

## Viajar en tiempos de crisis

**JUAN DÍEZ NICOLÁS**Catedrático emérito de Sociología.  
Presidente de ASEP

**A**unque cueste creerlo, incluso las situaciones de crisis tienen algunas consecuencias positivas que no deben desdeñarse, aunque la actual sea una situación dramática para millones de personas en España y en otros países. Presento a continuación algunos argumentos para que no se malinterpreten mis palabras anteriores. Ya que estamos en una situación crítica y de salida incierta, aprendamos de ella y apliquemos estas enseñanzas para el futuro. Las dificultades siempre son un reto para lograr lo mejor del ser humano.

Si en los años setenta la llamada crisis del petróleo hizo del ahorro de combustible para la generación de energía una necesidad casi vital, lo mismo ocurre en todo el mundo desde 2007, cuando los ciudadanos han visto cómo mermaban sus recursos.

Las viviendas, primer factor desencadenante de la crisis, han bajado sus precios, y el turismo mundial, que tuvo un pequeño frenazo, fundamentalmente por la carestía de los viajes, parece estar recobrando su pulso. Desde una perspectiva meramente sociológica, no hay nada más normal que constatar que el mercado (empresas y consumidores) se adapta a las circunstancias económicas como cualquier ser vivo a su medio, sobre todo por algo tan indiscutible como el instinto de conservación. Lo que ocurre es que siempre nos adap-

tamos más fácilmente a situaciones de mejora que a situaciones de empeoramiento, pero al final nos adaptamos siempre.

Pues bien, dando por cierto que viajar es un placer para el turista, además de una necesidad para una amplísima mayoría de ciudadanos, incluidos aquellos que viven del turismo, me llama poderosamente la atención que exista una congénita cerrazón frente a la realidad social y económica. Los hechos, dice una máxima filosófica, no se discuten. Se explican y se interpretan para sacar de ellos las mejores consecuencias.

### Se trata de ofrecer a los usuarios viajes mucho más baratos para conseguir más viajeros a menor precio

Y los hechos son que los precios de todas las modalidades de transporte han bajado, y de forma notable en muchos casos. Los de los transportes interurbanos también lo han hecho, en términos de moneda constante, incluso en aquellos lugares o entidades con consorcios fuertemente subvencionados. Estoy seguro de que la virtud del abaratamiento, celebrada por los consumidores, nace en este, como en tantos casos, de la necesidad.

Quizás donde mejor se aprecie este acusado descenso de los precios sea

en el sector del transporte aéreo de pasajeros con las modalidades llamadas de bajo coste (*low cost*) que pongo en plural porque ni las compañías ni las modalidades son todas iguales. Sin embargo, su filosofía esencialmente sí lo es: se trata de ofrecer a los usuarios viajes mucho más baratos para conseguir mayor número de viajeros a menor precio, frente al menor número de viajeros a precios mucho más altos. Sin duda, las cuentas salen. Del 10% cuando empezó la crisis al 55% al día de hoy, este mercado llamado de coste bajo, mejor aún, de bajo precio, se ha quedado ya con más de la mitad de la tarta con tendencia a dejar un pedacito muy pequeño a los demás. Y en esta situación quizás tengan que cerrarse quienes no comprendan o no puedan hacer frente a esta nueva realidad.

En pocos años se nos ha abierto la posibilidad de viajar a Londres, París, Roma, Mallorca o Ibiza a precio de autobús con unos niveles de comodidad y seguridad aéreas más que aceptables. Preguntar las razones de los viajeros para elegir esta modalidad es casi ocioso. Nos dirán, en primer lugar, que por el precio.

Por eso no se comprende a quienes se oponen a que una aerolínea que quiere corregir sus números rojos aspire a quedarse con una porción de esa tarta, que perderá si persiste en no ofrecer una solución para quienes no puedan pagar 300 o 400 euros

por viajes que podrían hacer por 70 u 80. Hay quien dice, además, que eso es ilegal. Si planteáramos este asunto en forma de pregunta a una muestra representativa de la población el resultado sería muy predecible.

Puede ser ilegal no cumplir determinados compromisos y, aunque las leyes son a menudo demasiado complejas, socialmente creo que no se entendería que se impida hacer efectiva la libertad de creación de empresa cuando de ella se deriva un beneficio general y el de los usuarios del transporte aéreo en particular. No se trata de promover o alentar actividades en contra del actual marco legal. Si una compañía aérea, como por ejemplo Iberia, la tradicional compañía aérea española ahora ya miembro de un consorcio internacional, diera un paso de esta importancia, que añadirá, además, varios cientos de puestos de trabajo, no parece probable que fuese a encontrar impedimento en los tribunales y, mucho menos, en la sociedad.

Personalmente debo decir que llevo volando con gran frecuencia desde los años sesenta (en un recuento aproximado creo haber hecho más de 600 vuelos). Y, si existe en el mercado una nueva posibilidad de viajar a mejor precio, la aprovecharé. Creo que es lo que hará también la mayoría de los viajeros frecuentes. La crisis aprieta, pero también enseña. No cerremos los ojos a la realidad.

“  
No se comprende a quienes se oponen a que una aerolínea que quiere corregir sus números rojos aspire a quedarse con una porción de esa tarta”