finanzas.com

25 de agosto de 2005

Air Berlin única aerolínea bajo coste que tiene tarjeta fidelidad

Madrid, 25 ago (EFECOM).- Las líneas aéreas de bajo coste (low cost) no ofrecen a sus clientes la posibilidad de optar a una tarjeta de fidelización que permita sumar puntos o millas para utilizarlos en vuelos posteriores, a excepción de Air Berlín que posee las tres modalidades clásicas, normal, plata y oro.

EFE Fuentes de las principales compañías de este tipo que operan en España (Easyjet, Ryanair y Germanwings) han indicado a EFE que carecen de este tipo de opción porque "no tiene mucho que ver con las ofertas que llevamos a cabo durante el año".

Para Easyjet y Germanwings, "la mejor fidelización son los precios que ofrecemos con nuestras ofertas de billetes baratos, y el servicio que damos", por ello "no vemos ninguna ventaja para nuestros clientes el ofrecerles una tarjeta de acumulación de millas como hacen las aerolíneas de red".

Por su parte Ryanair tiene una tarjeta con VISA, denominada Ryanair.com. que llega a ofrecer vuelos gratis cuando se emplea en determinadas operaciones y se realiza un gasto mínimo.

Esta tarjeta contempla que si durante el primer año se pagan con ella los primeros diez vuelos que se hagan con la compañía, el trayecto décimo primero sale gratis.

Air Berlín es la única compañía que ofrece el programa de "vuelos frecuentes" conocido como Top Bonus, que permite acumular millas de status y de premio.

Esta tarjeta es similar a la que tiene las compañías aéreas de red, ya que pueden obtenerse millas por volar, por alquiler de automóviles y por contratación de hoteles, y se puede encontrar en tres categorías diferentes: top bonus normal, top bonus de plata y top bonus de oro.

A partir de las 15.000 millas acumuladas se pueden conseguir vuelos gratuitos en la red de Air Berlin y en su asociada austríaca Niki, y con las clases superiores de tarjeta se obtienen mayores atenciones en los servicios ofrecidos por estas dos aerolíneas.

El incremento de la presencia de las compañías de bajo coste en España "ha sido extraordinario" según los expertos del sector turístico, hasta el punto de que tanto desde la Secretaria de Estado de Industria, Turismo y Comercio, como desde las patronales y la asociación Exceltur, se las considera como uno de los principales medios de transporte para la llegada de turistas extranjeros.

Durante el primer semestre del 2005 el 34,7 por ciento de los turistas extranjeros (fundamentalmente alemanes y británicos) que han llegado a España lo han hecho merced al uso de una estas compañías de bajo coste, sobre todo hacia las Islas Baleares y el litoral mediterráneo.

Esta tendencia es, a juicio de Exceltur, muy importante, ya que se están multiplicando las conexiones y frecuencias entre diferentes ciudades españolas y europeas, a la vez que manteniendo unos precios más bajos que las compañías de red, que hace que las aerolíneas españolas tiendan también a buscar fórmulas de reducción de costes.

Las aerolíneas de bajo coste transportan anualmente más del 31 por ciento del total de los pasajeros que entran en España, con un crecimiento sostenido, a la vez que han aumentado también el número de conexiones que hacen en el interior del país.

Aprovechando sus centros en Mallorca, Madrid o Barcelona, estas compañías se han lanzado a la conquista del mercado doméstico español, a través de acuerdos con los gobiernos autonómicos y con las autoridades empresariales de las diferentes comunidades, compitiendo con Iberia, Spanair y Air Europa en numerosos destinos.

Estas actuaciones han motivado protestas por parte de estas aerolíneas ante las autoridades de Aviación Civil, e incluso han llegado, como es el caso de Iberia, a amenazar con irse de algunos aeropuertos o de reducir sus frecuencias.EFECOM