

La incidencia de las compañías aéreas de bajo costo sobre la articulación territorial para el desarrollo del turismo

Caso de estudio: San Carlos de Bariloche

Tesis de Grado – Licenciatura en Turismo

Tesista: Camila Patricia Agüero

Legajo: 83526/4

Mail: cpaguero@outlook.com

Director: Mg. Eduardo A. Díaz

Fecha de entrega: 08/04/2021



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Resumen

El turismo, para poder desarrollarse, requiere de una base territorial y de recursos de los cuales sustentarse. A su vez, para acceder a los espacios del territorio donde se desarrolla la práctica turística, resulta indispensable la existencia de medios de transporte. En tal aspecto, el transporte aéreo resulta ser el preferente entre los turistas por su capacidad de acortar distancias y tiempo de viaje.

La presente tesis indaga acerca de la relación existente entre estos tres conceptos: turismo, transporte y territorio, siendo el eje principal de la investigación el cambio de paradigma en el sistema aerocomercial argentino que se produce a partir de la incorporación de las aerolíneas de bajo costo. Para ello, se tomará como caso de estudio la emblemática ciudad turística de San Carlos de Bariloche, para averiguar cómo la incorporación de estas aerolíneas ha incidido en la articulación territorial para el desarrollo del turismo.

La investigación evaluará los efectos de dichas aerolíneas en la oferta y demanda de servicios aéreos del destino, haciendo especial énfasis en la interrelación existente entre este medio particular de transporte y la actividad turística. De esta manera se analizará la cantidad de asientos ofrecidos, frecuencias aéreas, conexiones y cantidad de pasajeros transportados del Aeropuerto de Bariloche para el período 2015-2019, para así determinar en qué medida la conectividad aérea de Bariloche ha mejorado y cómo esto podría resultar beneficioso para el desarrollo del turismo.

Palabras claves: Turismo – Transporte aerocomercial – Territorio – Aerolíneas de bajo costo – San Carlos de Bariloche

Índice

Introducción.....	3
Fundamentación	4
Objetivos	5
Metodología	5
Capítulo 1: Marco Teórico.....	7
Breve conceptualización y reseña histórica del turismo.....	7
Territorio turístico	10
El rol del transporte como articulador del territorio	13
Síntesis del capítulo	16
Capítulo 2: Sistema aerocomercial argentino.....	17
Evolución mundial del transporte aéreo.....	17
Desarrollo del mercado aerocomercial argentino	20
Aerolíneas de bajo costo	26
Síntesis del capítulo	35
Capítulo 3: Caso de Estudio - San Carlos de Bariloche.....	36
Bariloche, destino turístico	36
Conectividad aérea	42
Incidencias de las aerolíneas de bajo costo para el turismo	53
Conclusiones.....	59
Bibliografía.....	63
Otras fuentes.....	67
Artículos Periodísticos.....	68
Anexo 1: Entrevistas.....	70
Entrevistado 1 informante del sector privado.....	70
Entrevistada 2 informante del sector público	77
Entrevistado 3 informante del sector público	80
Entrevistado 4 informante del sector público	82
Entrevistado 5 informante del sector privado.....	84

Introducción

Turismo, transporte y territorio son conceptos ampliamente relacionados entre sí y cuyo vínculo ha sido estudiado en numerosos escritos académicos. El turismo, desde su concepción moderna, ha requerido de una base territorial de la cual sustentarse, mientras que el transporte se ha consolidado como un factor articulador para el desarrollo de este sector (Wallingre, 2010). El transporte, entonces, se convierte en un elemento clave dentro del sistema turístico, ya que facilita el desplazamiento de la demanda desde los centros emisores hacia los centros receptores, posibilitando así el desarrollo de la actividad turística.

Desde la perspectiva territorial, la función principal del transporte es dotar de accesibilidad al territorio, esto quiere decir, que se pueda acceder a los destinos del espacio (Serrano Rodríguez, 1993 citado en Wallingre, 2010), permitiendo así el desarrollo de actividades productivas y de servicios, entre ellos el turismo. Sin embargo, según Comparato (2014), así como el transporte puede dotar de jerarquía a un territorio a través del incremento de la conectividad, esto también puede generar profundas consecuencias en otros espacios, conociéndose a esta dinámica desde las ciencias territoriales como "selectividad territorial". Es decir, que aquellos territorios que carecen de accesibilidad pueden quedar marginados del resto, afectando así su desarrollo socioeconómico y, por lo tanto, también turístico.

Lo cierto es que el desarrollo del turismo no puede ser disociado de los medios de transporte, ya que los mismos dotan de accesibilidad a los destinos turísticos (Millán Escriche, 2010). En cuanto a las modalidades de transporte que son más utilizadas por los turistas, según datos publicados por la OMT (2019), en el año 2018 el 58% de los de turistas internacionales a nivel mundial ingresó por vía aérea, 37% por vía terrestre, 4% por vía marítima y 2% por ferrocarril. Estos datos ponen de relieve la preferencia de los turistas internacionales por el transporte aéreo para realizar viajes, lo cual se debe fundamentalmente a la capacidad de dicho transporte de acortar distancias y tiempo de viaje, sobre todo cuando se trata de territorios muy extensos o alejados de las grandes urbes.

Argentina posee una extensión territorial de 2,78 millones de km², según datos del Instituto Geográfico Nacional (IGN). Por consiguiente, los principales destinos turísticos del país, tales como Puerto Madryn, Puerto Iguazú, Bariloche, Mendoza, el noroeste argentino, Calafate y Ushuaia se encuentran alejados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por una distancia media aproximada de 1820 km. Además, Argentina se encuentra distante de los centros emisores de turistas más importantes a nivel internacional, como por ejemplo Europa, que genera casi la mitad de los viajes que se realizan en el mundo, siendo fuente del 48% del turismo emisor; seguida de la región Asia y el Pacífico, con una cuota del 26% del turismo emisor (OMT, 2019). Por ello, la conectividad del transporte en el territorio argentino, tanto a nivel internacional, es decir, para conectar el país con el resto de los países; como a nivel interno, esto es, conexiones entre distintos territorios dentro del país, resulta relevante para que la actividad turística pueda desarrollarse favorablemente.

El turismo en Argentina ha sido fundamental para impulsar la integración territorial, siendo incluso un sector que tiende a expandirse hacia territorios históricamente postergados para el desarrollo de esta actividad; no obstante, el transporte aéreo interno, por lo menos hasta la primera década del siglo XXI, no ha acompañado estos procesos de expansión turística (Wallingre, 2010). En el plano internacional, según

Ballistreri (2010), el sistema aerocomercial argentino no logra cumplir con la demanda de servicios aéreos acordes a las interacciones propias de los procesos de integración social y económica del país en el Mercosur y en el mundo. Esto en parte se debe a la configuración radial del sistema de transporte aéreo que se centraliza en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), área que en el año 2019 concentró el 87% de los pasajeros internacionales (ANAC, 2019). Centralización que, según Ballistreri (2010) limita las posibilidades de integración territorial del país en el mundo.

En ese sentido, el sistema aerocomercial en Argentina básicamente se caracteriza por poseer su foco principal en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y contar con un mercado concentrado en pocas aerolíneas, siendo la aerolínea de bandera, es decir, Aerolíneas Argentinas, la que mayor nivel de operaciones registra, con una cuota del mercado aéreo doméstico e internacional del 50% (ANAC, 2019). No obstante, en el año 2017, se produce un cambio de paradigma en el sistema aerocomercial argentino, el Ministerio de Transporte de la Nación, a través de la resolución 408-E/2017, aprueba la operatoria de lo que sería la primera aerolínea de bajo costo del país. Las aerolíneas de bajo costo son aquellas que ofrecen tarifas de tickets aéreos inferiores a los de las “aerolíneas tradicionales”, para lograrlo y al mismo tiempo ser rentables, es necesario que ahorren costos frente a dichas aerolíneas (Meissner, 2008). Por ello, es clave la existencia de aeropuertos alternativos, debido al menor costo operativo que supone su utilización (Wallingre, 2010). Sin embargo, en el caso de Argentina, el único aeropuerto secundario o alternativo que se encuentra en funcionamiento es el Aeropuerto El Palomar, lo que significa que el resto de las operaciones de las aerolíneas de bajo costo se realizarán en aeropuertos principales del interior del país, lo que en teoría pondría en riesgo la rentabilidad de este modelo de negocio.

Por lo expuesto, indagar acerca del estado de situación actual del sistema aerocomercial se torna una necesidad, sobre todo para averiguar cómo esta nueva configuración impacta sobre la articulación territorial para el desarrollo del turismo en Argentina, siendo que los flujos aerocomerciales históricamente han sido centralizados dentro del hub¹ aéreo Ezeiza-Aeroparque, ubicado en la provincia de Buenos Aires. Se propone tomar como caso de estudio la ciudad de San Carlos de Bariloche, uno de los destinos turísticos más importantes del país y que se encuentra ubicado en la región Patagonia, a una distancia de 1.580 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, teniendo en cuenta el período de tiempo 2015-2019, es decir, dos años previos a la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo y dos años posteriores.

Fundamentación

Como se expuso anteriormente, debido a la nueva configuración del mercado aerocomercial de Argentina, surge la necesidad de averiguar cómo la incorporación de las compañías de bajo costo impacta sobre el desarrollo del turismo y sus implicancias territoriales. Dado al escaso tiempo que ha transcurrido desde el comienzo de las operaciones de estas aerolíneas, año 2017, hasta la actualidad, existen pocos escritos académicos que analicen el tema. No solo a nivel nacional, sino que a nivel regional el

¹ Hub, dentro del sistema aéreo de conexión conocido como “hub & spoke” o “eje-rayo”, es un centro por donde necesariamente pasan la mayoría de las conexiones aéreas, por ejemplo, el aeropuerto “C” funciona como hub de un sistema, y para llevar pasajeros del aeropuerto “A” al aeropuerto “B”, en vez de llevarlos directamente, hay que realizarlo pasando por el centro “C” (Meissner, 2008).

tema de las aerolíneas de bajo costo ha sido poco estudiado a comparación de otras regiones del mundo (Yumbo, 2020). Por ello, la presente tesis se plantea como un antecedente para futuras investigaciones académicas.

Además, es preciso averiguar si esta nueva configuración del sistema de transporte aéreo ayuda a mejorar la conexión del territorio argentino en lo que respecta a la descentralización del flujo aéreo hegemonizado históricamente por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las implicancias de dicha descentralización sobre el turismo. Para llevar a cabo este análisis se propone tomar como caso de estudio la ciudad de San Carlos de Bariloche por ser uno de los destinos turísticos más importantes del país.

Finalmente, la investigación podrá servir como material de consulta para los gestores de políticas públicas, es decir, tanto como para el Ente Municipal de Turismo de San Carlos de Bariloche, como también a los Ministerios de la Nación, tanto el de Turismo y Deportes como Transporte. Además, podrá ser utilizada como un antecedente para futuras investigaciones acerca del impacto de las aerolíneas de bajo costo en el turismo en Argentina y sus implicancias territoriales.

Objetivos

La presente investigación pretende averiguar cómo la nueva configuración del sistema aerocomercial argentino, ocasionado por la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo, impacta en la articulación territorial para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche. Por ello, se proponen los siguientes objetivos:

Objetivo General

- Determinar si las compañías aéreas de bajo costo fomentan la articulación territorial para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche.

Objetivos Específicos

- Identificar el grado de incidencia de las compañías aéreas de bajo costo para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche para el período de tiempo 2015-2019.
- Identificar el nivel de conectividad aérea existente en San Carlos de Bariloche y su vínculo con la articulación territorial.
- Determinar el impacto que la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo ha tenido en el sistema aerocomercial para el caso de estudio.
- Evaluar la importancia del transporte aéreo dentro del sistema turístico para el caso de estudio.

Metodología

En primera instancia, la investigación es exploratoria debido a que el tema a tratar resulta ser, hasta el momento, poco estudiado (Sampieri, 1991). El caso de estudio elegido para llevar a cabo la investigación es la ciudad de San Carlos de Bariloche, por

ser uno de los destinos turísticos más importantes del país, ubicado a 1.580 km del principal hub aéreo Ezeiza-Aeroparque.

En pos de construir el marco teórico, se realizará una revisión bibliográfica respecto a los conceptos “turismo, transporte y territorio” y la estrecha relación que existe entre los mismos. Luego, se llevará a cabo un análisis cualitativo, tomando información de diversas fuentes bibliográficas tales como investigaciones académicas, legislación, normativas, notas periodísticas, entre otros, para caracterizar el caso del transporte aéreo en Argentina, abordando sus principales políticas, su historia y su estado de situación actual. Se hará especial énfasis en el proceso de incorporación de las compañías aéreas de bajo costo. Para complementar dicho análisis, se realizarán entrevistas semiestructuradas a actores claves del sector público y privado.

Finalmente, a través de un análisis cuantitativo, se intentará corroborar si la incorporación de las compañías de bajo costo tiende a mejorar la articulación territorial y cómo esto podría ser beneficioso para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche. Para llevar a cabo la investigación de tipo cuantitativa, se tendrán en cuenta ciertas variables tales como: asientos ofrecidos, frecuencias aéreas y cantidad de pasajeros entre el destino seleccionado y el resto de las ciudades del país, entre otras. Además, se elaborará un coeficiente de conectividad aérea que permita determinar si las compañías aéreas de bajo costo favorecen la articulación territorial en San Carlos de Bariloche. El periodo bajo análisis será del año 2015 al 2019, es decir, dos años previos a la incorporación de las compañías de bajo costo en el sistema aerocomercial argentino y dos años posteriores, analizando los meses de alta demanda turística: diciembre, enero y febrero, es decir, la temporada estival, y los meses de julio, agosto y septiembre, correspondientes a la temporada turística invernal del destino (Marenzana et al., 2018). Los datos a analizar serán obtenidos a través de la página web de la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) y la página web del municipio de San Carlos de Bariloche.

Capítulo 1: Marco Teórico

A continuación, se abordará el vínculo existente entre los conceptos turismo, transporte y territorio; pretendiendo establecer un diálogo entre los mismos en el marco de los cambios de paradigma de los sistemas productivos que infieren en el desarrollo de dichas relaciones. En primera instancia, se partirá de la definición de turismo, entendiéndolo desde una perspectiva sistémica; para luego realizar una breve reseña histórica del mismo, destacando que su consolidación como práctica social está ligada a los cambios socioeconómicos, culturales y tecnológicos que acontecieron en el mundo, siendo uno de los más importantes, el desarrollo de los medios de transporte. Estos cambios, a su vez, tuvieron implicancias territoriales, por ello, se introducirá este concepto para, luego, ahondar en la relación turismo-territorio, siendo que la práctica turística necesita de una base territorial para poder desarrollarse.

Para finalizar, se indagará acerca del concepto de transporte y se detallará acerca de su rol como articulador del territorio, ya que posee un papel clave para el desarrollo de actividades socioeconómicas, entre las cuales se hará especial hincapié en la actividad turística, puesto que sin un medio de transporte que brinde accesibilidad a los destinos turísticos, la demanda no podría desplazarse para llegar hacia los mismos. Así, de esta manera, enlazar la relación entre turismo, transporte y territorio, trinomio en el que se basará la investigación.

Breve conceptualización y reseña histórica del turismo

Resulta oportuno comenzar definiendo el concepto de turismo, el cual será entendido en esta investigación como una práctica social pero también como un sector de producción económica (Trivi, 2018). En ese sentido, Hiernaux (1996) plantea que el turismo es una “práctica social colectiva que integra mecanismos distintos de relación al espacio, a la identidad, y al Otro, y más que una actividad económica, es una práctica generadora de actividad económica”.

Si bien existen diversas definiciones acerca del concepto turismo, una de la más utilizadas es la que brinda la OMT (1998), donde turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”. Sin embargo, esta definición en la que se caracteriza al turismo como una práctica social protagonizada por los turistas, no menciona nada acerca de los diferentes actores sociales que también intervienen en ella, tales como agentes económicos proveedores de bienes y servicios para los turistas, la comunidad de origen y destino, y cómo cada uno de ellos forma parte de una sociedad determinada donde ocupan roles específicos, actúan según intereses y desde lugares de poder diversos (Bertoncello, 2002). Considerar estos aspectos dotan al turismo de especificidad y sentido.

Cabe destacar que las interpretaciones académicas entorno al turismo han ido evolucionando a lo largo de las últimas décadas; y en tal aspecto, Jafari (2001) las clasificó en cuatro plataformas. La primera plataforma, la “Apologética”, destaca los aspectos positivos del turismo; como su capacidad de crear empleos y de generar divisas, preservar el entorno natural y cultural en el cual se desarrolla y facilitar la comunicación intercultural. En contraposición, la plataforma por el autor llamada

“Precautoria”, destaca los aspectos negativos del turismo, atribuyéndole desequilibrios en las estructuras de las sociedades de destino, deterioro del entorno natural y sus recursos escénicos, mercantilización de personas y culturas, entre otros. Una tercera plataforma, la “Adaptativa”, una especie de armonizadora de las dos anteriores, se encarga de resaltar los diferentes tipos de turismo posibles, corriendo la atención hacia un desarrollo alternativo del turismo, y haciendo énfasis en aquellas modalidades de turismo que giran en torno a las comunidades, emplean recursos locales y son relativamente fáciles de gestionar. Sin embargo, Jafari sostiene, estas tres plataformas representan visiones parciales o limitadas, y afirma que entender al turismo como un sistema contribuye a la formación de la teoría en este campo. Por ello, la última plataforma, la “Científicocéntrica”, estudia sistemáticamente la estructura del turismo, colocándolo en continuidad con diversas disciplinas, identificando factores que influyen y son influidos por el turismo.

En ese sentido, el turismo puede ser entendido desde la teoría de los sistemas, donde un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y que poseen un fin común. En el caso del sistema turístico, el mismo corresponde a un sistema abierto, que se ve influenciado por las variables externas como lo son las políticas públicas, el contexto social y económico, cuestiones culturales, ambientales y demás. García (2012), identifica los siguientes componentes dentro del sistema turístico: un centro emisor, determinado por la residencia habitual del turista, un centro receptor, es decir, el destino turístico al cual se dirige el turista; siendo estos dos centros unidos por dos flujos, uno real y otro invisible. El flujo real, siguiendo la línea del autor, es el desplazamiento que realizan los turistas para llegar de un centro a otro, mientras que el invisible es el monetario, es decir, el nivel de gasto que los turistas realizan durante su desplazamiento y estadía en el centro receptor.

Como bien se mencionó, para que la práctica turística se lleve a cabo, el turista debe desplazarse desde el lugar de origen al lugar de destino, desplazamiento en el espacio, que Hiernaux (1996) afirma, convierte a la práctica turística en una de las prácticas sociales más “genuinamente territoriales”. Estos desplazamientos, desde la perspectiva del mundo del ocio, se realizan para conocer, sentir, vivenciar, recorrer, ubicarse, por el valor simbólico del sitio que valoriza el espacio territorial (Cammarata, 2006).

Sin embargo, los desplazamientos con fines recreativos no estuvieron siempre al alcance de la mayoría de la población. En principio, los viajes que no estuvieran relacionados con la guerra o negocios, eran un privilegio del sector de elite dominante, siendo además un turismo de reducido alcance; tanto en distancia del desplazamiento, como en el volumen de personas que podían realizarlo, constituyendo más bien una práctica de socialización y distracción de las elites (Hiernaux, 1996). No obstante, el llamado “Gran Tour” practicado por las clases pudientes inglesas desde el Siglo XVII hasta el Siglo XX, si implicaba largos desplazamientos y estaba vinculado con la obtención de conocimientos del pasado y de los “otros”, siendo los destinos lugares de cultura antigua y renacentista europeos (Bertoncello, 2002).

Por su parte, Magalhães (2008) señala que el surgimiento del turismo en cuanto a práctica social es ocasionado por el advenimiento de la Revolución Industrial, es decir, del capitalismo, debido al proceso de centralización de los medios de producción y de proletarización; proceso que consolidará la distinción entre el “tiempo de trabajo” y “tiempo de ocio”. Sin embargo, durante el inicio de esta etapa de producción del capital, que será conocida como “fordista”, las prácticas espaciales de los trabajadores estarán limitadas por su falta de tiempo libre y de recursos, generando así la imposibilidad de realizar turismo, reservado aún a las clases sociales dominantes (Hiernaux, 1996).

Cabe destacar aquí, el rol que algunos medios de transporte cumplieron en el desarrollo y fomento de las prácticas turísticas de aquel entonces. Boyer (2002) sostiene que la invención de la bicicleta a finales Siglo XIX, junto con el automóvil, revolucionaron las formas de hacer turismo; se paseaba o se hacían visitas en bicicleta o en automóvil, y los adeptos de estos medios “alababan” las posibilidades turísticas de estas invenciones. Resulta evidente que, por lo costos de estos vehículos, los mismos solo podían ser adquiridos por burgueses y nobles. De acuerdo con Magalhães (2008), los medios de transporte, como el ferrocarril, junto con los medios de comunicación, resultaron ser elementos fundamentales no solo para el advenimiento del turismo “moderno” sino también para los procesos de internacionalización del capital.

Ahora bien, será en el inicio del Siglo XX cuando se producirá un importante cambio de paradigma en el turismo. Al finalizar la Primera Guerra Mundial, la inserción de una legislación laboral favorable en una gran cantidad de países para los obreros, que incluye el acceso a vacaciones pagas, generará un proceso al cual Pastoriza (2008) llamará de “democratización del ocio”. Por su parte, Bertonecello (2002) explica que el desplazamiento fuera del lugar de origen de los obreros, es decir, ciudades industriales con malas condiciones de habitabilidad, se asocia a una “conquista social” y a la búsqueda de lugares saludables, emulando así las prácticas sociales de los grupos más acomodados. Este proceso se irá consolidando hasta, ya avanzado el Siglo XX, ser conocido como “Turismo de masas”, el cual, Hiernaux (1996) considera, ha tenido una clara influencia del sistema capitalista, ocasionándose un traslado de la lógica de producción a la lógica del ocio, por citar algunos ejemplos: concentración, división internacional del trabajo, acumulación intensiva y producción turística en cadena.

Con respecto a los medios de transporte durante esta etapa del turismo, Gordon (2002) indica que la popularización en los años '20 del automóvil convirtió a más regiones en accesibles para el turismo y contribuyó a la formación de nuevas rutas turísticas. Además, la conquista social de las vacaciones pagas se condice con el comienzo de los vuelos aéreos regulares y programados, que en principio eran realizados con la finalidad de servicios postales y para “gente de negocios”, pero que luego, en los años '30, con la aparición de modelos de aeronaves más grandes, como el “Douglas DC-2” y “DC-3”, el tráfico por turismo y ocio se convirtió en un elemento clave en la cartera de pasajeros de este transporte (Bieger y Wittmer, 2006).

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, el paradigma de producción fordista se vio influido por un período de crecimiento económico sin trabas, siendo los gobiernos nacionales los actores centrales del escenario político; y donde el llamado “Estado de bienestar fue el marco donde se tejían las relaciones entre industria, Estado y sociedad, bajo un contexto de estabilidad regulatoria económica” (Benko, 1998 citado en Lipovich, 2010). Por supuesto que esta injerencia estatal también se vio reflejada en los mercados aerocomerciales, los cuales tenían marcos regulatorios muy rígidos, y donde la consolidación de las redes de transporte aéreo estaba relacionada con las diversas necesidades de los Estados nacionales (Comparato, 2014). En cuanto al turismo, Bertonecello (2002) afirma que, durante el Estado de bienestar, el mismo era concebido como un “derecho laboral y social”; y la sociedad se caracterizaba por ser una “sociedad salarial” articulada en torno al consumo, donde los trabajadores eran consumidores por excelencia.

Por consiguiente, esta combinación de estabilidad económica y gran parte de la población siendo asalariada con acceso a vacaciones pagas, conllevó a que los años que le siguieron a la Segunda Guerra Mundial resultarán ser uno de los momentos de mayor crecimiento turístico a nivel mundial, tanto en turismo internacional como doméstico (Hiernaux, 2006). Además, como consecuencia de la finalización de la

guerra, existía una gran cantidad de aviones disponibles, y las aerolíneas de bandera, es decir, oficiales en el Estado donde operan, dependían cada vez más de los ingresos de los pasajeros por turismo (Bieger y Wittmer, 2006). Sumado a lo anterior, en la década de los años '60, la incorporación de los aviones modelo "Jumbo" incrementó la posibilidad de realizar viajes turísticos transoceánicos (Gordon, 2002); siendo que hasta ese momento solo se podía acceder de manera limitada a los destinos turísticos, tanto por el largo tiempo que requería el viaje, como por la falta de accesibilidad física y económica (Gago et al., 2019). Se comienza a acentuar, de esta manera, la interdependencia entre el transporte aéreo y la actividad turística.

Posteriormente, la etapa denominada "capitalismo global", "flexible" o "postfordista", sucede en el marco de una revolución tecnológica que cuestionará el modelo fordista de producción, y que, en un contexto de movilidad transnacional del capital, marcará la consolidación de empresas multinacionales como actor protagónico en las relaciones económicas internacionales, afianzándose así la expansión de los servicios, entre ellos, los turísticos (Comparato, 2014). El término "turismo global" aparecerá como referencia a la globalización de los viajes, así como también de la expansión, fusión, integración y la internacionalización de las empresas y emprendimientos turísticos (Rejowski, 2002 citado en Carvalho y Guzmán 2011).

De aquí que, estos cambios dieran lugar a lo que Bertoncello (2002) llamará "la crisis del turismo de masas", la cual se encuentra directamente asociada a la crisis del modelo de sociedad que le dio origen. Surge así, el "turismo alternativo", caracterizado por nuevas modalidades turísticas que sugieren una multiplicación de la oferta y multiplicidad de nichos de demanda, conllevando a la diversificación de destinos turísticos, donde nuevos destinos se articulan con los ya tradicionales. Por consiguiente, esta diferenciación resulta en segmentos de mercado portadores de un fuerte potencial de desarrollo turístico, y entre ellos se pueden distinguir: ecoturismo, turismo patrimonial, turismo cultural, turismo de aventura, etc. (Hiernaux, 2006).

Al igual que para la consolidación del turismo, los cambios de paradigmas socioeconómicos y productivos también influyeron en el desarrollo de los medios de transporte, para que los mismos se adapten, evolucionen, intensifiquen, sean sustituidos o desaparezcan (Comparato, 2014). Un claro ejemplo de esto es la desregulación del transporte aéreo en los años '80 en Estados Unidos y en los '90 en Europa, que permitió el ingreso de nuevos competidores al mercado aerocomercial, como también el surgimiento de las compañías aéreas de bajo costo, las cuales debido a sus vuelos punto a punto entre aeropuertos sumado a un nivel de precios muy económicos, atrajeron enormes flujos de tráfico; al mismo tiempo que nuevas formas de turismo alimentaron estas novedosas ofertas en la industria aerocomercial (Bieger y Wittmer, 2006). De esta manera, los diferentes nichos específicos del mercado turístico potencian el transporte aéreo y los distintos tipos de aerolíneas, existiendo así una fuerte interrelación entre este medio particular de transporte y el desarrollo del turismo.

Territorio turístico

Llegado a este punto, resulta pertinente introducir el concepto de territorio, al que Llanos-Hernández (2010) hace referencia como "un concepto teórico y metodológico que explica y describe el desenvolvimiento espacial de las relaciones sociales que establecen los seres humanos en los ámbitos cultural, social, político o económico". Por su parte, Boisier (2003) afirma que desde la concepción de su propio ser, el ser humano

construye su identidad de acuerdo a un arquetipo de relaciones sociales (raza, familia, religión), entre las cuales se destaca por su fuerza la vinculación a un territorio.

En tanto, Carvalho y Guzmán (2011) explican, las experiencias de los grupos sociales se relacionan con las diversas maneras de apropiación y uso del espacio geográfico, destacándose las dimensiones materiales y simbólicas a partir de las cuales se generan los vínculos entre las acciones culturales desarrolladas a lo largo de la trayectoria de una comunidad y los territorios que la materializan. El territorio es, entonces, “un espacio apropiado y transformado por la sociedad en el proceso de su devenir histórico” (Blanco, 2010).

De acuerdo con Giddens (1995, citado en Almirón, 2004), “toda práctica social está situada necesariamente en el tiempo y en el espacio, por ende, las intersecciones espacio-temporales están involucradas en toda interacción social”. Como bien menciona el mismo autor, a todas las prácticas humanas, por diferentes que sean, les es común estar actuadas en el espacio y tiempo, estando inscriptas y enmarcadas en ellos. Lo cierto es que las relaciones sociales, vinculadas con la dimensión espacial, no se mantienen estáticas en el tiempo, ya que se pueden ver transformadas por diversas causas, tales como cuestiones de índole económica, social, científica o política; y de ahí la necesidad que el concepto de territorio sea lo suficientemente flexible para poder reflejar la realidad social (Llanos-Hernández, 2010).

Como se expuso anteriormente, en las últimas décadas han ocurrido intensos cambios productivos, tecnológicos e informacionales, pero que, sin embargo, no se corresponden con un proceso homogéneo; Schweitzer (2011, citado en Comparato, 2014) sostiene que el modelo postfordista de producción genera importantes desigualdades y nuevas configuraciones socioespaciales, implicando un equipamiento selectivo del territorio, concentración de inversiones y, por tanto, la intensificación de ciudades heterogéneas.

De acuerdo con Boisier (2003), el proceso de globalización ha ocasionado una nueva geografía política caracterizada, no solamente por la agregación y segmentación territorial, sino también por la combinación de la conformación de un espacio único (el mercado global), y al mismo tiempo por múltiples territorios, con manifestaciones geográficas en el espacio físico y en el espacio virtual. La globalización, se podría decir entonces, genera nuevas configuraciones territoriales, donde los lugares son reproducidos por una nueva dinámica que no obedece al ritmo de sus cambios internos, sus características y particularidades identitarias, sino que es la actividad turística uno de los elementos que suscitan ese proceso (Carvalho y Guzmán, 2011).

En lo que respecta a las prácticas turísticas, Cammarata (2006) señala que dotan de valor a territorios que no lo poseían desde la lógica de producción, ocasionando que algunos lugares se revaloricen, decoren y transformen en base a las nuevas necesidades sociales dando lugar a distintas actividades socioeconómicas y nuevas experiencias. Como lo hace notar Hiernaux (1996), es a través del desplazamiento espacial que el turismo permite desarrollar prácticas sociales distintas, aceptadas o no en las normas de comportamiento del mundo del trabajo; siendo este espacio distinto una realidad compleja, que no solo permite cambiar de lógica, sino que es un factor constitutivo de la experiencia turística. Por su parte, Carvalho y Guzmán (2011) afirman que las prácticas turísticas, al “apropiarse de los territorios”; son uno de los principales agentes intervinientes en la dinámica de las relaciones sociales previamente establecidas, generando así un proceso dialéctico de producción de nuevas formas de territorialidad.

Cabe mencionar que existen diversas maneras de abordar la relación entre turismo y territorio. Según Bertoncello (2002), los estudios tradicionales de dicha relación, son predominantemente descriptivos, parten de la definición del turismo que brinda la OMT, expuesta anteriormente, y en ellos, el territorio suele ser conceptualizado como un mero escenario, donde los hechos sociales ocurren. Asimismo, existe otra tradición de los estudios territoriales del turismo que se centra en los efectos que el turismo causa sobre el territorio, pudiendo ser los mismos caracterizados positiva o negativamente. Por un lado, la tradición de “perspectiva positiva” pone su foco en las potencialidades y virtudes que posee el turismo para el desarrollo, haciendo énfasis principalmente en los beneficios económicos que trae la actividad turística; perspectiva, se podría decir, análoga a la plataforma Apologética propuesta por Jafari (2001). Por otro lado, una “visión negativa”, donde se enfatizan los impactos y consecuencias negativas del turismo, con un enfoque social, similar a la plataforma Precautoria de Jafari. Esta última tradición que se fija en los impactos, sea negativa o positivamente, avanza en la conceptualización de territorio al considerarlo en su vinculación con la sociedad (Bertoncello, 2002).

Sin embargo, estas formas de abordar la relación turismo-territorio no permiten obtener una visión integral del fenómeno, puesto que en ellas el territorio es visto como un mero escenario, y el turismo, como algo externo al mismo. Es necesario entonces, entender al turismo como una forma de movilidad territorial, que produce transformaciones en los destinos, lo que los hace siempre variables, en continuo cambio (Sheller y Urry 2004, citado en Troncoso et al., 2011). De acuerdo con Bertoncello (2002), para avanzar en la definición de “territorio turístico”, es preciso repensar el territorio desde una conceptualización de espacio social, donde el espacio y tiempo sean determinaciones constitutivas desde lo social, y lo social no puede ser pensado al margen de ellas. Entonces, el territorio turístico es aquel que participa de forma constitutiva de la práctica turística, al mismo tiempo que la concreta, es transformado por ella.

A través de la práctica turística, afirma Sánchez (1985, citado en Almirón, 2004), se produce una valorización social de determinadas características del territorio, que luego se verán transformadas en recursos turísticos; los cuales poseen la peculiaridad de estar fijados al espacio, debiendo ser consumidos in situ. Por su parte, López Palomeque (1999, citado en Timón, 2001) sostiene que gran parte de los elementos que componen el producto turístico son bienes y servicios no comercializables (calidad del aire, paisaje urbano, movilidad, dotación de infraestructuras), y debido a la complejidad que implica separar el producto turístico de estos elementos, se termina asociándolo al destino, entorno o lugar en el que se consume.

Si bien suele pensarse que cualquier territorio, sin importar su escala o ubicación, puede considerarse para un potencial aprovechamiento turístico, esto solo se podrá concretar si en el territorio en cuestión se identifican recursos factibles de desarrollo, se incorporan los equipamientos necesarios y se procede a garantizar la accesibilidad mediante las diferentes modalidades de transporte (Wallingre, 2010). En ese sentido, Boullón (2002, citado en Carvalho y Guzmán, 2011) plantea que la práctica turística se proyecta en espacios naturales o urbanos mediante la planificación y ordenamiento territorial en busca de atender las necesidades de la demanda turística en cuanto a movilidad y hospedaje, así como la adecuación de áreas para la recreación de los turistas.

El territorio, al formar parte del producto turístico, es uno de sus grandes factores de diferenciación; por consiguiente, la planificación para el uso del territorio es un aspecto decisivo para la sostenibilidad del desarrollo turístico (Wallingre, 2010). En tal aspecto, Vera et al. (2011, citados en Ruiz, 2014) sostienen que la planificación turística parte de la consideración del territorio como soporte de la actividad, limitando sus referencias

territoriales a la localización de los recursos, la oferta, las infraestructuras que permiten la conectividad y el trazado de rutas que definen y estructuran potencialidades para la valorización turística o configuran productos susceptibles de comercialización.

El abordaje territorial del turismo, Wallingre (2010) afirma, puede hacerse de forma municipal, comarcal, regional, nacional, mediante la estructuración de corredores u otras; y según sus dimensiones espaciales, tienen lugar grandes o pequeños destinos. Esta diversidad espacial, según la misma autora, debe procurar articularse tendiendo a lograr una integración regional, tanto de alcance nacional o internacional, y/o municipal o provincial. En tal aspecto, las redes de transporte se constituyen como el “sistema arterial” de la integración territorial, ya que es a través de las carreteras, corredores marítimos y aéreos que transcurren los flujos (Millán Escriche, 2010).

El rol del transporte como articulador del territorio

Para abordar el concepto de transporte, Blanco (2010) sostiene, existen múltiples aproximaciones, y entre ellas siempre se destaca la necesidad de realización de un desplazamiento, ya sea de bienes como de personas; lo que remite a identificar procesos sociales más generales: procesos de producción y reproducción social. Dentro de los procesos de producción se encuentran aquellas acciones destinadas a la elaboración de bienes y servicios cuyo objetivo es satisfacer necesidades sociales, mientras que los procesos de reproducción social están relacionados con la satisfacción de necesidades diferenciadas temporal-espacialmente y según diferentes grupos sociales, implica movimientos con diferentes motivos: educación, atención de salud, compras, trámites, recreación, etc.

En lo que respecta al turismo, Wallingre (2010) sostiene que, si la demanda no puede llegar a destino o le resulta muy difícil, si una vez allí no puede desplazarse dentro de este o hacia otros destinos, es muy improbable que el destino pueda alcanzar un desarrollo turístico sostenible en el tiempo. Por ello, es necesario que la planificación turística tenga en cuenta, además de la actividad turística en sí, el territorio donde se desarrolla y la forma de articulación del mismo a través de las infraestructuras y transportes (Millán Escriche, 2010).

Retomando lo anterior, el transporte, como medio implicado en los procesos de producción y reproducción social, se vuelve fundamental para lograr un ordenamiento territorial, es decir, para la articulación y coordinación del territorio. Esto se debe a que las actividades socioeconómicas, entre ellas el turismo, están condicionadas por la accesibilidad, por ello, el transporte debe ser llamado a generar un desarrollo territorial más equilibrado a través de la fijación de una política nacional de transporte relacionada con el territorio (Roccatagliata, 1994 citado en Wallingre, 2010).

A la vez, las redes de transporte son un “factor esencial” para determinar los límites de la producción social de un territorio, así como para colaborar en procesos de jerarquización de territorios “ganadores y perdedores” (Bertoncello, 2002 citado en Comparato, 2014). Cuadrado-Roura (1994, citado en Boisier, 2003) evalúa las condiciones que determinan a una región “ganadora” en el marco de una competencia global, entre ellas destaca los aspectos infraestructurales, como lo son la posición geográfica, transporte y comunicaciones, tejido productivo; y los aspectos organizacionales: gobierno, cultura, calidad de mano de obra, entre otros.

En tal aspecto, Roccatagliata (1994, citado en Wallingre, 2010) sostiene que muchas veces los países menos desarrollados suelen “copiarse” de aquellos sistemas de transporte que fueron eficientes en los países más desarrollados, pero que, sin embargo, dichas implementaciones en los países periféricos suelen fracasar al tratarse de naciones con realidades territoriales diferentes. Por ello, resulta pertinente fijar políticas de transporte y territoriales de manera conjunta, que sean congruentes con los cambios de los sistemas de producción y que posean una planificación previa.

Lo cierto es que el contexto actual de globalización marca la convivencia de dos espacios con distintas velocidades, afirma Ciccolella (2011, citado en Comparato, 2014); por un lado, concentración de infraestructuras, equipamientos y personal de lo más sofisticado solo en ciertos lugares, y por el otro, regiones de baja densidad y desarrollo. Por su parte, Bauman (2001, citado en Díez-Pisonero, 2020) caracteriza este modelo dual metafóricamente bajo los términos de: “turistas” y “vagabundos”, “globales” y “locales”, los de “arriba” y los de “abajo”, siendo los primeros los que emancipan los territorios y distancias, teniendo el poder de generar cambios políticos, culturales y sociales a escala global; mientras que los segundos quedan enclavados en la localidad, inmovilidad y el aislamiento, aspirando difícilmente a influir en el mundo. A su vez, la globalización implica que las organizaciones y empresas compitan intensamente para ofrecer su producción en un espacio único (el mercado global), al mismo tiempo que compiten por la tecnología y el capital, e incluso por la apropiación de grandes flujos de turismo (Boisier, 2003).

En este marco de intensa competencia y selectividad territorial, se consolida la tendencia de la “regionalización”, la cual será funcional a la globalización, tratándose de una dinámica de flujos entre nodos más que de zonas (Comparato, 2014). Por su parte, Lipovich (2010) sostiene, la selectividad territorial se puede ver reflejada a través de los oasis que conforman los “archipiélagos urbanos”, que suelen estar conectados entre sí por rápidas autopistas que garantizan su interconexión y consecuentemente los une como un único cuerpo territorial integrado; del mismo modo los trenes de alta velocidad proporcionan una accesibilidad interurbana selectiva en una región o el transporte aéreo hace de soporte material de circulación a escala planetaria entre nodos específicos.

Los nodos, define Millán Escriche (2010), son focos de atracción y generación de flujos, los cuales se encuentran unidos a través de rutas, que a su vez forman una red; la variedad cualitativa de las rutas por las que transcurren los flujos y la desigualdad de estos, son factores que jerarquizan territorios y contribuyen al desarrollo de centros de poder y decisión. Por su parte, Santos (1996, citado en Blanco 2010) considera a las redes de transporte como elementos constitutivos del territorio caracterizados por la presencia articulada de una arquitectura formal, es decir, componentes materiales; y una organización social, compuesta por los actores sociales que comandan y conforman esta red y que determinan los componentes de la misma.

Entonces, una matriz explicativa en cuanto al transporte como articulador del territorio, no se puede basar solamente en el componente material como lo son las infraestructuras, los aeropuertos, los equipamientos; es preciso también tener en cuenta el componente simbólico dado por el paradigma económico en el que están insertos los sistemas de transporte y las subjetividades de los actores sociales tales como: el rol del Estado, el marco regulatorio, el comportamiento del sector privado y el grado de atraktividad de los destinos (Comparato, 2014).

Lo cierto es que, el proceso globalizador ha generado la intensificación de un medio de transporte en particular: el aéreo (Lipovich, 2010). Esto se debe a que las sociedades actuales y de mayor desarrollo buscan reducir al máximo la relación tiempo-espacio-

costo, y en tal sentido, el transporte aéreo le ha declarado “la muerte a la distancia” (Wallingre, 2010). El avión es, sostienen Córdoba et al. (2007, citados en Díez-Pisonero, 2020), el vehículo de la civilización posmoderna por excelencia puesto que ha posibilitado la aprehensión y percepción de un espacio diferente al que los medios de transporte superficial y los medios de comunicación podrían ofrecer.

Ahora bien, Lipovich (2010) afirma, la morfología de las redes aerocomerciales posee claros patrones de jerarquización; que en principio se ven reflejados a través de la diferenciación de los nodos que pertenecen a la red y los que no pertenecen a la misma. A su vez, la jerarquización también se repite en los nodos que sí pertenecen a la red aerocomercial, a través de la primacía de los nodos centrales mundiales o de referencia continental, mientras se produce una desconcentración de los flujos en el resto de los nodos. En tal aspecto, los aeropuertos se constituyen como una forma de materialización de la interconectividad; al cumplir la función de enlazar territorialmente con el resto del mundo de manera directa el lugar donde se encuentran insertos (Díez-Pisonero, 2012). De esta manera, la lejanía o cercanía a un aeropuerto-hub, especialmente de grandes dimensiones, es un determinante de la correcta inserción de los territorios en el contexto global (Derudder & Witlox, 2016 citados Díez-Pisonero, 2020).

De acuerdo con Gago (1998, citado en Gago et al. 2019), la primacía de un espacio sobre otro se da a partir de las posibilidades económicas y sociales que proporciona la disponibilidad de infraestructuras y una red aérea eficaz y sin “cuellos de botella”, es decir, restricciones de acceso por falta de vuelos o plazas; circunstancias a las que son muy susceptibles los destinos turísticos. Al respecto, el desarrollo del turismo requiere de una conectividad factible entre los diferentes destinos y productos turísticos, que garantice los desplazamientos a través de brindar sólidas infraestructuras, frecuencias y calidad en los servicios, sin dejar a los turistas aislados entre un destino y otro (Wallingre, 2010). A la vez que el turismo colabora en la mejora y expansión de infraestructuras que pueden adoptar niveles de complejidad y eficacia territorial diversos (Millán Escriche, 2010).

Cabe destacar que el transporte aéreo es de gran importancia para el desarrollo del turismo en muchos países, existiendo ejemplos extremos donde incluso la totalidad de las llegadas por turismo se generan a través de este medio de transporte particular, como los casos de Malta, Irlanda o Islandia (Bieger y Wittmer, 2006). Además, la democratización de este medio de transporte, ocasionada en primera instancia por el desarrollo de las compañías charter, y luego por las aerolíneas de bajo costo, ha permitido el acceso a esta modalidad de transporte a amplios sectores de la población gracias al abaratamiento tarifario (Taylor & Derudder, 2016 citados en Díez-Pisonero, 2020). De acuerdo con Signorini et al. (2002, citados en Bieger y Wittmer, 2006), la estructura del turismo en términos de destinos y modalidades turísticas ha sido influenciada por el desarrollo del transporte aéreo; a la vez que nuevas conexiones aéreas ocasionadas por las aerolíneas de bajo costo permitieron el acceso a nuevos mercados y el aumento significativo de ciertas formas de turismo.

En resumen, es evidente que el transporte aéreo funciona como un indicador de la articulación territorial, debido a su alta calidad a la hora de valorar las relaciones entre ciudades, las cuales son una de las manifestaciones más importantes de interacción económica y social a escala mundial (Keeling, 1995 citado en Gago et al. 2019). Asimismo, el transporte aéreo es un claro impulsor de la actividad turística, al mismo tiempo que el desarrollo de este medio de transporte se ve influenciado por las nuevas modalidades de turismo y nuevos destinos, al crear formas de demanda y las bases

para la atracción de nuevos flujos aéreos (Bieger y Wittmer, 2006). En tal sentido, la influencia entre el transporte aéreo y el turismo, debe ser entendida bilateralmente.

Síntesis del capítulo

A lo largo del presente capítulo, se han abordado las relaciones existentes entre los conceptos turismo, transporte y territorio, las cuales fundamentan el estudio de esta tesis. A continuación, se recapitularán los principales puntos del marco teórico:

- El turismo, como práctica social, ha experimentado cambios en su desarrollo que no pueden ser disociados de los cambios de paradigma de los sistemas productivos y de las escuelas de pensamientos que abordan el sector turístico.
- La actividad turística, para poder desarrollarse, precisa de recursos que difícilmente pueden ser separados del territorio donde se encuentran. Por tal motivo, los territorios donde se desarrollan las prácticas turísticas deben contar con infraestructuras y medios de accesibilidad para poder satisfacer las necesidades de la demanda turística.
- El proceso globalizador es generador de una intensa selectividad territorial y competencia global, donde coexisten territorios “ganadores” en el sentido de ser capaces de influir en los sistemas socioeconómicos y políticos, con poder de movilidad, mientras que los territorios “perdedores” se caracterizan por ser exactamente lo contrario.
- El transporte, como un indicador de articulación territorial, se vuelve fundamental para determinar los límites de producción de un territorio, contribuyendo así a la generación de territorios “ganadores o perdedores”.
- El transporte aéreo, por su parte, se ha visto intensificado por el proceso globalizador y la necesidad de las sociedades posmodernas en reducir al máximo posible las variables de tiempo y espacio. Siendo que este medio cobra especial relevancia para el desarrollo del turismo, por ser el preferente entre los turistas.
- Entonces el transporte aéreo, como articulador del territorio, permite y colabora con el desarrollo del turismo a través de brindar accesibilidad a los destinos turísticos, a la vez que la actividad turística también influye en esta modalidad de transporte a partir de las nuevas formas de turismo y nuevos destinos.

Capítulo 2: Sistema aerocomercial argentino

El presente capítulo pretende indagar acerca de la configuración del sistema aerocomercial argentino, teniendo en consideración las otras dos aristas que fundamentan la investigación: turismo y territorio. Primero, resulta pertinente repasar los principales hitos en el desarrollo de este medio de transporte a nivel mundial, particularmente, el proceso paulatino de liberalización del mercado aerocomercial, que comenzó en Estados Unidos, para posteriormente expandirse por otras partes del globo. En base a ello, luego, se comprenderá el desarrollo del transporte aéreo en Argentina, abarcando su historia, características y políticas aeronáuticas, haciendo especial énfasis en la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo. Para complementar este análisis cualitativo, se harán entrevistas a actores públicos y privados, y así, poder comprender mejor las vicisitudes de la incorporación de este modelo de aerolíneas en el país.

Evolución mundial del transporte aéreo

En lo que respecta a los comienzos del transporte aéreo, los prototipos de máquinas voladoras esbozados por Leonardo Da Vinci en el Siglo XV y la fundación de la aerodinámica en 1800 por George Cayley, fueron algunos de los sucesos que sentaron las bases para la posterior invención del avión por parte de los hermanos Wilbur y Orville Wright en el año 1903; hecho a partir del cual, la industria aeronáutica tomará un impulso acelerado (Lipovich, 2010). Estos prototipos de avión diseñados por los hermanos Wright, irán evolucionando a lo largo de los años para luego ser utilizados durante la Primera Guerra Mundial; siendo que, al término de la misma, los modelos de avión tuvieron un mejor rendimiento, una mayor capacidad de carga y seguridad; sobre todo a causa de la producción a gran escala que permitió que los diseños y manufacturas sean más eficientes (Brooks, 1967).

Esta mejora en la seguridad de las aeronaves, es lo que permitió el transporte confiable de pasajeros, datando el primer servicio internacional el 8 de febrero de 1919, entre Londres y París, realizado por la empresa Farman (Lipovich, 2010). Además, ese mismo año, en la Convención de París, se fijaron las bases para la regulación internacional de la aviación civil bajo tres pilares: cada país ejercía exclusiva soberanía sobre su espacio aéreo; derecho a volar sobre territorio ajeno en época de paz; por último, se permitió que empresas extranjeras realicen escalas técnicas y no comerciales en los países sobrevolados (Gámir y Ramos, 2002 citados en Pezzatti, 2016). Dichos principios, más otros que posteriormente se sumarán, serán conocidos como “las libertades del aire”.

Según Brooks (1967), el desarrollo del transporte aéreo cobrará una gran relevancia en Europa; países como el Reino Unido, Francia y Alemania tendrán pequeñas aerolíneas ya para el año 1919; las cuales, junto con otras compañías aéreas constituidas posteriormente, se fusionarán de manera progresiva para luego formar aerolíneas de bandera, tales como Imperial Airways (1924), Lufthansa (1926) y Air France (1933). Para finales de la década, afirma el mismo autor, el continente europeo se encontrará cubierto por una vasta red de servicios aéreos subvencionados por los gobiernos. Las aerolíneas, entonces, serán utilizadas como instrumento de política estatal, sobre todo en lo que respecta a la promoción del servicio de correo postal, la industria aeronáutica, los lazos políticos con el extranjero y el empleo doméstico; sin tener muy en cuenta los fines comerciales (Graham, 1995 citado en Pezzatti, 2016).

Desde fines de la década del '20 hasta el término de la Segunda Guerra Mundial, Lipovich (2010) destaca, habrá un aumento ininterrumpido en la cantidad de pasajeros transportados en avión. Debido, entonces, a la gran importancia que estaba cobrando el transporte aéreo, en la Convención de Chicago del año 1944, que reunió a 52 naciones, se discutirán los principios acerca de la regulación aérea internacional en lo que respecta a: capacidad y frecuencia, tarifas aéreas, niveles de carga y la aplicación de las "libertades del aire" (Cento, 2009). Lo cierto es que en dicha Convención se enfrentaron dos pensamientos opuestos, sostiene Lipovich (2010); por un lado, la intención de Estados Unidos de promover una postura multilateral con mínimas restricciones y competencia abierta, con libertades tarifarias y libre derecho a la autorización de rutas. Por otro lado, una postura más bien proteccionista de ciertos países, liderados por el Reino Unido, que se oponían a esto, debido a los riesgos que implicarían dichas libertades para el crecimiento de sus aerolíneas, considerando que en los últimos años de la Segunda Guerra Mundial las compañías aéreas estadounidenses habían asumido un rol de liderazgo. Bajo la amenaza de parte de los países que se oponían a dichas desregulaciones de no permitir el derecho de aterrizaje, la propuesta de regulación económica multilateral fue desestimada.

Lo que entonces sucedió a partir de la Convención de Chicago, fue la implementación del sistema de acuerdos bilaterales que involucraban al gobierno de la aerolínea internacional y al país de destino; en ellos se especificaban los derechos de tráfico para cada aerolínea, los aeropuertos en los que podían operar, la cantidad de aerolíneas, y las frecuencias de vuelo entre los aeropuertos determinados (Cento, 2009). En tanto, un año posterior a la Convención, se crea la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA por sus siglas en inglés), siendo su objetivo promover la regularidad, seguridad y economicidad del transporte aéreo; sin embargo, el verdadero interés de los gobiernos se centraba en la regulación de los precios de los tickets aéreos y de la competencia, por lo que la IATA debió trabajar en estos dos aspectos (Pezzatti, 2016). De acuerdo con Button (2008), exceptuando el caso estadounidense, la mayoría de las aerolíneas internacionales eran estatales y solían operar para cumplir objetivos nacionales de "prestigio"; siendo muy usual para los países más desarrollados tener una aerolínea principal para brindar servicios domésticos y de corto recorrido, y otra para los mercados internacionales, de largo recorrido.

Posteriormente, en 1978, se aprueba en Estados Unidos la "Ley de Desregulación de las Líneas Aéreas", a partir de la cual quedan eliminadas las políticas proteccionistas que regulaban precios, frecuencias y capacidades de los servicios aerocomerciales domésticos estadounidenses (O'Connor 1995, citado en Alvarado y Sánchez, 2010). De acuerdo con Doganis (2006), en el plano internacional, el gobierno de Estados Unidos ese mismo año firmará una declaración sobre las "Negociaciones del Transporte Aéreo Internacional", para promover la preservación y extensión de la competencia entre aerolíneas en un mercado "justo", lo cual se lograría mediante la negociación de acuerdos bilaterales con el objetivo de alcanzar lo siguiente:

- Precios más innovadores y competitivos.
- Eliminación de las restricciones en las capacidades, frecuencias y derechos de operación de rutas.
- Eliminación de la discriminación y prácticas competitivas desleales enfrentadas por las aerolíneas estadounidenses en el extranjero.
- Flexibilidad para designar múltiples aerolíneas estadounidenses.
- Autorización de una mayor cantidad de ciudades de EE. UU. como puertas de entrada al país.

Estados Unidos, entonces, ofrecería a los países extranjeros un acuerdo que consistía en otorgar a sus aerolíneas derechos de tráfico para un número pequeño de ciudades adicionales en Estados Unidos, a cambio de todos o la mayoría de los objetivos mencionados; estos acuerdos bilaterales serán conocidos como de “apertura del mercado” (Doganis, 2006). Como se mencionó en el primer capítulo, la liberalización del transporte aéreo en Estados Unidos, se enmarcará en cambios globales más grandes, principalmente con la consolidación del proceso de globalización económica capitalista, que ocasionó sustanciosas transformaciones en la industria del transporte aéreo (Lipovich, 2010). En ese sentido, Goetz y Vowles (2009) explican, la desregularización del mercado aerocomercial doméstico de Estados Unidos se convertirá en un símbolo del cambio de la política económica global hacia el neoliberalismo.

Entre algunos de los cambios producidos a lo largo del tiempo a partir de la liberalización en el mercado aerocomercial estadounidense, Anderson et al. (2005, citados en Cento, 2009) identifican: incorporación de aerolíneas de bajo costo, rápido crecimiento en el número de pasajeros, disminución de tarifas aéreas y mayor variabilidad de las mismas en todo el mercado y el surgimiento del sistema “hub & spoke” o “eje-rayo” en español. No obstante, así como la desregulación tuvo aspectos positivos, también hubo consecuencias negativas; entre ellas, Goetz y Vowles (2009) reconocen: gran rotación de empresas en el mercado aerocomercial estadounidense, siendo muchas aerolíneas adquiridas, fusionadas o liquidadas, lo que conllevó a una inestabilidad en el empleo y períodos de luchas laborales; declinación en la calidad del servicio de las aerolíneas tales como congestión y retrasos, tiempos de viaje más largos y peores condiciones en los servicios de atención al cliente; además, los pasajeros que viajaban a mercados concentrados por una sola aerolínea, con cuotas del mercado del 60% o más, solían pagar tarifas más caras. En este último aspecto, se advierte que la desregularización podía provocar abusos monopólicos en ciertas rutas donde solo operara una aerolínea, siendo los incrementos tarifarios excesivos (CAT, 2006).

Al proceso de liberalización del mercado aerocomercial se sumarán, en la década de los años '80, países como Canadá, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda; y durante los años '90 se eliminarán todas las restricciones al tráfico aéreo doméstico e internacional para los países de la Unión Europea (UE) (Umaña, 1998). Sin embargo, para que las empresas aéreas existentes pudieran sobrevivir en un mercado altamente competitivo, debían tender a fusionarse con otras o reestructurarse, con el fin de incrementar la productividad; así como también debían intentar reducir sus costos para asegurarse que los bajos niveles tarifarios pudieran ser mantenidos en el tiempo, de lo contrario, podían experimentar una baja en la participación del mercado, disminución de ingresos y eventualmente quiebra (CAT, 2006).

En tanto, en la década del '90, se produce un nuevo cambio de paradigma en el transporte aéreo con la introducción de los acuerdos de “cielos abiertos”. Los mismos consisten en un acuerdo entre dos o más países que implica la eliminación de las barreras de entrada al mercado y/o la prohibición de la regulación de los gobiernos en cuanto a rutas y capacidades, lo que conlleva al libre comercio en los servicios aéreos, siendo el primer acuerdo de estas características firmados entre Estados Unidos y Los Países Bajos en 1992 (Matthews, 1998). Sin embargo, según Graham (1995, citado en Lipovich, 2010), esta tendencia liberalizadora en la industria aerocomercial representa una dicotomía entre el neoliberalismo y el nacionalismo, puesto que “la geografía del transporte aéreo está siendo reestructurada a partir de la interrelación -a veces antagónica- de las fuerzas de la desregulación, globalización e interés nacional, llevando a que los gobiernos -de cualquier país- frecuentemente busquen aplicar ineptamente estrategias aerocomerciales que implementen los principios económicos neoliberales, mientras intentan minimizar las repercusiones negativas sobre el interés nacional”.

En el año 2008, Cento (2009) considera, se produce uno de los acuerdos más ambicioso de la historia de la industria aerocomercial: las aerolíneas europeas podían viajar sin ningún tipo de restricción desde cualquier punto de Europa hasta a cualquier ciudad de los Estados Unidos, con la expectativa de poder incrementar así la competencia y reducir las tarifas del mercado internacional más grande. Por consiguiente, es válido afirmar que la industria moderna del transporte aéreo tiende a operar en un mercado cada vez más liberalizado, donde los acuerdos bilaterales están mutando hacia acuerdos de “cielos abiertos”, con libre prestación de servicios entre los países involucrados (Button, 2008). No obstante, de acuerdo con Lipovich (2010), este proceso global de liberalización de la industria aerocomercial parecería ser el principio de la mayor ambición en relación a la apertura del mercado aéreo: la conformación de un único mercado aerocomercial mundial de tendencias liberalizadoras; lo que significaría el fin del proteccionismo, donde solo sobrevivirían aquellas empresas que han entendido que los aviones son “costos marginales con alas” y no catalizadores del desarrollo económico territorial y de equidad socio espacial.

Desarrollo del mercado aerocomercial argentino

Retomando lo expuesto anteriormente en el marco teórico, y como Ballistreri (2007) afirma, el transporte aéreo tiene implicancias en la configuración territorial de la Argentina; en lo que refiere a la conformación del espacio social y en el funcionamiento de su sistema económico, siendo que sus redes organizan al territorio, a la vez que éste actúa como plataforma de apoyo para las actividades practicadas en él, entre ellas, el turismo; y como base de asentamiento de esas redes. Al respecto, CIMOP (2003) señala:

“El transporte aéreo constituyó un medio muy útil cuando las actividades económicas permitieron el desarrollo nacional y se conformó una parte importante del sistema general del transporte del país, actuando complementariamente con él. Tanto internamente como respecto al exterior, ha logrado incidir en la generación y promoción de nuevas y diversas relaciones. Entre las más beneficiadas puede mencionarse al turismo, con el que está estrechamente ligado.”

Lo cierto es que cuando el transporte aéreo comenzó a surgir a principios del Siglo XX, Argentina resultaba ser un país con un gran potencial para su desarrollo, debido a su extensión territorial; en tanto, los caminos viales eran muy escasos, por lo menos hasta la segunda mitad de los años '30, por lo que las comunicaciones terrestres eran dominadas por el ferrocarril, que conectaba las ciudades del centro y norte del país con la capital; mientras que el noreste y la Patagonia dependían del transporte fluvial (Piglia, 2015a). Sin embargo, Potenze (1998, citado en Wallingre, 2010) afirma, desde principios del Siglo XX el gobierno argentino “mostró un permanente desinterés por brindar algún tipo de impulso a la actividad aérea”.

En lo que respecta a las aerolíneas pioneras en operar en el país, las mismas fueron la Compañía Rioplatense de Aviación, del año 1921, que unía los tramos Buenos Aires y Montevideo; y Aeroposta Argentina, fundada en 1927, que prestaba servicios nacionales hacia la región patagónica, Mar del Plata y también volaba a Asunción (CAT, 2006). Luego, en 1929, la empresa PANAGRA (Pan American Grace Airways) ofrecía vuelos para viajar a Estados Unidos vía Bogotá, Lima y Santiago de Chile; mientras que la aerolínea NYRBA (New York Río and Buenos Aires Line) ofrecía vuelos a Montevideo, Santiago de Chile, Río de Janeiro y Miami haciendo escalas en Rosario, Santiago del

Estero, Córdoba, Salta y Mendoza; siendo ambas empresas de capital estadounidense (Pezzatti, 2016).

En 1930, debido a la crisis financiera conocida como la gran depresión acontecida en Estados Unidos, NYRBA fue absorbida por PANAM (Pan American Airways), que era subsidiaria de PANAGRA. En tanto, para el año 1937, la aerolínea Aeroposta será vendida a un grupo de accionistas argentinos, quién la equipará con modernos aviones trimotor con capacidad para 17 personas, iniciando así los primeros esfuerzos relevantes para transportar pasajeros por vía aérea; en tal aspecto, se elaborará la revista Aeroposta, primera revista en ser repartida a bordo de los aviones argentinos; su objetivo era generar una “conciencia aeronáutica” y hacer “lobby” a favor del avión como medio de transporte de turistas (De-Matteis, 2011 citado en Potenze, 2017).

Posteriormente, se crearon las siguientes aerolíneas: La Corporación (1939), Líneas Aéreas del Sudoeste (LASO) (1940), Líneas Aéreas Noreste (LANE) (1943), Servicio Aeropostal del Estado (SADE) (1944), Zonas Oeste y Norte de Aerolíneas Argentinas (ZONDA) (1946), Flota Aérea Mercante Argentina (FAMA) (1946) y Aviación del Litoral Fluvial y Argentino (ALFA) (1946) (Pezzatti, 2016). Asimismo, la Secretaría Aeronáutica, creada en el año 1945, será el órgano que establecerá la primera Política Aérea Nacional, a través del Decreto N° 9.358/45; el mismo determinaba que las rutas de cabotaje debían ser operadas preferentemente por el Estado Nacional o por empresas mixtas nacionales creadas a tales efectos; sin embargo, la creación de estas últimas no fue exitosa dado que el gobierno poseía el 20% de las mismas, a la vez que garantizaba al capital privado una rentabilidad del 5% anual, que en realidad se transformó en un subsidio a favor del beneficio personal de los particulares y en perjuicio del sistema (CAT, 2006).

En tanto, ese mismo año, se produce la fusión entre las aerolíneas LASO y LANE para formar las Líneas Aéreas del Estado (LADE), cuyo objetivo era fomentar aquellas rutas donde al capital privado no le interesaba invertir, a la vez que poseía una clara función militar de reconocimiento territorial de zonas fronterizas, allí donde se temía que el atraso y la desconexión pusieran en riesgo la soberanía nacional (Piglia, 2015a). Mientras que, para el año 1946, el gobierno alegará los principios establecidos por la Convención de Chicago del '44, por lo que se suspenderán los vuelos de cabotaje de las empresas internacionales de PANAGRA y PANAM (Lipovich, 2004); con lo cual, los vuelos de cabotaje comenzarán a ser operados exclusivamente por empresas del Estado.

De esta manera, a partir del '45, el gobierno argentino mostrará un gran interés en lo que respecta al desarrollo del transporte aéreo, siendo que, en 1950, de la fusión de cuatro aerolíneas mixtas existentes (Aeroposta, ZONDA, FAMA y ALFA) surgirá Aerolíneas Argentinas como compañía del Estado (Wallingre, 2010). Por tanto, y según lo descrito anteriormente, en Argentina se estaba dando un proceso de consolidación del transporte aéreo a través del desarrollo de aerolíneas estatales, se podría decir, análogo al que estaba sucediendo en Europa para aquel entonces. Lo cierto es que Aerolíneas Argentinas, de acuerdo con Piglia (2015a), prácticamente monopolizó los servicios de cabotaje hasta el año 1957, a la vez que amplió la oferta de asientos y de destinos, multiplicándose por 200 las cifras de pasajeros entre escalas en territorio nacional. Además, la misma autora destaca, el avión permitía el traslado rápido de pasajeros que viajaban con fines de negocios, turismo, tratamientos de salud, estudios; y en el caso de aquellas localidades aisladas, servía de aprovisionamiento de periódicos, películas, medicamentos, etc.; estimulando así su vida económica e integración territorial.

En tanto, luego de la Segunda Guerra Mundial, se produjeron importantes cambios respecto a las características aeroportuarias, ligados al incremento de los pasajeros y la innovación en la fabricación de aviones, surgiendo así los aeropuertos más importantes del país: Aeroparque Jorge Newbery en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1947), Aeropuerto Internacional de Córdoba Ingeniero Taravella (1949), y Aeropuerto Internacional de Ezeiza (1949), mientras que para otras ciudades del país la modernización de las instalaciones aeroportuarias sería más tardía (Lipovich, 2004).

Para finales de los años 50', a través de dos Decretos, Ley 12.507/56 y 1.256/57, el Estado nacional decidió fomentar la creación de empresas aéreas privadas para operar tanto en rutas nacionales como internacionales, al margen de mantener en funcionamiento las compañías aéreas estatales LADE y Aerolíneas Argentinas; sin embargo, este intento de apertura del mercado aerocomercial fracasó debido al mal accionar de los empresarios, que generó una competencia irracional y antieconómica, aumentando la oferta en más del 200%, lo que ocasionó que la mayoría de estas nuevas aerolíneas dejaran de operar, con excepción de Austral y ALA (CAT, 2006). Al respecto, Potenze (1998, citado en Wallingre, 2010) expresa:

“La caída de Perón en 1955 marcó un cambio profundo, con una política liberal a ultranza, que se adelantó en dos décadas a la desregulación norteamericana. Cualquiera podía entonces formar una línea aérea, pero sin inversiones importantes ni subsidios adecuados la mayoría fracasaron. [...] a comienzos de los años setenta la política nacional se orientó a mantener a Aerolíneas Argentinas como empresa estatal de bandera, y a permitir en los vuelos interiores la “competencia regulada” entre ésta y las privadas, situación que se mantendría hasta mediados de la década siguiente cuando la ideología nacionalista nuevamente buscaría el monopolio, limitando las posibilidades de Austral, la única empresa privada importante, por entonces.”

De esta manera, en la década del '60, el gobierno argentino, a través del Decreto N° 10.632, estableció un régimen de reordenamiento respecto a la explotación de los servicios aerocomerciales a fin de superar la situación existente, resultando necesario replantear la actividad aerocomercial y regular la competencia; por lo que, a la luz de las consideraciones mundiales, se evitaría las competencias abiertas e ilimitadas que pudieran afectar una “sana explotación comercial” (CAT, 2006); dando así lugar a una nueva etapa de competencia regulada. Sin embargo, Ballistreri (2007) sostiene, el severo grado de regulación y restricciones por parte del Estado, no permitía el correcto desarrollo de la industria aerocomercial argentina.

En tanto, durante este mismo período, el gobierno de la provincia del Chaco funda Aerochaco, cuya finalidad era unir la capital provincial con el resto de las provincias del país; mientras que el gobierno de la provincia de Entre Ríos seguirá el ejemplo chaqueño y para 1967 fundará LAPER (Líneas Aéreas Provinciales de Entre Ríos), cambiando luego su nombre a LAER (Línea Aérea de Entre Ríos), que unirá a la capital del país con ciudades del litoral tales como Goya, Reconquista, Paraná, Concordia, entre otras (Pezzatti, 2016).

Para la década del '70, ALA y Austral se unificarán para conformar la empresa Austral Líneas Aéreas, mientras que se crearán nuevas aerolíneas tales como Transportes Aéreos Neuquén (TAN), Compañía Argentina de Transportes Aéreos (CATA) y Líneas Aéreas Privadas Argentinas (LAPA) (Lipovich, 2004). Es oportuno destacar que, para aquel entonces, Austral se encargará de introducir una importante innovación en el mercado aerocomercial argentino a través del ofrecimiento de los “vuelos todo comprendido” (VTC) o por sus siglas en inglés ITC (included tour charter),

reglamentados en 1971, los cuales eran vendidos por medio de sus agencias de viajes Sol Jet y Lagos del Sur; por lo que se ofrecía a los pasajeros un paquete a precio atractivo que incluía hotelería, excursiones, comida, esparcimientos y pasajes aéreos; tratándose básicamente de un nuevo mecanismo para incentivar a los turistas a viajar en avión (Potenze, 2012).

En lo que refiere a las tarifas de los tickets aéreos, el entrevistado 1, informante del sector privado, señala, las mismas eran fijas y establecidas por el gobierno nacional; situación que se mantuvo así hasta el año 1979, cuando el gobierno permite reducir las tarifas de los vuelos nocturnos sin servicio a bordo en un 40%, siendo Austral la principal aerolínea que aprovechó esta nueva coyuntura. Posteriormente, durante la década de los '80, se instaura un régimen de bandas tarifarias para los servicios domésticos a través de la resolución 275/87, que permitía a las empresas bajar o subir un 20% el precio de los tickets aéreos a partir del precio vigente; sin embargo, ni Aerolíneas Argentinas ni Austral lo implementaron. Fue entonces cuando surgió CATA, que a partir de 1988 comienza a operar ofreciendo tickets aéreos en la parte inferior de la banda tarifaria; aerolínea que el entrevistado 1 califica por sus características como la primera de bajo costo en la historia argentina (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas).

Ahora bien, durante la década de los años '90 en Argentina, se genera un proceso de liberalización económica formalmente iniciado a partir de la ley 23.696 (Ley de Reforma del Estado). Dicho proceso, Pezzatti (2016) señala, se encuentra asociado a la aplicación de la paridad cambiaria en Argentina, lo cual atrajo inversiones extranjeras y dio origen a una sucesión de privatizaciones de empresas públicas, siendo la primera de ellas, Aerolíneas Argentinas; al mismo tiempo que se privatizaron los aeropuertos y se produjo la liberalización del mercado aerocomercial de cabotaje e internacional, lo que significó una mayor libertad en los acuerdos bilaterales firmados por el gobierno argentino. Cabe resaltar que, hasta entonces, el mercado aerocomercial de cabotaje estaba concentrado entre Aerolíneas Argentinas y Austral, ambas acaparando más del 95% del mercado, mientras que el resto de las aerolíneas (LADE, TAN, CATA, LAER y LAPA) no llegaban al 5% (ver tabla 1).

Tabla 1: Participación en el mercado aerocomercial de cabotaje año 1990 por empresa

Empresa	Pasajeros	Participación %
Aerolíneas Argentinas	1.769.619	61,15
Austral	984.664	34,03
LADE	49.377	1,7
TAN	31.505	1,09
CATA	31.213	1,08
LAER	15.810	0,55
LAPA	11.516	0,4
Total	2.893.704	100

Fuente: Arias (2001)

Lo cierto es que, durante la desregularización del mercado de cabotaje, se logró incrementar transitoriamente el número de vuelos en algunas rutas existentes, así como una pequeña expansión de las redes operativas de ciertas aerolíneas y la puesta en marcha de nuevos servicios sin escalas entre pares de ciudades que previamente no contaban con ellos (Ballistreri, 2007). Asimismo, se incorporaron nuevas empresas

tales como Dinar, Kaiken, El Pingüino, Alta, Andesmar, Southern Winds, American Falcon y Aerovip; mientras que por decisión gubernamental y a favor de las empresas privadas, LADE disminuyó abruptamente su plan de vuelos hacia la región patagónica (Wallingre, 2010).

El ingreso de nuevas aerolíneas al mercado aerocomercial ocasionó una “guerra tarifaria”, donde las aerolíneas de menor porte podían ofrecer tarifas más económicas debido a su reducida estructura administrativa; con lo cual, esto conllevó a que volar fuera más frecuente para algunos viajeros, así como también puso al avión al alcance de un nuevo segmento de usuarios (Ballistrieri 2007). Además, la baja tarifaria permitió al avión competir con los buses de larga distancia en algunos tramos, produciéndose entonces un considerable aumento respecto a la cantidad de pasajeros de cabotaje transportados, llegando a 6.8 millones anuales de pasajeros en el año 1998, a comparación de los 2.8 millones anuales en 1990, con una tasa anual de crecimiento del 6% (CIMOP, 2003).

Asimismo, las características que enmarcaron al desarrollo de la industria aerocomercial durante esta época derivaron en la conformación de hubs de distribución para el tráfico de rutas transversales o del interior del país, como por ejemplo: Comodoro Rivadavia (LADE), Neuquén (TAN), Ushuaia (Kaiken), Córdoba (Southern Winds), Salta (Dinar), Resistencia (Alta), Paraná (LAER), entre otros; esta descentralización de rutas claramente fue beneficiosa para muchos destinos turísticos, aunque de todas formas los aeropuertos con la mayor concentración de tráfico continuaron siendo Aeroparque Jorge Newbery, Ministro Pistarini (Ezeiza), Córdoba y Mendoza (Wallingre, 2010). Esto se debe a que en Argentina históricamente el transporte aéreo se desarrolló a través de la aplicación de una estrategia espacial centralizada, prestando poca atención a la conectividad transversal intra-regional o inter-regional (CIMOP, 2003).

Sin embargo, para el comienzo del nuevo siglo, se produjeron numerosas cesaciones en la prestación de servicios aéreos a causa de varias cuestiones tales como: la situación de la economía nacional, el aumento en los costos de combustibles, la sobre oferta de servicios aéreos, las tarifas no rentables ofrecidas y la ausencia del Estado para aliviar la situación; a todos estos factores mencionados se sumó la profundización de la crisis económica, política y social que atravesaba el país que culminó con la declaración de emergencia, con la salida de la convertibilidad y devaluación del peso argentino; declarándose para el año 2002 la crisis del mercado aerocomercial a través del Decreto N° 1654 / 2002 (CAT, 2006).

De acuerdo con Wallingre (2010), como consecuencia de esta situación, la cantidad de vuelos operados semanalmente se vio drásticamente afectada, produciéndose la eliminación de numerosas rutas y hubs, por lo que esto derivó en un retroceso en la implementación de rutas transversales mencionadas anteriormente, impactando negativamente en los avances de integración territorial y conexiones hacia numerosos destinos turísticos; quedando nuevamente la mayor parte del mercado aerocomercial en manos de Aerolíneas-Austral. En tal sentido, la misma autora sostiene que, en los años posteriores, sobre todo a partir del año 2007, se produjo una disminución en la cantidad de frecuencias semanales a ciertos destinos turísticos, lo cual afectó negativamente el ingreso de turistas para ciudades de la región Patagonia tales como Ushuaia, Bariloche, San Martín de los Andes y Puerto Madryn.

A continuación, a través de la tabla 2, se expondrán a modo de resumen las etapas de desarrollo del sistema aerocomercial argentino:

Tabla 2: Etapas de la industria aerocomercial argentina

Período	Etapas	Características
1925-1945	Aerolíneas pioneras	Las primeras aerolíneas en volar en el país fueron la Compañía Rioplatense de aviación (1921) y Aeroposta (1927); y las estadounidenses PANAGRA (1929) y NYRBA (1929)
1946-1949	Sociedades mixtas	A través del Decreto N° 9.358/45 se establece la primera Política Nacional Aérea que determina que los vuelos de cabotaje debían ser realizados preferentemente por empresas del Estado o mixtas
1950-1955	La era de Aerolíneas Argentinas	De la fusión de cuatro empresas mixtas existentes nace Aerolíneas Argentinas, que monopolizó el mercado aerocomercial hasta el año 1957
1956-1961	Apertura fallida del mercado	A través de la Ley 12.507/56 y 1.256/57, el Estado nacional decidió fomentar la creación de empresas aéreas privadas para operar tanto en rutas nacionales como internacionales. Sin embargo, esta iniciativa no fue exitosa
1962-1989	Competencia regulada	A través del Decreto N° 10.632, y a luz de las consideraciones mundiales respecto al transporte aerocomercial, se estableció evitar las competencias abiertas e ilimitadas que pudieran afectar una sana explotación comercial.
1990-2000	Privatización y nueva apertura	Era de desregularización y privatización del mercado aerocomercial, en sintonía con la tendencia mundial hacia una política neoliberal y de no intervención del estado. Se crearon numerosas aerolíneas y se fomentó la creación de rutas transversales y hubs regionales
2001-2005	Colapso	La profunda crisis que atraviesa el país terminará en una devaluación de la moneda argentina y el fin de la convertibilidad, conllevando a una drástica baja en la cantidad de pasajeros transportados en avión como en incrementos en los costos de las empresas aéreas

Fuente: elaboración propia en base a CAT (2006)

Como se expuso anteriormente, el turismo y el transporte aéreo se encuentran interrelacionados entre sí, siendo que la evolución del turismo ha impulsado el desarrollo del transporte aéreo, tanto como las nuevas formas y modalidades aéreas han impulsado el desarrollo de los destinos turísticos. En tal aspecto, el turismo y el transporte aéreo deben aliarse para generar sinergias positivas que coadyuven el crecimiento ordenado de ambas industrias (CAT, 2006). Asimismo, las redes de transporte facilitan la interacción, complementariedad e integración espacial permitiendo el desarrollo económico y social al disponer de accesibilidad y conectividad adecuadas a cada territorio; siendo el avión, por sus características, un medio muy importante para la integración y vertebración territorial a nivel nacional, pudiendo potenciar su utilidad si se lo organiza adecuadamente; por lo que resulta necesario superar la distribución radial sobre Buenos Aires, para adoptar un modelo que tenga en cuenta las disfuncionalidades regionales (CIMOP, 2003).

Por su parte, Ballistreri (2007) sostiene que a través de la implementación de la desregulación en el sistema aerocomercial argentino, se esperaba que se produjeran tanto beneficios para los usuarios, como para las empresas, el turismo, el desarrollo económico regional y el Estado nacional; por lo que el objetivo fue establecer servicios aéreos a la mayor cantidad de puntos del país, no a través de una sola aerolínea, sino de distintos prestatarios, lo cual evitaría redes individuales de cada empresa. No

obstante, el mismo autor señala, que un análisis más profundo que contemple la accesibilidad y conectividad interregional, debería considerar la posibilidad de subsidios rigurosamente justificados para servicios aéreos de fomento, ya que son una herramienta adecuada para inducir el desarrollo regional. Claro está que numerosos destinos turísticos se ven afectados por la falta de implementación de políticas que incrementen la conectividad aérea y contribuyan a la descentralización del transporte aéreo brindando posibilidad de traslado desde diferentes puntos del interior del país sin depender del Aeroparque Jorge Newbery (Wallingre, 2010).

Aerolíneas de bajo costo

Como se mencionó anteriormente, producto de la liberalización de la industria aerocomercial, ingresa al mercado un nuevo modelo de negocio: las compañías aéreas de bajo costo. Las mismas se caracterizan por ofrecer tickets aéreos más económicos a los de las aerolíneas tradicionales, dado el menor costo de su estructura; debiéndose esto principalmente a que suelen utilizar aeronaves depreciadas, los salarios de los empleados son más bajos y efectúan “ventas por Internet” (CAT, 2006). De modo que, a los fines de esta investigación, las aerolíneas de bajo costo serán entendidas como aquellas que trasladan estos ahorros en su estructura de costos a tarifas más económicas y accesibles para los viajeros (Schlumberger y Weisskopf, 2014).

Este modelo de negocio nace durante los años '70 en los Estados Unidos, con la empresa precursora Southwest Airlines; mientras que para el año 1991, Europa copiará este modelo a partir de que la compañía aérea tradicional irlandesa Ryanair se convirtiera en una compañía de bajo costo; siendo seguida por otras compañías en el Reino Unido, como por ejemplo EasyJet (1995) (Cento, 2009). Resulta pertinente, entonces, mencionar las características de estas aerolíneas, y para ello, se tomará como base a Meissner (2008), quien enumera los elementos clave del modelo de negocio de las aerolíneas de bajo costo en Europa:

- El tráfico aéreo es de punto a punto, en lugar de operar a través de redes de distribución como los hubs, por lo que no se suelen realizar conexiones de enlace con la misma aerolínea, evitando así costos derivados de la complejidad de estos procesos. Se operan vuelos directos de corta y media distancia; siendo rutas con una alta participación del mercado y clase económica.
- Operan en aeropuertos secundarios o antiguas bases militares debido a sus bajos impuestos aeroportuarios. Asimismo, la operación en aeropuertos pequeños implica una menor cantidad de empleados para realizar las actividades necesarias para el funcionamiento de los vuelos.
- En la mayoría de las aerolíneas de bajo costo no se permite a los pasajeros reservar el asiento, lo cual suele implicar un gasto adicional para quienes desean hacerlo. Tampoco se ofrecen programas de puntos por viajeros frecuentes ni salas de espera. Se elimina cualquier tipo de servicios extra a bordo, como son los periódicos y catering, existiendo la posibilidad de consumir alimentos o bebidas por un precio extra.
- La flota se encuentra estandarizada para obtener sinergias positivas en lo que respecta al mantenimiento de las aeronaves y en la formación del personal.
- Plan de precios simples, las mejores ofertas en tickets aéreos de las compañías de bajo costo se consiguen con mucha antelación a la fecha de viaje, por lo que las tarifas van aumentando a medida que se acerca la fecha de salida.

- La venta de billetes se suele realizar a través de Internet para evitar gastos por comisiones de los intermediarios, agencias de viajes u otros sistemas de reserva.
- Reducción de tiempos de escala en tierra a través del aumento del número de rotaciones de los vuelos, optimizando la utilización de la flota.
- Los costos de personal se reducen a través del pago de salarios inferiores a los de las líneas aéreas tradicionales, por un lado, y por el otro a través de una flexibilidad de empleo de personal en las tareas que estén relacionadas con la operatoria de los vuelos.
- Producen ingresos adicionales a la venta de pasajes aéreos a través de la comercialización de alojamiento, alquiler de autos, seguro de viajes, entre otros. Esto incrementa la facturación de la compañía aérea.

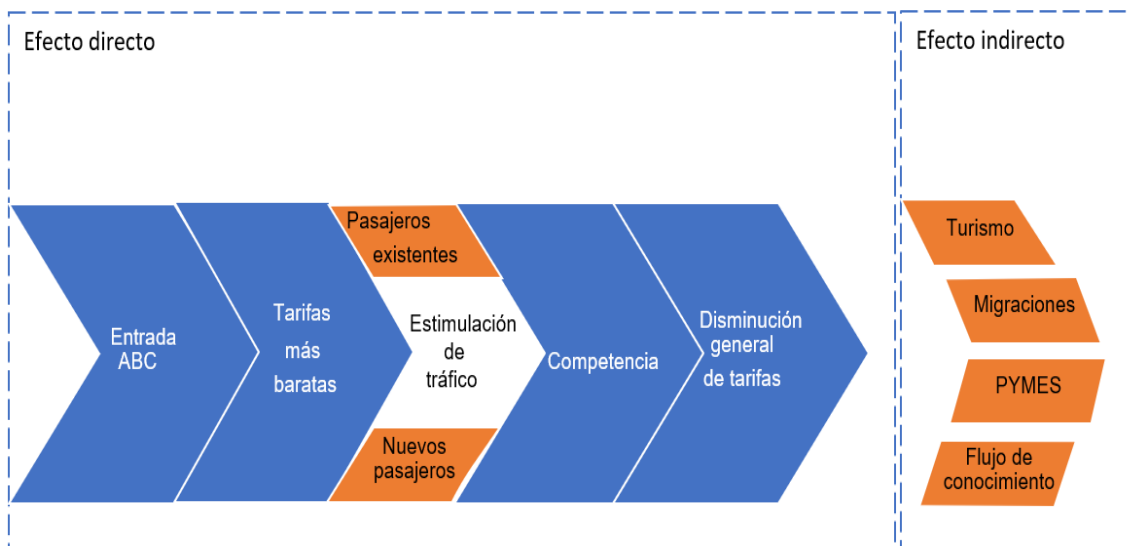
Lo cierto es que, las aerolíneas de bajo costo han cobrado un relevante protagonismo en el mercado aerocomercial a nivel mundial. Según datos de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), en el año 2018, las aerolíneas de bajo costo transportaron un total de 1.300 millones de personas, es decir, un 31% del total de pasajeros regulares que viajan en avión; siendo Europa la región con la mayor participación en el mercado de estas aerolíneas, con una cuota del 36% respecto al total de pasajeros transportados en esa región. En ese sentido, Cento (2009) afirma, que en el mercado europeo las aerolíneas tradicionales están perdiendo ligeramente la cuota del mercado aerocomercial contra las aerolíneas de bajo costo. A la vez, el autor se pregunta si ese mismo ritmo de crecimiento y evolución en la repartición de la cuota de mercado logrará mantenerse en el tiempo, y si este modelo de aerolínea podrá conservar su estructura de costos; siendo que un eventual aumento, ya sea en los costos laborales, de combustible o de arrendamiento de aeronaves, podría tender a frenar este crecimiento; así como una explosión en el crecimiento de este tipo de aerolíneas podría poner en riesgo su filosofía de negocio, generando salarios más caros y estructuras de gerenciamiento más complejas.

Romero y Cortés (2006, citados en Yumbo, 2020) sostienen que la aparición de las compañías aéreas de bajo costo ha influido, por un lado, en el proceso global de liberalización del transporte aéreo, lo cual ha conllevado a las empresas a reorganizar su estructura asignativa de los recursos debido a la presión competitiva reflejada en los precios de las tarifas aéreas; y, por el otro, en el crecimiento de la competencia, que ha impulsado a las empresas innovar comercialmente y explorar constantemente la eficiencia económica y financiera. Por su parte, Schlumberger y Weisskopf (2014) destacan que, si bien los estudios respecto a los impactos de las aerolíneas de bajo costo son limitados, se ha comprobado que las mismas tienen un efecto positivo en el mercado aerocomercial y mercados relacionados; dichos estudios hacen especial énfasis en el impacto que causan estas aerolíneas en la estimulación de tráfico a través de tarifas más económicas, y su efecto general en la competencia y los niveles de tarifas del mercado (Figura 1). Asimismo, se resalta que un sector clave en la ecuación de las compañías aéreas de bajo costo ha sido el turismo.

Mientras que en Europa las aerolíneas de bajo costo se enfrentan a un mercado de condiciones maduras y eficientes, en Latinoamérica ocurre lo contrario; las mismas se han incorporado después, debido a la aplicación tardía de políticas liberales en el mercado aerocomercial; por tal son diversos los desafíos que tienen que enfrentar estas aerolíneas en la región para poder lograr una mayor participación en el mercado (Acero, 2017 citado en Yumbo, 2020). Brasil es el país que posee el mercado más grande de

aerolíneas de bajo costo en la región², siendo que Gol y Azul conjuntamente acaparan el 40% del mercado de ese país; en tanto, en México las aerolíneas de bajo costo Volaris, Interjet y VivaAerobus manejan el 60% de la ocupación total del mercado local (CAPA, 2013 citado en Canseco et al., 2015).

Figura 1: Impacto de las Aerolíneas de Bajo Costo



Nota: ABC = Aerolíneas de Bajo Costo
 Fuente: Schlumberger y Weisskopf (2014)

Cabe destacar que, en la región latinoamericana, la aviación comercial está experimentando un fuerte ritmo de crecimiento. Según datos del Banco Mundial (2017), el crecimiento en el tráfico de pasajeros ha sido del 142% entre los años 2005 y 2015, lo cual significa que la cifra de pasajeros transportados ha incrementado más del doble en 10 años; reportando incluso un ritmo de crecimiento más alto a la media mundial (Acero et al., 2017). Este indicador no solo se encuentra asociado al número total de pasajeros transportados, sino que se transfiere a otros escenarios tales como: aumento de frecuencias aéreas, incorporación de nuevas aerolíneas, incorporación de aerolíneas de bajo costo, innovación en las operaciones, nuevas rutas de vuelo, creación de alianzas, entre otros; siendo que estos datos además revelan que el transporte aéreo deja de ser exclusivo para una parte de la población para ser popularizado e incluso competir directamente con otros medios de transportes (Acero et al., 2017). Sin embargo, Argentina, durante ese período, no logró crecer al ritmo de sus países vecinos, quienes han multiplicado por tres o por cuatro la cantidad de pasajeros transportados en los últimos 15 años, siendo el caso más emblemático Brasil, que ha pasado de 20 millones de pasajeros anuales a más de 100 millones, gracias a la contribución de las compañías aéreas de bajo costo y de otras líneas aéreas (ANAC, 2018).

Ahora bien, el proceso de incorporación de las compañías de bajo costo en Argentina, se podría decir, comienza a partir de una serie de audiencias públicas realizadas entre los años 2016 y 2018, las cuales tenían el fin de otorgar la concesión de nuevas rutas a aquellas aerolíneas que estuvieran interesadas en solicitarlas, al mismo tiempo que se permitía ingresar a operar a aerolíneas que anteriormente no lo estaban haciendo o no poseían los permisos, entre ellas, las compañías de bajo costo (Bouché Ocampo, 2019).

² Las aerolíneas de bajo costo que operan actualmente en la región son once: Gol, Azul, Sky, JetSMART, Viva Air, EasyFly, Wingo, Interjet, Volaris, Viva Aerobus y Flybondi (ANAC, 2019; OACI, 2017; LABS, 2019).

Dichas audiencias, se enmarcaron dentro del programa nacional del Ministerio de Transporte de la Nación llamado “La Revolución de los Aviones”, el cual tenía como objetivo lograr que más argentinos viajen en avión, así como generar un crecimiento del transporte aéreo, produciendo una mayor conectividad en el país y, por ende, fomentar el turismo. El programa consistía de tres aristas: en primer lugar, el crecimiento de Aerolíneas Argentinas y una estrategia que le permitiría continuar como líder en el país; en segundo lugar, la transformación de infraestructura aeroportuaria y del espacio aéreo para aumentar la capacidad de los aeropuertos; por último, abrir la competencia a nuevas aerolíneas para brindar mayores opciones de conexión (Ministerio de Transporte, 2018).

Por otra parte, el entrevistado 3, informante del sector público (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), señala que, dentro del Plan Nacional de Turismo Interno, el cual enmarcaba todas las acciones de promoción de la Secretaría de Turismo de la Nación y tenía como finalidad potenciar el turismo interno, uno de los principales lineamientos era estimular la conectividad aérea dentro del país, logrando un mayor consumo de turismo interno a través de los viajes en avión e incrementando el número de pasajeros de este medio de transporte. A su vez, el entrevistado 3 argumenta: “de esta forma se trabajó con todas las líneas aéreas, entendiendo que el principal actor del mercado aerocomercial interno era Aerolíneas Argentinas y con la incorporación de nuevas líneas aéreas se ampliaban las posibilidades de crecimiento turístico, ya que se incrementaban frecuencias, asientos y destinos”.

La autorización para operar vuelos regulares internos e internacionales de la primera aerolínea de bajo costo del país, corresponde a la empresa argentina Flybondi, y data del 26 de junio del año 2017, bajo resolución 408-E/2017. Allí se explicita que la base operativa de la aerolínea en cuestión será El Palomar, que sería el primer aeropuerto secundario del país, emplazado en una antigua base militar; y que el ingreso de Flybondi al mercado aerocomercial argentino “apuntará a generar la oferta de tarifas más baja posible dentro de la reglamentación vigente, a fin de competir no solo con las aerolíneas aéreas establecidas sino también con otros medios de transporte”. Para finales de ese mismo año, se autoriza a Norwegian, compañía de bajo costo noruega, a ofrecer servicios regulares en el país, a través de la resolución 1288-E/2017. Posteriormente, en el año 2018, se autoriza a operar a Jet Smart, empresa de bajo costo chilena, a través de la resolución 499/2018. Con la autorización de estas tres aerolíneas, se daría inicio a la “era de las compañías de bajo costo” en Argentina.

Sin embargo, de acuerdo con el entrevistado 5, informante del sector privado (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas):

“La realidad es que la matriz del negocio aerocomercial en Argentina dista mucho de ser la adecuada para el desarrollo low cost. Si uno analiza el modelo en Europa, por ejemplo, puede notar rápidamente que allí las principales ciudades disponen de varios aeropuertos a su alrededor, lo que le permite a las low cost elegir aeropuertos menos congestionados y más baratos para operar. Del mismo modo hay alternativas en el suministro de combustible, por ejemplo. Las grandes capitales del Interior de la Argentina solo tienen un aeropuerto en condiciones de recibir vuelos comerciales y aviones de gran porte y sólo dos aeropuertos en todo el país cuentan con dos proveedores de combustible para elegir: en todo el resto hay un solo proveedor (YPF). Esto limita mucho la matriz de costos”.

Por lo que, el entrevistado 5 afirma, la reducción en la estructura de costos de estas aerolíneas en Argentina se basa principalmente en el “leasing” de aeronaves, es decir, a través del alquiler de aviones, aunque esto no represente un ahorro “sustancial”;

además de la diferencia salarial de los empleados de las compañías de bajo costo en comparación de las aerolíneas tradicionales, así como en su plataforma comercial, la cual es netamente digital a diferencia de las otras aerolíneas, quienes cuentan con sucursales físicas para la venta de boletos.

Asimismo, tanto los entrevistados 1 y 5, ambos del sector privado (entrevistas realizadas a actores claves, 2021, ver anexo I con las entrevistas), coinciden en que resulta indispensable la actualización de la legislación aeronáutica. El entrevistado 5 explica:

“(…) La apertura se concretó sin un marco regulatorio adecuado. El Código Aeronáutico es una norma vieja, que necesita actualizarse y también está vigente la Ley N°19.030 de Política Aérea que genera una reserva de mercado y establece que Aerolíneas Argentinas es la herramienta de política aérea. La “Revolución de los Aviones”, se hizo invocando un decreto de los 90, justamente. Todo ese cúmulo de normas anticuadas, contradictorias entre sí, debió haberse ordenado primero”.

Ahora bien, lo que si se ha modificado es la legislación pertinente a la fijación de tarifas máximas y mínimas. Por un lado, se suspendió la fijación de tarifas máximas para los servicios aéreos internos del transporte de pasajeros, a través del Decreto 294/2016, el cual alega que “la fijación de tarifas máximas ha dificultado el desarrollo de la actividad aerocomercial”; por lo que su suspensión “propicia fomentar la actividad aerocomercial a través de un modo más dinámico de fijación de tarifas”. En tanto, en el año 2018, a través de la resolución 656/2018, aduciendo que “es preciso fijar las pautas necesarias que alimenten la accesibilidad de mayor cantidad de usuarios y nuevos transportistas”, y estando la política aerocomercial orientada a propiciar una mayor interconectividad nacional, se establece la quita del piso tarifario para la venta de tickets aéreos para vuelos de cabotaje comprados con más de 30 días de anticipación.

Si bien fue a partir de enero de 2018 que se realizaron los primeros vuelos de bajo costo, la quita del piso tarifario en agosto de ese año fue lo que les permitió a estas aerolíneas ofrecer vuelos verdaderamente económicos. Asimismo, las compañías tradicionales también lanzaron promociones aéreas al momento de la liberalización de la banda tarifaria, ofreciendo descuentos por tramo, reduciendo así el precio de las tarifas aéreas (Figura 2). De esta manera, a partir de la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo, la competencia entre las aerolíneas aumentó, ocasionando que se comercializaran tickets aéreos más económicos; en tanto la conexión entre pares de ciudades mejoró y se incrementó la ocupación de asientos (La Nación, 2019).

En lo que refiere a la reacción de las empresas aéreas tradicionales en términos de tarifas y demás elementos de la propuesta comercial ante el nuevo paradigma, el entrevistado 3, informante del sector público, argumenta (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas):

“Como en todo esquema donde se amplía la oferta y existe competencia, se reformulan estrategias que son beneficiosas para la demanda. A mi criterio, la respuesta fue buena porque se empezó a generar acciones y estrategias comerciales para captar nuevos públicos y fidelizar clientes. Se trabajó sobre esquemas tarifarios en función de la oferta y la demanda, lo que generó un incremento considerable de los viajes”.

Mientras que la entrevistada 2, informante del sector público, opina al respecto (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas):

“Las aerolíneas tradicionales han ido adaptando y adecuando sus criterios de servicios y tarifarios a los ofrecidos por las low cost. Es el caso de tarifas muy promocionales para solo algunos asientos, determinadas rutas y horarios; la limitación y/o cobro del equipaje registrado, la eliminación y restricción de los servicios de AyB a bordo, son algunos de los aspectos que las llevan a imitar y a asimilar las estrategias de las low cost”.

Figura 2: Promociones aéreas luego de la quita del piso tarifario



The image shows a screenshot of the LATAM Airlines website. On the left, a blue banner reads "Toda Argentina" with an airplane icon and "desde \$ 499 final por tramo Comprando ida y vuelta". On the right, a dark blue banner features the LATAM logo and a red "MEGA PROMO" badge. Text on the right says "Argentina a precios increíbles Desde \$449 ó 900 millas por tramo comprando o canjeando ida y vuelta Solo hasta el 8/8. Volá de septiembre a junio 2019" with a "Ver ofertas" button. Below this, a yellow banner says "SÓLO POR 24HS! #SOMOSULTRALOWCOST VOLÁ POR \$ ARGENTINA 199 precio final por tramo incluye tasas e impuestos".

Fuente: <https://www.aviacionline.com/2018/08/la-desregularizacion-del-piso-tarifario-debuta-con-pasajes-desde-199/>

De esta manera, se podría afirmar que el ingreso de las compañías de bajo costo ha implicado una adaptación por parte de las compañías aéreas tradicionales, con el fin de poder afrontar la nueva coyuntura aerocomercial y continuar siendo competitivas. Claro está, que esto ha traído beneficiosos a los usuarios, quienes han podido acceder al transporte aéreo de manera mucho más económica.

En relación al grado de competencia de las aerolíneas de bajo costo con respecto a otros medios de transporte, como por ejemplo los ómnibus de larga distancia, el entrevistado 3, informante del sector público, plantea (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas):

“Si bien existía competencia directa en algunas rutas, más que competencia, se planteaba un esquema de complementación. Hay que destacar que no todos los destinos (ciudades de Argentina) cuentan con aeropuertos, por lo que los aviones tenían un esquema troncal de conectividad entre destinos de larga distancia y por vía terrestre se podía hacer viajes entre destinos de cercanía”.

Al tiempo que el entrevistado 4, informante del sector público (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), refiere a que el rápido ingreso de las compañías de bajo costo al sistema aerocomercial argentino afectó principalmente a los ómnibus de larga distancia, en el sentido que dichas líneas aéreas ofrecían precios similares a los de este medio superficial de transporte, lo que ocasionó que las empresas de ómnibus reaccionaran a partir de septiembre del año 2018, promocionando tarifas anticipadas. Por lo que, se podría afirmar que no solo las aerolíneas de bajo costo obligaron a reducir las tarifas generales de los boletos de avión, sino que además tuvieron un efecto directo en la comercialización de otros medios de transporte.

En tanto, en lo que refiere a la cantidad de pasajeros transportados en avión, el entrevistado 1, informante del sector privado, considera (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), que el impacto ocasionado por las compañías de bajo costo en ese aspecto no ha sido muy relevante; pero si opina que “puede haber alguna influencia positiva en rutas entre ciudades del interior, un mercado que prácticamente nació a mediados de la década del 2000 y que fue atendido por las low cost que, incluso, crearon rutas que no existían”. Por el contrario, el entrevistado 3, informante del sector público, sostiene (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) que:

“El impacto fue sumamente positivo, ya que se lograron niveles récord de asientos disponibles, conexiones, frecuencias y pasajeros transportados. A esto se le suma una reducción considerable de tarifas que permitió el acceso al avión a nuevos públicos”

Si se compara la cantidad de pasajeros transportados en el año 2015 vs en el año 2019, el entrevistado 4, informante del sector público, afirma (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), ha habido un incremento del 52%, donde las aerolíneas de bajo costo han contribuido significativamente a través del aumento de la oferta aérea, pero donde también se “registró un importante crecimiento de Aerolíneas Argentinas”. Sin embargo, el entrevistado 5, informante del sector privado (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), analiza en retrospectiva la cifra de pasajeros transportados en avión en Argentina, y llega a la conclusión de que no se ha producido un “estallido” del tráfico aéreo durante el período 2015-2019. Al comparar el caso argentino con los países vecinos Chile y Brasil, el entrevistado 5 afirma que:

“A la Argentina le tomó 12 años duplicar el mercado (en 2001 volaron 5,8 millones y en 2013, 11,9 millones). Brasil duplicó su mercado en 8 años (2001/2009) y Chile lo hizo en 9 años (2002/2011). Y en esa rapidez tuvieron que ver las low cost. Si uno tomara como parámetro el ingreso de las low cost al mercado de nuestro país, aceptando 2016 como base, Argentina no llegó aún a duplicar su mercado aún, con cinco años ya de presencia low cost. Es cierto que apareció la pandemia: pero tomemos como límite el 2019 como último año “normal”. Siguiendo los ejemplos de que los países vecinos duplicaron su mercado en 8 y 9 años, respectivamente, tres años (2016/2019) representan aproximadamente un tercio. En ese tercio, el mercado debería haber crecido alrededor de un 30%. Esto significa que el mercado en esos tres años debió haber crecido en 5 millones de usuarios para cumplir la duplicación en 8 o 9 años. Pero sólo creció poco más de 4 millones. Entonces se podría afirmar que la presencia de las low cost en Argentina no ayudaron a duplicar el mercado como sí sucedió en Brasil y Chile.”

Ahora bien, en relación a los efectos que han tenido las aerolíneas de bajo costo sobre el turismo interno, el entrevistado 3, informante del sector público, opina que han sido favorables, ya que se logró incentivar el turismo interno en todas las regiones del país, colaborando en romper la estacionalidad con la modalidad de “escapadas” y fomentando segmentos como el de turismo de reuniones. Mientras que la entrevistada 2, informante del sector público (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) afirma que el efecto de la diversificación de la oferta aérea sobre los destinos turísticos “es y será siempre positivo e imprescindible”.

En tanto, el entrevistado 5, informante del sector privado (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) plantea que, si bien existió un incremento

significativo en la cantidad de frecuencias aéreas una vez ingresadas las aerolíneas de bajo costo al sistema aerocomercial, fueron los destinos turísticos tradicionales e históricos los que se han visto beneficiados por el incremento de la oferta aérea, como tal es el caso de Iguazú, Bariloche, Mendoza, Salta, Tucumán, Córdoba, Ushuaia y El Calafate; mientras que siguen existiendo un gran número de destinos a los que solo vuela Aerolíneas Argentinas.

Dada la fuerte interrelación existente entre la industria aeronáutica y el sector turístico, como ha quedado demostrado previamente, cabe mencionar algunas de las acciones llevadas a cabo por la Secretaría de Turismo de la Nación en relación al nuevo paradigma aerocomercial, entre las cuales el entrevistado 3, informante del sector público, destaca (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas):

“Se propuso a todas las líneas aéreas la realización de acciones cooperadas de promoción, con la finalidad de dar difusión a los vuelos fuera de temporada incentivando el formato de escapadas a bajo costo utilizando la capacidad ociosa de cada empresa. También se realizó la Semana del Avión, que ofrecía pasajes a precios promocionales en un momento determinado del año para poder viajar durante un periodo futuro establecido. También se articularon acciones con la Federación de Agencias de Viajes – FAEVYT y la Cámara Argentina de Turismo – CAT para que se generen acciones en los eventos de comercialización online”.

Como se expuso anteriormente, para que el modelo de negocio de las aerolíneas de bajo costo funcione, las mismas deben poseer una serie de características que les permita reducir su estructura de costos, entre ellas, se destaca la operatividad desde aeropuertos secundarios. En el caso de Argentina, el único aeropuerto que ha sido habilitado para tales fines es el Aeropuerto de El Palomar; sin embargo, dicha habilitación no ha quedado exenta de controversias. La disputa en parte se debe a si existe la posibilidad que la base aérea de El Palomar se encuentre emplazada en las inmediaciones de un bosque nativo, por lo que la comunidad local ha cuestionado acerca de los impactos ambientales y sonoros que podría acarrear el funcionamiento de las aerolíneas de bajo costo en este lugar; siendo que, a las cuestiones ambientales, también se suman los riegos para la población local que vive cerca del aeropuerto (Soldano y Marino, 2019).

Asimismo, respecto a las condiciones aeroportuarias de El Palomar, el entrevistado 5, informante del sector privado (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) argumenta:

“La decisión que El Palomar fuera el tercer aeropuerto de Buenos Aires fue extemporánea e improvisada. No se discutió ni debatió. Y se hizo a las apuradas: el ILS³ de El Palomar funcionaba con limitaciones, no había edificios terminales adecuados e incluso había un polvorín de la Fuerza Aérea a unos 200 metros de la pista. Nada de esto es imposible de solucionar, pero se requiere inversiones y tiempo. Alistar El Palomar y llevarlo a un piso mínimo operativo tomó varios meses y las obras se hicieron en paralelo a los vuelos. De modo que, ante cada

³ Sistema de aterrizaje instrumental o ILS (Instrument Landing System, por sus siglas en inglés) “es un sistema de guiado por señales electrónicas provenientes de equipos instalados en el aeropuerto. Siguiendo estas señales en equipos instalados a bordo, las aeronaves vuelan de manera precisa las trayectorias de aproximación y aterrizaje. Al proseguir las operaciones inclusive con mal tiempo, se evitan desvíos y cancelaciones innecesarias”. (Aeromarket, 2019)

tormenta fuerte, la terminal de pasajeros se llovía adentro e inundaba, y el aeropuerto se cerraba por el ILS limitado. Y esto repercutió en el servicio mismo que brindaban las low cost: Flybondi registró casi 700 episodios de cancelación o retraso de vuelos, en los primeros meses de vuelo”.

En tanto, el entrevistado 1, informante del sector privado (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas), señala que el aeropuerto de El Palomar posee diversas ventajas, a saber:

- Tiene poco tráfico, lo que hace las operaciones aéreas más rápidas y eficientes.
- Tiene accesos simples y baratos. Ezeiza es un aeropuerto muy problemático en este sentido, porque fue pensado cuando la aviación era exclusiva de la clase social alta y se gestó así un sistema muy caro de accesos terrestres.
- Está mejor ubicado que Ezeiza para llegar desde la zona norte del AMBA.
- No tiene tradición de transporte, es más fácil moldearlo a la filosofía “low cost”.

Siendo que, a la vez, el aeropuerto posee una serie de desventajas, las cuales el entrevistado 1 indica:

- Equipamiento limitado en el espacio aéreo (algo se mejoró).
- Edificios pequeños e incómodos.
- Limitaciones iniciales de equipamiento del espacio terrestre. Algo se fue mejorando, pero hay que hacer mucho en temas como estacionamiento, hoteles, restaurantes y afines.
- No tiene servicio de handling, es decir, asistencia en tierra a aeronaves.

Por lo expuesto, el entrevistado 1 sostiene que la operatoria de las aerolíneas de bajo costo desde el Aeropuerto de Ezeiza no es una situación favorable para las mismas; al mismo tiempo que refiere a las controversias del Aeropuerto de El Palomar como un asunto político (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas). En este último aspecto, la entrevistada 2, informante del sector público, también adhiere que se debe a “pugnas políticas, a mezquindades y a confrontaciones ideológicas, sin tener en cuenta las verdaderas necesidades del país, respecto del transporte aéreo”; considerando, a la vez, que el Aeropuerto de El Palomar es una buena opción para la descentralización del tráfico aéreo de Buenos Aires, teniendo en cuenta la saturación operativa en la que se encontraba Aeroparque (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas).

De cara al futuro, para que la continuidad de las aerolíneas de bajo costo sea factible en el país, la entrevistada 2, informante del sector público, sostiene (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) que es imprescindible una “clara política de Estado”, independientemente del “gobierno de turno”, que permita garantías y continuidad a estas aerolíneas, es decir, visión a largo plazo, donde dicha política deberá incluir plan de vuelos, planes aeroportuarios, etc. en “función de la realidad y necesidades del país, de cada región y localidad”. En tanto, la opinión del entrevistado 4, informante del sector público (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas) al respecto es: “El principal factor que afecta a las compañías aéreas es que la mayoría de sus costos son en dólares, por lo que la volatilidad del tipo de cambio y la falta de estabilidad económica representan una dificultad para desarrollarse en Argentina”.

Síntesis del capítulo

A continuación, se expondrán los principales puntos del capítulo 2:

- En sus comienzos, la industria aerocomercial a nivel mundial se caracterizó por estar fuertemente legislada, siendo la mayoría de las aerolíneas que operaban estatales. Argentina no fue la excepción, puesto que la compañía aérea de bandera, Aerolíneas Argentinas, básicamente ha monopolizado el mercado aerocomercial de cabotaje; mientras que el gobierno nacional ha tratado de regular la competencia a favor del desarrollo de esta aerolínea.
- La desregularización del transporte aéreo tuvo sus inicios en el mercado doméstico estadounidense, para posteriormente expandirse a otros países del mundo. Sin embargo, si este proceso liberalizador continuara progresando, se generaría la concepción de un único mercado aéreo mundial, donde la fuerte competencia entre las aerolíneas dejaría de lado el carácter integrador de desarrollo económico-territorial y de equidad socio-espacial que posee este medio de transporte.
- En Argentina, el proceso de desregularización del mercado aerocomercial se produjo en los años '90 y ocasionó un aumento en la competencia, con una consecuente disminución de las tarifas aéreas. Además, la introducción de hubs regionales y rutas transversales permitió una mayor conectividad, beneficiando a ciertos destinos turísticos. Sin embargo, la crisis del año 2001 conllevó a la declaración de emergencia en la industria aerocomercial, por lo que numerosas aerolíneas dejaron de operar, produciéndose un retroceso en los avances de descentralización de rutas.
- Las compañías de bajo costo han sido producto de la liberalización de los mercados aerocomerciales. Estas aerolíneas pueden ofrecer tickets aéreos más baratos que las líneas aéreas tradicionales debido a su menor estructura de costos, siendo que las tarifas aéreas más económicas impactan de manera positiva en el mercado aerocomercial, permitiendo que una nueva porción de la población acceda a los viajes en avión, en tanto, aumenta la competencia entre las aerolíneas, lo que desencadena una reducción general de los precios de tickets aéreos.
- La eliminación de las bandas tarifarias y la apertura del mercado aerocomercial argentino, en el marco del programa “La Revolución de los Aviones” llevado a cabo por el Ministerio de Transporte de la Nación, hizo posible la incorporación de las compañías de bajo costo en el país, lo cual produjo un aumento en la competencia, la reducción tarifaria y una mayor conectividad entre pares de ciudades.

Capítulo 3: Caso de Estudio - San Carlos de Bariloche

A través de este último capítulo se pretende averiguar acerca de las implicancias de las compañías aéreas de bajo costo sobre la articulación territorial para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche. Para ello, primero se realizará una breve reseña histórica y descripción de las características del destino; para luego analizar la importancia del transporte aéreo dentro del sistema turístico de Bariloche. Posteriormente, se investigará acerca del impacto que ha tenido el ingreso de las compañías aéreas de bajo costo en el sistema aerocomercial para el caso de estudio en lo que respecta a la conectividad aérea, así como el vínculo de esta con la articulación territorial, y, para tales fines, se elaborará un coeficiente de conectividad. Finalmente, se pretende establecer el grado de incidencia que las compañías aéreas de bajo costo han tenido para el desarrollo del turismo en San Carlos de Bariloche.

Bariloche, destino turístico

La ciudad de San Carlos de Bariloche se ubica en la región patagónica de la Argentina, en la provincia de Río Negro, a 1580 km de distancia respecto a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y a 806 km de la capital provincial, Viedma. Bariloche se encuentra emplazada dentro de las inmediaciones del Parque Nacional Nahuel Huapi, junto a la Cordillera de los Andes, caracterizándose por paisajes de montañas, lagos, bosques y arroyos. En lo que respecta a la población, de acuerdo con la Dirección de Estadísticas y Censos de la provincia de Río Negro, la proyección para el año 2020 es de 137.551 habitantes, siendo Bariloche la ciudad más poblada de la provincia de Río Negro. Su clima es templado durante los meses de verano, alcanzando temperaturas entre 20°/28° centígrados; mientras que en invierno las temperaturas descienden entre -10°/1° centígrados. El período invernal es ideal para la práctica de deportes y actividades en la nieve, en tanto los meses estivales son aptos para distintas formas de turismo activo (Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro, 2017), por lo que el destino posee una doble temporada turística.

Para la economía de Bariloche, el turismo es una importante fuente de crecimiento local. La ciudad cuenta con una gran infraestructura para el goce de los recursos naturales disponibles en el destino: variedad de alojamientos, cinco centros invernales, oferta de actividades al aire libre (pesca, escalada, trekking, cabalgata, rafting, golf, canopy, mountain bike, navegación, entre otros), un aeropuerto con categoría internacional, tres puertos lacustres y gran oferta gastronómica en chocolatería, bares, cafés y restaurantes (Barrios García, 2019). En el año 2012, la ciudad fue declarada capital nacional del turismo aventura, y en 2015 capital nacional del chocolate⁴.

Históricamente, el desarrollo del turismo en Bariloche, Behnisch (2018) afirma, ha acompañado el progreso de una pequeña comunidad agroforestal-ganadera que se dedicaba al autoabastecimiento y explotación de una red comercial establecida en regiones cercanas, tanto del lado argentino como chileno de la Cordillera de los Andes. En verdad, fueron los flujos de dicha red comercial los que coadyuvaron a componer las bases para los inicios de la actividad turística en la ciudad, siendo que la primitiva infraestructura con la que contaba Bariloche en aquel entonces estaba pensada originalmente para cubrir las necesidades de los comerciantes de la zona (Niembro,

⁴ <https://www.barilocheturismo.gob.ar/es/sobre-bariloche>

2011). El mismo autor señala, fue a principios del Siglo XX cuando se produce la llegada de los primeros turistas a la ciudad, provenientes de Buenos Aires y referentes de la burguesía porteña. Sin embargo, el viaje hasta Bariloche solía representar una travesía no exenta de ciertas dificultades; por lo que, para el desarrollo propicio del turismo en la región, resultaba necesaria la construcción de vías férreas y caminos modernos que favorecieran la mayor afluencia de visitantes (Bessera, 2006).

En la etapa incipiente de desarrollo turístico en el país, el ferrocarril tuvo un papel destacado; diversas compañías ferroviarias construyeron o compraron hoteles en zonas turísticas entre el período de 1910 y 1920, ofreciendo boletos combinados que incluían traslado y estadía; por lo que este medio de transporte, se podría decir, ayudaba a constituir “el mapa regional del turismo en el país” (Ospital, 2005). Entre algunos de los “hoteles de origen ferroviario” se encontraban: Puente del Inca y El Sosneado en la provincia de Mendoza, Yacanto en Córdoba y el Club Hotel de Sierra de la Ventana, Buenos Aires (Potenze, 2017). El éxito de la combinación entre “riel y sierras”, Ospital (2005) demuestra, se puede apreciar a través de cifras concretas: en 1910 se registraron un total de 6.321 turistas que ingresaron por ferrocarril a la localidad cordobesa de Alta Gracia, diez años después esa cifra trepó a 37.704, mientras que en 1930 se duplicó alcanzando los 68.990 turistas.

Cabe mencionar que, en principio, el turismo en el país era practicado solamente por las clases pudientes, quienes emulaban los comportamientos de las clases altas europeas, teniendo el turismo una clara función social que reforzaba el sentido de pertenencia de dicho sector; siendo los lugares factibles de valorización turística aquellos que permitieran esta práctica social en entornos naturales (lugares de playa, montañas, con paisajes pintorescos); además de que contaran con la accesibilidad y equipamiento necesarios (Bertoncello, 2006). Por lo que Bariloche, con sus bellos paisajes de lagos y montañas, se consolidaría con el tiempo como un destino de reunión de la elite porteña por excelencia, siendo conocida como la “Suiza argentina”.

La actividad turística en Bariloche no cobró relativa importancia sino hasta la década de los años '30, cuando se dio origen a una “etapa de turismo planificada por el Estado Nacional” (Núñez & Vejsbjerg, 2010). Como lo hace notar Capanegra (2006), el gobierno argentino le había otorgado al turismo una función “civilizadora”, esto es, como “un instrumento de modernización que contribuía a la transformación eficaz de la Argentina rural en moderna nación urbana”, por lo que había un gran interés de parte del gobierno nacional en realizar intervenciones para el desarrollo del turismo en el país. Dicha función, afirma el mismo autor, se potenció con las modificaciones legislativas ocurridas en el país como la introducción del sábado inglés, el establecimiento de jornadas laborales de ocho horas y vacaciones obligatorias, lo cual favoreció el desarrollo del turismo en sectores medios de la población. Ambos factores, es decir, la creciente clase media que accedía a vacacionar por Argentina y el notorio reconocimiento e intervención por parte del Estado en materia turística, se vincularon, en cierto modo, con la crisis económica que atravesaba el país por aquel entonces, que encontraba la causa de los “males argentinos” en la falta de integración territorial y desarrollo del interior y el Litoral argentino (Piglia, 2012).

Por tanto, la creación del Parque Nacional Nahuel Huapi, ejecutada a través de la Dirección de Parques Nacionales en 1934, buscó dar respuesta a las necesidades de poblar la zona fronteriza de la Patagonia que se consideraba en “peligro”, cumpliendo con las demandas organizativas del país (Núñez & Vejsbjerg, 2010). Asimismo, la creación del parque en cuestión, que se estableció en las tierras donadas por el Perito Moreno, obedecía además a objetivos de preservación y disfrute de los visitantes del entorno natural (Bertoncello, 2006). El mencionado autor destaca que la Dirección de

Parques gestionó, a los fines de garantizar accesibilidad y el correcto cumplimiento de los objetivos propuestos, la construcción del Centro Cívico de Bariloche, una serie de caminos que permitían recorrerlo, así como la construcción de equipamiento hotelero, destacándose el lujoso hotel Llao-Llao. A través del mejoramiento hotelero y el fomento de las prácticas deportivas de invierno, como el esquí, se buscaba mantener los estándares para satisfacer a una demanda turística de elite (Piglia, 2012).

Mientras que, para el mismo año (1934), una de las compañías ferroviarias más importantes que operaban en el país, de origen inglés, comenzó a ofrecer pasajes hacia Bariloche (Ospital, 2005). Sin embargo, ya para esa época, la misma autora señala, el rol del ferrocarril como integrador territorial estaba siendo desplazado por un innovador medio de transporte: el automóvil; por lo que durante la década del '30, los esfuerzos gubernamentales se centraron en la expansión de la red vial, a fin de fomentar el uso de este medio de transporte. Según Piglia (2012), la ampliación de la red de caminos y la difusión del automóvil a lo largo del país generaron nuevas posibilidades turísticas, emergiendo así nuevos destinos y nuevas formas de practicar turismo, como el camping y el recorrido de trayectos de ruta como actividad turística en sí; lo cual era característico de la clase media. En lo que respecta al transporte aéreo, si bien su desarrollo aún era incipiente, para la región patagónica representaba una vía de comunicación de alto valor social; por lo que entrada la década de los años '40, se produjeron reclamos por parte de los pobladores del sur solicitando el otorgamiento de nuevas rutas para la aerolínea Aeroposta (Piglia, 2015a). En tanto, la empresa, a través de la distribución de su revista en la región, destaca la misma autora, buscaba generar una "conciencia aeronáutica", esto es, estimular a los habitantes para que empleasen el avión en sus viajes "con la misma naturalidad que si se tratase del tren o el automóvil"; ya que en aquel entonces el avión no era visto como un medio de transporte seguro.

Ahora bien, la consolidación del turismo como articulador de la economía de Bariloche en las décadas de los años '40 y '50, guarda relación con el fomento, por parte del gobierno nacional, del turismo social; lo cual se vio reflejado a través del aumento significativo de los visitantes de clase media en el destino, así como en la construcción de hoteles sindicales; Bariloche comenzaba entonces a dejar atrás su imagen de "exclusividad" (Niembro, 2011). Asimismo, Ospital (2005) señala, la Dirección de Parques, por aquel entonces, abogaba por la implementación de formas para superar las grandes distancias que separaban al destino turístico de la Capital Federal, principal centro proveedor de turistas; a la vez que se realizaban diversos pedidos a las compañías ferroviarias que operaban en la zona solicitando rebajas en los precios de los pasajes para que profesionales y empleados en general pudieran emprender el viaje hacia Bariloche. En tanto, el transporte aéreo resultaba ser muy oneroso para el común de la población; puesto que un pasaje entre El Palomar y Bariloche en 1942, ruta operada por la aerolínea LASO, costaba aproximadamente del 77 a 94% de lo que percibía un director de escuela en Capital Federal (Piglia, 2015b). Superar las limitaciones de accesibilidad en el destino era de vital importancia para el desarrollo turístico de Bariloche.

En la década del '60, el desarrollo sostenido del turismo y el mayor crecimiento urbanístico; junto con la inauguración del Aeropuerto en 1966 y la pavimentación de las rutas de acceso, fueron algunos de los factores que coadyuvaron a la consolidación del turismo como sector monoproduktivo de la economía de Bariloche (Bosch et al., 2004, citados en Niembro, 2011). De acuerdo con Schlüter (1994), la pavimentación de las rutas favoreció notablemente a la cantidad de turistas que ingresaron al destino por automotor y al "libre desplazamiento por los alrededores", fomentando además el turismo de camping y los viajes todo incluido en autobús. Además, como se mencionó previamente, durante esta época, las líneas aéreas ALA y Austral ingresaban al "negocio

turístico”, apuntando a los vuelos todo comprendido (VTC); por lo que crearon la subsidiaria Lagos del Sur (agencia de viajes), que incursionó en la hotelería y debutó ganando la concesión del Catedral Sky Hotel de Bariloche (véase Figura 3) (Potenze, 2017). Sin embargo, el mismo autor considera, las compañías aéreas estaban atrasadas en este aspecto si se las compara con las empresas ferroviarias de medio siglo atrás, que ofrecían pasajes combinados con estadías en hoteles ya para esa época.

Para los años '70, el turismo extranjero comenzó a tomar una gran relevancia en el destino, al tradicional flujo de visitantes chilenos, se le sumará el mercado brasilero, además de los visitantes de origen europeo y estadounidense (Niembro, 2011). Al mismo tiempo que, dicho autor destaca, el turismo estudiantil comenzará a ganar presencia en el destino. En tanto, en 1971, la aerolínea Austral lanza “Sol Jet”, una agencia de viajes que ofrecía paquetes turísticos a precios accesibles y con posibilidades de financiación a varios destinos del país, entre ellos Bariloche (véase Figura 3); lo que le permitió, por un lado, a la clase media incorporar al avión como medio de transporte para sus vacaciones; y por otro, popularizar el esquí, un deporte hasta entonces exclusivo (Potenze, 2015). Durante las décadas previas, el viaje en avión, afirma Piglia (2015a), “era una actividad costosa y que solo podía afrontarla una minoría”; existiendo el fenómeno del “pasajero frecuente”, muy habitual en los viajes a la Patagonia.

Figura 3: Publicidades de Lagos del Sur (izquierda) y Sol Jet (derecha), ambas agencias de viajes de la aerolínea Austral, promocionando Bariloche

Disfrute Bariloche en agosto y septiembre

Excursión "Ski en el Catedral"

Conozca el Cerro Catedral y combine 8 días de descanso con la práctica de un nuevo y emocionante deporte. Para que Ud. goce de esta excursión hemos organizado un servicio que incluye: Pasaje Buenos Aires-Bariloche-Buenos Aires en Jet BAC-One Eleven de Austral. Alojamiento en el Gran Hotel Catedral u Hotel Bellavista con pensión completa. Provisión de equipo completo de primera categoría para practicar ski. 12 horas de clases de ski y utilización de los medios de elevación (Cable carril, Chair-Lift, Ski-Lift). Excursiones opcionales a la Isla Victoria y Bosque de los Arrayanes.

PRECIO DE LA EXCURSION POR PERSONA: m\$N. 80.000.-
FORMA DE PAGO: Anticipo m\$N. 20.000.- y 6 cuotas de m\$N. 10.000.- sin interés. Bonificación por pago al contado: m\$N. 5.000

AUSTRAL
Reservas: Tel. 42-3411/19 (durante las 24 hs.)
Informes: Tel. 44-0017/8/9 y 10 (durante las 24 hs.)

Lagos del Sur
Ayacucho 2180
Tel. 42-9396
Consulte a su agente de viajes.

SOL-JET lo lleva a LA MAGIA BLANCA...y al Ski. 8 días en Bariloche, aprendizaje incluido: \$ 695.

SOL Y SKI EN LOS PLANES DE SOL-JET. 8 DIAS EN LOS MEJORES HOTELES.

La magia de un paisaje que no tiene iguales en el mundo... y la emoción de una actividad deportiva que lo hará sentirse dueño de la montaña y de la nieve. Visitando los lugares más deslumbradores de Bariloche. POR POCO MAS DE LO QUE LE COSTARIAN LOS PASAJES SOLAMENTE. Incluidas las lecciones para los que se inician en el ski, a cargo de profesores argentinos, austriacos y norteamericanos, con provisión total del equipo necesario.

Alojamiento en habitaciones dobles con baño privado. Servicio de comidas de primer nivel. Excursiones a los lugares de Bariloche que se cuentan entre los centros más valorados del turismo mundial: Isla Victoria, Cerro Catedral, Arrayanes de Quetrihué.

UN VIAJE DISTINTO EN LOS JETS BAC ONE-ELEVEN DE Austral. Pasajes de ida y vuelta en los jets Bac One-eleven de Austral; toda la velocidad -2 horas de trayecto- y toda la serenidad que Ud. desea para su viaje a Bariloche.

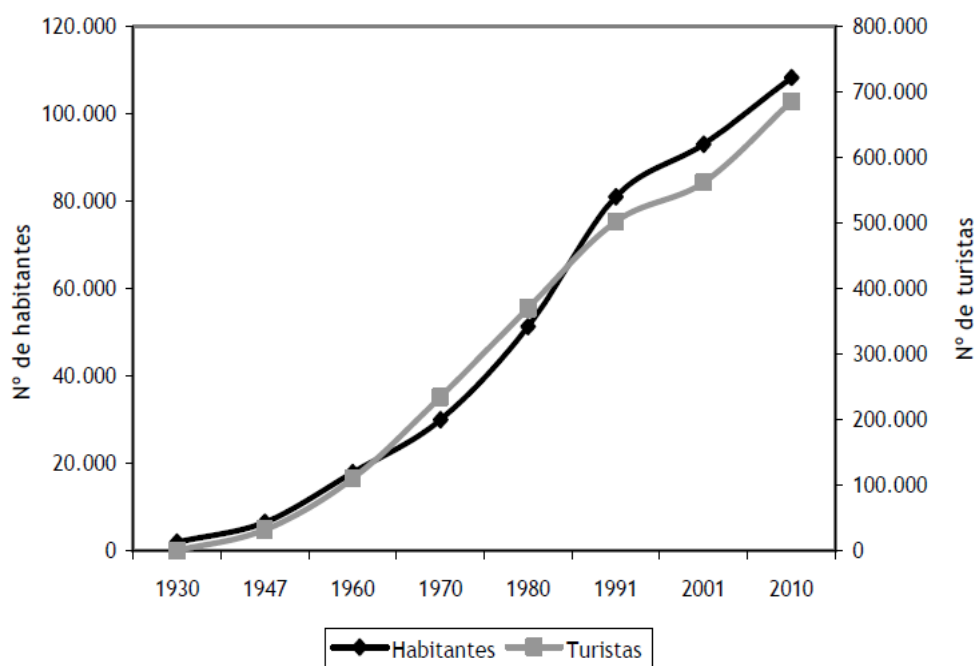
Si prefiere realizar una gira íntegramente turística, puede optar por los planes sin ski, en los que se intensificó el programa de excursiones. Todo incluido: \$ 595. Consulte a su agente de viajes sobre reservas y planes de pago.

SOLJET

Fuente: Potenze (2017)

El esquí, practicado principalmente en el Cerro Catedral, concentraba la mayor afluencia de visitantes durante el mes de julio; de modo que para suplir el flujo de turistas y lograr una ocupación hotelera rentable durante los meses restantes, el turismo de fin de curso apareció como una alternativa factible, convirtiéndose luego en el mayor segmento turístico para la ciudad; sin embargo, también se concentraba durante la época invernal (Schlüter, 1994). De esta manera, la economía de Bariloche, al basarse en el turismo, padecía los vaivenes de la estacionalidad característica de la actividad; mientras que el vínculo entre los movimientos migratorios y los momentos de alza económica, se había asentado en los requerimientos de mano de obra para trabajar en turismo (Niembro, 2011). Como puede observarse en la Figura 4, existe una clara relación entre la evolución de la cantidad de habitantes de la localidad con el crecimiento de visitantes.

Figura 4: Evolución del número de habitantes y turistas en San Carlos de Bariloche



Fuente: Niembro (2011)

La figura 4, además, demuestra que la cantidad de turistas ha crecido aceleradamente desde los años '70 hasta los '90, produciéndose luego una merma en el ritmo de crecimiento, la cual Bosch et al. (2004, citados en Niembro, 2011) asocia al plan de convertibilidad que implicó una profunda reducción en la competitividad del destino, baja ocupación y rendimiento de los servicios turísticos, pérdida de puestos de trabajo y precarización del empleo. Posteriormente, con la salida de la convertibilidad y el repunte de la economía, el turismo experimentó una notable recuperación; mientras que para el período 1989-2002 el arribo de turistas anuales al destino promedió en 575.000, a partir del año 2003 la media de turistas se estructuró en el rango de los 700.000 (Niembro, 2011).

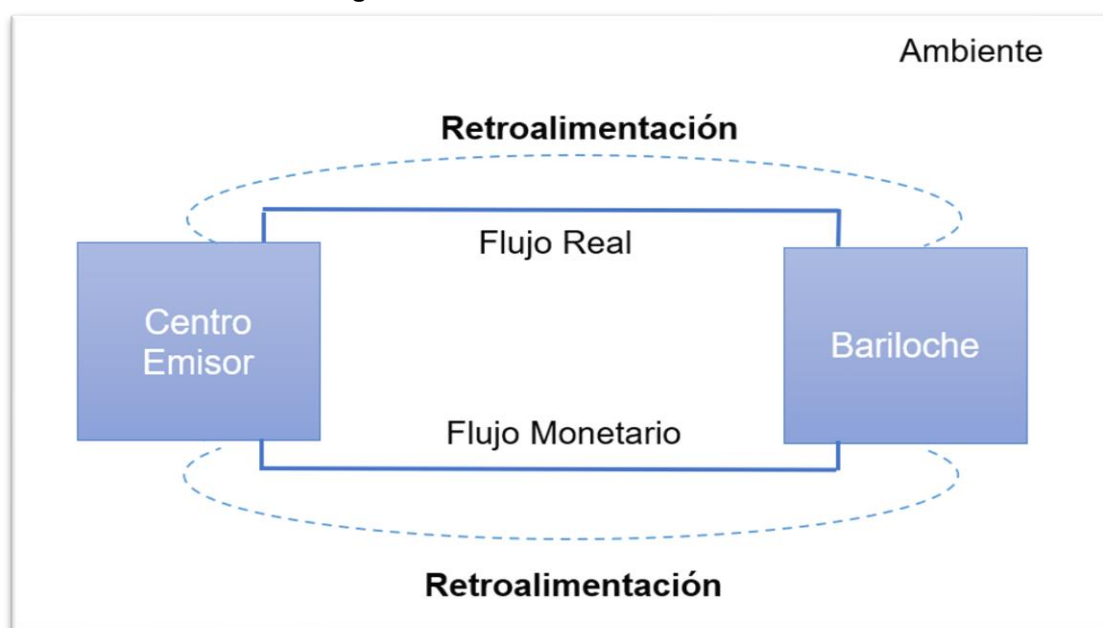
Por otra parte, según el Plan Estratégico y de Competitividad Turística de San Carlos de Bariloche (1998), para el año 1996, los arribos de turistas en avión representaban el 18,7% del total, superando ampliamente a los ingresos por tren (0,3%) y lacustre (2,7%), mientras que el medio de transporte más utilizado era el ómnibus (49,9%) y en segundo lugar se encontraba el automóvil particular (28,5%). El Plan, asimismo, sostiene que la lejanía de Bariloche en términos nacionales e internacionales es uno de los principales factores de "freno" de la actividad turística; por lo que plantea que el mejoramiento de la

accesibilidad es fundamental para el desarrollo del destino, destacando particularmente el rol del transporte aéreo, ya que es la modalidad más “práctica” para acceder a los mercados internacionales y el medio “natural” para acceder a los principales centros emisores internos como Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba. El plan alega, además, que “la escasez e inadecuación de los enlaces aéreos” es una de las grandes falencias que limitan el desarrollo turístico de Bariloche; siendo “imprescindible potenciar el papel de Bariloche como hub aéreo regional y mejorar las conexiones aéreas” tanto de los principales centros emisores, como de los aeropuertos patagónicos y chilenos.

La figura 5 es una representación del sistema turístico de Bariloche, donde el flujo real simboliza el desplazamiento que realizan los turistas desde su lugar de residencia (centro emisor) hacia el centro receptor (Bariloche). Dicho flujo, entonces, representa tanto el desplazamiento de los turistas nacionales, que como hemos mencionado previamente, provienen mayoritariamente de las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe; como el de los turistas internacionales, siendo en este caso los centros emisores más representativos Chile, Brasil, Estados Unidos y ciertos países de Europa. Por otra parte, el flujo monetario se encuentra dado por el nivel de gasto que realizan los turistas tanto durante el desplazamiento como durante su estadía en el destino. Mientras que, el ambiente está representado por todos aquellos factores ajenos al sistema, pero que en cierta manera ejercen influencia sobre el mismo, como por ejemplo los cambios tecnológicos, socioeconómicos, culturales, etc.; por lo que el sistema responde a los estímulos con una serie de outputs que a la vez influyen sobre el ambiente, generándose así una retroalimentación entre ambos (García, 2012).

Dada las grandes distancias que separan al destino turístico de los centros emisores, damos cuenta de la importancia que poseen los medios de transporte para posibilitar el desplazamiento de la demanda y, por ende, la actividad turística. Como se ha expuesto previamente, el transporte aéreo resulta primordial para salvar estas grandes distancias, por lo que su desarrollo en el destino en lo que refiere a conectividad aérea, nuevas modalidades, frecuencias aéreas y asientos disponibles, es fundamental para el sector turístico.

Figura 5: Sistema turístico de Bariloche



Fuente: elaboración propia en base García (2012)

Conectividad aérea

El transporte, como se ha evaluado anteriormente, posee la funcionalidad de dotar de accesibilidad a los territorios, permitiendo así el desenvolvimiento de actividades productivas y de servicios, entre ellos, el turismo. En la era global, el transporte aéreo se destaca por sobre el resto de los medios superficiales, ya que posibilita la percepción de un espacio diferente, resultando, de esta manera, la modalidad de transporte preferente entre los turistas. De aquí que, una adecuada red de servicios aéreos en los destinos turísticos, lo cual implica tanto frecuencias aéreas, conectividad entre ciudades como oferta de asientos, se vuelve esencial para lograr un desarrollo turístico sostenido en el tiempo.

Como hemos mencionado, Bariloche, posee la peculiaridad de encontrarse alejada de los principales centros emisores nacionales e internacionales, por consiguiente, el avión, debido sus características, resulta ser de vital importancia para lograr la afluencia de turistas a la ciudad. De esta manera, es oportuno comenzar con el análisis que permitirá determinar en qué grado la incorporación de las aerolíneas de bajo costo al sistema aerocomercial argentino ha impactado en la conectividad aérea del destino.

En términos generales, en lo que respecta al año 2018, primer año de operatoria de las compañías de bajo costo, Flybondi ha operado 7.000 vuelos y transportado a 865 mil pasajeros, volando 18 rutas domésticas y 3 rutas internacionales; siendo que muchas de las conexiones no eran operadas por ninguna otra compañía aérea hasta ese momento, como el caso de las rutas Córdoba-Corrientes y Mendoza-Iguazú (ANAC, 2018). En tanto, según la fuente citada, Norwegian en apenas dos meses y medio (octubre-diciembre) terminó el año 2018 habiendo transportado un total de 10.000 pasajeros y habiendo alcanzado el 5% de la cuota del mercado. En ese sentido, el año 2018 significó “el despegue” de las compañías de bajo costo. Posteriormente, en el año 2019 se suma la empresa chilena JetSMART; y hasta octubre de ese año, las compañías aéreas de bajo costo habían transportado a más de 3 millones de personas, por lo que 1 de cada 5 pasajeros que volaban internamente en el país, lo hacían con este tipo de aerolínea; siendo que entre el 15% y el 20% de los viajeros que vuelan con esta modalidad lo hacen por primera vez (El Economista, 2019).

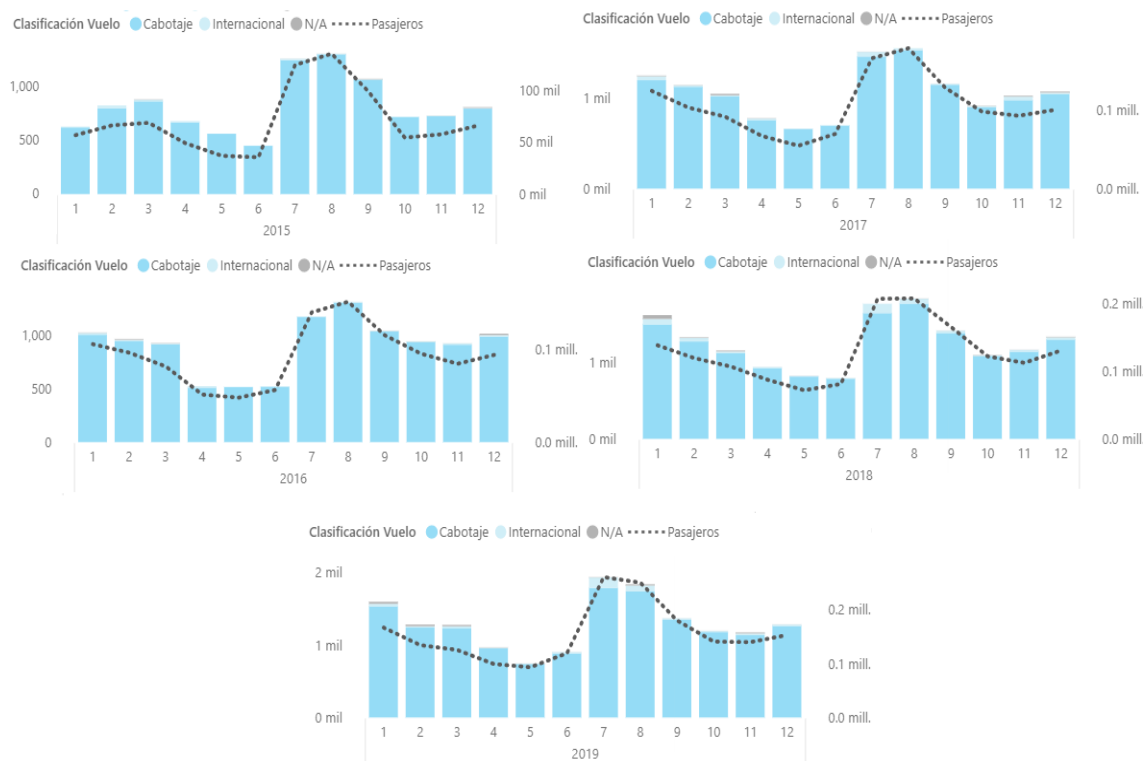
Asimismo, de acuerdo a un estudio que ha realizado la consultora CIO Investigación publicado por Hosteltur (2020) y basado en una encuesta a 1.100 personas de 23 aglomerados urbanos de las seis regiones del país, las aerolíneas de bajo costo tienen un 93% de valoración positiva a lo largo del país. Dicho estudio, además, señala que el 92% de los encuestados considera que esta modalidad aérea permite viajar en avión a personas que antes no podían hacerlo, así como el 86% cree que las personas que ya viajaban en avión, ahora lo hacen con más frecuencia; en tanto el 92% opina que las compañías de bajo costo logran que las provincias estén más conectadas entre sí y el 87% piensa que promueven el desarrollo del turismo en las provincias (Hosteltur, 2020).

Ahora bien, para realizar el análisis propuesto, se tendrán en cuenta una serie de variables a saber: cantidad de pasajeros transportados en avión, cantidad de asientos disponibles, frecuencias y rutas aéreas del Aeropuerto de San Carlos de Bariloche para el período 2015-2019. Con lo cual, se analizará el estado de situación del mercado aerocomercial de Bariloche previo a la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo (años 2015-2017) versus el estado aerocomercial post incorporación de dichas aerolíneas (2018-2019). A través del análisis, se podrá indagar acerca del impacto de estas aerolíneas en lo que respecta al mercado aerocomercial y la conectividad aérea del destino, y si hubo un efecto de descentralización de las rutas aéreas, que

históricamente han sido centralizadas en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Por lo que, a tales fines, se elaborará un índice de conectividad aérea.

Asimismo, el análisis comprenderá los meses de alta temporada turística, es decir, diciembre, enero y febrero para la época estival, y los meses de julio, agosto y septiembre correspondientes a la temporada invernal. De esta manera, el turismo tendrá una mayor incidencia en los desplazamientos en avión ya que se analizarán los meses donde la demanda turística en el destino es más significativa. Cabe aclarar que cada año del período analizado tiene en cuenta el mes de diciembre del año anterior, así, por ejemplo, para la temporada estival del año 2016, se tiene en consideración también el mes de diciembre del 2015. Sin embargo, en el caso del año 2015, no se ha podido incluir en el análisis el mes de diciembre del año 2014 ya que la página de estadísticas de la ANAC revela datos únicamente para el período de tiempo 2015-2019.

Figura 6: Cantidad de pasajeros transportados y movimientos por mes Aeropuerto de Bariloche



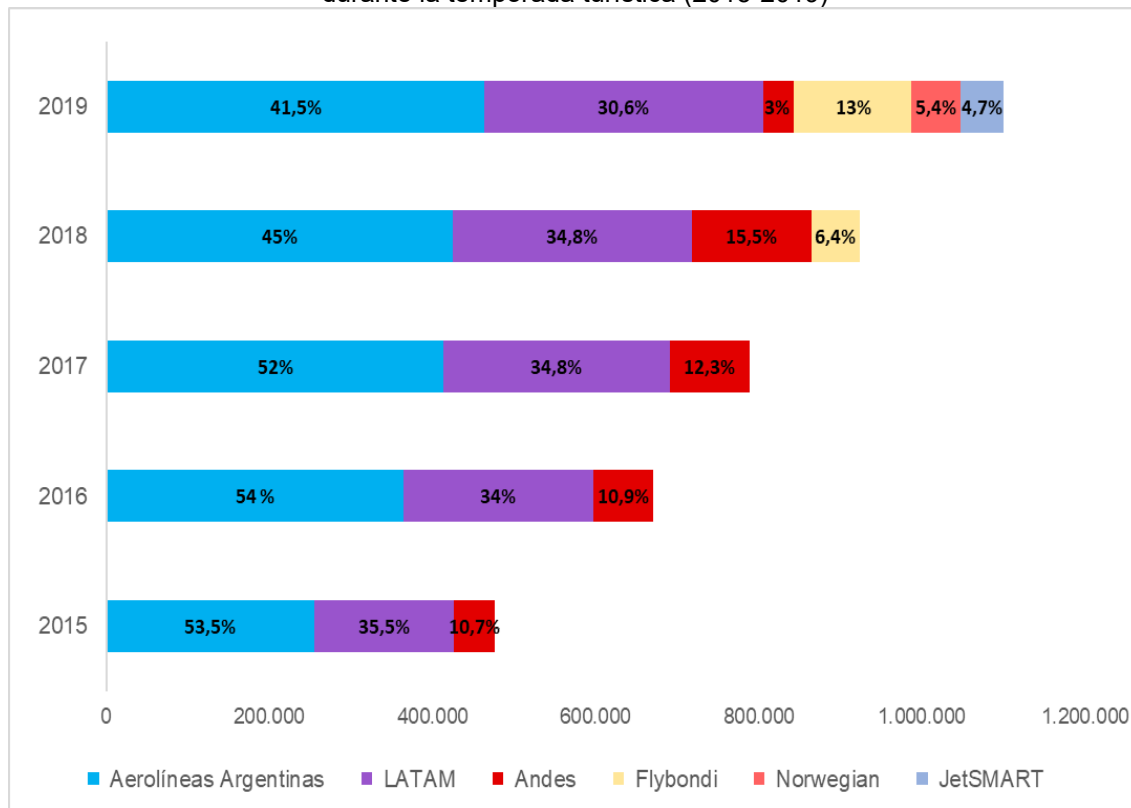
Fuente: <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

En primera instancia, la figura 6 muestra tanto la cantidad de movimientos, esto es, aterrizajes y despegues, así como la cantidad de pasajeros transportados del Aeropuerto de Bariloche para los años analizados. En este caso, la figura enseña la totalidad de los meses del año a los fines de demostrar la estacionalidad que caracteriza al destino. Se puede apreciar, entonces, que se produce un crecimiento tanto en la cantidad de movimientos como de pasajeros en los meses de verano e invierno, siendo el aumento mucho más significativo para este último. Por lo que, de esta manera, queda reflejada la fuerte relación entre la actividad turística de Bariloche y el transporte aéreo.

A continuación, se analizará la variable cantidad de pasajeros transportados, que tiene en cuenta tanto a los pasajeros embarcados como desembarcados en Bariloche, de vuelos de cabotaje e internacionales. Si bien, esta variable incluye también a los pasajeros embarcados desde Bariloche hacía otros destinos, la misma resulta ser primordial para el análisis ya que refleja la demanda de servicios aéreos para el caso de

estudio. Cabe aclarar, asimismo, que para la evaluación tanto de la demanda como de la oferta aérea han quedado excluidos los servicios brindados por las aerolíneas brasileras (Gol y Azul), debido a que el análisis en cuestión comprende al sistema aerocomercial argentino.

Figura 7: Cantidad de pasajeros del Aeropuerto de Bariloche y distribución por aerolínea durante la temporada turística (2015-2019)



Fuente: elaboración propia en base <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

Ahora bien, la figura 7 demuestra la cantidad de pasajeros transportados para el período en cuestión, así como la distribución de los mismos por cada compañía aérea. De acuerdo con la figura, podemos apreciar que la cantidad de pasajeros transportados ha ido en aumento ininterrumpidamente durante el período analizado. Si comparamos la cantidad de pasajeros del año 2015 vs año 2019, daremos cuenta que el crecimiento resulta ser del +133%, esto es, en términos absolutos, de casi medio millón de pasajeros en el año 2015 ha aumentado a más de un millón en el año 2019, por lo que la cantidad se ha más que duplicado. Como se ha mencionado previamente, los datos anuales expuestos solo tienen en cuenta los meses de temporada turística (diciembre, enero, febrero, julio, agosto y septiembre).

En lo que refiere a la distribución de pasajeros por aerolínea, se puede apreciar en el gráfico que previo a la incorporación de las aerolíneas de bajo costo, el mercado aerocomercial de Bariloche se encontraba concentrado en tres aerolíneas: LATAM, Andes y Aerolíneas Argentinas, siendo esta última la que mayor cuota del mercado registraba (53%). Progresivamente, dicha aerolínea ha ido perdiendo su hegemonía en la participación del mercado en la medida que fueron ingresando otros competidores, obteniendo una cuota del 45% para el año 2018 y del 41,5% en el año 2019. Sin embargo, cabe destacar que no se trata de una merma en la cantidad de pasajeros transportados por la aerolínea en cuestión, sino que el ingreso de otras compañías

aéreas ocasionó que la oferta se fuera diversificando, permitiendo a los pasajeros seleccionar entre otros competidores.

De esta manera, en el año 2018, Flybondi comienza sus operaciones en el destino, registrando una cuota del mercado del 6,4%, lo que, en términos absolutos, representó casi 60.000 pasajeros transportados desde y hacia el destino en cuestión. Posteriormente, en el año 2019, con el ingreso de otros competidores de esta modalidad (JetSMART y Norwegian), las aerolíneas de bajo costo comenzaron a tener mayor presencia en el mercado: Flybondi aumentó su porcentaje de participación en un 100% respecto al año anterior, obteniendo una cuota del 13%, mientras que la participación de Norwegian fue del 5,4%, la de JetSMART, la aerolínea chilena y última en comenzar sus operaciones, fue de un 4,7%. Si se suman las tres cuotas, en total las aerolíneas de bajo costo transportaron al 23% de los pasajeros, lo que, en términos absolutos, representa un total de casi 260.000 pasajeros, esto es, un 430% más que el año anterior, cuando solo operaba Flybondi.

Como se mencionó previamente, entre el 15% y el 20% de las personas que vuelan con las aerolíneas de bajo costo, lo hacen por primera vez; por lo que las mismas representan el acceso al viaje en avión para una porción de la población que, dado los precios de los pasajes aéreos de las compañías tradicionales, no hubieran podido hacerlo. En ese sentido, la quita del piso tarifario ha sido un aspecto fundamental para que las aerolíneas de bajo costo pudieran rebajar los precios de los tickets aéreos. De esta manera, si tomamos los porcentajes de referencia, se puede afirmar entonces que en el año 2019 han viajado casi 44.000 pasajeros más desde y hacia el destino gracias a la incorporación de las compañías de bajo costo; que de no existir las mismas, no lo hubieran hecho.

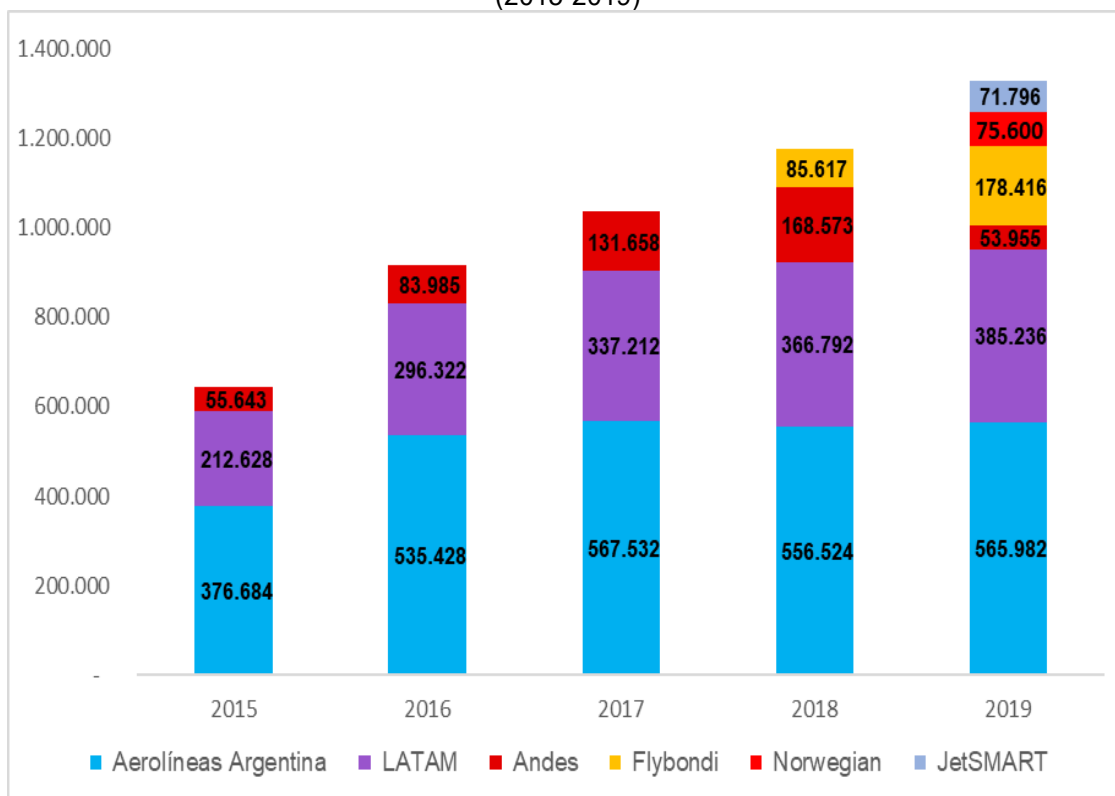
Lo cierto es que la cantidad de pasajeros transportados, es una variable que se encuentra asociada a la cantidad de asientos disponibles. Por ello, resulta pertinente introducir las variables que determinan la oferta aérea, a saber: asientos disponibles, frecuencias y rutas aéreas; las cuales, a su vez, se encuentran interrelacionadas entre sí. A continuación, se expondrá a través de la figura 8 la evolución de la cantidad de asientos ofrecidos en el destino, teniendo en cuenta tanto vuelos de cabotaje como internacionales, aunque estos últimos no representan una porción significativa del total.

Cabe mencionar, para poder realizar el cálculo de la cantidad de asientos ofrecidos, se han tenido en cuenta los modelos de aeronaves con los cuales han operado durante el período analizado las líneas aéreas, dato disponible a través de la página web de la ANAC. Asimismo, se ha consultado en los sitios web oficiales de las aerolíneas y el anuario estadístico 2017 de la Empresa Argentina de Navegación Aérea (EANA), información respecto a la flota y de esta manera determinar cuántos asientos dispone cada modelo de aeronave. Posteriormente, tras averiguar la proporción de movimientos, esto es, cantidad de despegues y aterrizajes, que ha realizado cada modelo de aeronave de cada aerolínea por año, se ha multiplicado la cantidad de asientos correspondientes al modelo de avión por la cantidad de movimientos realizados por el mismo, para así finalmente determinar la cantidad de asientos ofrecidos en el destino durante el período analizado.

De esta manera, se corroboró que Aerolíneas Argentinas ha operado en el mercado evaluado mayoritariamente con aeronaves modelo Boeing 737 con capacidad de 170 asientos; así como aeronaves modelo Embraer 190 (96 asientos). Únicamente, en el año 2016, operó con otros dos tipos de aeronaves: Airbus A340 y Airbus A330, con 292 y 272 asientos respectivamente. En cuanto a LATAM, el único tipo de aeronave que ha utilizado es el Airbus A320 de 174 asientos, mientras que Andes ha utilizado

mayoritariamente aeronaves modelo McDonnell Douglas MD83 con capacidad de 165 asientos, y ocasionalmente con aeronaves modelo Boeing 737 (189 asientos). En tanto, las aerolíneas de bajo costo han operado con aeronaves cuyas capacidades son similares: Flybondi y Norwegian han empleado modelos Boeing 737 (189 asientos), y JetSMART lo ha hecho con modelos Airbus A320 (186 asientos).

Figura 8: Cantidad de asientos ofrecidos por aerolínea en el destino durante temporada alta (2015-2019)



Fuente: elaboración propia en base a <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

Ahora bien, como se observa en la figura 8, la cantidad de asientos ofrecidos lógicamente también ha ido en aumento durante los años comprendidos entre 2015 y 2019. Si analizamos en términos relativos, la oferta de asientos se encontraba concentrada entre Aerolíneas Argentinas y LATAM para los primeros tres años, en promedio 57% y 33% respectivamente. En tanto, Aerolíneas Argentinas ha tenido un pico en el año 2017 de 567.532 asientos disponibles, para posteriormente, reducir su oferta, aunque no en cantidades significativas (-1%). Sin embargo, en términos relativos, el porcentaje de asientos ofrecidos por dicha aerolínea en el mercado aerocomercial de Bariloche descendió hasta un 47% para el año 2018 y 43% para el año 2019. Esto se debe a la diversificación de la oferta ocasionada por el ingreso de otros competidores.

Así pues, Flybondi, en el año 2018, se incorpora al mercado aéreo de Bariloche con una cantidad de 85.617 asientos, representando un 7% del total. En el año 2019, la oferta de esta aerolínea en el destino se duplica, con un total de 178.416 asientos (13% en términos porcentuales), mientras que las competidoras de esta misma modalidad, Norwegian y JetSMART, ofrecen 75.600 y 71.796 asientos respectivamente, esto es, 6% y 5% en términos relativos. Al mismo tiempo, se observa una notable reducción en la oferta de la compañía aérea Andes (-32%).

De esta manera, a través del ingreso de las compañías aéreas de bajo costo, se han incorporado al mercado de Bariloche un 24% más de asientos disponibles, los cuales

además poseen la característica de ser mucho más económicos que los de las aerolíneas tradicionales. Por lo que, este aumento en la oferta aérea del destino, conllevó análogamente a un aumento en la cantidad de pasajeros transportados, como se ha comprobado anteriormente (+44 mil pasajeros). Asimismo, lo que hemos de observar, según ANAC (2019), es que la mayor disponibilidad de asientos en el mercado se explica con más rutas y frecuencias, así como el incremento del número de aeronaves.

Por tanto, resulta pertinente introducir aquí, el coeficiente de conectividad aérea (CC), el cual permitirá determinar en qué grado varió la conectividad del destino para el período analizado. El CC, de acuerdo con Díez-Pisonero (2012) “es una medida topológica que evalúa la conectividad real de un nodo (los arcos que unen ese nodo con otros) en relación con su conectividad potencial (el número total de arcos susceptibles de relacionar el nodo con los demás del sistema, es decir, todos menos el mismo)”. En este caso, se evaluará a través del coeficiente, el grado de conectividad nacional del destino, es decir, no se tendrán en cuenta las conexiones internacionales por resultar las mismas muy ínfimas. De esta manera, se evaluará el grado de vertebración del destino con el resto de los sistemas urbanos a nivel nacional.

Como hemos mencionado anteriormente, las redes de transporte y la calidad de las mismas, en especial las referentes al transporte aéreo, se vuelven esenciales para la inserción de los territorios en el sistema global; por lo que las redes de transporte se constituyen como el sistema arterial de la articulación territorial. De esta manera, el coeficiente de conectividad aérea es una forma de determinar el grado de articulación territorial del destino. A continuación, se observa la fórmula del CC (figura 9).

Figura 9: Fórmula coeficiente de conectividad aérea (CC)

$$CC_{v_i} = \frac{\sum_{i=1}^{N_j-1} a_i}{N_j} \cdot 100 \quad \text{para} \quad a_i = \begin{cases} 1 & \text{if } \in \text{branch } (v_i, v_j) \\ 0 & \text{if } \notin \text{branch } (v_i, v_j) \end{cases}$$

donde:

- CC = Coeficiente de Conectividad
- v_i = nodo i
- a_i = relaciones (arcos) del nodo i
- N_j = todos los nodos del sistema
- 100 = multiplicador para obtener datos en tantos por cien

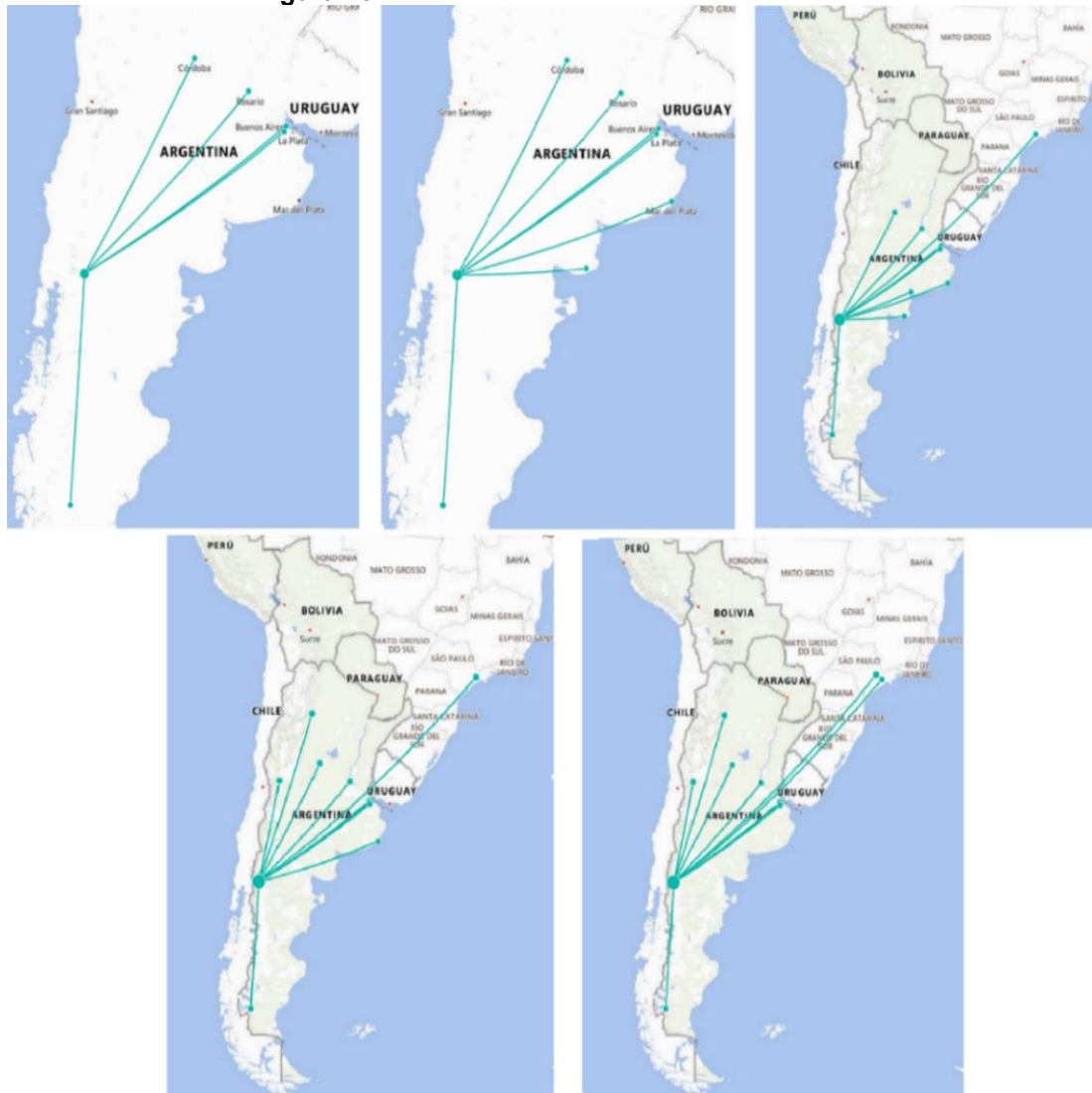
Fuente: Díez-Pisonero (2012)

Lo cierto es que para elaborar el CC del destino, se debe tener en consideración la totalidad de los nodos del sistema aeroportuario argentino. Para determinar dicho dato, se ha tenido en cuenta aquellos aeropuertos que hayan sido contabilizados en la serie estadística histórica de la ANAC⁵, la cual muestra la cantidad de vuelos y pasajeros de cada aeropuerto nacional para el período 2001-2019. A partir de dicha serie histórica, se han excluido aquellos aeropuertos que muestren nulas o muy ínfimas cantidades de pasajeros transportados, por tratarse de bases aéreas utilizadas para otros fines, como

⁵ <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

es el caso de la Base Marambio o el Aeropuerto de Concordia, entre otros⁶. Resulta necesario, además, excluir de la totalidad de aeropuertos, al propio Aeropuerto de Bariloche, puesto que será el aeropuerto a analizar; así como también se deben excluir a aquellos que se encuentren muy cercanos al mismo. En ese sentido, de acuerdo con Córdoba y Gago (2010, citado en Díez-Pisonero, 2012), para que el viaje en avión se concrete, debe existir una distancia mínima para garantizar su efectividad; por ello es que se utilizará la distancia de 250 km como referencia. De esta manera, ha quedado excluido el Aeropuerto de Chapelco, por encontrarse a tan solo 241 km del destino analizado. Por tanto, la cantidad de aeropuertos a ser considerados para la elaboración del coeficiente, es de 38 en total.

Figura 10: Evolución rutas aéreas hacia Bariloche



De derecha a izquierda: año 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019

Fuente: <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

⁶ Han quedado excluidos para la elaboración del coeficiente de conectividad aérea los siguientes aeropuertos debido a su reducida cantidad de pasajeros y vuelos: Base Marambio, Concordia, General Pico, Goya, Gualaguaychú, Junín, La Plata, Moreno, Morón, Paso de los Libres, Reconquista, San Fernando, Santa Rosa de Conlara, Tandil, Villa Gesell y Villa Reynolds.

La figura 10 demuestra la evolución de las rutas aéreas que conectan a Bariloche con el resto de las ciudades. A través de la misma podemos apreciar que en el año 2015 existían solamente 5 rutas aéreas, por lo que, el coeficiente de conectividad para este año resulta ser igual al 13%. Posteriormente, en el año 2019, el total de rutas nacionales en el destino asciende a 8, con lo cual el coeficiente de conectividad aérea se eleva al 21%, es decir, la conectividad nacional de Bariloche ha aumentado 8pp durante el período analizado (ver tabla 3).

Tabla 3: Coeficiente de conectividad aérea de Bariloche (2015 vs 2019)

Año	Coeficiente de conectividad aérea
2015	13%
2019	21%

Fuente: Elaboración propia

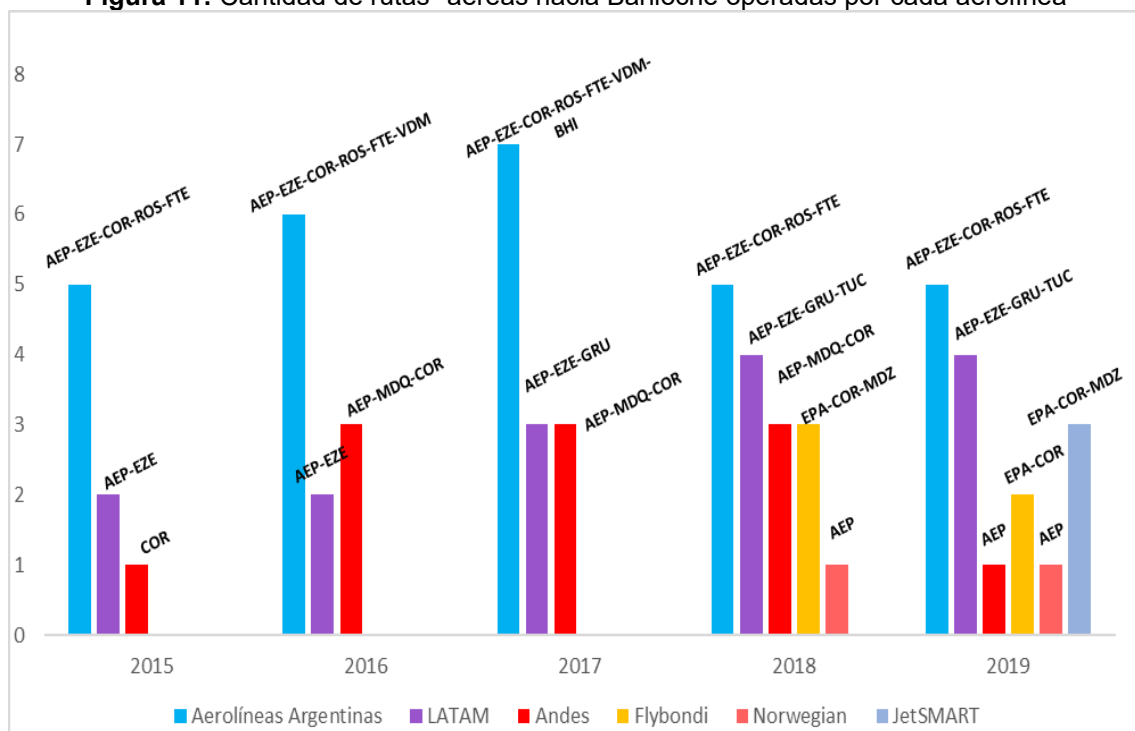
Ahora bien, resulta pertinente analizar en detalle este aumento en la cantidad de rutas aéreas operadas hacia Bariloche, en lo que refiere a si la creación de dichas conexiones contribuye a la descentralización de la red aérea, históricamente hegemonizada en la zona de AMBA, y en qué medida las aerolíneas de bajo costo han contribuido a ello. Por lo que aquí, es oportuno discernir entre aquellas rutas que conectan Bariloche y el AMBA, y aquellas que la conectan con el interior del país, para de esta manera, poder determinar si hubo una tendencia hacia la descentralización aérea.

La figura 10, como hemos mencionado, demuestra la evolución de las rutas aéreas operadas hacia Bariloche, en tanto, la figura 11 especifica las rutas operadas por cada aerolínea. De esta manera, podemos observar que, en el año 2015, el destino se encontraba conectado tan solo con 5 ciudades, a saber: Aeroparque y Ezeiza, pertenecientes a AMBA; Rosario, Córdoba y El Calafate como únicas rutas hacia el interior del país. Aerolíneas Argentinas, como se aprecia en la figura 11, ofrecía las mencionadas conexiones en su totalidad; mientras que LATAM operaba solo las rutas desde AMBA, y Andes lo hacía desde Córdoba. Posteriormente, en el año 2016, se suman dos conexiones más: Viedma (operada por Aerolíneas Argentinas) y Mar del Plata (Andes); elevándose la cantidad de conexiones en el interior a 5, y a 7 en total contando las rutas hacia AMBA. Mientras que, en el año 2017 se añade la ruta Bahía Blanca-Bariloche, de Aerolíneas Argentinas, al conjunto de rutas desde el interior; además de la ruta internacional Guarulhos-Bariloche (LATAM), sumando en total 9 conexiones aéreas en el destino. Aquí se podría decir, ocurre un pico máximo de rutas ofrecidas por Aerolíneas Argentinas (7), hecho que también condice con su pico en el ofrecimiento de asientos, evaluado anteriormente. Luego, la cantidad de rutas operadas por Aerolíneas Argentinas desciende a 5 rutas durante los años posteriores.

En el año 2018, momento a partir del cual comienzan las operaciones de las aerolíneas de bajo costo, se incorporan 3 nuevas rutas: El Palomar (ruta operada exclusivamente por Flybondi y JetSMART), Mendoza (Flybondi y JetSMART) y Tucumán (LATAM); al mismo tiempo que la ruta Bahía Blanca-Bariloche y Viedma-Bariloche, ambas brindadas por Aerolíneas Argentinas, dejan de estar operativas. Por lo que la cantidad de conexiones aéreas del destino asciende a 10 en total, de las cuales 3 son rutas que conectan a Bariloche con AMBA, 6 rutas con el interior del país y 1 ruta internacional. Finalmente, en el año 2019, Andes deja de ofrecer las rutas desde Mar del Plata y Córdoba, y Flybondi deja de hacerlo desde Mendoza; siendo la única ruta que verdaderamente desaparece la marplatense, ya que Mendoza sigue siendo operada por JetSMART; y Córdoba por Aerolíneas Argentinas, Flybondi y JetSMART. Con lo cual, la única conexión adicional que se produce ese año, es la internacional desde Campinas,

Brasil (ofrecida por la aerolínea brasilera Azul); por lo que el número de conexiones se mantiene igual al año anterior (10), con la salvedad que, de las mismas, 2 son rutas internacionales, 5 del interior y 3 son operadas desde AMBA, es decir, se pierde una conexión con el interior del país.

Figura 11: Cantidad de rutas⁷ aéreas hacia Bariloche operadas por cada aerolínea



Fuente: elaboración propia en base a <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

De esta manera, podemos afirmar que, si bien existió un incremento significativo en la cantidad de rutas que unen a Bariloche con otras ciudades durante el período analizado, ya que, de solamente 5 rutas operativas en 2015, el número asciende a 10 en 2019; lo cierto es que en lo que refiere a nuevas rutas que unan Bariloche con alguna ciudad del interior, es decir, contribuyendo a la descentralización aérea, solamente han sido dos (Tucumán y Mendoza). Cabe aclarar, si bien existieron otras rutas durante el período analizado desde el interior del país (Viedma, Mar del Plata y Bahía Blanca), las mismas han dejado de estar operativas para el año 2019.

En definitiva, las aerolíneas de bajo costo han operado durante el período analizado cuatro rutas que unen Bariloche con otros aeropuertos nacionales: Aeroparque, El Palomar, Córdoba y Mendoza. En lo que respecta a la generación de nuevas rutas desde el interior del país, las mismas han contribuido al establecimiento de la conexión desde Mendoza; la cual ha sido operada únicamente por Flybondi durante el año 2018, y luego por JetSMART en el año 2019, mientras que Flybondi para ese año dejó de hacerlo. En tanto, también se estableció la ruta desde el Aeropuerto El Palomar (perteneciente al AMBA), en el que operaron durante el período analizado las aerolíneas Flybondi y JetSMART, a la vez que Norwegian operaba desde Aeroparque. Respecto a la ruta Córdoba-Bariloche, si bien no ha sido exclusivamente operada por las aerolíneas

⁷ AEP: Aeroparque Jorge Newbery
EZE: Ezeiza
COR: Córdoba
ROS: Rosario

FTE: El Calafate
BHI: Bahía Blanca
VDM: Viedma
TUC: Tucumán

MDZ: Mendoza
GRU: Guarulhos
MDQ: Mar del Plata
EPA: El Palomar

de bajo costo, ya que también dicha conexión ha sido brindada por Aerolíneas Argentinas, podríamos decir que la operatoria de la ruta por parte de dichas aerolíneas ha generado un nuevo tipo de oferta.

De esta manera, podemos aseverar que la contribución a la creación de nuevas rutas que unan el destino con el interior del país por parte de las aerolíneas de bajo costo, coadyuvando así a la integración territorial, ha resultado muy ínfima, puesto que se trata del establecimiento de una sola ruta (Mendoza-Bariloche). El hecho de no haber creado nuevas rutas desde el interior del país puede deberse a que las aerolíneas de bajo costo se caracterizan por operar en rutas con alta participación del mercado. Por lo que, como se ha mencionado anteriormente, es evidente que, para lograr una integración interregional, resulta fundamental el rol del Estado como posible facilitador en lo que respecta al fomento de nuevas rutas que quizá en principio no sean rentables para las aerolíneas, pero si importantes para la integración territorial y equidad socio espacial, lo cual se puede lograr a través de la asignación de subsidios.

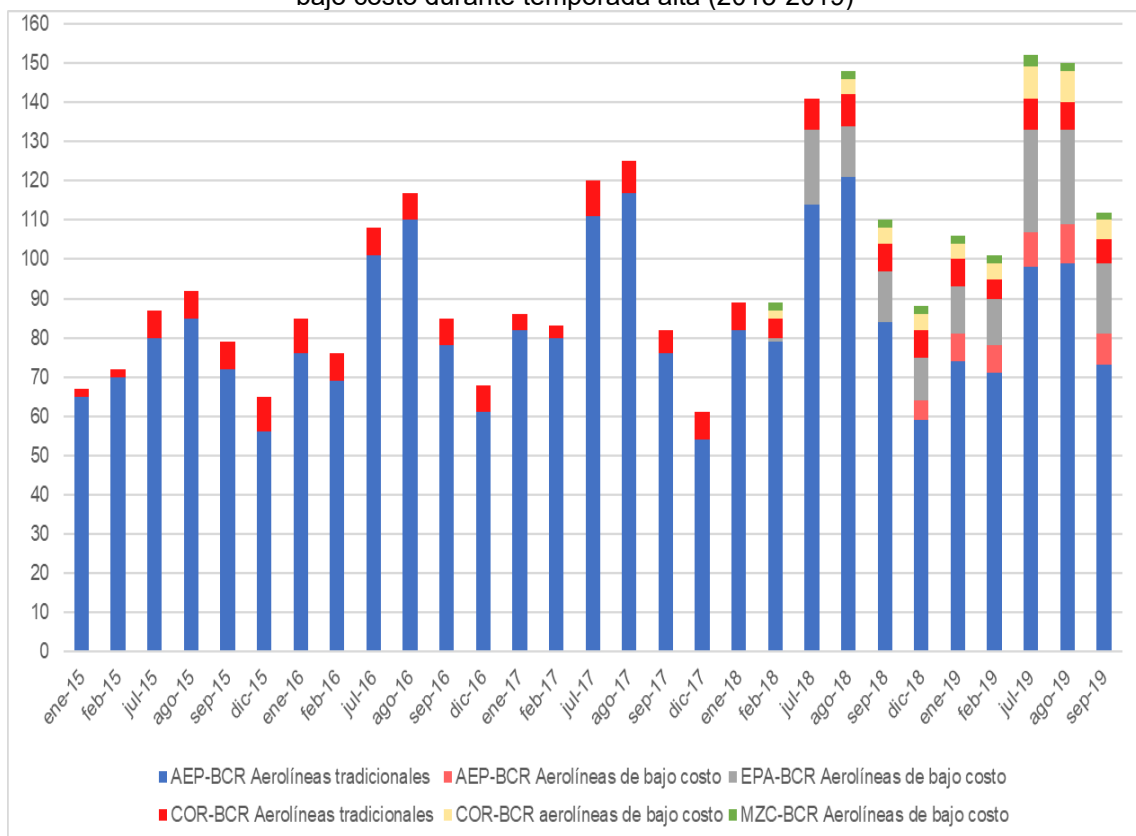
Para finalizar el análisis de la conectividad aérea, es necesario evaluar la cantidad de frecuencias semanales hacia el destino. Para ello, solo se tendrán en cuenta las rutas que son operadas por las aerolíneas de bajo costo (Aeroparque, El Palomar, Córdoba y Mendoza); y de esta manera, determinar la incidencia de las mismas para esta variable. Ahora bien, según la figura 12, podemos observar que en todos los años analizados se produce un pico de frecuencias semanales durante los meses de julio y agosto, lo cual condice, como hemos visto previamente, con los meses de mayor cantidad de pasajeros transportados en el destino; poniendo en relevancia de esta manera la fuerte incidencia de la temporada turística invernal en los desplazamientos aéreos. Asimismo, podemos apreciar que la cantidad total de frecuencias aéreas hacia el destino ha ido en aumento durante el período analizado, precisamente ha incrementado en un 79% (2019 vs 2015). Lo que en términos absolutos significa que en promedio en el año 2015 existían unas 77 frecuencias semanales hacia el destino, mientras que durante el año 2019 el promedio fue de 118. De esta manera, 2019 fue el año en el que se ha alcanzado la mayor cantidad de frecuencias aéreas hacia el destino en lo que refiere a las rutas analizadas.

Lo cierto es que la ruta con mayor cantidad de frecuencias semanales resulta ser Aeroparque-Bariloche. A lo largo de los años analizados, se puede apreciar un aumento en la cantidad de frecuencias semanales operadas por las aerolíneas tradicionales para esta ruta; hecho que se produce hasta el año 2018, donde se alcanza un promedio máximo de 89 frecuencias semanales, para luego descender a 79 (-11%) en el año 2019. En tanto, Norwegian comienza a operar dicha ruta con un promedio de 7 frecuencias semanales, cantidad notablemente inferior en comparación con las aerolíneas tradicionales. En lo que refiere a las frecuencias semanales correspondientes a la ruta El Palomar-Bariloche, operada por Flybondi y JetSMART, las mismas han promediado en torno a 15 frecuencias para el período analizado, siendo que la ruta comenzó a ser operada a partir de febrero de 2018. Si se suman las frecuencias aéreas operadas por las tres aerolíneas de bajo costo desde AMBA, es decir, sumando El Palomar y Aeroparque, se obtiene un promedio de 22 frecuencias semanales.

Por otra parte, en lo que refiere a rutas desde el interior del país, podemos apreciar que la cantidad de frecuencias semanales operadas por las aerolíneas tradicionales desde Córdoba, es en promedio 6 durante el período evaluado. En tanto, las compañías aéreas de bajo costo, comienzan a operar esta ruta a partir de diciembre de 2018 (Flybondi y JetSMART), y la cantidad de frecuencias semanales que ofrecen al destino alcanza casi el promedio de 5, esto quiere decir, equiparando por poco lo ofrecido por las aerolíneas tradicionales. En tanto, la ruta desde Mendoza, es ofrecida, como hemos visto

previamente, de manera exclusiva por las aerolíneas de bajo costo; sin embargo, se ofrece una media de 2 frecuencias semanales, es decir, una cantidad muy reducida a comparación de las rutas operadas desde AMBA. Podemos aseverar, entonces, que, por parte de las aerolíneas de bajo costo, la mayor cantidad de frecuencias aéreas fueron operadas desde la zona de AMBA (El Palomar y Aeroparque), en tanto las frecuencias ofrecidas para las rutas operadas desde el interior fue mucho menor.

Figura 12: Frecuencias semanales hacia Bariloche de las rutas operadas por las aerolíneas de bajo costo durante temporada alta (2015-2019)



Fuente: elaboración propia <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>

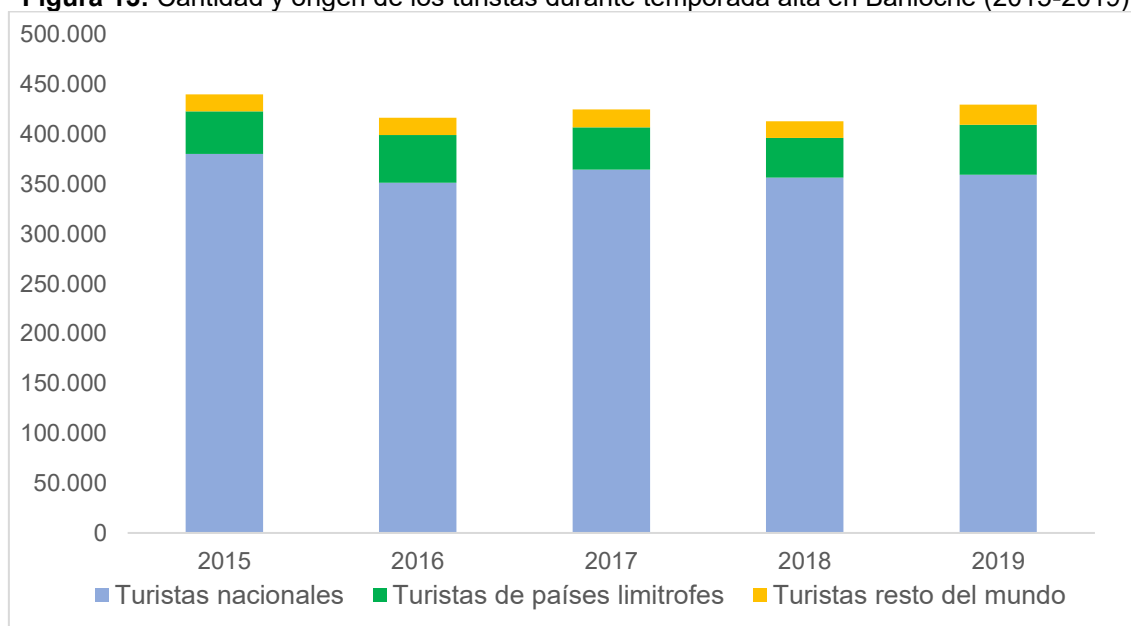
A través del análisis realizado, hemos dado cuenta acerca de la interrelación existente entre el sector turístico y el transporte aéreo en el destino, dada por los aumentos en las frecuencias aéreas y en los pasajeros coincidentes con las temporadas turísticas de verano e invierno, sobre todo respecto a esta última. Asimismo, se ha denotado un aumento sostenido en la cantidad de pasajeros transportados en avión para el período analizado; aumento que, si bien no es posible atribuirlo exclusivamente al ingreso de las aerolíneas de bajo costo en los años 2018 y 2019, se ha dado cuenta que las mismas indudablemente han sido un factor que ha coadyuvado al crecimiento de la cantidad de pasajeros que viajaron en avión, por lo que se ha estimado que alrededor de casi 44 mil viajeros han utilizado por primera vez este medio de transporte gracias a las compañías de bajo costo. Asimismo, hemos de destacar la pérdida en la participación del mercado por parte de Aerolíneas Argentinas a medida que han ingresado estos nuevos competidores, lo cual significa una mayor diversificación en la oferta aérea del destino. En lo que respecta a la apertura de nuevas rutas hacia el interior, y, por tanto, integración territorial, podemos afirmar que las aerolíneas de bajo costo solamente han establecido una conexión de estas características, la ruta Mendoza-Bariloche, por lo que su contribución en este aspecto resulta menor para el caso de estudio.

Incidencias de las aerolíneas de bajo costo para el turismo

Luego de haber analizado en detalle los impactos que ha tenido el ingreso de las aerolíneas de bajo costo en la conectividad y oferta aérea del destino, resulta pertinente, a continuación, analizar la relación existente entre el transporte aéreo y la afluencia de turistas a Bariloche, haciendo especial énfasis en la incidencia de las compañías de bajo costo. El período de análisis en cuestión será el mismo que hemos utilizado previamente, esto es, del año 2015 al 2019, teniendo en cuenta solo los meses de ambas temporadas turísticas. Cabe aclarar que la información respecto a la cantidad de turistas que visitaron la ciudad será obtenida a través de la página web de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche (MSCB)⁸ así como de notas periodísticas.

Ahora bien, hemos de observar, a través de la figura 13, que la cantidad de turistas en el destino se ha mantenido casi estable durante los años analizados. Si bien en el año 2015 es cuando se produce la mayor cantidad de arribos a San Carlos de Bariloche (440.003); durante los años posteriores, el descenso en la cantidad de turistas es leve, promediando en torno al -0,02%; siendo que para el año 2019 la variación interanual ya es positiva (0,04%), aunque no logra superar el número de turistas del año 2015 por poco (-0,02%), siendo el número en términos absolutos de 429.614 turistas. Respecto al origen de los turistas, se puede apreciar que la mayoría son argentinos, promediando el 85% para el período analizado; en tanto, los turistas provenientes de países limítrofes significan alrededor del 10% y los turistas extranjeros del resto del mundo el 4,2%.

Figura 13: Cantidad y origen de los turistas durante temporada alta en Bariloche (2015-2019)



Elaboración propia en base a MSCB

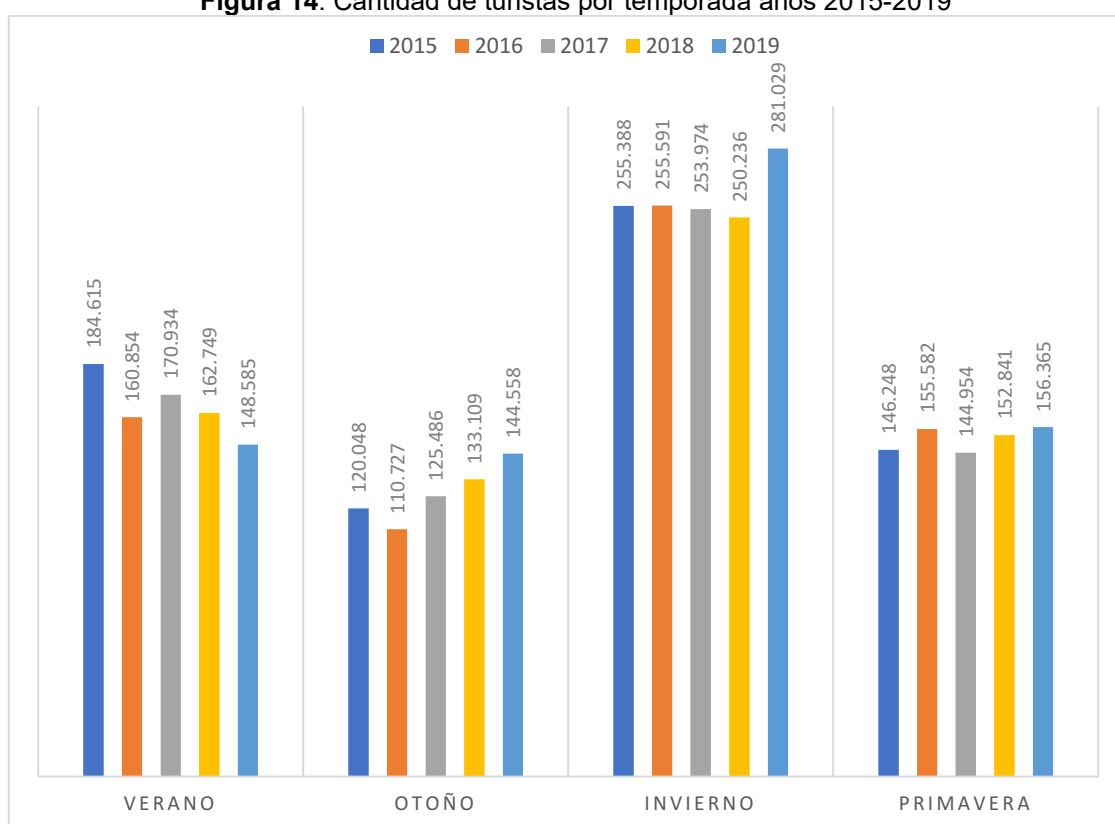
Lo cierto es que no se ha observado un aumento en la cantidad de turistas que arribaron a la ciudad de Bariloche durante las temporadas altas de verano e invierno para el período que corresponde al ingreso de las compañías aéreas de bajo costo. Sin embargo, si se tuvieran en cuenta las temporadas bajas⁹ de primavera y otoño del

⁸ <http://www.bariloche.gov.ar/gobierno-abierto-2/datos-abiertos/estadisticas-turisticas/>

⁹ Cabe aclarar que durante el capítulo "Conectividad aérea" solo se tuvieron en cuenta las temporadas altas de invierno y verano para analizar las variables asientos ofrecidos, frecuencias semanales y pasajeros transportados.

destino (ver figura 14), se observa un incremento en la cantidad de turistas que arribaron a la ciudad para el año 2019, año en el que ya se encontraban operativas las tres aerolíneas de bajo costo. Si se compara la cantidad de arribos de turistas del año 2015 vs el año 2019, vemos que únicamente en la temporada de verano del año 2015 se logra superar los arribos de turistas correspondientes al año 2019, siendo entonces que, en el global del año 2019, es decir, teniendo en cuenta tanto las temporadas altas como las temporadas bajas, arriban a Bariloche en total 730.537 turistas, en tanto en el año 2015 lo hacen 706.299, es decir, para el año 2019 arribaron 3% más de turistas. En lo que respecta al año 2018, año en el que operó Flybondi en Bariloche, se observa que se produce un incremento en la cantidad de turistas respecto al resto de los años anteriores durante la temporada baja de otoño. De esta manera, podríamos aseverar que las aerolíneas de bajo costo tienden a incentivar el turismo fuera de temporada, aspecto que había sido mencionado por el entrevistado 4, informante del sector público durante la entrevista (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas).

Figura 14: Cantidad de turistas por temporada años 2015-2019



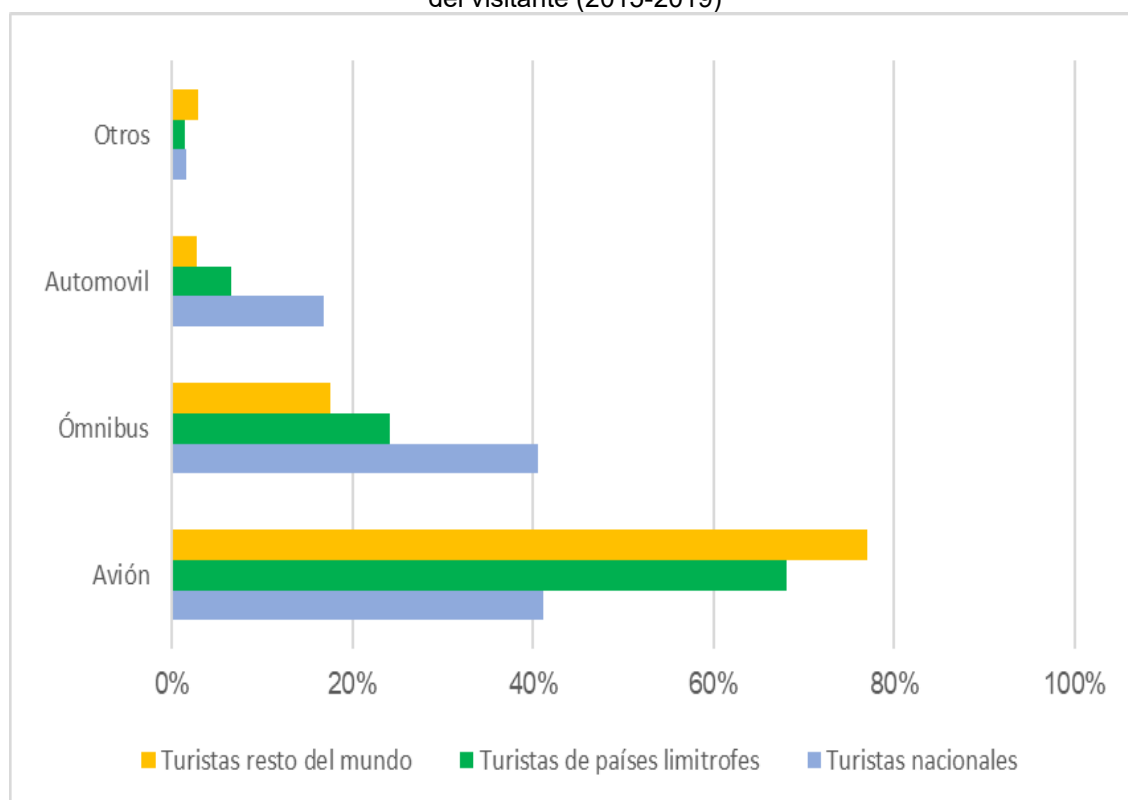
Fuente: elaboración propia en base a MSCB

En lo que respecta a información a nivel global acerca del perfil del turista que permita analizar, por ejemplo, los medios de transporte utilizados o el lugar de origen más allá de la división hecha por la MSCB en los segmentos nacionales, limítrofes o resto del mundo, no existen registros. Lo que ha realizado entonces la MSCB para presentar estos datos, entre otros, y así obtener una aproximación del perfil del turista que visita la ciudad, es un muestreo estadístico de 7.778 casos. A los fines de esta investigación, solo se tendrán en cuenta los turistas que visitaron el destino durante temporada alta, por lo que la muestra se reduce a 3.714 turistas. En este caso, las temporadas del año ya se encuentran preestablecidas por la página web y no es posible modificarlas, siendo que el mes de diciembre no se encuentra incluido en la temporada estival, por lo que

quedará excluido. Cabe destacar, que, del muestreo en cuestión, el 82% de los turistas son de origen nacional, 13% de países limítrofes y 5,3% del resto del mundo, porcentajes muy similares a los datos globales de arribos analizados anteriormente.

En lo que refiere al medio de transporte utilizado por los turistas que han visitado el destino durante el período (ver figura 15), dicho muestreo estadístico revela que, de los turistas nacionales, en promedio, el 41,1% ha ingresado en avión, el 40,5% lo ha hecho a través de ómnibus, el 16,8% por medio de un vehículo particular, y el 1,5% a través de otros medios de transporte. Mientras que, para los turistas con origen en países limítrofes, el porcentaje que ingresa vía aérea es mucho mayor (68%), mientras que en segundo lugar se encuentra el automóvil particular (24,1%), luego el ómnibus (6,5%) y por último otros (1,4%). En tanto, para los turistas extranjeros del resto del mundo, el porcentaje de ingreso por avión es todavía más prominente que los casos anteriormente analizados, representando un 77% del total, a la vez que el porcentaje de turistas que ingresa vía ómnibus es del 17,5%, otros medios de transporte significan el 2,9% y el automóvil particular el 2,7%.

Figura 15: Medios de transporte utilizados por los turistas para ingresar al destino según origen del visitante (2015-2019)



Fuente: elaboración propia en base al muestreo estadístico realizado por la MSCB

Ahora bien, resulta pertinente evaluar cómo ha sido la distribución del tipo de transporte utilizado por los turistas para arribar a la ciudad durante el período analizado de acuerdo con los datos del muestreo estadístico brindado por la MSCB (ver tabla 4). Se observa entonces, que la distribución de pasajeros en avión ha sido mayor que el resto de los medios de transporte en todos los años evaluados, por lo que el predominio de este medio de transporte para arribar al destino queda demostrado nuevamente. En lo que refiere al período de ingreso de las compañías aéreas de bajo costo al sistema aerocomercial de Bariloche (años 2018 y 2019), damos cuenta que, durante el año 2018, siendo la media de los porcentajes evaluados de 46,68% para el caso del transporte

aéreo, se observa que la desviación es positiva +4,92. En tanto para el año 2019, momento que ya estaban operativas las tres compañías de bajo costo en Bariloche, la desviación es de +0,12 respecto a la media. En lo que refiere a los años previos a la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo, se observan desviaciones respecto a la media negativas, excepto para el año 2016 (+0,52).¹⁰

Tabla 4: Distribución medios de transporte utilizados por los turistas según año durante temporada alta de Bariloche (2015-2019)

Año	Avión	Ómnibus	Automóvil	Otros
2015	42,60%	34,50%	19,50%	3,40%
2016	47,20%	42,80%	9,60%	0,50%
2017	45,20%	37,60%	16%	1,20%
2018	51,60%	30,30%	16,60%	1,60%
2019	46,80%	33,30%	19,65%	0,50%
Media	46,68%	35,70%	16,27%	1,44%

Fuente: elaboración propia en base a muestreo estadístico realizado por la MSCB

Mientras, la tabla 5 revela los cinco principales lugares de origen de los turistas, por lo que serán provincias en el caso de los argentinos y países para los turistas extranjeros. De esta manera, el muestreo revela que el 32,4% proviene de la provincia de Buenos Aires y el 28,9% de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). En tercer lugar, se encuentra la provincia de Santa Fe, con un porcentaje del 16,6%, seguida de la provincia de Córdoba con un 4,9%; por último, la vecina provincia de Neuquén con un porcentaje del 3,9%. Por lo que, las mencionadas provincias resultan ser las principales emisoras de turistas hacia Bariloche a nivel nacional. Respecto a los turistas internacionales, entre los principales países de origen, Brasil se encuentra en primer lugar con 44,2%, luego le sigue Chile con 20,2%, Francia y España, poseen el mismo porcentaje (4,2%), y finalmente se encuentra Israel con 3,8%.

Tabla 5: Cinco principales provincias/países de origen de los turistas

Turistas argentinos		Turistas internacionales	
Provincia de Buenos Aires	32,40%	Brasil	44,20%
CABA	28,90%	Chile	20,20%
Santa Fe	16,60%	Francia	4,20%
Córdoba	4,90%	España	4,20%
Neuquén	3,90%	Israel	3,80%

Fuente: elaboración propia en base muestreo estadístico realizado por la MSCB

De esta manera, los datos mencionados ponen de manifiesto la importancia que posee el avión como medio de transporte para potenciar el desarrollo turístico del destino, ya que, en todos los casos, resultó ser la modalidad más utilizada por los turistas que arriban a la ciudad. En tanto, los principales lugares de origen de los turistas revelan que se tratan de sitios alejados de la ciudad, por lo que esto también demuestra la relevancia del avión para posibilitar el desplazamiento de la demanda hacia el centro

¹⁰ Para las temporadas bajas de otoño y primavera también se observa un incremento en la distribución de la modalidad aérea para arribar al destino, con desviaciones de la media positivas para los años 2018 (+6) y 2019 (+3,7). Sin embargo, cabe aclarar que durante el capítulo "Conectividad aérea" solo se consideraron datos de temporada alta para calcular las variables asientos ofrecidos, pasajeros transportados y frecuencias semanales.

turístico. Si bien es cierto que los datos analizados previamente corresponden a un muestreo estadístico, y no al total de turistas, se puede apreciar que existe una clara tendencia hacia la modalidad aérea como medio de transporte seleccionado para trasladarse al destino, en especial, para el caso de los turistas extranjeros, preferencia que podría ser extrapolada al total de los arribos.

Ahora bien, en lo que refiere a datos globales, según INDEC, durante la temporada invernal de 2018 se incrementaron notablemente los arribos de turistas extranjeros en avión al destino, siendo que en julio arribaron +148% y en agosto +246% de turistas a comparación del año anterior; este incremento se ha visto potenciado por las frecuencias de 12 vuelos semanales directos desde Brasil operados por las aerolíneas Gol, Azul y Latam, así como por el incremento por parte de Aerolíneas Argentinas de la conectividad con Brasil, vía Buenos Aires (Diario Río Negro, 2018). Si bien aquí no se observa participación alguna de las aerolíneas de bajo costo, ya que las mismas solo han operado rutas nacionales hacia el destino, podemos apreciar que la mayor cantidad de frecuencias aéreas, y, por ende, conectividad del destino, ha coadyuvado al incremento de turistas extranjeros que viajan en avión.

En tanto, en una nota realizada por el diario *Ámbito* en agosto de 2019 a Gastón Burlón, secretario de Turismo de Bariloche, el funcionario señala que las aerolíneas de bajo costo han tenido un “impacto notable” en el destino y que hubo “un antes y un después” del desembarco de dichas aerolíneas en Bariloche; destacando, asimismo, que la competencia de tarifas aéreas y la diversificación de destinos impacta favorablemente en el sector turístico. Respecto a esto último, el entrevistado 1, informante del sector privado, señala que “siempre es bueno tener diversificación de oferta, le da más posibilidades al pasajero y estimula la mejora por vía de la competencia. Pero diversificación debe incluir diversidad. Si todos vuelan la misma ruta en el mismo horario con la misma tarifa y los mismos servicios no hay estímulo para nadie” (entrevista realizada a actor clave, 2021, ver anexo I con las entrevistas).

Como hemos visto previamente, en el año 2018 comienzan a operarse la ruta desde Tucumán (por LATAM) hacia Bariloche y las frecuencias semanales desde Córdoba se ven duplicadas por el ingreso de las compañías de bajo costo, mientras que se inaugura la ruta desde Mendoza, operada por las aerolíneas de bajo costo; todo esto producto del otorgamiento de nuevas rutas por el gobierno nacional en el marco del programa llamado “Revolución de los aviones”.

Asimismo, en el caso de Bariloche, el ingreso de las compañías de bajo costo ha coadyuvado a la implementación de un turismo “gasolero” en el destino, el cual se caracteriza por reducir al máximo posible los costos del viaje, por ejemplo, a través de compras en supermercados, actividades gratuitas, traslados hacia diferentes puntos de la ciudad utilizando medios de transporte público; quedando entonces los servicios brindados por las agencias de viajes relegados (Diario Río Negro, 2020). En ese sentido, Meissner (2008) quien ha evaluado los efectos de las compañías aéreas de bajo costo en Europa, destaca que las mismas han ocasionado cambios en el comportamiento del turista europeo como usuario final, siendo que existe una preferencia por armar el viaje por cuenta propia a comprar un paquete turístico organizado por una agencia de viajes, siendo que la flexibilidad y la independencia son factores claves que influyen en la decisión turística. Asimismo, el mencionado autor destaca que la duración y frecuencia de los viajes se han moderado gracias al desarrollo de estas compañías, lo cual ha implicado un mayor número de desplazamientos, pero por estadías más cortas; representando las compañías de bajo costo un estímulo a la demanda turística.

Retomando el caso de estudio, el mes de julio de 2019, resultó ser un mes histórico para el Aeropuerto de Bariloche ya que ha alcanzado la mayor cantidad de vuelos a nivel nacional con “un récord histórico de 41 vuelos en un día”, según Gastón Burlón, secretario de Turismo de la ciudad (El Economista, 2019). Dicho dato, se puede ver reflejado en la figura 12, previamente analizada, donde se puede apreciar que el mes de julio de 2019 es cuando se alcanza un pico en la cantidad de frecuencias semanales hacia el destino, así como la diversificación de las conexiones. En ese sentido, el funcionario destaca que una de las causas de este récord es la influencia de las conexiones áreas para el mercado turístico local, así como la incorporación de las compañías de bajo costo.

En resumen, habiendo analizado la cantidad de arribos de turistas en temporada alta para el período 2015-2019, no se ha observado un incremento durante los años 2018 y 2019, momento en el cual comienzan a operar las compañías de bajo costo en el destino. Uno de los factores que podría explicar este hecho, es la crisis económica que sucedía en Argentina en aquel momento. De acuerdo con la opinión del entrevistado 4, informante del sector público, al respecto:

“El ingreso de nuevas compañías aéreas de bajo costo no logró incentivar el crecimiento del Turismo interno, dado que durante los años 2018 y 2019 en los que este fenómeno alcanzó su mayor desarrollo, el flujo doméstico decayó significativamente acompañando la crisis económica. Lo que sucedió es que hubo una transferencia de otros medios de transporte hacia el aéreo.”

Asimismo, el entrevistado 5, informante del sector privado, afirma:

“(…) La “Revolución de los Aviones” se dio en paralelo a un proceso de deterioro económico-social, donde la pobreza pasó del 29% al 36% (según cifras oficiales), se vivió un pico inflacionario (que resta poder adquisitivo) de casi el 50% y los costos hogareños se dispararon gracias a los inclementes aumentos de tarifas de servicios públicos.”

De esta manera, la crisis económica que comienza a desarrollarse a partir del año 2018 en el país, ocasionando un deterioro en el poder adquisitivo de la clase media de la población argentina, produce una baja en los flujos domésticos de turismo. Esto se debe a que el nivel de renta disponible, es decir, la cantidad de dinero disponible para ser gastado en actividades turísticas tras haber pagado las necesidades básicas, resulta ser un factor que condiciona a la demanda turística (OMT, 1998). Por lo que, en la medida que se deterioren las condiciones económicas y, por tanto, el poder adquisitivo de la población, uno de los sectores que mayormente sufrirá las consecuencias será el sector turístico.

Lo cierto es que se ha apreciado que las aerolíneas de bajo costo han contribuido a una mayor diversificación en la oferta aérea del destino, permitiendo a los turistas seleccionar entre nuevas alternativas de transporte. Las aerolíneas de bajo costo, por sus tarifas económicas, son una manera de popularizar el transporte aéreo, poniéndolo al alcance de un sector de la población que, de otra forma, no podría acceder al mismo. Por ende, se puede aseverar que es una modalidad que incentiva a la demanda turística a viajar en avión, siendo que el ahorro que se obtienen de los pasajes aéreos puede ser transferido a otros gastos turísticos.

Conclusiones

La presente tesis de investigación se ha basado en la relación existente entre los conceptos turismo, transporte y territorio. El transporte, al dotar de accesibilidad al territorio, se encuentra inmerso en los procesos de desarrollo productivo y de servicios, entre ellos, el turismo; por tanto, el transporte posee un rol fundamental en lo que respecta al ordenamiento territorial. Asimismo, la práctica turística, por sus características, no puede ser disociada del territorio en el cual se desarrolla, ya que este, al mismo tiempo que concreta la práctica turística, es transformado por ella. En tanto, para que los destinos turísticos puedan ser desarrollados como tales, es imprescindible que cuenten con las vías de accesibilidad necesarias, que permitan el desplazamiento de la demanda hacia los mismos.

Como hemos visto, la consolidación de la práctica turística, que en su comienzo ha sido un privilegio de las clases pudientes, se encuentra vinculada con el desarrollo de los medios de transporte, los cuales no solo han puesto al alcance a los destinos turísticos en términos de accesibilidad territorial, sino que también, en términos socioeconómicos, porque, a medida que su utilización se ha ido imponiendo y masificando, sus costos se han ido abaratando (sucedió con las tarifas de trenes, con el uso del automóvil y posteriormente las tarifas aéreas con la modalidad de bajo costo). Sumado a lo anterior, las transformaciones legislativas, tales como las vacaciones pagas, las jornadas laborales de ocho horas y el sábado inglés, han permitido a la clase media acceder a las prácticas turísticas.

Similar proceso ha acontecido en Argentina, ya que, a principios del Siglo XX, los primeros movimientos turísticos eran realizados exclusivamente por las clases pudientes, que emulaban a sus pares europeos en las prácticas turísticas. Lugares de montaña, playa, con paisajes pintorescos, eran los seleccionados por esta clase social para vacacionar y reafirmar su sentido de pertenencia. Así fueron surgiendo, algunos de los destinos turísticos más emblemáticos del país, como es el caso de Mar del Plata, las sierras cordobesas o Bariloche, siendo este último planificado desde su concepción para el disfrute de la elite porteña.

En lo que respecta al caso de estudio, ha quedado demostrado que las diferentes modalidades de transporte han sido de vital importancia para las distintas etapas de desarrollo del turismo en Bariloche. Mientras que, en una etapa incipiente, el ferrocarril resultaba ser preponderante para dotar de accesibilidad al destino, posteriormente el mismo ha sido desplazado por modernos medios de transporte como el automóvil y los viajes en avión. Bariloche al ser un destino que se encuentra alejado de los principales centros emisores de turistas, tanto a nivel internacional como a nivel nacional (Buenos Aires, Rosario, Córdoba), precisa de los medios de transporte adecuados que posibiliten la afluencia de turistas y por tanto el desarrollo turístico sostenible en el tiempo. Por ello, el transporte aéreo para el sistema turístico de Bariloche posee un rol clave, en la medida que es la modalidad de transporte más rápida para salvar las grandes distancias que separan al centro turístico de sus principales mercados. Como ha quedado expuesto, el aumento de las frecuencias aéreas entre Brasil y Bariloche ha ocasionado un exponencial salto de la demanda turística que se traslada en avión, proveniente de este mercado.

Asimismo, en Argentina el desarrollo del mercado aerocomercial se encuentra marcado por diversas etapas. Primordialmente, se destacan largos períodos de estricta regulación por parte del Estado a favor de la aerolínea de bandera, Aerolíneas

Argentinas, lo cual ha conllevado a un acaparamiento por parte de la misma de una enorme cuota del mercado aéreo del país. Luego, a través del período de desregulación de los años '90, entraron al mercado argentino numerosas aerolíneas que operaron nuevas rutas transversales, generando hubs regionales e incrementando la cantidad de pasajeros transportados, con un consecuente descenso en el precio de los tickets aéreos. Proceso se podría decir análogo al acontecido previamente en los mercados aerocomerciales de otros países, como el claro ejemplo de Estados Unidos, principal precursor de la desregulación de la aviación comercial.

Respecto a la dicotomía entre regulación/desregulación aérea, hemos dado cuenta que, por un lado, la regulación permite a los gobiernos generar mecanismos de control sobre las tarifas aéreas, de manera que la fuerte competencia entre las aerolíneas no conlleve a la quiebra a ciertas empresas, así como la presencia del Estado coadyuva a fomentar el desarrollo aerocomercial a través del otorgamiento de subsidios, como por ejemplo en lo que respecta a rutas de fomento, donde a las aerolíneas privadas no les interesa invertir; y de esta manera potenciar el rol integrador del desarrollo económico que posee este tipo de transporte. Sin embargo, la regulación estricta no permite el ingreso de nuevos competidores, nuevos modelos de negocio, no fomenta la libre competencia entre aerolíneas y no permite una correcta adecuación de las tarifas del mercado; factores que si suceden a partir de la desregulación. No obstante, una extrema desregulación puede ocasionar abusos monopólicos en rutas aéreas operadas únicamente por una sola empresa, como sucedió en el caso estadounidense, donde los pasajeros que viajaban a mercados concentrados por una sola aerolínea (con cuotas del mercado del 60% o superiores) pagaban tarifas excesivamente caras, al estar las mismas libradas a las fuerzas del mercado y debido a la inexistencia de marcos regulatorios para los usuarios ante tales circunstancias; a la vez que se desentiende al transporte aéreo como un catalizador de integración territorial y equidad socio espacial. Claro está que ambos extremos no ayudan a contribuir al correcto desarrollo de los sistemas aerocomerciales, por lo que el punto de equilibrio entre la desregulación y la regulación dependerá de los actores sociales, cada uno con sus propios intereses, de cada nación.

Producto de la desregulación, el modelo de aerolíneas de bajo costo se caracteriza por ofrecer tickets aéreos más económicos que los de las aerolíneas tradicionales, siendo esto posible gracias a su menor estructura de costos. Esta modalidad de transporte aéreo permitió el acceso a un amplio sector de la población que previamente no podía hacerlo debido a los precios de los tickets aéreos, por lo que las aerolíneas de bajo costo han popularizado dicha modalidad de transporte. Las primeras aerolíneas de este estilo comenzaron a operar en Estados Unidos, durante la década del '70 y posteriormente en Europa en la década de los años '90. En Latinoamérica, su desarrollo es aún incipiente debido a la aplicación tardía de políticas liberales en el sector, destacándose los mercados brasilero, venezolano y mexicano.

El objetivo principal de la tesis se basó en lograr comprender si las aerolíneas de bajo costo fueron una herramienta que coadyuvaron a generar una descentralización de los flujos aéreos históricamente hegemónizados en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), es decir, si lograron generar una mayor integración territorial, sobre todo en beneficio del turismo, cuyo desarrollo se encuentra fuertemente ligado al transporte aéreo.

Hemos visto que, en los dos años transcurridos desde el comienzo de la operatoria de las compañías aéreas de bajo costo en el país, las mismas han logrado acaparar un gran porcentaje de pasajeros, habiendo transportado hasta octubre del año 2019 un total de 3 millones de personas, por lo que 1 de cada 5 pasajeros que volaban

internamente en el país lo hacían con estas compañías aéreas; mientras que entre el 15% al 20% de los pasajeros de estas aerolíneas volaban por primera vez.

Asimismo, hemos observado que dichas compañías aéreas han tenido un alto grado de aceptación social a nivel nacional. Datos revelados por una encuesta realizada en las seis regiones del país, indican que un gran porcentaje de los encuestados opinan que las aerolíneas de bajo costo fomentan el turismo en las provincias, así como la conectividad entre las mismas; al mismo tiempo que consideran que gracias a estas compañías personas que antes no podían acceder al viaje en avión, ahora pueden hacerlo, a la vez que esta modalidad incentiva a volar con más frecuencia a los que ya lo hacían habitualmente.

En lo que refiere al caso de estudio, la interrelación existente entre el transporte aéreo y la actividad turística del destino ha quedado comprobada a través del aumento significativo en la cantidad de movimientos aéreos (+50% en promedio para el período analizado) y de pasajeros transportados en avión (+65%) durante los meses de temporada estival e invernal, esto es, ambas temporadas turísticas del destino.

Asimismo, hemos dado cuenta que el mercado aerocomercial de Bariloche se concentraba en tres aerolíneas, siendo la principal Aerolíneas Argentinas, con una cuota de mercado promedio de 53% durante los primeros tres años del período analizado, es decir, cuando no operaban las aerolíneas de bajo costo. Posteriormente, con la incorporación al mercado de dichas aerolíneas, primero Flybondi, y luego Norwegian y JetSMART, la cuota de mercado de Aerolíneas Argentinas se fue reduciendo, sin embargo, esto no ha significado una merma en la cantidad de pasajeros transportados por esta aerolínea, sino que se ha ido produciendo una diversificación en la oferta aérea por el aumento de empresas compitiendo entre sí. Para el año 2019, las compañías de bajo costo lograron acaparar un 23% del mercado aéreo del destino, lo que se puede traducir como una gran aceptación por parte de la población de este tipo de aerolíneas.

Operando las tres compañías aéreas de bajo costo juntas en el destino durante el año 2019, implicó un salto en la demanda de servicios aéreos de estas aerolíneas en un +430%, a comparación del año 2018 cuando solo operaba Flybondi. Asimismo, debido a que entre el 15% y el 20% de los pasajeros que viajan con este tipo de aerolíneas lo hacen por primera vez, para el año 2019 dichas compañías han ocasionado que viajen +44 mil pasajeros desde y hacia el destino, que de no existir dichas compañías aéreas no hubieran podido realizar el viaje en avión.

Como hemos visto, la demanda aérea se encuentra relacionada con la oferta de servicios aéreos, por ello, también se ha evaluado la cantidad de asientos ofrecidos en el destino. De esta manera, hemos indicado que la cantidad de asientos disponibles ha ido en aumento para el período analizado, produciéndose una merma en la cantidad de asientos ofrecidos por la aerolínea hegemónica del mercado, Aerolíneas Argentinas. Asimismo, se ha observado que los porcentajes de asientos ofrecidos por las compañías de bajo costo se asemejan a los porcentajes referentes a la cantidad de pasajeros transportados por las mismas. Ahora bien, el aspecto fundamental es que el precio de los asientos ofrecidos por estas compañías es notablemente inferior al ofrecido por las aerolíneas tradicionales, lo cual incentiva a la demanda a viajar en avión.

Respecto a las conexiones aéreas que unen el destino con el resto del país, hemos observado que al comienzo del período analizado las conexiones nacionales eran tan solo 5, representando un coeficiente de conectividad aérea del 13%, coeficiente que permite medir el grado de integración territorial del destino a nivel nacional. Posteriormente, en el año 2019, el total de rutas nacionales fue de 8, por lo que el

coeficiente aumenta a 21%, siendo que el destino se encuentra mejor conectado con el resto de las ciudades del país para este momento. Respecto a la contribución de las aerolíneas de bajo costo a la descentralización de la red aérea, hemos podido observar que, para el caso de estudio, se ha establecido una sola conexión de estas características, que es la ruta Mendoza-Bariloche. Por lo que, si bien el aporte de estas aerolíneas a la integración territorial del destino ha sido muy acotado, las mismas permiten diversificar la oferta aérea, brindando un tipo de servicio económico, que populariza en cierto modo el acceso al transporte aéreo, y que podría tender a beneficiar la operatoria de rutas hacia el interior del país.

En definitiva, la cantidad de rutas operadas por las compañías aéreas de bajo costo en el destino han sido cuatro, dos de ellas perteneciente a AMBA (El Palomar y Aeroparque) y dos rutas operadas desde el interior del país (Córdoba y Mendoza). Hemos dado cuenta que, respecto a la variable “frecuencias aéreas”, la mayor cantidad de frecuencias operadas por estas compañías comprenden las rutas desde AMBA (aprox. 22 frecuencias semanales en promedio), mientras que las frecuencias aéreas referentes a las rutas desde el interior del país hacia el destino han sido notablemente inferiores en comparación (Córdoba con casi 5 frecuencias semanales en promedio y Mendoza solamente con 2 frecuencias semanales).

En cuanto a la incidencia de las aerolíneas de bajo costo para el desarrollo del turismo en Bariloche, hemos visto que durante las temporadas altas de los años 2018 y 2019 se registraron niveles de arribo de turistas inferiores a los del año 2015, aunque no de manera significativa. Esto se debe fundamentalmente a la crisis socio-económica que coincidió con el período de incorporación de las compañías de bajo costo en el país, donde la merma en el poder adquisitivo de la clase media argentina ha influido negativamente en los flujos de turismo doméstico.

Sin embargo, se ha dado cuenta que durante el período 2015-2019 la distribución de turistas por modalidad de transporte ha aumentado para el caso del transporte aéreo durante el período de incorporación de las compañías de bajo costo, por lo que se podría afirmar que se ha producido una redistribución en la modalidad de transporte elegido por los turistas para arribar a la ciudad. Además, al tener en cuenta las temporadas bajas de primavera y otoño, se observa que se ha producido un incremento en la cantidad de turistas que arribaron a la ciudad en el año 2019 (3pp más que en el 2015). Por lo que, las aerolíneas de bajo costo podrían ser consideradas como una herramienta para impulsar el turismo de temporada baja en el destino.

Claro está, que las compañías aéreas de bajo costo, poseen un gran potencial para contribuir a desarrollar el sistema aerocomercial, y, por ende, fomentar el sector turístico, sobre todo de aquellos lugares que se encuentren alejados de las grandes urbes.

Bibliografía

- Acero, D., Fajardo, E. J., & Romero, H. (2017). El mercado de transporte aéreo en América Latina: Una revisión de la literatura. *Revista Espacios*.
- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOUSP Espaço e Tempo (Online)*, (16), 166-180.
- Alvarado, R. C., & Sánchez, J. M. C. (2010). La industria europea del transporte aéreo: historia y peculiaridades económicas. *Revista de Derecho del Transporte Terrestre, Marítimo, Aéreo y Multimodal*, Marcial Pons, 2010, pp 43-66.
- Arias, F. A. (2001). La privatización y desregulación del transporte aerocomercial de cabotaje: La experiencia argentina (1989-1999). Tesis de Grado; Licenciatura en Geografía, Universidad de Buenos Aires; Facultad de Filosofía y Letras.
- Ballistrieri, Carlos A. (2007). El transporte aéreo de cabotaje en argentina. Una visión estratégica en el contexto regional y global. *Horizonte 2015. Actas del Primer Congreso de la Red Iberoamericana de Investigación en Transporte*, 2007, pp 248-263.
- Ballistrieri, Carlos A. (2010). Hacia la construcción del futuro transporte aéreo de cabotaje en la Argentina. *Revista Transporte y Territorio*, N° 2, Universidad de Buenos Aires, 2010. pp. 18-37.
- Barrios García Moar, G. E. (2019). Bariloche, ¿una ciudad en expansión? *II Pre Congreso Argentino de Desarrollo Territorial y I Jornadas Patagónicas de Intercambio Disciplinar sobre Desarrollo y Territorio*.
- Behnisch, A. N. (2018). *Un primer análisis comparativo del peso del turismo y los servicios intensivos en conocimiento en Bariloche: ¿una ciudad mono-productiva turística?* Trabajo Final de Licenciatura. Licenciatura en Economía. Universidad Nacional de Río Negro.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. *América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006*.
- Bessera, E. M. (2006). La Colonia Nahuel Huapi y los orígenes de la actividad turística en la región Andino-Patagónica. Trabajo presentado en "Historia de la Patagonia. 2das Jornadas". Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Air transport and tourism—Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of air transport management*, 12(1), 40-46.
- Blanco, Jorge. (2010). Notas sobre la relación transporte-territorio: implicancias para la planificación y una propuesta de agenda. *Revista Transporte y Territorio*, N° 3, Universidad de Buenos Aires, 2010. pp. 172-190.

- Boisier, S. (2003). Globalización, Geografía política y Fronteras. *Anales de geografía de la Universidad Complutense* (Vol. 23, pp. 21-39).
- Bouché Ocampo, S. (2019). ¿Están dadas las condiciones regulatorias y de infraestructura para el desarrollo de las aerolíneas low cost en Argentina? Trabajo de investigación; Licenciatura en Administración de Empresas; Universidad de San Andrés; Escuela de Negocios; Argentina.
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. *Historia Contemporánea* 25, 2002, 13-31
- Brooks, P. W. (1967). The development of air transport. *Journal of Transport Economics and Policy*, 164-183.
- Button, K. (2008). The impacts of globalisation on international air transport activity. In *Guadalajara: Global Forum on Transport and Environment in a Globalising World*.
- Cámara Argentina De Turismo (CAT). (2006). Visión sobre Transporte Aerocomercial en Argentina; Buenos Aires, pp. 1-52
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo*, 351-366.
- Canseco González, A. D., Zúñiga Alcaraz, C., & Blanco Martínez, L. (2015). Análisis estratégico sobre el desarrollo de las líneas aéreas de bajo costo en México. *Nova scientia*, 7(15), 343-363.
- Capanegra, C. A. (2006). La política turística en la Argentina en el siglo XX. *Aportes y transferencias*, 10(1), 43-61.
- Carvalho, K. D., & Guzmán, S. J. M. (2011). El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 441-461.
- Cento, A. (2009). Characteristics of the airline industry. *The Airline Industry: Challenges in the 21st Century*, 13-44.
- Comparato, Gabriel. Transporte aéreo y turismo. Las zonas iluminadas del MERCOSUR en el paradigma de acumulación flexible. Informe Integrar N° 86, 2014
- Consejo Interprovincial de Ministros de Obras Públicas (CIMOP). (2003). Una visión estratégica del transporte en la Argentina, horizonte 2010. Buenos Aires, 2003
- Díez-Pisonero, R. (2012). La incidencia del turismo en la evolución de la conectividad aérea española (1970-2008). *Cuadernos de Turismo*, (29), 137-159.
- Díez-Pisonero, R. (2020). Ciudades y conectividad aérea en el sistema mundo: nodos consolidados y centros emergentes. *Revista EURE-Revista de Estudios Urbano Regionales*, 46(139).
- Doganis, Rigas (2006). *The Airline Business (2nd. Edition)*. Routledge. Páginas 320.

- Gago García, C., Díez Pisonero, R., & Córdoba Ordóñez, J. (2019). Transporte aéreo y conectividad: evidencias de la emergencia de nodos turísticos en el sistema urbano mundial. *Revista de Estudios Andaluces*, 37, 161-183.
- García, A. V., & Lavallo, N. (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. *Notas en Turismo y Economía*.
- Goetz, A. R., & Vowles, T. M. (2009). The good, the bad, and the ugly: 30 years of US airline deregulation. *Journal of Transport Geography*, 17(4), 251-263.
- Gordon, B. M. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia Contemporánea* 25, 2002, 125-156
- Hernández Sampieri, R. (1991). otros. 1998. Metodología de la Investigación. México. Editorial McGraw-Hill
- Hiernaux Daniel Nicolás. (1996). Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo. *Turismo e geografia. São Paulo: Hucitec*.
- Hiernaux, D. (2006). Geografía del turismo. *Tratado de geografía humana*, 401-432.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century, 28-41.
- Llanos-Hernández, L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 7(3), 207-220.
- Lipovich, G. A. (2004). Transformaciones del sistema aeroportuario metropolitano de Buenos Aires en el contexto de la economía global. Tesis de Grado; Licenciatura en Geografía, Universidad de Buenos Aires; Facultad de Filosofía y Letras.
- Lipovich, G. A. (2010). Los aeropuertos de Buenos Aires y su relación con el espacio metropolitano: La inserción del subsistema aeroportuario Aeroparque-Ezeiza dentro de la lógica del mercado aerocomercial y de la estructura urbana; Tesis de Doctorado; Doctorado de la Universidad de Buenos Aires; Facultad de Filosofía y Letras Área: Geografía, pp. 1-492.
- Magalhães, L. H. (2008). Discussão crítica acerca do turismo numa perspectiva materialista histórica. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(2), 95-104.
- Marenzana, N. L., Villaverde, L. D., & Otero, A. M. (2018). San Carlos de Bariloche: la competitividad turística sustentable de un destino con procesos de migración de amenidad. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 16(2), 138-165.
- Matthews, R. (1998). The new US—Japan bilateral aviation agreement: airline competition through the political process. *Journal of Air Transportation World Wide*, 3(2).
- Meissner, M. (2008). Las líneas aéreas de bajo coste: fundamentos teóricos y estudio empírico sobre su impacto en el transporte aéreo y en la estructura del sector turístico en Europa. Málaga. Tesis Doctoral; Universidad de Málaga.

- Millán Escriche, M. (2010). Planificación: Transportes, turismo y territorio. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas n° 1 (2010)* pp. 97-119
- Niembro, A. (2011). El desarrollo (pendiente) de Bariloche: reflexiones a cien años de la comisión de estudios hidrológicos. *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 14(1), 116-132.
- Núñez, P., & Vejsbjerg, L. (2010). El turismo, entre la actividad económica y el derecho social. El parque Nacional Nahuel Huapi, Argentina, 1934-1955. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 19(6), 930-945.
- Organización Mundial de Turismo. (1998). "Introducción al Turismo". *Publicado 1998 por World Tourism Organization (Unwto)*
- Ospital, M. S. (2005). Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920–1940. *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 16(2).
- Pastoriza, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*.
- Piglia, M. (2012). El "despertar del turismo": primeros ensayos de una política turística en la Argentina (1930-1943). Universidad de Buenos Aires.
- Piglia, M. (2015a). En torno al viaje en avión en la Argentina: representaciones y experiencias, 1929-1958. *Avances del Cesor*, V. XII, N° 13, Segundo semestre 2015, pp. 133-158.
- Piglia, M. (2015b). Movilidad y prácticas: la construcción del viaje en avión. Argentina, 1929-1960. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Piglia, M. (2018). Poder aéreo y concurrencia regulada: las raíces de la política aérea argentina, 1935-1966. *Revista de Gestión Pública*, 7(1), 77-105.
- Pezzatti, P. A. (2016). Evolución de las políticas aerocomerciales internacionales en Argentina desde 1991 2008: La configuración del mercado y sus redes aerocomerciales resultantes. Tesis de Grado; Licenciatura en Geografía; Facultad de Filosofía y Letras; Universidad de Buenos Aires.
- Potenze, Pablo. (2017). "Sol Jet: La empresa que enseñó a la clase media argentina a vacacionar en avión". XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, 2017
- Ramírez Yumbo, V. T. (2020). La evolución de vuelos low cost en el sector aerocomercial latinoamericano en los últimos 10 años (2008-2018): una revisión de la literatura científica. Trabajo de investigación; Bachiller en Administración; Facultad de Negocios; Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Ruiz, S. N. (2014) Las acciones en planificación territorial del turismo del plan estratégico global de turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020. XVIII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2014.

- Schlumberger, Charles E.; Weisskopf, Nora. (2014). Ready for Takeoff? The Potential for Low-Cost Carriers in Developing Countries. Directions in Development--Infrastructure; World Bank Group, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/20191>
- Soldano, D., & Marino, M. G. P. (2019). Un aeropuerto en el Conurbano. Para una lectura histórica y cultural de un territorio en disputa. *Revista Transporte y Territorio*, (21), 69-88.
- Timón, D. A. B. (2001). Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en la España de las autonomías. *Estudios turísticos*, 149.
- Trivi, N. A. (2018). Territorialidad de la actividad turística y producción del paisaje en la Argentina neodesarrollista: Transformaciones territoriales, discursos e imágenes en Villa de Merlo y el noreste de la provincia de San Luis. Tesis Doctoral, Doctorado en Geografía; Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación; Universidad Nacional de La Plata.
- Troncoso, Claudia; Kuper, Diego; Almirón, Analía. 2011. Presentación: Dossier de Turismo, movilidad y territorio. *Revista Transporte y Territorio* N° 5, Universidad de Buenos Aires. pp. 1-5.
- Umaña, Mario (1998). Cielos abiertos para la competitividad de Centroamérica. INCAE. Páginas 15.
- Wallingre, Noemí. Responsabilidad del transporte aéreo en la dinámica territorial para el desarrollo del turismo argentino. El aporte pendiente. *Revista Transporte y Territorio*, N° 2, Universidad de Buenos Aires, 2010. pp. 99-120.

Otras fuentes

- Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC). Anuario 2018 y 2019. [En línea]: <https://datos.anac.gob.ar/estadisticas/>
- Aerolíneas Argentinas. Flota. [En línea]: <https://www.aerolineas.com.ar/es-ar/laempresa/lafloata>
- Dirección de Estadísticas y Censos. Provincia de Río Negro. [En línea]: <https://estadisticaycensos.rionegro.gov.ar/?contID=55285>
- Empresa Argentina de Navegación Aérea (EANA). Anuario estadístico 2017. [En línea]: <https://www.eana.com.ar/estadisticas#estadisticas-header>
- Instituto Geográfico Nacional de la República Argentina (IGN). [En línea]: <https://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/Geografia/DatosArgentina/DivisionPolitica>
- LATAM. Flota. [En línea]: https://www.latam.com/es_ar/conocenos/nuestra-flota/

Municipalidad de San Carlos de Bariloche. [En línea]: <http://www.bariloche.gov.ar/gobierno-abierto-2/datos-abiertos/estadisticas-turisticas/> y <https://www.barilocheturismo.gob.ar/es/sobre-bariloche>

Norwegian. Flota. [En línea]: <https://www.norwegian.com/ar/acerca-de-nosotros/nuestra-historia/nuestros-aviones/>

Organización de Aviación Civil Internacional. Listado de aerolíneas de bajo costo. [En línea]: <https://www.icao.int/sustainability/Documents/LCC-List.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2019), Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2019, UNWTO, Madrid.

Plan Estratégico de Turismo Sustentable, Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte, Provincia de Río Negro, 2017

Plan Estratégico y de Competitividad Turística de San Carlos de Bariloche (1998). Documento de Síntesis. Autor: Josep Ros Santasusana. Consejo Federal de Inversiones y Provincia de Río Negro.

Artículos Periodísticos

Aeromarket (2019, 30 de mayo). "ILS para el aeropuerto de El Palomar". [En línea]: <https://aeromarket.com.ar/noticias/ils-para-el-aeropuerto-de-el-palomar/>

Ámbito (2019, 23 de agosto). "Destacan el "notable" impacto en el turismo por aparición de las low cost". [En línea]: <https://www.ambito.com/negocios/low-cost/destacan-el-notable-impacto-el-turismo-aparicion-las-n5050461>

Aviacionline (2018, 1 de agosto). "La desregularización del piso tarifario debutó con pasajes desde \$199". [En línea]: <https://www.aviacionline.com/2018/08/la-desregularizacion-del-piso-tarifario-debuto-con-pasajes-desde-199/>

Diario Río Negro (2018, 3 de noviembre). "La llegada de extranjeros por avión en Bariloche creció un 217%". [En línea]: <https://www.rionegro.com.ar/la-llegada-de-extranjeros-por-avion-en-bariloche-crecio-un-217-JB5939083/>

Diario Río Negro (2020, 26 de enero). "Los rebusques del turismo "low cost" en Bariloche". [En línea]: <https://www.rionegro.com.ar/los-rebusques-del-turismo-low-cost-en-bariloche-1236512/>

El Economista (2019, 21 de agosto). Bariloche batió récord de vuelos en julio: "un antes y un después de las low cost". <https://eleconomista.com.ar/2019-08-bariloche-batio-records-de-vuelos-en-julio-un-antes-y-un-despues-de-las-low-cost/>

El Economista (2019, 7 de octubre). "Las low cost ya sumaron 3 millones de pasajeros y más del 15% voló por primera vez". [En línea]: <https://eleconomista.com.ar/2019-10-las-low-cost-ya-sumaron-3-millones-de-pasajeros-y-mas-del-15-volo-por-primera-vez/>

- Gaceta Aeronáutica. Pablo Potenze (2012, 14 de mayo). “¿Qué te puedo cobrar? Las tarifas en la aviación comercial”. [En línea]: <https://www.gacetaeronautica.com/gaceta/wp-101/?p=2861>
- Gaceta Aeronáutica. Pablo Potenze (2015, 12 de enero). “El chárter en la Argentina”. [En línea]: <https://www.gacetaeronautica.com/gaceta/wp-101/?p=11223>
- Hosteltur. (2020, 22 de agosto) Las aerolíneas low cost registran una “alta aceptación social” en Argentina. [En línea]: https://www.hosteltur.com/lat/138762-las-aerolineas-low-cost-registran-una-alta-aceptacion-social-en-argentina.html?code=home-page%7B2020-08-22%7D&utm_source=newsletter-es&utm_medium=email&utm_campaign=los-too-se-lanzan-por-portugal-tras-salir-de-la-lista-roja-de-reino-unido-hosteltur-22-08-2020&utm_term=20200822&utm_content=latam-1
- La Nación. Diego Cabot (2019, 22 de septiembre). “Más pasajeros, más aviones y menores precios, ¿es sostenible la ecuación en el mercado de las aerolíneas?” [En línea]: <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/la-pelea-de-las-aerolineas-mas-pasajeros-mas-aviones-y-menores-precios-una-ecuacion-de-alto-riesgo-nid2289969>
- Latin America Business Stories (LABS). Gustavo Ribeiro (2019, 19 de noviembre). “Low-cost airlines overcome barriers to grow in Latin America”. [En línea]: <https://labsnews.com/en/articles/economy/low-cost-airlines-overcome-barriers-to-grow-in-latin-america/>
- Ministerio de Transporte de la Nación (2018, 30 de octubre). “Reconocimiento internacional de la "Revolución de los Aviones" [En línea]: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/reconocimiento-internacional-de-la-revolucion-de-los-aviones>
- Organización de Aviación Civil Internacional (2018, 31 de diciembre). “Solid passenger traffic growth and moderate air cargo demand in 2018” [En línea]: <https://www.icao.int/Newsroom/Pages/Solid-passenger-traffic-growth-and-moderate-air-cargo-demand-in-2018.aspx>

Anexo 1: Entrevistas

Entrevistado 1 informante del sector privado

Entrevistadora: Se podría decir que el proceso de incorporación de las aerolíneas de bajo costo al país comienza a partir de las audiencias públicas realizadas entre los años 2016 y 2018, en el marco del programa del Ministerio de Transporte llamado “Revolución de los Aviones”.

Entrevistado 1: No creo que sea así. En la Argentina las tarifas, desde los contratos de Aeroposta con el Gobierno en 1927, fueron fijadas por el gobierno y eran fijas. Imposible en este esquema pensar en marketing por medio de tarifas.

La situación se mantuvo así hasta que en 1979 se autorizaron tarifas reducidas en un 40% para vuelos nocturnos sin servicio de a bordo. Austral promocionó la variante sin dudar, y Aerolíneas lo hizo muy a desgano, con poca oferta. De todos modos, esas tarifas eran iguales para todos.

LA NOCHE ES DE AUSTRAL

IDAS					REGRESOS				
DESTINOS	FRECUENCIA	SALE	LLEGA	TARIFA	DESTINOS	FRECUENCIA	SALE	LLEGA	TARIFA
BUENOS AIRES A ROSARIO	Domingo y Martes	23.00	23.45	22.200.-	C. RIVADAVIA A TRELEW	Jueves	2.25	3.05	20.300.-
BUENOS AIRES A CORDOBA	Martes y Viernes	22.30	23.40	39.200.-	BAHIA BLANCA A MAR DEL PLATA	Sabado	1.00	1.40	31.700.-
BUENOS AIRES A MENDOZA	Lunes y Miércoles	27.40	0.25	51.600.-	"	Lunes	6.00	6.50	"
BUENOS AIRES A TUCUMAN	Lunes y Jueves	23.00	0.30	55.200.-	MAR DEL PLATA A TUCUMAN	Lunes y Miércoles	1.45	3.55	67.800.-
BUENOS AIRES A MAR DEL PLATA	Lunes	3.40	4.30	29.900.-	MAR DEL PLATA A MENDOZA	Miércoles y Sabado	2.00	3.45	56.800.-
BUENOS AIRES A BAHIA BLANCA	Lunes	3.40	5.30	40.300.-	MAR DEL PLATA A CORDOBA	Martes y Jueves	2.55	4.25	46.700.-
BUENOS AIRES A TRELEW	Miércoles	23.00	0.55	53.400.-	MAR DEL PLATA A ROSARIO	Martes y Viernes	3.45	4.55	37.800.-
BUENOS AIRES A C. RIVADAVIA	Miércoles	23.00	1.55	66.000.-	C. RIVADAVIA A BUENOS AIRES	Jueves	2.25	5.25	66.000.-
ROSARIO A MAR DEL PLATA	Lunes y Miércoles	0.05	1.15	37.800.-	TRELEW A BUENOS AIRES	Jueves	3.25	5.25	53.400.-
CORDOBA A MAR DEL PLATA	Miércoles y Sabado	0.00	1.30	46.700.-	BAHIA BLANCA A BUENOS AIRES	Sabado	1.00	2.55	40.300.-
MENDOZA A MAR DEL PLATA	Martes y Jueves	0.45	2.25	56.800.-	MAR DEL PLATA A BUENOS AIRES	Sabado	2.00	2.55	29.900.-
TUCUMAN A MAR DEL PLATA	Martes y Viernes	1.10	3.15	67.800.-	TUCUMAN A BUENOS AIRES	Lunes y Miércoles	4.25	6.05	55.200.-
MAR DEL PLATA A BAHIA BLANCA	Lunes	4.50	5.30	31.700.-	MENDOZA A BUENOS AIRES	Miércoles y Sabados	4.05	5.35	51.600.-
"	Viernes	23.40	0.30	"	CORDOBA A BUENOS AIRES	Martes y Jueves	4.45	5.50	39.200.-
TRELEW A C. RIVADAVIA	Jueves	1.15	1.55	20.300.-	ROSARIO A BUENOS AIRES	Martes y Viernes	5.15	5.55	22.200.-

Vuele en jet con el 40% de descuento. En los mejores horarios.



Y con la cordialidad de siempre.

AUSTRAL

La Nación, 11 de febrero de 1979

El paso siguiente, también en 1979, fueron los planes familiares, por los que, en un grupo familiar de tres o más personas, el padre pagaba tarifa completa, la madre el 75% y cada uno de los menores de 3 a 12 años el 37,5%. Los infantes de menos de tres, gratis (eso era siempre, con todas las tarifas). También lo fomentó más Austral que Aerolíneas.



La Nación, 24 de junio de 1979

Esto duró un tiempo, pero las empresas (desde 1980 Austral fue estatal) no lo fomentaron demasiado.

El verdadero cambio vino durante el gobierno de Alfonsín, cuando la resolución 275/87 de la Secretaría de Transporte creó el sistema de bandas tarifarias para los servicios domésticos, que permitía a las empresas subir o bajar sus tarifas un 20% con respecto al precio vigente, que ahora pasó a llamarse “tarifa de referencia”. El nuevo régimen no era aplicable en los vuelos con origen o destino en Comodoro Rivadavia, Río Gallegos, Río Grande y Ushuaia (que tenían una tarifa kilométrica diferencial). Los servicios de LADE no fueron alcanzados por el cambio (no tenía sentido).

Ni Aerolíneas ni Austral se interesaron con la propuesta, pero entonces surgió Cata Línea Aérea, que, en 1988, operando con aviones de hélice (F-27) ofreció vuelos en la parte inferior de la banda.

No tengo ninguna duda de que Cata fue la primera low cost de nuestra historia.



La Nación, 2 de julio de 1989

Cata tenía muchos elementos del modelo low cost, en los términos de esos años. Aviones muy viejos, comprados de ocasión, mantenimiento hecho por la propia compañía a bajo costo, rutas de mucha demanda, y pocos gastos operativos. La ayudaba tener detrás a CATA (Compañía Argentina de Trabajo Aéreo) que era un importante taller aeronáutico, bien equipado, quizás el más grande del país.

En materia internacional la historia es larga y complicada. Resumiendo, Aerolíneas se mantuvo dentro de las tarifas de IATA, que el resto de las empresas empezaron a abandonar en los años setenta, a partir de la llegada de Laker (la primera low cost en serio de la historia). El asunto degeneró, porque era más barato volar a Europa y

Estados Unidos desde Montevideo, Santiago, Asunción, Santa Cruz de la Sierra o Iguazú, o comprar el boleto en el extranjero. Había miles de trampas. Ante esta circunstancia, después de muchas idas y vueltas (algunas muy ridículas) se fue liberando la tarifa a partir de octubre de 1985. Lo primero fue una reducción del 25%.

Ahora, sólo Pan Am le ofrece las tarifas más bajas a Estados Unidos y el mundo.

Miami u\$s 399.- **Nueva York** u\$s 429.-
Europa u\$s 469.-
California u\$s 429.- **Caribe** u\$s 429.-

Y lo lleva todos los días en Jumbo.

Estados Unidos y Europa.

También Tel Aviv. U\$s 469

Estados Unidos y el Caribe.

Pan Am. La experiencia incomparable.

La Prensa - 11 de octubre de 1985

La historia sigue con LAPA, que en 1993 Ofreció pasajes un 40% más baratos que los de Aerolíneas en servicios domésticos, en un ambiente de legislación borrosa. Aerolíneas (que entonces era de Iberia), nunca le dio batalla en este segmento, pero creó la clase Business doméstica para diferenciarse. Después Dinar también jugó con el tema tarifas, compitiendo con LAPA y hubo otras.

MIRÁ PARA ARRIBA. MIRÁ PARA ABAJO.

DESTINO	LAPA	TARIFA OFICIAL
CÓRDOBA	\$ 79	\$ 121
MENDOZA	\$ 99	\$ 158
BARILOCHE	\$ 149	\$ 227
IGUAZÚ*	\$ 99	\$ 163

LAPA
 LINEAS AEREAS PRIVADAS ARGENTINAS
 LA MEJOR OPCION

Clarín, 21 de marzo de 1993

La “revolución de los aviones” fue una apertura del mercado, y como consecuencia de esa apertura se produjo una competencia en precios, pero no todas las empresas que aparecieron eran low cost, y algunas se preocuparon de decir claramente que no lo eran.

Entrevistadora: Ahora bien, ¿usted considera que estaban dadas las condiciones para la apertura del mercado aerocomercial en el país y el consecuente ingreso de las compañías de bajo costo?

Entrevistado 1: No, por la sencilla razón de que no había legislación adecuada para eso. El gobierno no lo entendió, o no lo quiso entender. Hubo otros factores, pero ése fue el fundamental a largo plazo.

Entrevistadora: Las compañías aéreas de bajo costo, para poder ofrecer tickets aéreos económicos, requieren de una serie de cuestiones que le permitan hacerlo, entre ellas, la operación desde aeropuertos secundarios.

Entrevistado 1: Un modelo low cost incluye muchas cosas. Una de ellas puede ser el uso de aeropuertos secundarios, pero no es algo indispensable. Se dio bien en Europa, porque el surgimiento de estas empresas coincidió con la caída del muro de Berlín, y el aflojamiento de la tensión este-oeste, con el consiguiente achicamiento de la OTAN. En este marco, muchos aeropuertos militares quedaron sin uso y fueron visualizados por estas empresas como una alternativa válida, al tiempo que sus dueños trataban de sacarles algún rédito. En Estados Unidos la cosa no es tan evidente, y en América Latina, tampoco.

Básicamente, el modelo low cost es un modelo de bajos costos en todo, absolutamente todo, y los aeropuertos son una parte de ese todo. Pero no hay que olvidar que se trata, más que nada, de un modelo financiero, de grandes flujos de caja que fluyen a velocidad vertiginosa y que nacen de una capitalización importantísima.

Entrevistadora: Sin embargo, en Argentina solamente existe uno, El Palomar, el cual se ha encontrado rodeado de controversias y recientemente ha sido cerrado para la operatoria de estas aerolíneas.

Entrevistado 1: El Palomar tiene algunas ventajas importantes para una low cost:

- Tiene poco tráfico, lo que hace las operaciones aéreas más rápidas y eficientes.
- Tiene accesos simples y baratos. Ezeiza es un aeropuerto muy problemático en este sentido, porque fue pensado cuando la aviación era una cosa de ricos, y se gestó así un sistema muy caro (y corrupto) de accesos terrestres.
- Está mejor ubicado que Ezeiza para llegar desde la zona norte del AMBA.
- No tiene tradición de transporte, es más fácil moldearlo a la filosofía low cost.

Pero tiene contras:

- Equipamiento limitado del lado aire (algo se mejoró)
- Edificios chicos e incómodos.
- Limitaciones iniciales de equipamiento del lado tierra. Algo se fue mejorando, pero hay que hacer mucho en temas como estacionamiento, hoteles, restaurantes y afines.
- No tiene servicio de handling (por eso no lo usó la chilena Sky).

Y hay un problema de fondo, que es la coordinación del espacio aéreo entre Ezeiza, Aeroparque, El Palomar y San Fernando, que exige un plan e inversiones.

Entrevistadora: ¿A qué considera que se deba esto?

Entrevistado 1: Es un tema claramente político. Aerolíneas Argentinas no quiere tener competencia y la lucha ahora es contra las low cost. El Palomar es una parte de eso.

Entrevistadora: ¿Cuál es su opinión respecto a que las aerolíneas de bajo costo operen desde Ezeiza?

Entrevistado 1: Ezeiza no es bueno para una low cost por los temas tratados arriba, fundamentalmente operaciones aéreas y accesibilidad caras.

Entrevistadora: Debido al ofrecimiento de tickets aéreos más económicos por parte de las aerolíneas de bajo costo, las compañías aéreas tradicionales tuvieron que readaptar sus estrategias comerciales. Según su opinión, ¿cuáles fueron los resultados de esto?

Entrevistado 1: Hay dos períodos a considerar. El de Macri y el de Fernández.

El plan de Macri significaba, aunque no lo dijo, un achicamiento de Aerolíneas/Austral. Es fácil de explicar, había una empresa que era casi monopólica y se fomentó la competencia. Matemáticamente la empresa monopólica, aunque crezca, perderá cuotas de mercado que tomarán las otras. La que lo vio fue Isela Constantini, que quiso defender a su empresa en la primera audiencia pública, pero Dietrich la echó antes de que lo intentara.

En el gobierno de Fernández el plan fue sacar del mercado a los competidores.

A Latam, que ya tenía una historia turbulenta con el kirchnerismo entre 2007 y 2015 se le fueron poniendo trabas hasta que se cansó y se fue.

Al resto, también se está tratando de dificultarles la operación. El traslado a Ezeiza es un buen ejemplo.

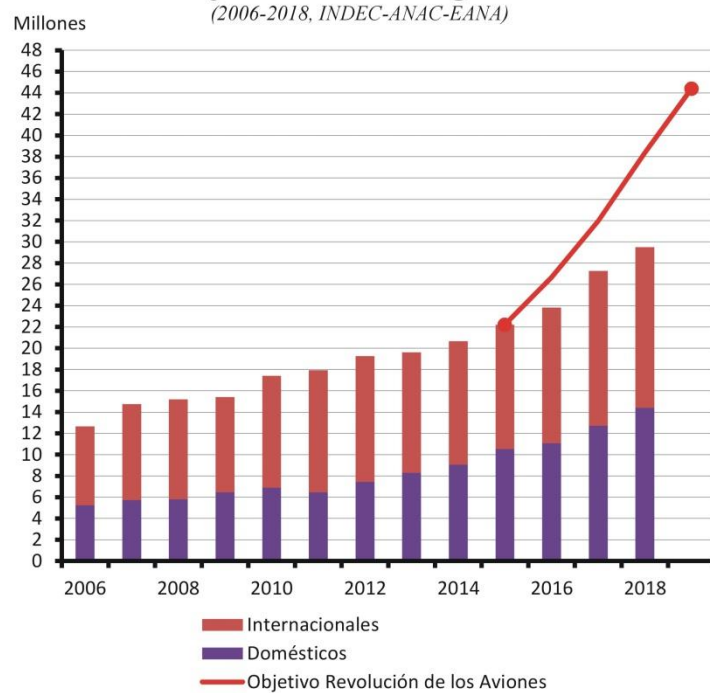
Como se ve no son estrategias comerciales, son estrategias políticas o, si se quiere, mafiosas.

Entrevistadora: ¿Qué consecuencias, a su juicio, ha tenido el ingreso de las compañías aéreas de bajo costo en lo que respecta a la cantidad de pasajeros transportados?

Entrevistado 1: Poca. Si bien es cierto que los pasajeros transportados crecieron, las curvas nos muestran que este crecimiento no se alejó mucho del crecimiento vegetativo esperable.

Distinta hubiera sido la situación si se hubiera cumplido el objetivo declarado de la revolución, que era duplicar el tráfico (nunca estuvo claro si el doméstico, el internacional o ambos), pero se estuvo lejos de ello, como se ve en este gráfico (que es incompleto, pero muestra las tendencias).

Pasajeros totales argentinos



Puede haber alguna influencia positiva en rutas entre ciudades del interior, un mercado que prácticamente nació a mediados de la década del 2000 y que fue atendido por las low cost que, incluso, crearon rutas que no existían.

Entrevistadora: ¿Cuál es su apreciación respecto a la conectividad a partir de la incorporación de las aerolíneas de bajo costo? ¿existe una relación con el aumento de frecuencias aéreas?

Entrevistado 1: La desprolijidad con la que las nuevas empresas hicieron sus planes es increíble, y la candidez con la que el gobierno las aceptó también.

Nadie podía pensar que empresas que se crearon en ese momento (Flybondi, LASA) o que tenían una historia de sobresaltos (Andes) o que estaban en retirada por bancarrota en el mundo (Avian, Norwegian) iban a hacer lo que prometieron. Vinieron porque era gratis, a ver qué pasaba. Muchísimas otras que se presentaron en las audiencias y que el gobierno trató como si fueran serias eran meras aventuras para ver si después podían vender alguna concesión a un tercero (hubo casos).

En síntesis, no hubo ningún plan de rutas del gobierno, y los de las empresas no son creíbles, pidieron cualquier cosa y consiguieron los papeles. Con esos antecedentes salieron a probar rutas, y algunas funcionaron y otras no. No hubo mucha paciencia para tratar de consolidarlas. Ruta que no vende, ruta que se levanta.

No estoy defendiendo los planes de rutas hechos por el gobierno, sólo defendiendo los planes frente a la improvisación.

En este marco, algunas frecuencias crecieron, otras decayeron, nada muy lejos del crecimiento vegetativo.

Y a todo esto hay que sumarle un factor importantísimo, la mala performance de la economía argentina, que no creció, y la devaluación. En ese marco era imposible.

Entrevistadora: ¿Cuál es el efecto, a su juicio, que tiene la diversificación en la oferta aérea sobre los destinos turísticos?

Entrevistado 1: Siempre es bueno tener diversificación de oferta, le da más posibilidades al pasajero y estimula la mejora por vía de la competencia.

Pero diversificación debe incluir diversidad. Si todos vuelan la misma ruta en el mismo horario con la misma tarifa y los mismos servicios no hay estímulo para nadie.

Entrevistadora: De cara al futuro, ¿cuáles, según su apreciación, son los factores que se deberían dar para que las aerolíneas de bajo costo continúen operando en el país?

Entrevistado 1: Primero y fundamental, es necesario actualizar la legislación, algo que la revolución de los aviones no planteó en ningún momento, por lo que todas las concesiones y autorizaciones que se otorgaron tuvieron bases débiles y eran fáciles de revocar.

En consecuencia, nadie quiso invertir mucho con estas garantías. Las empresas nuevas casi no tuvieron capital, todo era alquilado, y siempre estuvieron lejísimos de cumplir con lo que prometieron en las audiencias.

En la medida en que promediando el período de Macri empezó a verse el fracaso del gobierno, las empresas perdieron entusiasmo.

Latam, que ya estaba en el país, no quiso matricular nuevos aviones aquí y terminó usando el interchange. Cuando la apuraron un poco más, directamente se fue.

Norwegian se fue.

Flybondi redujo sus inversiones al mínimo y no creció.

Avian y LASA son otra historia, pero también desaparecieron.

JetSmart es la única que mantuvo una actitud de crecimiento, pero sin la agresividad que muestra el grupo en otros países.

Por otro lado, hay todo un tema que exige una definición: cuál es el lugar de Aerolíneas Argentinas. Mientras esto no se resuelve, nadie va a estar seguro de invertir.

Finalmente, hay una terrible distorsión que es la pandemia. El transporte y el turismo se redujeron al mínimo en este año, y nadie sabe cómo será el futuro. Todos los días leo artículos optimistas sobre la recuperación, pero eso es una incógnita grande. No hay ninguna garantía de que este año sea distinto del anterior.

Entrevistada 2 informante del sector público

Entrevistadora: Se podría decir que el proceso de incorporación de las aerolíneas de bajo costo al país comienza a partir de las audiencias públicas realizadas entre los años 2016 y 2018, en el marco del programa del Ministerio de Transporte llamado “Revolución de los Aviones”. Ahora bien, ¿usted considera que estaban dadas las condiciones para la apertura del mercado aerocomercial en el país y el consecuente ingreso de las compañías de bajo costo?

Entrevistada 2: Siempre es importante realizar el análisis de una problemática particular, en este caso la del transporte aéreo argentino, desde una retrospectiva histórica y teniendo en cuenta las características particulares del país: gran extensión territorial y baja densidad de población en vastas regiones, situación que repercutió y condicionó a través de la historia el desarrollo del transporte aéreo.

En lo concreto de la pregunta, se debe indicar que Argentina tuvo varios intentos de desregular el transporte aéreo a través de su historia -la introducción de low cost se integran a una política de desregulación-. La anteúltima corresponde al período del gobierno nacional que desde 1989 adhirió a las políticas económicas orientadas hacia un neoliberalismo que involucró al transporte en general y al aéreo en particular. Fue en esa etapa y en ese gobierno que se instrumentó:

- La flexibilización en primer lugar para los servicios de cabotaje y luego internacionales. La denominación correcta es “flexibilización” y no “desregulación” debido a que esta modalidad se desarrolló en condiciones de regulación, las que a partir de la Reforma fueron más “flexibles”.
- El surgimiento, aunque temporario -porque la mayoría quebró o se retiraron del mercado-, de nuevas empresas aéreas y la ampliación del plan de vuelos.
- La privatización de Aerolíneas Argentinas y Austral.
- La autorización de vuelos charter hacia algunos destinos turísticos que permitieran reforzar la oferta de asientos.
- La drástica reducción del plan de vuelo de Líneas Aéreas del Estado (LADE), de fomento.
- La privatización de los aeropuertos más importantes del país.

Con el gobierno que asume en 2015, se retoma nuevamente, la tendencia a la flexibilización del transporte aéreo, en particular para el tráfico nacional (autorizando a nuevas empresas y asignando numerosas nuevas rutas y, dentro de esa tendencia, en 2017 se lanza el plan aerocomercial, que se popularizó como la “revolución de los aviones” e incluyó a algunas empresas aéreas denominadas de bajo costo (es importante saber que las mismas existen en muchísimos países del mundo desde la década de 1960, cuando surgen, y se han expandido con mucha fuerza en las últimas décadas).

A la pregunta si estaban dadas las condiciones para la apertura del mercado aerocomercial en el país y el consecuente ingreso de las compañías de bajo costo, no es posible dar una respuesta tan puntual y sin tener en cuenta todo los anteriores aspectos y la historia del transporte aéreo en Argentina. Lo que si puede afirmarse es que Argentina necesita, si o sí, del transporte aéreo de cabotaje para desarrollarse (debido a lo ya dicho: enormes distancias y baja densidad de población en muchas regiones). El país, a través de su historia ha probado diferentes alternativas y, hasta ahora, ninguna ha funcionado eficientemente. La pregunta es por qué. Sin duda las causas son numerosas y entre las mismas se incluyen la situación ya dicha; largas distancias y baja densidad de población de muchas regiones/destinos, que hacen

imposibles sostener los costos operativos de las empresas aéreas que no se encuentran subvencionadas por el Estado (caso Aerolíneas Argentinas /Austral), En ese sentido las empresas de bajo costo han sido una buena intención....

Entrevistadora: Las compañías aéreas de bajo costo, para poder ofrecer tickets aéreos económicos, requieren de una serie de cuestiones que le permitan hacerlo, entre ellas, la operación desde aeropuertos secundarios. Sin embargo, en Argentina solamente existe uno, El Palomar, el cual se ha encontrado rodeado de controversias y recientemente ha sido cerrado para la operatoria de estas aerolíneas. ¿A qué considera que se deba esto? ¿Cuál es su opinión respecto a que las aerolíneas de bajo costo operen desde Ezeiza?

Entrevistada 2: Existe solo uno en el área metropolitana de Buenos Aires. Se debe estrictamente a pugnas políticas, “a mezquindades” y a confrontaciones ideológicas, sin tener en cuenta las verdaderas necesidades del país, respecto del transporte aéreo. El aeropuerto del Palomar fue y es una buena opción para la descentralización del transporte aéreo de Buenos Aires (se debe recordar que por entonces Aeroparque J. N. se encontraba saturado en su capacidad operativa).

Por otro lado, en tanto los aeropuertos cuenten con capacidad operativa y las empresas de bajo costo puedan sostener sus costos operativos, podrían operar desde cualquier aeropuerto.

Entrevistadora: Debido al ofrecimiento de tickets aéreos más económicos por parte de las aerolíneas de bajo costo, las compañías aéreas tradicionales tuvieron que readaptar sus estrategias comerciales. Según su opinión, ¿cuáles fueron los resultados de esto?

Entrevistada 2: Las aerolíneas tradicionales han ido adaptando y adecuando sus criterios de servicios y tarifarios a los ofrecidos por las low cost. Es el caso de tarifas muy promocionales para solo algunos asientos, determinadas rutas y horarios; la limitación y/o cobro del equipaje registrado, la eliminación y restricción de los servicios de AyB a bordo, son algunos de los aspectos que las llevan a imitar y a asimilar las estrategias de las low cost.

Entrevistadora ¿Qué consecuencias, a su juicio, ha tenido el ingreso de las compañías aéreas de bajo costo en lo que respecta a la cantidad de pasajeros transportados?

Entrevistada 2: Dejando de lado el último año consecuencia de la pandemia, han sido muy beneficiosas. Sería importante pueda gestionar las estadísticas oficiales que le permitirá un análisis objetivo del incremento en el transporte de pasajeros de los últimos años.

Entrevistadora: ¿Cuál es su apreciación respecto a la conectividad a partir de la incorporación de las aerolíneas de bajo costo? ¿existe una relación con el aumento de frecuencias aéreas?

Entrevistada 2: Así es, se han incrementado las frecuencias en particular en las rutas de mayor demanda, no así en las restantes. Una vez más vale recordar que lo mismo sucedió con la desregulación de principios de 1990. En ese sentido siempre se benefician las rutas que conectan ciudades de mayor densidad de población y/o con

importantes actividades productivas que justifican el incremento de empresas y de frecuencias en dichas rutas.

Entrevistadora: ¿Cuál es el efecto, a su juicio, que tiene la diversificación en la oferta aérea sobre los destinos turísticos?

Entrevistada 2: El efecto es y será siempre positivo e imprescindible. Me gusta decir que, por más relevante que sea la atractividad de un destino turístico, si el turista no puede llegar, no puede hacerlo con facilidad (diversidad de oferta de transporte, frecuencias, tarifas), de nada sirve tal atractividad.

Entrevistadora: De cara al futuro, ¿cuáles, según su apreciación, son los factores que se deberían dar para que las aerolíneas de bajo costo continúen operando en el país?

Entrevistada 2: Una clara política de Estado, digo de Estado, no del gobierno de turno, que les permita garantías y continuidad en el tiempo (visión de largo plazo). Dicha política debe incluir un plan aeroportuario, análisis de rutas aéreas, etc., y en función de la realidad y necesidades del país, de cada región y localidad. No improvisación.

Entrevistado 3 informante del sector público

Entrevistadora: ¿Qué tipo de acompañamiento, difusión, promoción hubo por parte de la Secretaría de Turismo de la Nación al momento de la incorporación de las compañías aéreas de bajo costo al sistema aerocomercial argentino?

Entrevistado 3: En primer término, hay que mencionar que todas las acciones de promoción de la Secretaría de Turismo de la Nación a través de la Subsecretaría de Promoción Turística se enmarcaban dentro del Plan Nacional de Turismo Interno, que tenía como finalidad fortalecer la comercialización del turismo interno e incrementar el movimiento turístico dentro de Argentina.

Dentro de ese Plan, se encontraba como una de sus líneas de acción el trabajo para potenciar la conectividad aerocomercial dentro del país, lograr un mayor consumo de turismo interno con el uso de aviones como medio de transporte e incrementar los pasajeros de avión.

De esta forma se trabajó con todas las líneas aéreas, entendiendo que el principal actor del mercado aerocomercial interno era Aerolíneas Argentinas y con la incorporación de nuevas líneas aéreas se ampliaban las posibilidades de crecimiento turístico, ya que se incrementaban frecuencias, asientos y destinos.

Para tal fin se propuso a todas las líneas aéreas la realización de acciones cooperadas de promoción, con la finalidad de dar difusión a los vuelos fuera de temporada incentivando el formato de escapadas a bajo costo utilizando la capacidad ociosa de cada empresa. También se realizó la Semana del Avión, que ofrecía pasajes a precios promocionales en un momento determinado del año para poder viajar durante un periodo futuro establecido. También se articularon acciones con la Federación de Agencias de Viajes – FAEVYT y la Cámara Argentina de Turismo – CAT para que se generen acciones en los eventos de comercialización online.

Entrevistadora: ¿Cuál fue, según su opinión, la reacción de las compañías aéreas tradicionales en términos de tarifas y demás elementos de la propuesta comercial frente a la llegada de las aerolíneas de bajo costo?

Entrevistado 3: Como en todo esquema donde se amplía la oferta y existe competencia, se reformulan estrategias que son beneficiosas para la demanda. A mi criterio, la respuesta fue buena porque se empezó a generar acciones y estrategias comerciales para captar nuevos públicos y fidelizar clientes. Se trabajó sobre esquemas tarifarios en función de la oferta y la demanda, lo que generó un incremento considerable de los viajes.

Entrevistadora: ¿Cuál considera fue el grado de competencia de las compañías de bajo costo respecto a otros medios de transporte, como los micros de larga distancia?

Entrevistado 3: Si bien existían competencia directa en algunas rutas, más que competencia, se planteaba un esquema de complementación. Hay que destacar que no todos los destinos (ciudades de Argentina) cuentan con aeropuertos, por lo que los aviones tenían un esquema troncal de conectividad entre destinos de larga distancia y por vía terrestre se podía hacer viajes entre destinos de cercanía.

Entrevistadora: Según su apreciación, ¿cuál fue el impacto que tuvieron las aerolíneas de bajo costo respecto a la cantidad de pasajeros transportados en avión?

Entrevistado 3: El impacto fue sumamente positivo, ya que se lograron niveles record asientos disponibles, conexiones, frecuencias y pasajeros transportados. A esto se le suma una reducción considerable de tarifas que permitió el acceso al avión a nuevos públicos.

Entrevistadora: ¿En qué medida considera que el ingreso de las compañías de bajo costo al mercado aerocomercial argentino ha incentivado al turismo interno?; en función de ello, ¿qué destinos turísticos se vieron más beneficiados?

Entrevistado 3: El impacto fue sumamente positivo, incentivando el turismo interno en todas las regiones del país. No solo porque genero una mejor conectividad e incremento la oferta de vuelos y asientos a los destinos; sino también porque colaboro a romper la estacionalidad con el formato de escapadas y potenciando segmentos como el turismo de reuniones.

Entrevistadora: ¿Cuál considera que fue el impacto de las compañías aéreas de bajo costo sobre la conectividad aérea en el país?

Entrevistado 3: El impacto fue positivo, ya que genero mayor conectividad sobre rutas tradicionales y también sobre rutas alternativas (Ejemplo ruta SLA – NQN), incremento la cantidad de asientos, vuelos y frecuencias. Genero la posibilidad de hacer escapadas (3/4 días) a destinos lejanos y a un costo accesible. Permitted que muchas personas puedan volar. Colaboro con el desarrollo turístico de los destinos.

Entrevistado 4 informante del sector público

Entrevistadora: ¿Cuál fue, según su opinión, la reacción de las compañías aéreas tradicionales en términos de tarifas y demás elementos de la propuesta comercial frente a la llegada de las aerolíneas de bajo costo?

Entrevistado 4: Las compañías tradicionales reaccionaron rápidamente haciendo sus tarifas más competitivas y reconvirtiendo las condiciones tarifarias adaptándolas al modelo “low cost”, al crear una tarifa más económica que solo contemple el pasaje aéreo, dejando como opcional el equipaje adicional, la selección de asientos, acceso al salón VIP, entre otros.

Entrevistadora: ¿Cuál considera fue el grado de competencia de las compañías de bajo costo respecto a otros medios de transporte, como los micros de larga distancia?

Entrevistado 4: El rápido ingreso al mercado argentino de las compañías aéreas de bajo costo, afectó principalmente a las empresas de ómnibus de larga distancia. Estas últimas encuentran sus mayores posibilidades

de rentabilidad en los viajes largos, justamente en las rutas en las que las “low cost” se insertaron con tarifas en muchos casos similares a la de los ómnibus. Esto generó una merma en la cantidad de unidades de larga distancia que redujo la capacidad instalada del transporte terrestre de larga distancia. Las empresas de ómnibus reaccionaron a partir de septiembre de 2018 y promocionaron tarifas anticipadas si se emitían con cierta antelación.

Entrevistadora: Según su apreciación, ¿cuál fue el impacto que tuvieron las aerolíneas de bajo costo respecto a la cantidad de pasajeros transportados en avión?

Entrevistado 4: La incorporación de nuevas aerolíneas (low cost) mejoró la oferta incrementando un 52% la cantidad de pasajeros entre el 2015 y el 2019. Esto no solo se dio en las nuevas compañías, sino también se registró un importante crecimiento de Aerolíneas Argentinas.

Entrevistadora ¿En qué medida considera que el ingreso de las compañías de bajo costo al mercado aerocomercial argentino ha incentivado al turismo interno?; en función de ello, ¿qué destinos turísticos se vieron más beneficiados?

Entrevistado 4: El ingreso de nuevas compañías aéreas de bajo costo no logró incentivar el crecimiento del Turismo interno, dado que durante los años 2018 y 2019 en los que este fenómeno alcanzó su mayor desarrollo, el flujo doméstico decayó significativamente acompañando la crisis económica. Lo que sucedió es que hubo una transferencia de otros medios de transporte hacia el aéreo.

En todo caso, si hubo algunos destinos que se beneficiaron, estos fueron los destinos tradicionales, tal como explico en el punto siguiente.

Entrevistadora: ¿Cuál considera que fue el impacto de las compañías aéreas de bajo costo sobre la conectividad aérea en el país?

Entrevistado 4: Si bien durante el periodo 2015 – 2019 se incrementó la cantidad de pasajeros que viajaban en avión, esto no amplió significativamente la red de

conectividad del país. El 70% de los asientos se destinó a las 7 rutas más importantes y tradicionales.

Entrevistadora: De cara al futuro, ¿cuáles, según su apreciación, son los factores que se deberían dar para que las aerolíneas de bajo costo continúen operando en el país?

Entrevistado 4: El principal factor que afecta a las compañías aéreas es que la mayoría de sus costos son en dólares, por lo que la volatilidad del tipo de cambio y la falta de estabilidad económica representan una dificultad para desarrollarse en Argentina.

Por otra parte, se requiere un análisis integral que incluya el efecto que estas políticas generan en términos de turismo interno e internacional. No se puede observar el fenómeno por separado, dado que las nuevas empresas desarrollan un plan de negocios que involucra ambos mercados. Esto generó en Argentina que el ingreso de las “low cost” incrementara mucho más la salida de argentinos hacia el exterior en detrimento del mercado interno.

Entrevistado 5 informante del sector privado

Entrevistadora: Se podría decir que el proceso de incorporación de las aerolíneas de bajo costo al país comienza a partir de las audiencias públicas realizadas entre los años 2016 y 2018, en el marco del programa del Ministerio de Transporte llamado “Revolución de los Aviones”. Ahora bien, ¿usted considera que estaban dadas las condiciones para la apertura del mercado aerocomercial en el país y el consecuente ingreso de las compañías de bajo costo?

Entrevistado 5: La realidad es que la matriz del negocio aerocomercial en Argentina dista mucho de ser la adecuada para el desarrollo low cost. Si uno analiza el modelo en Europa, por ejemplo, puede notar rápidamente que allí las principales ciudades disponen de varios aeropuertos a su alrededor (Londres: Heathrow, Gatwick, Stanstead, Luton, Southend y City Airport; París: Orly, Charles De Gaulle, Beauvais y Le Bourget; Barcelona: El Prat y Girona; Roma: Fiumicino y Ciampino, etcétera), lo que le permite a las low cost elegir aeropuertos menos congestionados y más baratos para operar. Del mismo modo hay alternativas en el suministro de combustible, por ejemplo.

Las grandes capitales del Interior de la Argentina solo tienen un aeropuerto en condiciones de recibir vuelos comerciales y aviones de gran porte (en nuestro país, el pequeño porte es menos de 6 pasajeros) y sólo dos aeropuertos en todo el país cuentan con dos proveedores de combustible para elegir: en todo el resto hay un solo proveedor (YPF). Esto limita mucho la matriz de costos.

Haciendo el ejercicio mental, si uno viera un avión de Aerolíneas Argentinas en manga y otro de Flybondi a su lado notaría que deben pagar lo mismo por los servicios a Aeropuertos Argentina 2000, lo mismo por el combustible, lo mismo por las ayudas a la navegación y seguramente lo mismo por los servicios en el aeropuerto de arribo. ¿Entonces, dónde se “hace” la diferencia en Argentina? En el leasing de las aeronaves, que no presenta sin embargo una posibilidad sustancial de ahorro; en los canales de distribución y venta (las empresas tradicionales como Aerolíneas apelan todavía a una red de sucursales mientras Flybondi vende casi exclusivamente por su web); y en el personal, en lo que se les paga a los trabajadores. Por eso no es casual que las low cost en Argentina llegaran de la mano de “sindicatos de empresa”, una innovación no solo en el sector aerocomercial sino directamente en el sector del empleo.

Otro elemento que considerar es que no estuvieron dadas las condiciones macroeconómicas. Las low cost son positivas disparadoras de demanda, sobre todo de demanda nueva (pasajeros que nunca antes se subieron a un avión), en un contexto macroeconómico positivo. En definitiva, si la gente tiene dinero en el bolsillo para gastar, las low cost con sus bajas tarifas se ponen a su alcance. Cuando Brasil vio el nacimiento de las low cost (Gol, Azul y Webjet), a principios de los 2000, también vio la integración a la clase media de más de 20 millones de consumidores nuevos. La “Revolución de los Aviones” se dio en paralelo a un proceso de deterioro económico-social, donde la pobreza pasó del 29% al 36% (según cifras oficiales), se vivió un pico inflacionario (que resta poder adquisitivo) de casi el 50% y los costos hogareños se dispararon gracias a los inclementes aumentos de tarifas de servicios públicos. Por eso, si bien creció la demanda, no lo hizo de modo explosivo. Pero, además, la demografía de la demanda prueba que no se integró tanto mercado nuevo, sino que, gracias a las tarifas bajas, los viajeros habituales pudieron hacerlo en más ocasiones por año. La consecuencia más evidente de la competencia que se desató en el mercado local es que se cobró una gran víctima: Latam Airlines. Lo que definitivamente “echó” a la empresa del país, no fue una pretendida marginación ni juego sucio (que lo hubo en parte) sino los US\$ 400 millones de pérdidas acumuladas en los últimos tres años de su trabajo en Argentina. Entre 2015 y 2019, Latam solo ganó dinero en Argentina en 2015: perdió US\$ 29,5 millones en

2016; US\$ 41,6 millones en 2017; US\$ 132 millones en 2018; y US\$ 133 millones en 2019. Es decir, perdió US\$ 336 millones continuamente, y coinciden sus pérdidas con la “Revolución de los Aviones”.

Finalmente, la apertura se concretó sin un marco regulatorio adecuado. El Código Aeronáutico es una norma vieja, que necesita actualizarse (de hecho, cuando se impuso la Emergencia Aero comercial en 2002, lanzada por el presidente Duhalde y prolongada luego por el presidente Kirchner, se establecía la necesidad de reformar el Código) y también está vigente la Ley N°19.030 de Política Aérea que genera una reserva de mercado y establece que Aerolíneas Argentinas es la herramienta de política aérea. La “Revolución de los Aviones”, se hizo invocando un decreto de los 90, justamente. Todo ese cúmulo de normas anticuadas, contradictorias entre sí, debió haberse ordenado primero. El proceso de apertura se hizo, en definitiva, de modo improvisado. La prueba más concreta de eso es la decisión de convertir a El Palomar en el tercer aeropuerto porteño, sin realizar primero las inversiones necesarias tanto en sus sistemas como en su infraestructura. Esto hizo que el aeropuerto funcionara mal y en malas condiciones durante meses, hasta alcanzar cierta estabilidad operativa.

Entrevistadora: Las compañías aéreas de bajo costo, para poder ofrecer tickets aéreos económicos, requieren de una serie de cuestiones que le permitan hacerlo, entre ellas, la operación desde aeropuertos secundarios. Sin embargo, en Argentina solamente existe uno, El Palomar, el cual se ha encontrado rodeado de controversias y recientemente ha sido cerrado para la operatoria de estas aerolíneas. ¿A qué considera que se deba esto? ¿Cuál es su opinión respecto a que las aerolíneas de bajo costo operen desde Ezeiza?

Entrevistado 5: En una de las primeras conferencias de prensa que brindó, Julián Cook, CEO de Flybondi, explicaba a quien quisiera oírlo, que la decisión de operar desde El Palomar se debía a que cuando él se entrevistó con directivos de Aeropuertos Argentina 2000, le dijeron que el Aeroparque Jorge Newbery estaba saturado y no podía admitir el ingreso de más empresas.

Esa situación de saturación se acaba de terminar con la pandemia. El crack del mercado, que ha supuesto una caída, un retroceso de la demanda por el Covid-19, supone que el Aeroparque ya no volverá a saturarse por lo menos hasta 2023. Y, aun así, la salida de Latam, una empresa que llegó a operar 10 aviones en el cabotaje abre un hueco para que operen las low cost (JetSmart cuenta con 4 aviones y Flybondi 2).

La decisión de que El Palomar fuera el tercer aeropuerto de Buenos Aires fue extemporánea e improvisada. No se discutió ni debatió. Y se hizo a las apuradas: el ILS de El Palomar funcionaba con limitaciones, no había edificios terminales adecuados e incluso había un polvorín de la Fuerza Aérea a unos 200 metros de la pista. Nada de esto es imposible de solucionar, pero se requiere inversiones y tiempo. Alistar El Palomar y llevarlo a un piso mínimo operativo tomó varios meses y las obras se hicieron en paralelo a los vuelos. De modo que, ante cada tormenta fuerte, la terminal de pasajeros se llovía adentro e inundaba, y el aeropuerto se cerraba por el ILS limitado. Y esto repercutió en el servicio mismo que brindaban las low cost: Flybondi registró casi 700 episodios de cancelación o retraso de vuelos, en los primeros meses de vuelo.

Con el tiempo, el ILS se modernizó y se iniciaron las obras para transformar dos viejos hangares de la Fuerza Aérea en un nuevo edificio terminal para los pasajeros. La decisión de cerrar El Palomar durante la pandemia resulta lógica: el tamaño del edificio terminal hace imposible aplicar el distanciamiento social que requieren los protocolos sanitarios. De lo contrario, las colas de embarque y control de documentación llegarían a la calle.

El Palomar puede convertirse en un aeropuerto alternativo y ser eficiente en ese rol. Pero necesita inversiones, fondos, y tiempo para realizar las obras.

Por otra parte, si la habilitación de El Palomar como aeropuerto comercial se hubiera debatido y discutido con todos los involucrados, el proyecto de hacerlo sería coherentemente mantenido, porque es una iniciativa de todos, una política de Estado y no la decisión de un gobierno. Hacerlo a espaldas de varios sectores, sin consulta, genera que hoy esos mismos sectores reclamen el cierre.

Mientras tuvieron que volar desde Ezeiza, las low cost lo hicieron sin mayores inconvenientes porque Ezeiza dispone de los espacios adecuados. Hay un problema de fondo y de mucho tiempo, que tiene que ver con la conectividad hacia los aeropuertos y entre los aeropuertos. Aunque una vía pasa a pocos kilómetros, sigue sin haber un tren que conecte con Ezeiza. Hay una traza ferroviaria detrás de Aeroparque, pero no tiene estación allí. No hay un sistema público y barato que conecte Aeroparque con Ezeiza y que facilite el intercambio de pasajeros en uno y otro sentido. Esto hace que las low cost argumenten todo el tiempo sobre la comodidad de El Palomar, que sí dispone de una estación ferroviaria a pocos metros y también cuenta con varias líneas de colectivo que pasan por la puerta. Pero esa interconectividad entre los aeropuertos no es imposible de resolver, aunque debe enfrentar lobbies poderosos.

Las obras que se hicieron y se reinaugararon recientemente en Aeroparque, confirman que la idea es continuar, cuando menos, con un sistema dual, con un aeropuerto internacional en Ezeiza y otro que funcione como hub regional y de cabotaje en Aeroparque. La salida de Latam y de otras líneas aéreas (Flyest, Avianca Argentina), repito, elimina todo argumento de saturación: hoy el Jorge Newbery tiene espacio para todas, para las tradicionales como Aerolíneas y Andes, y para las low cost como JetSmart y Flybondi.

Entrevistadora: Debido al ofrecimiento de tickets aéreos más económicos por parte de las aerolíneas de bajo costo, las compañías aéreas tradicionales tuvieron que readaptar sus estrategias comerciales. Según su opinión, ¿cuáles fueron los resultados de esto?

Entrevistado 5: Curiosamente, con la adopción de un esquema de “familia de tarifas” (family fares), fue Latam la primera en reaccionar, pero el resultado (su salida del mercado) prueba que no fue eficiente. Aerolíneas Argentina no adoptó una política especial, más allá de la baja de tarifas. Lo curioso es que, aunque ambas pidieron cientos de rutas, tanto JetSmart como Flybondi, operan solamente un puñado de rutas. Y si uno analiza, la competencia dura se produce en una serie de destinos que son los más demandados y que concentran la mayor competencia. Al menos eso sucedía antes de la pandemia. Por fuera, hay una nómina grande de casi 20 destinos argentinos, adonde solo vuela Aerolíneas Argentinas. Esto significa que, aunque debe enfrentar competencia en los destinos más demandados (Bariloche, Tucumán, Mendoza, Iguazú, Salta, El Calafate, Ushuaia, Córdoba), AR está sola volando a buena parte del país con tarifas monopólicas. Esto genera una especie de compensación, de equilibrio. La competencia low cost termina siendo, geográficamente hablando, limitada y eso hace que Aerolíneas Argentinas pierda dinero en ciertas rutas o gane muy poco por enfrentar a las low cost, pero compense con ingresos mejores en otros tramos. Esto se evidencia claramente en los market share, en las participaciones de mercado. La salida de Latam hizo que se repartiera su porción de mercado y todas las empresas crecieron un par de puntos porcentuales. Aún con low cost, Aerolíneas Argentinas acapara la mayor participación de mercado (cerca a un 70%). Ninguna de las low cost llega aún a un 20%.

Entrevistadora: ¿Qué consecuencias, a su juicio, ha tenido el ingreso de las compañías aéreas de bajo costo en lo que respecta a la cantidad de pasajeros transportados?

Entrevistado 5: Las estadísticas son claras. Según cifras de la ANAC, volaron en Argentina 16 millones de pasajeros en 2019. En 2015, lo hicieron 10 millones de pasajeros. Pero la prueba más clara de que no hubo un “estallido” del tráfico, es que, en 2011, la demanda fue (siempre de cabotaje) 6,4 millones. Es decir, entre 2011 y 2015 creció el número de pasajeros poco más de 4 millones, y entre 2015 y 2019, lo hicieron 6 millones. Analizando “hacia atrás” y tomando siempre ese parámetro de cuatro años, en 2007 volaron 5,6 millones y en 2003, 4,6 millones.

Le tomó al mercado argentino 15 años duplicarse (en 2001 volaron 5,1 millones y en 2015, 10 millones) y crecer un 60%, solo cuatro años (de 2015 a 2019).

Miremos Brasil. Gol Linhas Aéreas se fundó en 2000, y comenzó a volar en 2001. Para 2004, la empresa ya había transportado a poco más de 11 millones de usuarios. El total de pasajeros movilizados en Brasil, en 2002, llegó a 34 millones de viajeros, según el Banco Mundial y sin discriminar entre viajes internacionales y nacionales. En cuatro años, para 2006, había alcanzado 40,9 millones; en 2010, llegó a 74,6 millones; y en 2014, superó los 100 millones. En una década, de 2002 a 2012, pasó de 34 millones a 94 millones: 60 millones más. La diferencia de comportamiento es evidente.

Miremos Chile. Sky Airline comenzó a operar en 2002. En 2003, volaron por Chile 5,2 millones, según el Banco Mundial. En 2007, volaron en el país 7,1 millones; en 2011, 10,9 millones, y en 2016, 16,3 millones.

Tomemos la “vara” de la duplicación y comparemos las cifras del Banco Mundial. A la Argentina le tomó 12 años duplicar el mercado (en 2001 volaron 5,8 millones y en 2013, 11,9 millones). Brasil duplicó su mercado en 8 años (2001/2009) y Chile lo hizo en 9 años (2002/2011). Y en esa rapidez tuvieron que ver las low cost. Si uno tomara como parámetro el ingreso de las low cost al mercado de nuestro país, aceptando 2016 como base, Argentina no llegó aún a duplicar su mercado aún, con cinco años ya de presencia low cost. Es cierto que apareció la pandemia: pero tomemos como límite el 2019 como último año “normal”. Siguiendo los ejemplos de que los países vecinos duplicaron su mercado en 8 y 9 años, respectivamente, tres años (2016/2019) representan aproximadamente un tercio. En ese tercio, el mercado debería haber crecido alrededor de un 30%. Esto significa que el mercado en esos tres años debió haber crecido en 5 millones de usuarios para cumplir la duplicación en 8 o 9 años. Pero sólo creció poco más de 4 millones. Entonces se podría afirmar que la presencia de las low cost en Argentina no ayudaron a duplicar el mercado como sí sucedió en Brasil y Chile.

Entrevistadora: ¿Cuál es su apreciación respecto a la conectividad a partir de la incorporación de las aerolíneas de bajo costo? ¿existe una relación con el aumento de frecuencias aéreas?

Entrevistado 5: En términos netos es claro que hay un aumento en el número de frecuencias. Nuevamente, las estadísticas oficiales así lo muestran. Sin embargo, vale repetir el comentario respecto de la competencia y el sesgo territorial. El análisis ciudad por ciudad muestra cómo los destinos turísticos más demandados, los históricos y tradicionales (Iguazú, Bariloche, Mendoza, Tucumán, Salta, Córdoba, Ushuaia y El Calafate) vieron incrementada su cantidad de vuelos y en consecuencia el número de asientos ofertados. Sin embargo, no sucedió lo mismo con una enorme cantidad de destinos a los que sigue volando únicamente Aerolíneas Argentinas. En tal sentido vale la pena comentar que muy posiblemente ese estado de cosas no cambie en el futuro. Es decir, no es una cuestión de tiempo para que las low cost arriben a todos esos destinos, es una cuestión de volumen de demanda. De modo que muy probablemente

ese estado de cosas no cambie sino interviene el Estado. Subsidiar ciertas rutas puede generar un incremento de demanda, pero artificial. Se trata de rutas que pasan a tener una fuerte dependencia del subsidio: mientras este exista, existe la ruta, si esto no está, la ruta se convierte en deficitaria y se abandona. Ciudades como Merlo o Reconquista lo han comprobado en los últimos años. De hecho, los vuelos de Aerolíneas Argentinas hacia ciertas ciudades o cierta cantidad de frecuencias semanales por destino ya son una especie de subsidio encubierto: el Estado Argentino asume las pérdidas de AR, pero mantiene la conectividad a una serie de escalas que, de lo contrario, no contarían con vuelos.

Otra opción sería que el Estado intente resolver de una vez la inexistencia de aerolíneas regionales o feeders. Con un esquema de empresas más pequeñas, que operen aviones más pequeños y en determinadas regiones podría generarse un incremento extra de rutas e incentivar una mayor demanda genuina. Eso sin hablar de los beneficios que genera la aviación para la actividad económica general y la generación de nuevos empleos locales.

Por lo pronto la pandemia supone una interrupción de todo, una gran pausa. El mercado retomará la senda de crecimiento, respecto de la prepandemia, recién en 2023 y habrá que ver en definitiva qué sucede en ese momento.

Entrevistadora: ¿Cuál es el efecto, a su juicio, que tiene la diversificación en la oferta aérea sobre los destinos turísticos?

Entrevistado 5: La realidad es que los destinos turísticos no reparan en los colores del avión que les trae los turistas. Si para el gobierno nacional y la ANAC no le es indiferente lo que le sucede al mercado y a Aerolíneas Argentinas (habida cuenta que está en manos del Estado); para los destinos lo importante es que los turistas lleguen, sencillamente. Y por una cuestión numérica, cuantas más compañías aéreas cubran una ruta, más vuelos habrá y más pasajeros se recibirán, al menos de modo potencial. El conflicto que ya se ha presentado, por ejemplo, en Córdoba, es que muchas provincias están dispuestas a pagar, a subsidiar por más vuelos a las nuevas empresas. Y en cuanto esa oferta se cristaliza eso genera un conflicto de intereses con Aerolíneas Argentinas que plantea, y con razón, que tiene derecho a acceder a los mismos beneficios (una característica ineludible de los subsidios es que sea equitativo, que esté al alcance de todas las empresas, al menos todas aquellas que cumplan con los mismos requisitos).

En los próximos meses, cada destino enfrentará una crisis previa a la de conectividad. La pelea que se avecina es por recuperar la demanda. Los cierres parciales y las restricciones de viaje preocupan hoy más, que la cantidad de vuelos que se recibirán.

Entrevistadora: De cara al futuro, ¿cuáles, según su apreciación, son los factores que se deberían dar para que las aerolíneas de bajo costo continúen operando en el país?

Entrevistado 5: Hay un concepto jurídico que tiene que ver con los derechos adquiridos. Desde esa perspectiva es poco probable que la oferta instalada se pierda. Esto es, muy probablemente Flybondi y JetSmart Argentina continúen operando. Al menos, lo harán en la medida que logren cierto equilibrio económico y si decidieran irse, seguramente lo harán por lo que marcan sus finanzas, habida cuenta de las pérdidas acumuladas. Dicho de modo más vulgar es una cuestión de “espalda financiera”.

Si mantenemos la coherencia en lo importante que resulta el contexto macroeconómico, es difícil pensar en que existan demasiados proyectos de nuevas líneas aéreas o low cost dando vueltas y esperando la oportunidad para entrar, en estos momentos. Hay

dos empresas que deben definir su situación: ni Andes ni el Grupo LASA están operando y se deben definir por la positiva, es decir por volver al ruedo, o por la negativa, bajar la persiana. Tomando en cuenta que ya se ha expandido a generar una filial en Perú, una posible interesada en crear una empresa aérea en Argentina, podría ser la chilena Sky Airline, siguiendo los pasos de JetSmart (ya presente en Chile, Perú y Colombia). Las dos low cost trasandinas continúan, en definitiva, con el modelo de expansión de Latam para crear una mayor escala del negocio. Esto consiste en crear subsidiarias al menos en los Países Andinos (Colombia, Perú, Ecuador y Chile) y extenderse a la Argentina. Pero es poco probable que se produzcan, al menos hasta 2023, nuevas audiencias públicas para facilitar el ingreso de nuevas empresas.

Argentina tiene una matriz territorial ideal para el desarrollo del transporte aéreo. Si bien tiene una buena infraestructura vial en general (a diferencia de países como Brasil que tiene rutas deficientes o Bolivia y Colombia cuya orografía impone rutas peligrosas, sinuosas y de montaña) la distancia enorme es un potenciador del mercado. Sin embargo, y como dijimos antes, el transporte aéreo es un negocio económico y como tal necesita una base de estabilidad económica.

Curiosamente, 2023, año para el que se espera una recuperación a niveles prepandemia, coincide con el recambio de gobierno nacional. ¿Qué sucederá entonces? Claramente parecieran despuntar dos conceptos distintos. Si el Pro/Juntos por el Cambio volviera al gobierno quizás intentara, nuevamente, una apertura como lo fue la “Revolución de los Aviones”. Si en cambio reelige el Frente de Todos, es posible pensar en que no existirá tal apertura, aunque posiblemente sí se aceptará la convocatoria a alguna audiencia pública si hubiera interesados, pero todo esto entra en el campo de la hipótesis y la especulación.