3%	644	30,8%
Estudios	13	3,3%	3	2,6%	2	1,0%	2	1,3%	8	2,6%	2	2,9%	59	2,8%
Trabajo/Negocios	49	12,4%	28	23,9%	43	22,4%	18	11,7%	47	15,1%	2	2,9%	301	14,4%
Vacaciones/Ocio	181	45,8%	49	41,9%	79	41,1%	75	48,7%	153	49,0%	56	81,2%	941	45,0%
No contestan	12	3,0%	8	6,8%	26	13,5%	15	9,7%	15	4,8%	8	11,6%	147	7,0%
	395	100%	117	100%	192	100%	154	100%	312	100%	82	100%	2092	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40: Perfil del pasajero del Aeropuerto de Zaragoza según destino del vuelo

	Bolonia		Bruselas		Bucarest		Lanzarote		Las Palmas GC		Londres		Málaga	
DURACIÓN DEL VIAJE EN DÍAS	Número de viajeros	% de viajeros												
De 0 a 3	162	44,1%	28	27,7%	46	29,5%	29	21,8%	154	55,2%	7	11,1%	688	37,2%
De 4 a 7	169	46,0%	57	56,4%	82	52,6%	76	57,1%	92	33,0%	39	61,9%	882	47,7%
De 8 a 10	18	4,9%	7	6,9%	14	9,0%	17	12,8%	14	5,0%	14	22,2%	131	7,1%
De 11 a 15	9	2,5%	2	2,0%	9	5,8%	5	3,8%	5	1,8%	2	3,2%	63	3,4%
Más de 15	9	2,5%	7	6,9%	5	3,2%	6	4,5%	14	5,0%	1	1,6%	84	4,5%
Total	367	100%	101	100%	156	100%	133	100%	279	100%	63	100%	1848	100%
Media	5,22		7,90		9,65		7,18		6,69		6,44		8,41	
DESTINO Y VUELO DE LOS PASAJEROS														
Mismo destino viaje y vuelo	264	68,0%	106	99,1%	177	93,7%	126	83,4%	260	83,6%	73	91,3%	1663	81,4%
Distinto destino viaje y vuelo	124	32,0%	1	0,9%	12	6,3%	25	16,6%	51	16,4%	7	8,8%	381	18,6%
Total	388	100%	107	100%	189	100%	151	100%	311	100%	80	100%	2044	100%
MUESTRA	395	18,9%	117	5,6%	192	9,2%	154	7,4%	312	14,9%	82	3,9%	2092	99,1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Bolonia:

	Número de viajeros	% de viajeros
Bolonia	47	65,3%
Floencia	9	12,5%
Forli	2	2,8%
Klagenfurt (Austria)	1	1,4%
Modena	1	1,4%
Padova	3	4,2%
Parma	1	1,4%
Poggibonsi (Siena)	1	1,4%
Venecia	6	8,3%
No contestan	1	1,4%
Total	72	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Bucarest:

	Número de viajeros	% de viajeros
Bucarest	27	71,1%
Constanta	1	2,6%
Lasi	1	2,6%
Timisoara	3	7,9%
Tusiata	1	2,6%
No contestan	5	13,2%
Total	38	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Lanzarote:

	Número de viajeros	% de viajeros
Lanzarote	90	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Bruselas (Charleroi):

	Número de viajeros	% de viajeros
Bruselas	131	66,8%
Alemania	2	1,0%
Almere (Holanda)	1	0,5%
Amberes (Bélgica)	2	1,0%
Amsterdam	2	1,0%
Arduote	1	0,5%
Asser (Holanda)	2	1,0%
Bergen up town	1	0,5%
Breda	1	0,5%
Brujas	4	2,0%
Budapest	1	0,5%
Colonia	5	2,6%
Holanda	3	1,5%
Düsseldorf	1	0,5%
Eindhoven	2	1,0%
Francia	1	0,5%
Gante	4	2,0%
Ghent	2	1,0%
Hanóver	1	0,5%
La Haya (Holanda)	2	1,0%
Leeuwarden	1	0,5%
Lieja	2	1,0%
Lille (Francia)	2	1,0%
Louvain La Neuve	1	0,5%
Luxemburgo	5	2,6%
Maastricht	4	2,0%
Metz	2	1,0%
Natiur	1	0,5%
Rejs	1	0,5%
Rotterdam (Holanda)	2	1,0%
Saint Nlellanas	1	0,5%
Tunklocet	1	0,5%
Amberes (Bélgica)	2	1,0%
No contestan	2	1,0%
Total	196	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Las Palmas de Gran Canaria:

	Número de viajeros	% de viajeros
Bolonia	90	98,9%
No contestan	1	1,1%
Total	91	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Málaga:

	Número de viajeros	% de viajeros
Málaga	28	65,1%
Fuengirola	4	9,3%
Torremolinos	11	25,6%
Total	43	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Palma de Mallorca:

	Número de viajeros	% de viajeros
Palma de Mallorca	47	65,3%
No contestan	9	12,5%
Total	2	2,8%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Londres:

	Número de viajeros	% de viajeros
Londres	244	84,7%
Auckland	2	0,7%
Beaconsfield	1	0,3%
Belfast	1	0,3%
Birmingham	3	1,0%
Bournemouth	1	0,3%
Bracknell	1	0,3%
Brighton	1	0,3%
Bristol	2	0,7%
Cambridge	4	1,4%
Flitwick	2	0,7%
Glasgow	2	0,7%
Goteborg	4	1,4%
Harnon (Essex) Gran Bretaña	1	0,3%
High Wy Cambe	1	0,3%
Leeds	1	0,3%
Leicester	1	0,3%
Liverpool	2	0,7%
Llanelli	1	0,3%
Mielon Keynes	1	0,3%
Norwich	4	1,4%
Nottingham	1	0,3%
Oxford	1	0,3%
Reading (Gran Bretaña)	1	0,3%
Stowmarket Suffolk	1	0,3%
Swansea	1	0,3%
No contestan	3	1,0%
Total	288	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Bérgamo - Milán:

	Número de viajeros	% de viajeros
Bérgamo - Milán	266	68,0%
Bari	1	0,3%
Berlín	1	0,3%
Bolonia	1	0,3%
Bormio	1	0,3%
Brescia	7	1,8%
Cagliari	1	0,3%
Catowice	1	0,3%
Cavenago Brianza	1	0,3%
Como	2	0,5%
Florenia	3	0,8%
Gdansk (Milán)	1	0,3%
Genova	2	0,5%
Lodz (Polonia)	1	0,3%
Lucena (Suiza)	1	0,3%
Lugano	2	0,5%
Maranello	1	0,3%
Modena	3	0,8%
Niza	1	0,3%
Padova	3	0,8%
Parma	2	0,5%
Pavia	3	0,8%
Piacenza	4	1,0%
Pordenone (Italia)	2	0,5%
Praga	1	0,3%
Rapallo	1	0,3%
Reggio Emilia	4	1,0%
Roma	1	0,3%
San Colombano (Brescia)	1	0,3%
Sardegna	2	0,5%
Trento	1	0,3%
Trieste	3	0,8%
Turín	15	3,9%
Varese	2	0,5%
Venecia	12	3,1%
Verona	12	3,1%
Vicenza	5	1,3%
Wroclaw (Polonia)	2	0,5%
No contestan	15	3,9%
Total	388	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a París:

	Número de viajeros	% de viajeros
París	177	93,7%
Bedurne	1	0,5%
Caen Normandie	1	0,5%
Cannes	1	0,5%
Chateau Chinon	1	0,5%
Duranches	1	0,5%
Lille Flandres	1	0,5%
Lyon	1	0,5%
Versalles	1	0,5%
No contestan	4	2,1%
Total	189	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Roma:

	Número de viajeros	% de viajeros
Roma	126	83,4%
Ascoli Piceno	2	1,3%
Australia	1	0,7%
Catania	2	1,3%
Civitanova Marche	2	1,3%
Florenca	1	0,7%
Kiev	1	0,7%
Nápoles	5	3,3%
Perugia	5	3,3%
Pescara	1	0,7%
Potenza	1	0,7%
Salerno	2	1,3%
Siena	1	0,7%
No contestan	1	0,7%
Total	151	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Sevilla:

	Número de viajeros	% de viajeros
Sevilla	260	83,6%
Algeciras	1	0,3%
Badajoz	1	0,3%
Cádiz	11	3,5%
Ceuta	1	0,3%
Córdoba	2	0,6%
El Puerto de Santa María (Cádiz)	1	0,3%
Granada	1	0,3%
Huelva	8	2,6%
Jerez de la Frontera	11	3,5%
Málaga	4	1,3%
Palomares del Río	1	0,3%
Puerto de Santa María	1	0,3%
Ronda (Málaga)	1	0,3%
Sanlúcar de Barrameda	1	0,3%
Tavira (Portugal)	1	0,3%
Tenerife	1	0,3%
No contestan	4	1,3%
Total	311	15,1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53: Destino del viaje de los pasajeros del vuelo con llegada a Tenerife:

	Número de viajeros	% de viajeros
Tenerife	73	91,3%
La Palma	6	7,5%
El Hierro	1	1,3%
Total	80	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Oferta y resultados del turismo en Aragón

Tabla 54: Oferta turismo en alojamiento hotelero en Aragón. Serie 2001-2010

	Hoteles, paradores y hospederías		Hostales		Pensiones	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	383	21.215	243	7.671	178	3.116
2002	307	21.488	251	7.715	203	3.357
2003	323	22.645	260	7.644	204	3.470
2004	335	23.201	264	7.685	178	2.930
2005	360	23.745	275	8.003	168	2.764
2006	390	25.855	280	7.931	158	3.321
2007	411	27.699	287	7.809	164	2.612
2008	424	28.910	300	7.821	169	2.577
2009	455	31.900	306	7.841	181	2.833
2010	466	33.770	315	7.976	185	3.184

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Tabla 55: Oferta turismo en alojamiento hotelero por provincias. Serie 2001-2010

		Hoteles, paradores y hospederías		Hostales		Pensiones	
		Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Establecimientos	Plazas	Establecimientos
2001	Huesca	149	9.579	113	3.709	65	1.206
	Teruel	58	2.679	65	1.875	53	875
	Zaragoza	76	8.374	65	2.087	60	1.035
2002	Huesca	152	9.524	114	3.698	65	1.199
	Teruel	62	2.743	67	1.855	52	766
	Zaragoza	83	8.708	70	2.162	86	1.392
2003	Huesca	160	10.176	116	3.669	66	1.240
	Teruel	68	3.102	72	1.925	50	746
	Zaragoza	85	8.782	72	2.050	88	1.484
2004	Huesca	166	10.424	118	3.699	57	1.093
	Teruel	70	3.216	73	1.930	37	534
	Zaragoza	88	8.911	73	2.056	84	1.303
2005	Huesca	183	11.300	114	3.481	56	1.043
	Teruel	80	3.128	83	2.334	29	426
	Zaragoza	86	8.667	78	2.188	83	1.295
2006	Huesca	196	12.155	116	3.350	55	986
	Teruel	89	3.691	88	2.377	28	1.163
	Zaragoza	94	9.307	76	2.204	75	1.172
2007	Huesca	203	12.972	115	3.297	52	895
	Teruel	91	3.762	96	2.392	31	478
	Zaragoza	105	10.147	76	2.120	81	1.239
2008	Huesca	209	13.463	122	3.422	52	813
	Teruel	92	3.717	99	2.445	33	487
	Zaragoza	111	10.945	79	1.954	84	1.277
2009	Huesca	219	13.843	120	3.380	53	827
	Teruel	98	4.067	104	2.470	35	518
	Zaragoza	125	13.165	82	1.991	93	1.488
2010	Huesca	223	13.995	121	3.397	54	860
	Teruel	102	4.072	109	2.563	34	785
	Zaragoza	128	14.878	85	2.016	97	1.539

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Tabla 56: Oferta turismo en alojamiento rural en Aragón. Serie 2001-2010

	Viviendas de turismo rural		Albergues		Refugios de montaña	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	691	5.013	56	2.678	9	324
2002	744	5.356	58	2.806	10	348
2003	755	5.362	58	2.785	12	475
2004	836	5.920	60	2.992	14	550
2005	876	6.070	67	3.238	14	550
2006	910	6.751	76	3.486	13	524
2007	977	7.281	76	3.606	14	604
2008	1.048	7.827	83	3.825	15	684
2009	1.131	8.484	92	3.938	15	684
2010	1.210	9.052	96	4.054	17	848

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Tabla 57: Oferta turismo en alojamiento rural por provincias. Serie 2001-2010

		Viviendas de turismo rural		Albergues		Refugios de montaña	
		Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	Huesca	425	3.071	43	1.952	6	234
	Teruel	206	1.462	8	445	1	26
	Zaragoza	60	480	5	281	2	64
2002	Huesca	446	3.213	43	1.974	7	258
	Teruel	237	1.649	9	495	1	26
	Zaragoza	61	494	6	337	2	64
2003	Huesca	461	3.316	43	1.974	9	375
	Teruel	229	1.532	9	495	1	26
	Zaragoza	65	514	6	316	2	74
2004	Huesca	500	3.590	44	2.135	10	423
	Teruel	257	1.697	10	541	2	56
	Zaragoza	79	633	6	316	2	71
2005	Huesca	491	3.547	47	2.262	10	423
	Teruel	272	1.612	12	610	2	56
	Zaragoza	113	911	8	366	2	71
2006	Huesca	537	3.913	49	2.315	10	423
	Teruel	246	1.818	16	722	1	30
	Zaragoza	127	1.020	11	449	2	71
2007	Huesca	565	4.113	49	2.379	11	503
	Teruel	257	1.911	16	781	1	30
	Zaragoza	155	1.257	11	446	2	71
2008	Huesca	591	4.303	49	2.357	11	503
	Teruel	273	2.041	21	930	2	110
	Zaragoza	184	1.483	13	538	2	71
2009	Huesca	638	4.642	56	2.378	11	503
	Teruel	287	2.179	22	946	2	110
	Zaragoza	206	1.663	14	614	2	71
2010	Huesca	673	4.914	57	2.396	13	667
	Teruel	325	2.444	23	978	2	110
	Zaragoza	212	1.694	16	680	2	71

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Tabla 58: Oferta turismo en servicios de restauración por provincias. Serie 2001-2010

		Restaurantes		Cafeterías		Bares	
		Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	Huesca	554	31.421	108	5.000	1.303	554
	Teruel	220	14.992	50	2.929	1.505	220
	Zaragoza	754	65.446	229	15.767	7.279	754
2002	Huesca	589	34.315	108	4.751	1.304	589
	Teruel	227	16.063	53	3.230	1.150	227
	Zaragoza	776	72.269	236	19.709	7.398	776
2003	Huesca	600	35.212	112	4.860	1.250	600
	Teruel	235	16.715	54	3.234	1.103	235
	Zaragoza	798	71.112	247	16.859	8.842	798
2004	Huesca	614	36.054	114	5.024	1.272	614
	Teruel	241	17.556	56	3.286	1.114	241
	Zaragoza	830	75.350	258	21.439	7.603	830
2005	Huesca	636	37.477	128	5.707	1.153	636
	Teruel	256	17.675	62	3.466	1.126	256
	Zaragoza	861	77.709	290	22.089	7.682	861
2006	Huesca	652	38.776	126	6.014	1.132	652
	Teruel	226	14.123	62	3.166	1.063	226
	Zaragoza	871	75.433	281	18.309	7.758	871
2007	Huesca	670	40.092	127	5.650	1.129	670
	Teruel	216	14.376	53	2.718	1.014	216
	Zaragoza	886	71.127	282	18.319	4.659	886
2008	Huesca	678	40.758	134	5.950	1.131	678
	Teruel	224	15.289	56	2.793	1.004	224
	Zaragoza	921	83.147	298	23.665	4.703	921
2009	Huesca	705	43.814	150	6.745	1.138	705
	Teruel	239	16.312	67	3.203	1.023	239
	Zaragoza	981	82.058	314	19.960	4.733	981
2010	Huesca	718	44.718	157	7.294	1.138	718
	Teruel	244	16.364	75	3.559	1.028	244
	Zaragoza	1.077	87.303	337	13.662	4.709	1.077

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

**Tabla 59: Oferta turismo en servicios de restaurantes por tipos y por provincias.
Serie 2001-2010**

		De 1ª categoría		De 2ª categoría		De 3ª categoría	
		Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2001	Huesca	2	101	7	835	134	11.049
	Teruel	0	0	1	45	65	7.858
	Zaragoza	1	50	1	150	274	35.653
2002	Huesca	2	101	8	1.561	140	12.043
	Teruel	0	0	1	45	72	8.393
	Zaragoza	1	50	1	150	281	40.037
2003	Huesca	2	101	9	1.579	147	12.809
	Teruel	0	0	1	45	72	8.393
	Zaragoza	1	50	1	150	287	38.598
2004	Huesca	2	101	8	1.511	151	12.883
	Teruel	0	0	1	45	73	8.517
	Zaragoza	1	50	2	318	288	39.854
2005	Huesca	2	101	8	1.511	151	12.597
	Teruel	0	0	1	45	75	8.594
	Zaragoza	1	50	2	217	290	40.010
2006	Huesca	2	101	8	1.511	153	12.695
	Teruel	0	0	2	71	59	7.153
	Zaragoza	1	50	2	217	286	37.964
2007	Huesca	1	50	8	1.589	152	12.530
	Teruel	0	0	2	71	53	6.421
	Zaragoza	1	50	2	217	246	31.572
2008	Huesca	1	50	8	1.589	151	12.688
	Teruel	0	0	3	181	53	6.235
	Zaragoza	1	50	3	357	279	37.926
2009	Huesca	1	158	1	50	11	3.099
	Teruel	0	0	0	0	3	181
	Zaragoza	0	0	1	50	3	317
2010	Huesca	1	50	11	3.099	161	13.371
	Teruel	0	0	3	181	56	6.411
	Zaragoza	1	50	3	317	283	36.852

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Nota: en el año 2006 se produce un cambio metodológico, añadiendo una nueva categoría de restaurantes denominada de lujo. En la serie, solo hay uno en la provincia de Huesca con capacidad para 158 personas.

**Tabla 60: Oferta turismo en servicios de cafés y bares por tipos y por provincias.
Serie 2001-2010**

		Especial		Primera		Segunda	
		Establecimientos	Plazas (1)	Establecimientos	Plazas (1)	Establecimientos	Plazas (1)
2001	Huesca	0	0	8	665	100	4.335
	Teruel	0	0	9	453	41	2.476
	Zaragoza	5	643	18	2.063	206	13.061
2002	Huesca	0	0	7	530	101	4.221
	Teruel	2	167	9	458	42	2.605
	Zaragoza	5	889	17	2.582	214	16.238
2003	Huesca	0	0	9	639	103	4.221
	Teruel	1	92	9	458	44	2.684
	Zaragoza	5	643	16	1.851	226	14.365
2004	Huesca	0	0	10	675	104	4.349
	Teruel	1	92	9	458	46	2.736
	Zaragoza	4	694	18	2.709	236	18.036
2005	Huesca	0	0	10	675	118	5.032
	Teruel	1	92	9	458	52	2.916
	Zaragoza	3	390	18	2.709	269	18.990
2006	Huesca	0	0	10	675	116	5.339
	Teruel	1	92	9	455	52	2.619
	Zaragoza	3	350	19	2.062	259	15.897
2007	Huesca	0	0	11	792	116	4.858
	Teruel	0	0	8	433	45	2.285
	Zaragoza	1	80	12	1.583	269	16.656
2008	Huesca	1	50	8	1.589	151	12.688
	Teruel	0	0	3	181	53	6.235
	Zaragoza	1	50	3	357	279	37.926
2009	Huesca	1	36	12	822	137	5.887
	Teruel	0	0	7	358	60	2.845
	Zaragoza	2	270	18	1.956	294	17.734
2010	Huesca	1	36	16	1.266	140	5.992
	Teruel	0	0	7	358	68	3.201
	Zaragoza	2	270	18	1.804	317	11.588

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Plazas (1): Incluye plazas en barra y mesa.

*Categorías de cafeterías.- Especial: 3 tazas, Primera: 2 tazas, Segunda: 1 taza.

Tabla 61: Estadísticas de pernoctaciones y ocupación hotelera en Aragón por provincias

		Pernoctaciones		Viajeros	
		Españoles	Extranjeros	Españoles	Extranjeros
2001	Huesca	1.329.944	1.329.944	496.140	88.563
	Teruel	477.726	27.054	262.320	18.124
	Zaragoza	1.467.758	234.300	787.275	144.287
2002	Huesca	1.323.811	190.259	487.966	89.025
	Teruel	470.914	38.342	235.231	24.448
	Zaragoza	1.574.421	272.613	821.596	157.185
2003	Huesca	1.387.641	203.371	505.062	92.713
	Teruel	469.504	36.303	258.983	24.058
	Zaragoza	1.524.715	258.014	817.788	154.503
2004	Huesca	1.445.040	189.707	528.169	87.738
	Teruel	506.655	38.546	269.068	21.316
	Zaragoza	1.525.392	272.035	851.096	161.065
2005	Huesca	1.473.008	185.294	535.520	83.405
	Teruel	501.674	38.958	249.543	18.066
	Zaragoza	1.589.200	317.967	859.050	176.993
2006	Huesca	1.614.182	205.646	625.791	93.048
	Teruel	529.893	42.549	267.356	19.412
	Zaragoza	1.636.569	376.569	913.725	201.962
2007	Huesca	1.586.636	213.858	628.454	97.150
	Teruel	646.239	71.132	326.957	26.385
	Zaragoza	1.791.636	411.763	946.290	214.760
2008	Huesca	1.657.930	235.748	645.068	107.600
	Teruel	625.893	56.189	329.987	25.532
	Zaragoza	2.161.077	503.117	1.080.773	248.016
2009	Huesca	1.504.447	181.105	581.750	84.942
	Teruel	558.323	43.046	293.961	22.663
	Zaragoza	1.517.621	335.461	817.587	190.834
2010	Huesca	1.531.102	199.967	607.595	90.149
	Teruel	564.664	48.405	297.374	27.231
	Zaragoza	1.665.521	407.564	913.451	234.132

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

Tabla 62: Resultados de Actividad Turística. Serie 2000-2008

	Personal ocupado por establecimiento (número)		Inversión bruta en inmovilizado material por establecimiento (euros)		Salario medio por ocupado (euros)		Volumen de negocio por ocupado (euros)	
	España	Aragón	España	Aragón	España	Aragón	España	Aragón
2000	3,82	3,17	12.311	9.150	7.781	7.406	46.360	49.083
2001	3,82	3,28	12.751	6.900	7.781	7.406	47.259	48.096
2002	3,91	3,61	12.160	8.094	8.510	7.982	48.537	44.814
2003	3,98	3,52	11.921	9.915	8.855	8.695	49.868	48.932
2004	4,15	3,62	12.350	12.213	9.135	8.636	50.685	49.385
2005	3,54	4,23	17.315	12.182	8.854	9.558	52.843	51.741
2006	3,87	4,34	21.004	13.302	9.398	10.104	54.580	53.766

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística