

Volando limpio

Rob Fyfe, Director Ejecutivo de Air New Zealand explica el porqué la compañía tiene un interés tan alto en la protección del medio ambiente.

Ante todo, Air New Zealand es una aerolínea turística —vinculando a nuestra remota nación con socios comerciales del mundo y permitiendo que los visitantes lleguen y experimenten la belleza inalterada de Nueva Zelanda. La imagen ‘verde limpio’ es pieza fundamental del atractivo de nuestra nación —la diversidad de sus paisajes terrestres y marinos, su fauna y flora únicas y su rica cultura atrae a más de 2,3 millones de visitantes por año —nada mal para un país con solo 4,2 millones de habitantes. El crecimiento del turismo ha sido impulsado por el fuerte perfil internacional de la nación y su creciente capacidad aérea.

Air New Zealand desempeña un papel fundamental en asegurar que se mantenga la imagen del país en todo el mundo. Al ser uno de los promotores más activos y eficaces de Nueva Zelanda a nivel mundial, gastamos millones de dólares cada año alentando a los turistas para que nos visiten. Pero vemos una paradoja, al hacer esto debemos manejar nuestro impacto sobre el medio ambiente de una manera sostenible.

Quienes abogan por el medio ambiente en todo el mundo, pero particularmente en Europa, están marcando al viajar por aire como el nuevo tabaco. El viajar por aire es un

blanco fácil; viajar menos por aire parece más sencillo para la gente que hacer cambios fundamentales en su estilo de vida y comportamiento actual, como conducir menos, consumir menos electricidad y comer menos alimentos procesados. Los políticos y los propios ambientalistas han sido perseguidos públicamente por realizar vuelos de larga distancia. En una encuesta reciente, uno de cada cinco australianos señala que estaban considerando abandonar los viajes por aire debido a sus impactos ambientales.

Para una nación geográficamente remota, que depende del turismo como una fuente importante de ingresos, los viajes por aire son el único medio realista para llegar y partir: cualquier renuencia de los consumidores a tomar vuelos de larga distancia no es una buena noticia para nosotros. El turismo está conformado por cerca de 18.000 pequeñas y medianas empresas, lo que indica que es fragmentado y poco visible, pero emplea uno de cada 10 de nosotros. La actividad contribuye más de NZD 18 mil millones por año al PBI de Nueva Zelanda —cerca del 19% del total. Mirando hacia adelante, es claro para mí que hacer de Air New Zealand la aerolínea más amigable con el ambiente del mundo será parte integral del éxito futuro de

Nueva Zelanda como un atractivo socio comercial y destino turístico, y para la economía del país en su conjunto.

Los gobiernos y consumidores de los países más importantes consideran que la degradación del medio ambiente es un asunto clave de nuestros tiempos. Nuestro gobierno ha tomado una posición muy fuerte sobre la sostenibilidad ambiental. En esencia, ha comprometido a Nueva Zelanda para ‘pelear en una categoría superior’, demostrando liderazgo mundial y “mostrando al mundo cómo hacerlo”.

Los clientes grandes y pequeños están computando la responsabilidad ambiental antes de tomar decisiones sobre qué comprar, y esto es algo que deberíamos asentir. Estamos trabajando con el gobierno para tomar una posición enérgica en apoyo de un planeta sostenible. Una piedra angular en este esfuerzo es el programa de reemplazo de nuestra flota de larga distancia. Estamos comprometiendo más de NZD 2 mil millones para adquirir lo que será la flota de larga distancia más joven, ambientalmente amigable y tecnológicamente avanzada del mundo.

Y el compromiso de Air New Zealand con la responsabilidad ambiental no se confinará a lo tradicional. Estamos trabajando con

Boeing y Rolls Royce en el desarrollo de biocombustibles. El primer paso en esta relación será el primer ensayo comercial de un avión Boeing, propulsado con motores Rolls Royce que emplearán biocombustibles, en 2008–2009.

Mucho del debate alrededor de Kyoto se concentra en el impacto de su cumplimiento en los costos, y el riesgo de que esto nos convierta en una nación no competitiva, particularmente si los EE.UU. y Australia continúan con su postura y deciden no ratificar Kyoto. Tenemos que preguntarnos si queremos ser una nación dependiente de los productores de materias primas. Si nuestro único margen de competencia es como

productores de bajo costo, será muy difícil competir para una nación del tamaño de Nueva Zelandia. Tomar el liderazgo en el desempeño ambiental y la oferta de un rendimiento positivo y diferenciado, en lugar del *'green-washing'*, puede convertirse en una ventaja competitiva para nosotros, permitiendo a Nueva Zelandia, y a nuestros productos y servicios, exigir una prima sobre el precio. Nuestro futuro como nación descansa en la calidad, sostenibilidad y trabajo con nuestro medio ambiente, para capitalizar sobre nuestra principal ventaja competitiva —la tierra que habitamos. ■

www.airnewzealand.com

Air New Zealand es miembro de la red de aerolíneas Star Alliance, que se ha unido con la UICN, el Programa sobre el Hombre y la Biosfera de la UNESCO y la Convención de Ramsar sobre los Humedales para lanzar la iniciativa *Biosphere Connections*. Con el propósito de promover la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales, la iniciativa se sirve de las actividades de comunicación de los cuatro socios, incluyendo sus sitios web, publicaciones, eventos y sistemas de entretenimiento en vuelo. También permite usar las conexiones de las aerolíneas de la Star Alliance para que la gente y los lugares de la UICN, MAB UNESCO y Ramsar estén conectados en su trabajo cotidiano.

