

04/04/2011

Ryanair, un juego peligroso para los destinos españoles

La irrupción de la low cost suele producir una desbandada de aerolíneas tradicionales

Ryanair, probablemente la aerolínea europea con peor reputación, practica desde hace tiempo un peligroso juego con los destinos españoles que se arriesgan a hacer tratos con ella. A cambio de **subvenciones**, camufladas en muchas ocasiones como "acuerdos de promoción" para esquivar la normativa de la UE, la aerolínea low cost irlandesa abre nuevas rutas que inmediatamente atraen pasajeros gracias a tarifas muy agresivas que revientan el mercado.

Este aumento en la llegada de turistas gracias a Ryanair es algo que los hoteleros suelen recibir con alegría, pues podrán mejorar sus cifras y reducir su dependencia del turoperador. Aunque no olvidemos que gracias al dinero público de un territorio se están subvencionando también los **viajes en avión de los residentes locales**.

Sin embargo, cuando la compañía irlandesa llega a un aeropuerto suele producirse una desbandada de las aerolíneas tradicionales y de los turoperadores chárter, que no pueden competir con los precios de la low cost irlandesa. Es el llamado "**efecto Ryanair**".

Es decir: puede haber un aporte de nuevos viajeros, pero también hay trasvases de pasajeros entre aerolíneas; el destino deja de recibir un tipo de turistas (de paquete); y además se pierden vuelos de conexión, fundamentales para el turismo de congresos y convenciones.

Además, cuando dichas ayudas públicas desaparecen o se reducen -algo cada vez más frecuente en tiempos de crisis y **recortes presupuestarios**-, la aerolínea irlandesa simplemente elimina vuelos o suprime todas las rutas, sin contemplaciones.

Y cuando esto sucede, el destino queda desnudo y sin otras aerolíneas en las que apoyarse, pues éstas se marcharon al llegar Ryanair. Lo que en un principio parecía un maná de pasajeros, acaba siendo una **tierra quemada**.

Según apuntó el vicepresidente de [Exceltur](#), [José Luis Zoreda](#), en un foro sobre transporte aéreo celebrado en Adeje, los destinos y las empresas turísticas deberían preguntarse si crean demanda **a base de subvenciones o a base de producto**. Pues bien, los actores turísticos deberían responderse a sí mismos -de manera honesta y valiente- cuál de las dos opciones genera un **crecimiento sostenible**.

HOSTELTUR