

Aerolíneas Argentinas: Un aporte esencial a un debate pendiente

El Balance 2021 de Aerolíneas Argentinas, incorpora una sección dedicada a medir el impacto económico positivo que genera la empresa, más allá de sus resultados iniciales. Es la primera pieza clara para debatir y entender el rol preponderante y central de Aerolíneas Argentinas en una discusión necesaria, pero postergada y bastardeada.

Por Alejo Marcigliano

Enero 2023

Todos los derechos reservados. Se permite la cita total o parcial del presente material con el debido reconocimiento de la autoría.

El Instituto de Capacitación de la Asociación del Personal Aeronáutico (ICAPA), no se responsabiliza por las opiniones aquí vertidas, que son responsabilidad absoluta de sus autores. Las ideas desplegadas pueden o no ser, total o parcialmente, compartidas por la Institución.

Este material ha sido publicado para el ICAPA y forma parte de su acervo intelectual y de contenido.

ICAPA

Nómina de autoridades:

Comisión Directiva:

Presidente: Hugo Ricardo Perosa

Secretario: Edgardo Aníbal Llano

Tesorero: Carlos Milá

Vocal: Rafael Alfredo Mella

Órgano de fiscalización:

Revisor de cuentas titular: Pablo Martín Dolagaratz

Revisor de cuentas suplente: Rodrigo Borrás.

Dirección del ICAPA:

Director General: Lic. Hugo Perosa

Director de Estudios: Lic. Carlos Milá

Aerolíneas Argentinas: Un aporte esencial a un debate pendiente

¿Aerolíneas Argentinas debe ser estatal o privada? La respuesta solo debiera salir de un debate serio y técnico, lejos de toda disputa electoralista y de corto alcance. Este trabajo aspira a ser un aporte a ese debate que merece ser más serio y fundamentado. La dicotomía de privada o estatal, termina por ser una reducción simplista que no responde varias incógnitas e ignora datos esenciales. En este reporte, alguno de esos datos.

Alejo Marcigliano

Periodista, egresado de TEA (Taller Escuela Agencia), lleva 28 años escribiendo sobre turismo y transporte aéreo, áreas en las que se especializó. Trabajó en diferentes medios periodísticos del sector turístico. Desde 2006, trabaja en el semanario La Agencia de Viajes (LADEVI). También ha colaborado con medios especializados como las revistas "Viajando", "Mercado" y "Alas". Dirigió el Fondo Editorial de la Fundación Proturismo, desde donde coordinó y dirigió la publicación de alrededor de 40 libros especializados en turismo y transporte aéreo. En ese contexto ha escrito y publicado, además, dos libros: "Cielos baratos. Historia y presente de las low cost" (2014) y "Encrucijada verde. El transporte aéreo después del petróleo" (2017). Dictó un curso sobre Comunicaciones Turísticas, en el Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco y también brindó varias conferencias. Desde 2018, dicta la materia Política Aero comercial y desde 2020, también Marketing y Comercialización de Líneas Aéreas en el marco de la Tecnicatura Superior en Gestión de la Aviación Comercial y Civil del ICAPA.

Aerolíneas Argentinas:

Un aporte esencial a un debate pendiente

Como lo hemos visto en las últimas semanas y meses, Aerolíneas Argentinas cayó en el debate electoral. Aunque parece algo inevitable, la realidad es que se trata de algo tan injusto, como inadecuado e inconducente. La tradición, la historia y la importancia de Aerolíneas Argentinas merecen un debate: pero uno serio, lejos de toda disyuntiva electoralista y de corto alcance.

La principal compañía aérea de la Argentina, por tamaño, trascendencia e historia, merece un debate profundo y, en la medida de lo posible, alejado de preconceptos políticos e ideológicos y basado en evidencia estadística.

De lo contrario, Aerolíneas Argentinas se convierte en una dicotomía banal respecto de si debe permanecer como empresa estatal o privada. Y nada más.

Es relevante el resultado de una reciente encuesta, realizada por la consultora Analogías, donde la mayoría de los consultados consideraron no solo que Aerolíneas Argentinas debe permanecer en el Estado, sino que además debe recibir más presupuesto. Un reconocimiento tácito a su rol y preponderancia. Y, por otro lado, en ese planteo binario y simplista, lo peor es que Aerolíneas Argentinas ya transitó por el camino de ser privada.

Un racconto de la experiencia privada

El 8 de julio de 1989, asumió la presidencia de la Nación Carlos Menem, que adoptó un programa económico neoliberal y liberalizador. Es debido a eso que, en 1990, se inició el proceso de privatización de Aerolíneas Argentinas, tras cuatro décadas de ser empresa estatal.

El esquema elegido incluía un socio técnico, especialista y principal, en este caso la aerolínea estatal (por entonces) Iberia, con un 50%, y una serie de pequeños socios locales privados, que cubrirían un 40% de las acciones. El restante 10% iría a manos de los trabajadores a través del Programa de Propiedad Participada (PPP).

Ahora bien, los socios locales nunca concretaron el interés inicial y el gobierno e Iberia se vieron ante la disyuntiva de dar marcha atrás con todo el proceso o buscar alternativas. En esa coyuntura se eligió que Iberia asumiera el control mayoritario de la compañía (90%), pero sin contar con los fondos que respaldaban esa adquisición. En consecuencia, la española concretó “una compra sin dinero”. Pero

como tenía que pagar, se le permitió que comenzara a enajenar los activos de la propia Aerolíneas para obtener fondos y pagar la adquisición.

Así se perdieron el Centro de Entrenamiento de Pilotos de Versalles, que fue desmantelado; diversas oficinas de pasajes en el Exterior y un largo etcétera. Aerolíneas Argentinas pasó a ser conducida y pensada desde Madrid, inserta en un plan regional latinoamericano de Iberia (la denominada “Aventura Sudamericana” por medio de la cual había adquirido también otras aerolíneas de la región como la venezolana Viasa, y la chilena Ladeco) y víctima de un vaciamiento.

Las anécdotas de aquella época, que ilustran este proceso de descapitalización continuo, son incontables. Una de las más sorprendentes es aquella que relata cómo se le quitaban en los talleres de Iberia en Madrid, a los aviones de Aerolíneas Argentinas que arribaban, los repuestos nuevos que le habían sido instalados, pagados desde Buenos Aires.

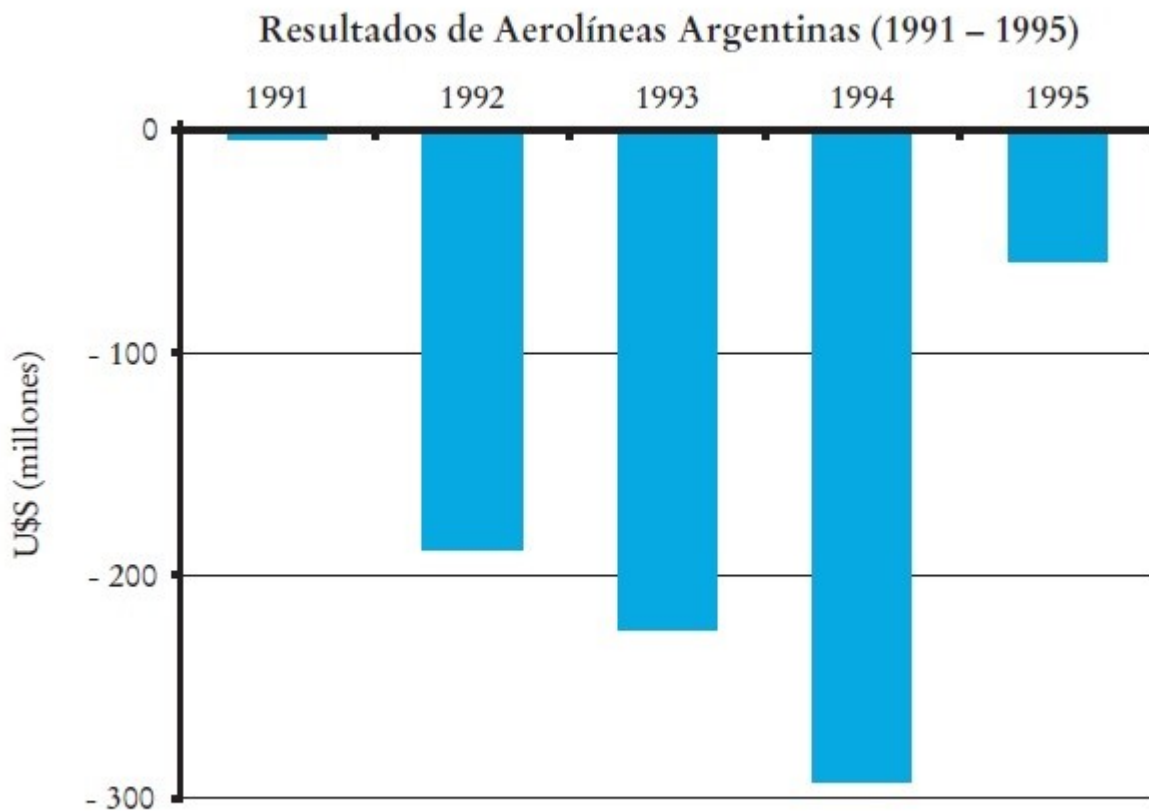
Otra estrategia de la española fue transferirle aviones viejos propios y contabilizarlos como inversiones. Es decir, contabilizar como inversiones positivas, adquisiciones que no se hubieran realizado en ninguna otra transportadora debido a las pocas horas restantes rentables que tenían esas aeronaves. Pero, además, esas inversiones se deducían del pago que debía hacer Iberia por las acciones.

Esa primera experiencia concluyó inevitablemente mal. No solo Aerolíneas Argentinas llegó al borde de la quiebra, sino la propia Iberia. La supervivencia de la empresa se vio irremediabilmente vinculada con la actividad de sus trabajadores que la defendieron. Allí nació el movimiento “Todos somos Aerolíneas” que logró el respaldo de toda la sociedad y se concentró en una serie de figuras pública y artistas que se manifestaron a favor de defender a la compañía.

Las negociaciones, entre los gobiernos argentino (Administración De La Rúa) y español (Administración Aznar) para resolver la situación, terminaron en el traspaso de la propiedad de la empresa a la estatal Sociedad Española de Participaciones Industriales (SEPI). De esa forma, Iberia pudo ser privatizada sin “el lastre” de las empresas que habían formado su “Aventura Sudamericana”.

Vale recordar, como comentario al margen, que Iberia terminó retirándose de Ladeco en 1994 cuando la totalidad de la aerolínea chilena pasó a manos de LAN Chile y Viasa fue liquidada por la transportadora española, en 1997.

SEPI constituyó una cuenta bancaria donde depositó los € 600 millones que equivalían a la deuda que tenía Aerolíneas Argentinas y traspasó las acciones por € 1 a un nuevo dueño: el grupo turístico español Marsans.



Resultados económicos de Aerolíneas Argentinas 1991/1995, Gestión Iberia (Del libro “Aviones, política y dinero”, de Pablo Potenze. Editorial Proturismo)

La idea no es ahondar en la historia de la compañía, pero ese nuevo proceso también terminó mal. Un concurso de acreedores fraudulento terminó con los tres socios de Marsans (Gerardo Díaz Ferrán, Gonzalo Pascual y Antonio Mata) condenados por estafa a fisco español, en 2013. En la foto se ve a Gerardo Díaz Ferrán, esposado, ante los Tribunales españoles (Publicado en el periódico español “El Confidencial”).



Aerolíneas Argentinas volvió a correr con la peor de las suertes, nuevamente endeudada, y con patrimonio neto negativo: se encontraba otra vez frente al abismo.

En 2008, al gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner dispuso su reestatización, esencialmente, como un modo de garantizar su supervivencia. Vale entonces como conclusión, que Aerolíneas Argentinas no fue privatizada una vez, sino dos (no tomamos en consideración el fugaz paso de Aerolíneas Argentinas por las manos de American Airlines). Y las dos experiencias terminaron negativamente.

Más allá de sus números imperfectos, vale recordar que, en 1990, en un ránking que elaboraba la IATA (Asociación del Transporte Aéreo Internacional), Aerolíneas Argentinas ocupaba el puesto número 30, a nivel global.



Cristina Fernández posa rodeada de tripulantes de Aerolíneas Argentinas, cuando se formalizó la nacionalización de la empresa, en Casa Rosada, en 2008 (Foto de Presidencia de la Nación).

Una mirada amplia

Justamente, fue la hoy vicepresidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, la que señaló la necesidad de analizar el caso de Aerolíneas Argentinas, “tomando en cuenta todos los números”. “Hagan bien las cuentas”, pidió a quienes impulsan una nueva privatización.

Antes de entrar de lleno en ese trabajo, vale la pena entender que Aerolíneas Argentinas no es una empresa aislada. Es una llave, una herramienta de desarrollo y, por consiguiente, se inscribe forzosamente en una consideración más amplia vinculada con el modelo económico de país y el modelo mismo de turismo y de transporte aéreo.

Hoy Aerolíneas Argentinas es la empresa aérea más grande del país, y es la de mayor cobertura. Vuela 75 rutas en el cabotaje de las cuales 45 son intertramos, es decir, rutas que vinculan destinos del Interior entre sí, sin pasar por Buenos Aires.

Competitivamente hablando, un análisis propio, a agosto de 2022, muestra que del total de rutas (64 entonces), Aerolíneas Argentinas operaba sola en 45, sin

competencia alguna. Hay muchos modos de “leer” esa información, pero uno de ellos es que son 45 puntos que tienen una única conexión aerocomercial aportada por Aerolíneas. Si ella no estuviera, sencillamente esos destinos no tendrían vuelos. A modo de comparación, mientras Aerolíneas Argentinas dispone de una flota de 77 unidades, frente a la que sigue, Flybondi, que cuenta con apenas 12.



Mapa de rutas de cabotaje de Aerolíneas Argentinas, diciembre de 2022 (Presentación de AR ante el Consejo Federal de Turismo).

Suponer que si Aerolíneas Argentinas no estuviera “otra empresa” cubriría esas rutas es contra fáctico y temerario de afirmar, sin sustento alguno. Las empresas privadas por su propia naturaleza buscan la rentabilidad propia, únicamente. La prueba más clara es la decisión reciente de Flybondi de levantar sus vuelos a Trelew, por lo menos entre marzo y julio. Las empresas privadas no tienen ningún tapujo en implementar una ruta, “probar”, y si no funciona económicamente hablando, levantarla. Eso explica las 45 rutas en las que Aerolíneas vuela sola.

Aerolíneas Argentinas: Balance 2021

Hablábamos al principio de poder sostener las posiciones, las opiniones, en datos estadísticos. Por eso vamos a apelar a los Estados Contables de Aerolíneas Argentinas correspondientes al 2021, que fueron presentados recientemente y que ya fueron auditados (es decir avalados por opiniones independientes).

En 2021, Aerolíneas Argentinas transportó 4.436.233 pasajeros, de ellos, 492 mil correspondieron a viajeros internacionales.

Asimismo, el factor de ocupación (Passenger Load Factor, PLF) promedio fue del 82% y esto supone 7,24 puntos porcentuales (p.p.) más que 2020. Y si bien el promedio anual es más bajo, el PLF del último trimestre del año trepó a 87%.

En cuanto a la plantilla, la dotación se redujo un 2,72% en comparación con 2020. Al 31 de diciembre de 2021, Aerolíneas Argentinas contaba con 11.308 empleados: de ellos 3.236 estaban implicados con actividades de vuelo específicamente, 7.793 correspondieron a empleados de tierra en el país; y 279 a empleados de tierra en el Exterior.

Plantilla de empleados (*)	
Personal de vuelo	3236
Personal de tierra en el país	7793
Personal de tierra en el Exterior	279
TOTAL	11308

(*) Al 31 de diciembre de 2021

Los pasivos se redujeron, comparando 2021 vs. 2020. Mientras el año pasado llegaron a \$ 208.791.240.203, en 2020 habían alcanzado los \$ 263.677.693.842. Del mismo modo, también se redujo el patrimonio neto: de \$ 65.808.329.356 de 2020, a \$ 39.034.380.652 de 2021. Y lo mismo sucedió con las pérdidas netas: \$ 76.124.630.613 en 2020 y \$ 44.552.928.316 de 2021. Como contraparte, los ingresos se incrementaron en un 25% en la comparación interanual.

El detalle de flota muestra que Aerolíneas Argentinas operó en 2021: 8 Boeing B-737/700, 29 B-737/800 y 5 B-737MAX 8; 26 Embraer E190 y 9 Airbus A330; un total 77 aeronaves.

FLOTA	
Embraer E190	26
Boeing B-737/700	8
Boeing B-737/800	29
Boeing B-737MAX 8	5

Airbus A330	9
TOTAL	77



El tradicional arco de agua para recibir el primer Boeing B-737MAX 8 de Aerolíneas Argentinas. Hoy opera 5 unidades de ese modelo (Foto: Boeing).

Impacto económico de Aerolíneas Argentinas

“Utilizando de referencia la metodología desarrollada por IATA y otros estudios complementarios (N. de R: de ATAG, Air Transport Action Group) sobre la actividad, se estimaron los impactos socioeconómicos y territoriales generados por Aerolíneas Argentinas en la Economía Argentina para el año 2021. Los resultados presentados a continuación deben ser considerados en el marco de la reconfiguración del mercado aerocomercial ocurrida a nivel mundial como consecuencia del virus SARS-CoV-2 (Covid-19), el cual tuvo incidencia directa sobre la oferta de servicios aéreos y la demanda aerocomercial fundamentalmente asociada al turismo receptivo”, explican los Estados Contables de Aerolíneas Argentinas correspondientes a 2021.

“El tráfico de pasajeros y cargas por vía aérea realiza una importante contribución al PBI (Producto Bruto Interno) a partir del valor agregado y el empleo creados por la actividad aerocomercial y su cadena de suministros. Este tipo de efectos económicos son observables a partir de las ventas/ingresos, salarios e impuestos generados tanto por las actividades aerocomercial como las aeroportuarias”, detalla el balance.

En otro pasaje, el texto explica: “El Producto Bruto Aeroportuario (PBA) representa la facturación total de las actividades aerocomerciales y aeroportuarias junto con los salarios e impuestos asociados. Este volumen de ingresos deviene de los servicios aeronáuticos y los servicios no aeronáuticos que son generados por el consumo de los usuarios y los gastos de las líneas aéreas en los aeropuertos, por lo que contiene los impactos directos, indirectos e inducidos. En este sentido, la participación de las líneas aéreas en el PBA está íntimamente relacionada con el número de pasajeros transportados y los puestos de trabajo involucrados”.

“El PBA generado por Aerolíneas Argentinas para el año 2021, alcanzó los US\$ 861.076.158 millones. Esto incluye los aportes de la compañía y sus usuarios al Sistema Nacional de Aeropuertos (SNA) en materia de ingresos aeronáuticos y no aeronáuticos, como así también la masa salarial e impuestos abonados”.

“Según IATA, el nivel de conectividad aérea de cada territorio tiene un impacto en el rendimiento económico a largo plazo de las economías nacionales ya que permite vehiculizar intercambios comerciales, turísticos, la inversión extranjera directa y el intercambio de ideas, lo cual promueve mayores niveles de competitividad y productividad para los negocios. En consecuencia, la introducción o expansión de rutas hacia los principales destinos dentro de la red de transporte aéreo nacional y global es fundamental. IATA desarrolló un indicador de conectividad que analiza el aumento de la oferta de servicios aéreos con relación al Producto Bruto Interno (PBI). Este indicador pone con relación al número de asientos y frecuencias disponibles hacia cada destino servido -en un recorte temporal específico- con el número de pasajeros atendidos en cada año por cada uno de esos aeropuertos. Asimismo, pondera con el número 1 al aeropuerto con mayor cantidad de pasajeros anuales del mundo (Hartsfield-Atlanta) y asigna un valor relativo a cada destino servicio desde el aeropuerto analizado con respecto a sus pasajeros. Finalmente, vincula el indicador de conectividad con el valor del PBI del mismo año y si existe un 10% de incremento interanual de esa relación se estima un aporte del 0,07% del Producto Bruto a la Economía. Siguiendo esa metodología, el indicador de conectividad sobre el PBI vinculado a la oferta de servicios aéreos de Aerolíneas Argentinas para el año 2021, significó un aporte a la Economía Argentina, que alcanzó los US\$ 611.114.768”, prosigue el balance.

Existe una obvia relación entre el transporte aéreo y el turismo y el aporte de este último a la economía. En tal sentido, y como explica el balance: **“En términos económicos, los turistas receptivos internacionales y los turistas internos transportados por Aerolíneas Argentinas en el año 2021 realizaron un aporte total de US\$ 977.226.928 en las economías regionales de todo el país. Como contrapartida, el turismo emisivo que viajó en la compañía realizó un gasto turístico en el Exterior de US\$ 281.984.915”**. Un simple cálculo muestra que el saldo es positivo por US\$ 695.242.013.

“Por otra parte, y aunque referimos que la plantilla de Aerolíneas Argentinas supera por poco los 11 mil trabajadores, la idea de tomar en cuenta también el empleo indirecto e inducido, elevan la cifra a 103 mil trabajadores”. En definitiva, si se contabilizan todos los impactos económicos positivos, **Aerolíneas Argentinas generó en 2021, US\$ 2.498.114.377**.

En definitiva y uno de los datos más relevantes del balance es que a lo largo de 2021, Aerolíneas Argentinas recibió como aporte del Estado unos \$ 72.797.718.843 como acredita la Auditoría General de la Nación -AGN-, (o US\$ 756 millones, tomando como cambio oficial promedio de 2021: US\$ 1=\$ 96,25). Esto significa que mientras la compañía aérea requirió del Estado US\$ 756 millones, generó un impacto económico positivo de poco más US\$ 2.400 millones. Es decir, triplicó lo recibido.

El desarrollo de la carga aérea

La pandemia ha supuesto el desarrollo, esperemos que definitivo, de la carga aérea en Aerolíneas Argentinas. Este es un tema claramente pendiente que se remonta a décadas atrás. Las necesidades de transportes impuestas por la pandemia (desde vacunas a insumos médicos, así como un incremento notable del e-commerce), mostró una veta de negocio que Aerolíneas comenzó a transitar.

En todo el 2021, la empresa del Cóndor transportó 17.728 toneladas. Vale destacar que el año anterior, esa cifra llegaba a 11.923 toneladas.

Pero de lo más importante es que para 2023, Aerolíneas Argentinas informó su intención de incorporar dos aviones Boeing B-737 cargueros.



Durante la pandemia, el transporte de vacunas que hizo Aerolíneas Argentinas fue fundamental para el combate al Covid-19, pero además le brindó a la empresa un *expertise* invaluable para desarrollar ese negocio.

2019: Otra perspectiva

Ahora bien, se debe hacer la salvedad ineludible, que desde el estallido de la pandemia de Covid-19, allá por marzo de 2020, el mercado aerocomercial sufrió una gran distorsión. En ese sentido, los números de 2021, todos, están signados e influenciados de alguna forma por el desplome de 2020.

Pero por esa misma cuestión, el 2021 tampoco refleja cabal y totalmente el impacto económico positivo de Aerolíneas Argentinas, básicamente porque es un año intermedio, de transición.

De modo que una forma eficiente de medir ese impacto en todo su esplendor, en todo lo que Aerolíneas Argentinas puede generar de positivo, sería analizando las cifras correspondientes a 2019: el signado como el mejor año para la aviación comercial de las últimas décadas y decididamente, el último año “normal”, antes de la pandemia.

De modo que, aplicando las mismas metodologías y cálculos, el **PBA (Producto Bruto Aeroportuario) generado por Aerolíneas Argentinas para el año 2019, alcanzó los US\$ 1.355.903.904 millones, en todo el país.**

“En términos económicos, los turistas receptivos internacionales y los turistas internos transportados por Aerolíneas Argentinas en el año 2019 realizaron un aporte total de US\$ 2.192.272.645 en las economías regionales de todo el país. Como contrapartida, el turismo emisor que viajó en la compañía realizó un gasto turístico en el Exterior de US\$ 1.215.563.827”. Un simple cálculo muestra que el saldo es positivo por US\$ 976.708.818.

Por otra parte, las cifras de empleos soportados por Aerolíneas Argentinas, es decir no sólo los 11.601 empleados directos de la empresa sino los que se ven indirectamente beneficiados (empleos indirectos y catalíticos) alcanza los 109.237 mil trabajadores.

En definitiva, si se contabilizan todos los impactos económicos positivos, Aerolíneas Argentinas generó en 2019, US\$ 4.605.075.645.

En definitiva y uno de los datos más relevantes del balance es que a lo largo de 2019, Aerolíneas Argentinas recibió como aporte del Estado unos US\$ 426 millones. De modo que generó un impacto económico positivo de poco más US\$ 4.200 millones. Casi el doble de lo registrado en 2021.

Y en ese panorama agrietado del que hablábamos al principio, estas últimas cifras corresponden a 2019, un año que por obvio desarrollo (las elecciones generales se realizan históricamente en nuestro país durante octubre y la asunción presidencial se realiza en diciembre), no corresponden a la Administración Fernández, sino a la Administración Macri. Se puede discutir si durante el gobierno de Cambiemos se tomaron las mejores decisiones pro-Aerolíneas Argentinas o no, si se la benefició y cuidó o no: pero eso es materia de otra discusión. Sin embargo y pese a todo lo que pueda decirse o argumentarse al respecto, la compañía aérea del Cóndor sostuvo un aporte económico al país importantísimo, aún en condiciones que muchos podrían señalar como adversas.

Conclusiones preliminares

Aerolíneas Argentinas, como empresa estatal, enfrenta un problema de visibilidad. A menos que se busque, que se rastree, como es el caso, el impacto económico promovido por la compañía no se encuentra de modo visible. En cambio, sí son visibles las partidas presupuestarias que se destinan a la empresa. Dicho de modo más sencillo, cuando se destina dinero a Aerolíneas Argentinas sale de una “ventanilla”, en cambio el impacto económico positivo que ella genera ingresa por diversas “ventanillas” y hasta se ven beneficiados diversos participantes.

Citemos un ejemplo. Si bien Aerolíneas Argentinas acapara un 68% del market share del cabotaje, en algunos destinos, es única transportadora, por ejemplo, en Catamarca. Según Aerolíneas, de enero a noviembre arribaron a la ciudad de Catamarca 51.200 mil viajeros.

Diversos datos positivos turísticos de Catamarca se desprenden de ese primer trimestre de 2022. Por ejemplo, en enero la provincia habló de un total de 104.472 turistas ingresados. ANAC habla de 11 mil pasajeros. Es decir que, a grandes rasgos, un 10,6% de los viajeros arribaron por Aerolíneas Argentinas. Estadísticas provinciales hablaron de un gasto promedio per cápita de \$ 4.390 por turista. De modo que la compañía aérea terminó contribuyendo, por sí misma, con poco más de \$ 48 millones, del total de \$ 643 millones que le dejó el turismo, a la provincia de Catamarca, en enero. Es decir, sólo en enero, Aerolíneas Argentinas fue responsable por el 7,4% de los ingresos por turismo de enero pasado. Y hablamos de cálculos sencillos, sin profundizar en los impactos indirectos y catalíticos.

Hace pocos días, el titular del Ente de Turismo de Buenos Aires, Lucas Delfino, se refirió a Aerolíneas Argentinas y puso como ejemplo, justamente, a Catamarca. “La provincia tiene un potencial turístico enorme, pero al destino no lo acompaña la conectividad”, afirmó Delfino. El funcionario porteño utilizó el ejemplo para fustigar a Aerolíneas, siendo, curiosamente, la única compañía que vuela a ese destino, es decir: Catamarca hoy en día no es interesante para los privados, ni para Flybondi, ni para JetSmart. Pero además y hablando de “déficit”, Delfino critica a Aerolíneas Argentinas, pero le pide que aumente la cantidad de vuelos a un destino en donde los privados no ven negocio, de modo que con más vuelos a ese destino probablemente se incremente el déficit de Aerolíneas. Pero hablamos en este trabajo de imponer una rigurosidad técnica: ¿cuál fue el promedio de ocupación de los vuelos de Aerolíneas a Catamarca durante 2022?: un 86%. Se debe tomar en consideración que el promedio de Load Factor de AR, en toda su red, fue de 84% y el promedio de mercado (todas las empresas) 80%. ¿Qué quiere decir esto? Que la demanda hacia Catamarca está razonablemente satisfecha. Un 86% de Load Factor no “pide” más vuelos. En todo caso eso podría suceder si una eficiente y vigorosa campaña de promoción generara una mayor demanda hacia Catamarca. Se entiende habitualmente que cuando una ruta exhibe ocupaciones superiores al 95%, podría tolerar más vuelos.

Catamarca integra la lista de esos 45 destinos a los que vuela sola Aerolíneas Argentinas. Y los mismos cálculos que hicimos con ella podemos extenderlo a otros destinos en la misma condición como La Rioja, Chaco y Formosa. Y no haríamos más que sumar a la importancia estratégica de la compañía como generadora de impacto económico positivo.

Cualquier tipo de propuesta que contemple privatizar o directamente cerrar Aerolíneas Argentinas, debería dar antes una respuesta a ese impacto y a la centralidad que tiene la empresa en el transporte aéreo argentino. Y partir de la base del entendimiento de la lógica empresarial privada: donde no se produzca

beneficios directos y para mi empresa, no hay negocio, esto último pensando en esos 45 destinos que dependen de Aerolíneas Argentinas únicamente hoy.

Decíamos al principio que el debate sobre la transportadora tiene que ver con el modelo de desarrollo de país. Y es que si hay una actividad descentralizadora y federal, que respalda largamente a las economías regionales del Interior, es el turismo y el transporte aéreo, con la generación de divisas y el efecto multiplicador de consumo de los turistas.

De hecho, el turismo resulta la actividad económica principal para una buena cantidad de provincias y ciudades del Interior y que sin Aerolíneas Argentinas se verían disminuidos o en pérdida.

Porque incluso sin llegar al extremo de considerar los destinos donde sólo vuela la empresa del Cóndor, incluso en aquellos puntos donde compite con otras transportadoras, el volumen de operaciones que ofrece no tiene comparación.

De ninguna manera está el debate cerrado, pero no se han escuchado argumentos contrarios que se refieran a este impacto económico positivo y cómo lo mantendrían o sustituirían con otro esquema, con otro modelo de mercado.

Quizás tras elecciones, sea cual fuere el resultado, se comiencen a escuchar argumentos serios y fundamentados con los cuales debatir. Hasta entonces, no hay propuestas alternativas.

