

Abril 2010 | Diario Cinco Días

José Jaume

Madrid y Barajas, una oportunidad para crecer

Una diferencia importante entre Madrid y las ciudades de Londres, París y Fráncfort es que desde cualquiera de las tres se puede volar sin escalas a numerosos aeropuertos del mundo entero, lo cual les facilita su expansión comercial y económica. Sin embargo, en el largo radio, Madrid está bien conectada con América, especialmente América Latina, pero faltan vuelos con la costa oeste de EE UU y Asia para tener accesibilidad urbi et orbi. En el caso de Asia, la falta de vuelos sin escalas con Madrid debe suplirse mediante conexiones normalmente en Londres, París o Fráncfort. Esto supone una pérdida de negocio para Madrid y el resto de España y una pérdida de competitividad para las empresas españolas.

La accesibilidad que proporciona el transporte facilita y multiplica las oportunidades de negocio, inversión, comercio, turismo, etc. El principal beneficiario del transporte aéreo es la región que tiene acceso a él.

Para fomentar la presencia internacional de las empresas españolas como solución a la crisis (y aunque no hubiera crisis), además de apoyar medidas ya resaltadas en diversos foros, es necesario poder llegar fácilmente al mercado: se necesita el transporte aéreo adecuado. Si no hay transporte aéreo directo todo se dificulta, se encarece, resta posibilidades y competitividad de entrada: es disuasorio o al menos inconveniente para la iniciativa empresarial. Los vuelos de conexión a través de hub son una solución para racionalizar la red y ofrecer un magnífico servicio al pasajero que debe viajar sin otra alternativa razonable mejor, pero lo que verdaderamente estimula la demanda y facilita la iniciativa empresarial son los vuelos sin escalas: basta comprobar que la mayoría de empresas españolas en el exterior están ubicadas, precisamente, donde hay vuelos directos con España.

Ahora bien: hoy por hoy, establecer vuelos sin escalas entre Madrid y Asia sería de dudosa rentabilidad para la compañía aérea que lo hiciera. Sin embargo, esta falta de rentabilidad probablemente estaría compensada con creces si se considera la economía española en su conjunto. Por lo tanto, convendría disponer de vuelos directos entre Madrid y Asia, contemplando sinergias con Barcelona, y crear así nuevas oportunidades para la empresa y la economía españolas. No deberíamos dejar pasar la oportunidad de abrir nuevos mercados en países emergentes como India y China, cuyo crecimiento es espectacular. Y la oportunidad es ahora, cuanto antes.

Una posible solución sería impulsar la apertura de nuevas rutas mediante la convocatoria de un concurso público, en el marco de la legislación vigente, para establecer vuelos Madrid-Asia y Madrid-California con financiación institucional del posible déficit, definido y acotado, durante un tiempo determinado.

El tráfico actual de pasajeros entre América Latina y Madrid contribuiría a alimentar las nuevas rutas de Madrid con Asia (Río de Janeiro, São Paulo y Buenos Aires utilizan otros aeropuertos europeos para conectar con India y China). Además, la fusión Iberia-British sería una ventaja adicional al contar con la infraestructura comercial y operativa de British en Asia y California.

La apertura de tales rutas proporcionaría dos importantes beneficios: Estimular el crecimiento y nuevas oportunidades de negocio para la empresa y economía españolas. Representa una oportunidad de negocio adicional para el turismo, el transporte aéreo y los aeropuertos españoles.

Si pretendemos incrementar las relaciones con la costa oeste de EE UU y aprovechar las oportunidades de los países emergentes de Asia, habrá que estar, tener fácil acceso allí. Para descubrir América, Colón tuvo que ir a América. Aquel viaje fue una verdadera apertura de rutas y mercados, con apoyo institucional y privado, cuyos vínculos todavía fructifican 500 años después. Hoy también convendría aunar esfuerzos entre instituciones y empresas. En esta conjunción, Madrid aporta la vitalidad, Barajas la plataforma y el transporte aéreo las alas necesarias para la expansión internacional de la empresa española.

Ser o no ser, depende de nosotros. La cuestión ahora es estar. Quizá sea una cuestión de Estado, como el viaje de Colón.