

# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

por Alberto Rumschisky

**A** raíz del feliz aniversario de TAT, surgió el tema de la evolución de la aviación comercial en los últimos 30 años. Y una de las preguntas era cuál ha sido el hecho más notable en este período. Nos hemos puesto de acuerdo en que se trata de la consolidación de las aerolíneas de bajo coste, que han permitido una impresionante multiplicación del número de pasajeros transportados, en constante crecimiento, y puede decirse que han cambiado los hábitos de los que viajan en avión. Claro que, inevitablemente, nos invade la nostalgia de los “viejos tiempos” (¡30 años son muchos años!) en los que volar era una aventura placentera, cómoda y hasta con una sensación de privilegio.

**E**n realidad, el origen de las “tarifas baratas” se remonta más allá de los últimos 30 años. Se sitúa en 1971, cuando Southwest Airlines comenzó a volar en Estados Unidos con tarifas que rompieron el mercado. Dos años más tarde, Southwest ya arrojaba beneficios, y hoy en día es la aerolínea estadounidense que transporta el mayor número de pasajeros. En diciembre pasado fue nombrada como “la mejor aerolínea de bajo coste de Norteamérica”, y ha servido de modelo para Richard Branson de Virgin, Michael O’Leary de Ryanair y Stelios Ají-Ionnaou de Easyjet, quienes han reconocido unánimemente su deuda con Southwest y su modelo de negocios. La influencia es enorme en Europa, donde operan el 70 por ciento de todas estas compañías.

**L**a verdadera revolución de Southwest comenzó en base a cuatro principios: (1) volar sólo un tipo de avión, lo que ahorra millones en mantenimiento y en la compra masiva de aparatos; (2) vuelos directos entre rutas simplificadas y aeropuertos más pequeños, lo que permite usar más veces un avión en el término de un día, y con menores costes; (3) la eliminación de “beneficios adicionales” tales como salas de espera especiales y comidas gratis, informando a los pasajeros de que son los beneficiarios de estas economías; y (4) la certeza de que los pasajeros van a optar masivamente por precios más baratos. Años después, el director de relaciones públicas de SkyEurope, una aerolínea de bajo coste basada en Bratislava, decía que “no sólo estamos enseñando nuestra marca a nuestros clientes, sino que les estamos vendiendo billetes a

personas que nunca han volado antes, y les estamos enseñando a usar el Internet”.

**A** los cuatro principios de Southwest, estas compañías que nos brindan “vuelos frugales”, han ido añadiendo, por ejemplo: (1) un mínimo de equipo opcional en los aviones, reduciendo los costes de compra y manteniendo bajo el peso de las aeronaves, con lo que también se ahorra combustible. Desaparecen así los asientos reclinables, los bolsillos en los respaldos, los reposa cabezas y hasta las cortinillas de las ventanas; (2) la eliminación de asientos reservados que, entre otras cosas, impulsa a los pasajeros a embarcar más temprano y más rápidamente, lo que favorece al menor tiempo empleado en preparar el siguiente vuelo del avión; (3) cobro de servicios como la facturación del equipaje, las comidas, bebidas y entretenimiento a bordo y la facturación y el embarque prioritarios; (4) limitar el coste de personal, como por ejemplo haciendo que los auxiliares de cabina también se ocupen de la limpieza del interior del avión y actúen como agentes de facturación; (5) evitar, en lo posible, el uso de “fingers” para abordar el avión, empleando la alternativa más barata de escaleras móviles; (6) no permitir a los pasajeros que pierden el vuelo por llegar tarde que cojan un vuelo posterior sin pagar un nuevo billete. Y no parece haber límite a la imaginación ahorradora como, por ejemplo, la tentativa de Ryanair de cobrar por el uso de los lavabos, felizmente desestimada por las autoridades competentes.

**V**uelan actualmente en todo el mundo 70 compañías de bajo coste, y en la última década, la tendencia, sobre todo en Asia y Australia, es la de operar en vuelos de largo alcance. Las pioneras han sido Jetstar, australiana, con vuelos primero entre Sydney, Melbourne y Brisbane y Christchurch (Nueva Zelanda) y llegando luego hasta Honolulu, Japón, Vietnam, Tailandia y Malasia; y Air Asia X, subsidiaria del Grupo Virgin, uniendo Kuala Lumpur, en Malasia, con la Costa de Oro australiana. Sólo nos queda esperar que alguien se decida a explotar el Airbus 380, en una configuración de clase única y 853 pasajeros, para brindarnos un bajo coste multitudinario. Y que conste que ya circulan rumores en este sentido... ◻