

PDA Media & Consulting

Lunes, 09 Febrero 2015 00:22

El crecimiento de la aviación en América Latina... ¿Y en el Uruguay?



Editorial de la semana del lunes 9 al domingo 15 de febrero de 2015

Se estima la incorporación de unas 2.500 aeronaves en América Latina para los próximos 20 años, de acuerdo a un estudio del fabricante Airbus, un crecimiento superior al 50% en la cantidad de aeronaves volando por la región. Y en el Uruguay, ¿qué sucede en materia de política aeronáutica?.

Podríamos resumir la respuesta a esta pregunta en un simple vocablo: nada. Aplicando el mismo razonamiento y liviandad con la que el gobierno determinó el cierre de la compañía de bandera PLUNA, y la rápida promoción de una política de cielos abiertos... las decisiones sobre política aeronáutica se parecen a una mera acción de abrir o cerrar una puerta... A la postre de los resultados, fue la salida más fácil de volver a conectar al Uruguay con el exterior, luego de instalada la crisis aeronáutica del 2012.

Sin embargo, el gobierno no sólo tuvo que hacer frente al “agujero negro” que significó el concurso de la ex-aerolínea (que aún no ha culminado y por el cual se ha superado largamente

los 300 millones de dólares de gasto adicional) sino que salió rápidamente a subvencionar directa e indirectamente a empresas aéreas extranjeras, a través de diversos métodos: venta de combustible más barato (“alineado” al precio de la región, según el expresidente de ANCAP Raúl Sendic), exoneraciones impositivas, “invirtiendo” en publicidad en las revistas de abordaje de estas aerolíneas o hasta colocando el logotipo “Uruguay Natural” en el fuselaje de algunos de sus aviones. De esta forma, el Estado intentaba protegerse, asegurando la “conectividad”, ya que siempre tendría una empresa dispuesta a ocupar la vacante. Éste no fue el caso de IBERIA, que poco después del cierre de PLUNA tuvo que abandonar el mercado local debido a una importante reestructura financiera...

El informe ‘Global Passenger Survey’ de la IATA, que mide las preferencias a nivel regional y global de los viajeros del mundo, indica que los pasajeros de negocios destinan un gasto 4 veces mayor al de aquellos en viajes de turismo. Vaya entonces si será importante la conectividad en relación a la prosperidad de los negocios. Si bien el paso del tiempo fue mejorando la oferta de asientos disponibles desde el Uruguay al exterior, el bolsillo del consumidor -que no tiene “voz ni voto” en estos reclamos- ha sido el mayor perjudicado por la crisis aeronáutica local: las tarifas aún siguen muy por encima de los valores promedio para tramos similares de vuelo en otras partes del mundo (sin considerar las ofertas de compañías de bajo costo (LCC) que operan en mercados desarrollados).

En cualquier ramo de la industria es habitual abordar el tema de la competitividad. El Estado parece entender que el Uruguay debe ser competitivo a nivel internacional, para lograr o mantener el acceso a mercados de exportación, vitales para la generación de recursos para la Economía. La competitividad está intrínsecamente ligada a la productividad del país, que viene definida por la solidez jurídica, el respeto a las instituciones democráticas, el sistema educativo, la infraestructura, la industria, los mercados financieros, las políticas fiscales y monetarias, la tecnología e innovación, el acceso a las comunicaciones y la sofisticación de los clientes. _ Por consiguiente, el reto fundamental en el desarrollo económico es cómo crear las condiciones necesarias para un crecimiento rápido y sostenido de la productividad.

En este contexto, la competitividad debe ir necesariamente de la mano de la inversión en infraestructura, transporte y comunicaciones; la gran deuda que ha dejado el gobierno del presidente Mujica. El Uruguay de los próximos años deberá encarar la construcción de obras viales y de mantenimiento de sus carreteras, instalar vías férreas capaces de soportar trenes de carga y pasajeros, adquirir barcos y puertos modernos, y por supuesto, apostar a los aeropuertos y aerolíneas eficientes. En países emergentes, la infraestructura debe acompañar los niveles de crecimiento; sin ella la captación de inversión extranjera decaerá y no será viable la concreción de nuevos proyectos que ofrezcan a los uruguayos posibilidades de desarrollo profesional, capacitación especializada y un mejor futuro.

En materia aeronáutica, durante el transcurso de 2014 hubo despidos masivos de pilotos en BQB Líneas Aéreas, alcanzando más de 40 profesionales, sumado a otras decenas de personal reducido en áreas de tráfico, tripulantes de cabina, despachadores, mantenimiento, etc, debido al fracaso de la estrategia monopólica a la que aspiraba el “Señor de los Barcos”, con la complicidad del gobierno. El resultado del escándalo del “Caballero de la Derecha” y la

parodia de la subasta de los aviones de PLUNA fue la devolución de dos de los cuatro aviones ATR 72-500 que operaba y el fracaso del proyecto Airbus 319, que estuvo parqueado en la plataforma del Aeropuerto Internacional de Carrasco, pero nunca llegó a volar por problemas en su certificación ante la Autoridad Aeronáutica - DINACIA.

Mientras jerarcas del Poder Ejecutivo se vieron envueltos en un procesamiento por abuso de funciones, otros actores involucrados -desempleados- y demás partes interesadas destinaban todos sus esfuerzos y compromiso para reflotar la aviación comercial del Uruguay. El gobierno logró aprender la lección: es necesario, estratégico y esencial la conformación de una aerolínea de referencia nacional. Así dio impulso al proyecto ALAS Uruguay. Los pilotos reunidos en la Asociación Civil de Pilotos de Línea Aérea (ACIPLA) junto a la Organización de Trabajadores Aeronáuticos del Uruguay (OTAU) trabajaron incansablemente sobre un plan de negocios viable para la conformación de una aerolínea privada, capaz de garantizar la conectividad, la regulación tarifaria, y el desarrollo de la economía y el turismo, entre otros objetivos.

[Otro estudio, pero esta vez del fabricante de aeronaves Airbus, 'Global Market Forecast'](#), asegura que las seis principales compañías aéreas de América Latina ostentan el 20% de la cuota de mercado de los vuelos de larga distancia. Por su parte, las seis principales compañías aéreas de América del Norte y de Europa, aglutinan el 40% del tránsito transoceánico. En las próximas dos décadas, el tráfico de pasajeros se incrementará anualmente en un 4,7%, es decir que superará al doble del actual al término del período. Esta incidencia del mercado latino en el concierto internacional tendrá efectos muy importantes para los países de la región y el Uruguay no puede estar ajeno a ello.

Es de esperar que Latinoamérica mantenga niveles de crecimiento de su Producto Bruto Interno (PBI) del orden del 4%, superando la media mundial del 3,2%, lo que estimulará a la aviación comercial. En particular, Chile, Brasil y Colombia alcanzarán niveles de desarrollo similares a economías más maduras, impulsando los mercados intra-regionales y de vuelos domésticos. Hacia el 2035, se estima la incorporación de unas 2.500 aeronaves en América Latina, 40% de las cuales serán para recambio de viejos equipos (el promedio de edad de la flota de aviones en servicio de América Latina es de 9,5 años, mucho más moderna que la media mundial). Habrá un crecimiento superior al 50% en cantidad de aeronaves volando por la región (actualmente son cerca de 2.000). El crecimiento de la industria aeronáutica latinoamericana será de un 7%, superando la media mundial cercana al 5%.

En este contexto, si el Uruguay quiere buscar un posicionamiento mundial, mejorar los niveles de inversión internacional, constituirse en un verdadero polo logístico, desestacionalizar y desregionalizar su turismo, deberá realizar una fuerte transformación en su infraestructura y estructura, de la mano de la definición de políticas de Estado que trasciendan a los gobernantes de turno. Basta citar como ejemplo Dubai, una ciudad en medio del desierto, con escasos recursos naturales más allá del petróleo, que pudo constituirse en un polo turístico increíblemente exitoso (de la mano de inversiones muy fuertes pero con una clara visión de lo que aspiraba ser en el futuro). Este país, con recursos naturales como las playas, el campo, recursos hídricos y sobre todo, el capital humano, debe apoyarse en una política aeronáutica consistente con una visión de país, de la mano de una definición de objetivos sometidos a

monitoreo permanente, incluyendo la adopción de medidas de apoyo ante contingencias, que hagan propicia la existencia y supervivencia de una aerolínea de referencia, el único servicio capaz de unir personas, proyectos y sueños de manera eficiente, segura y eficaz.

pdamedia@portaldeamerica.com - Móvil 598 99555774 - Uruguay