

# El negocio turístico se abre al espacio

Más de 3.000 personas en los próximos cinco años podrían contratar un viaje turístico al espacio con el touroperador galáctico Virgin Galactic, según un estudio realizado por el promotor de la idea y la empresa. ¿El precio? Unos 170.000 euros por hora y media de paseo espacial con la nave VirginSpaceShip (VSS)

**E**l año 2004 se despidió con la apertura de una nueva página en la historia de la conquista del espacio. Algunos han afirmado que la privatización del universo ha comenzado y que se ha desencadenado otra carrera espacial cuyo ganador controlará el negocio de la última frontera.

La carrera empezó un 4 de octubre de 1957, cuando los rusos lograron poner en órbita el ya célebre Sputnik, un satélite de tamaño ridículo y escasa utilidad. La proeza había supuesto para el régimen soviético un esfuerzo económico titánico, pero en juego estaba algo más que el prestigio o el reconocimiento mundial. El comunismo echaba un pulso a muerte con el capitalismo. En aquella carrera sólo participaban gobiernos vanidosos que no reparaban en gastos y nunca pensaron en los sueños de la gente corriente ni en las aplicaciones comerciales que podían desarrollarse con el tiempo en el terreno de la cosmonáutica. Ahora, un grupo de magnates con ánimo de lucro, visionarios de las finanzas, han dado un vuelco radical a la historia y se han lanzado a una nueva conquista que abrirá las puertas del espacio exterior al turismo de masas.

El pasado 4 de octubre, aniversario de aquella victoria pírrica de los soviéticos, el piloto Mike Melvill superaba por segunda vez en dos semanas los 100 kilómetros de altura con una nave especialmente diseñada para la ocasión, regresaba a tierra sin novedad y lograba para la firma Scale Composites los 10 millones de dólares del premio Ansari X, creado por el norteamericano Peter Diamandis en

1996 para atraer fondos no gubernamentales al sector aeroespacial. El galardón sería para la primera nave financiada por iniciativa privada con capacidad para tres pasajeros –o su peso equivalente– que lograra alcanzar los 100 kilómetros de altura –considerado el límite del espacio exterior– y repitiera la hazaña en un plazo de 14 días. Burt Rutan, leyenda viva de la aviación y máximo responsable de Scale Composites, construyó el SpaceShipOne con el apoyo económico de Paul Allen, cofundador del imperio Microsoft. Ambos, además de competir por los 10 millones de dólares del galardón como otros 20 proyectos de diferentes países, deseaban hacer historia y abrir nuevas rutas para explorar territorios desconocidos. Allen explicó su respaldo al proyecto, poco después del éxito del primer vuelo del SpaceShipOne, “porque se trata de una ocasión única para demostrar al mundo que el espacio estará algún día al alcance de todos los ciudadanos”.

## El breve vuelo de la gloria

Un avión nodriza, bautizado White Knight, llevó al SpaceShipOne hasta una altitud de 14.000 metros. Una vez situado sobre las coordenadas precisas y libre de su escolta, los cohetes de la nave se pusieron en marcha durante 80 segundos, tiempo que se tarda en alcanzar el objetivo de los 100 kilómetros de altura viajando a una velocidad aproximada de 4.300 kilómetros por hora. La fuerza de la gravedad deja en este punto de tener efecto sobre los pasajeros. Melvill, acompañado por dos maniqués, estabilizó minutos después el Space-



FOTOS: CORDON PRESS Y RADIAL PRESS

## VACACIONES EN EL ESPACIO

Más de 3.000 personas estarían interesadas en viajar al espacio en un periodo de cinco años, según un estudio de Virgin Galactic.

ShipOne para emprender el descenso y planear más de 100 kilómetros hasta posar nuevamente la nave en la pista del aeropuerto californiano de Mojave con total éxito. Todo el proceso había transcurrido en apenas 80 minutos. Diamandis, que presencié en persona el vuelo sobre el desierto de Mojave, se mostró especialmente emocionado por el logro y animó a los empresarios a invertir en un mercado que, según sus palabras, promete beneficios inimaginables. “Existe un gran potencial”, declaró. “El 60% de la población asegura estar interesada en viajar al espacio”.

## Nueva generación de naves

El primero en pasar a la acción ha sido el excéntrico multimillonario británico Richard Branson, dueño de todo un universo empresarial agrupado bajo el sello Virgin. “El espacio



representa la última frontera”, asegura. “Siempre he soñado con un negocio ligado al turismo espacial y ahora, gracias a la visión de Paul Allen y la brillante tecnología desarrollada por Burt Rutan, estoy un poco más cerca de hacer realidad este sueño”. El carismático magnate, amante de cualquier actividad que implique aventura y un cierto riesgo, firmó a finales del pasado septiembre un contrato con Mojave Aerospace Ventures, la empresa fundada por Allen para fabricar, gestionar y sacar el máximo provecho del invento de Rutan. Branson creaba además una nueva compañía para esta aventura, Virgin Galactic, convertido así en el



primer touroperador del mundo que explotará exclusivamente vuelos al espacio. El acuerdo, valorado en 21 millones de euros, cede a Virgin Galactic la patente del SpaceShipOne para los próximos 15 años. La nueva firma, ya operativa, tiene previsto poder ofrecer los primeros viajes al espacio a partir de 2007, dependiendo de los requisitos legales que imponga el ejecutivo norteamericano en materia de seguridad –el Congreso de EE UU ha legislado por procedimiento de urgencia un proyecto de ley que otorga a la Administración Federal de Avia-

ción (FAA) poderes extraordinarios para regular los vuelos espaciales, hasta entonces una actividad con un preocupante vacío legal–.

Virgin Galactic va a invertir 60 millones de libras esterlinas (cerca de 87 millones de euros) en desarrollar una nueva generación de naves basadas en el SpaceShipOne y crear las infraestructuras terrestres necesarias para operar desde el desierto californiano. Mojave Aerospace Ventures ha recibido, de momento, un encargo en firme de Branson para fabricar cinco aparatos con capacidad para cinco pasajeros cada uno, que serán bautizados como los VirginSpaceShip (VSS). La primera de estas naves, cuyo diseño final estará listo para mediados de 2005, será la VSS Enterprise –en clara referencia a la mítica serie de televisión ‘Star Trek’, cuya popularidad al otro lado del Atlántico ha creado auténticos devotos dispuestos a explorar el espacio exterior a cualquier precio– y sobre ella recaerán todas las pruebas de vuelo y estudios de viabilidad previos al lanzamiento comercial de Virgin Galactic en 2007.

“Esperamos formar a miles de astronautas en los próximos años y convertir en realidad su sueño de poder contemplar desde las alturas la majestuosa belleza de nuestro planeta, las estrellas en toda su gloria y experimentar la indescriptible sensación de la ingravidez”, comentó Branson a la prensa durante la presentación de Virgin Galactic. Al hábil magnate parecen cuadrarle las cuentas: según la investigación que realizó sobre el potencial del mercado, existen más de 3.000 personas que estarían interesadas en contratar los servicios de Virgin Galactic en un período de cinco años, que deberán pagar cada uno algo más de 170.000 euros por el pasaje. El precio, que incluye un curso de orientación y preparación de tres días para convertirse en astronautas, se irá ajustando a la demanda con el paso del tiempo. En cualquier caso, los beneficios obtenidos durante la primera fase de operaciones se reinvertirán íntegramente en desarrollar naves más amplias, rápidas y seguras. “Si tenemos éxito, podríamos incluso plantearnos poner un hotel allá arriba”, bromeaba Branson. Los expertos en la carrera por la conquista del espacio, como el estadounidense Greg Klerkx –que ha escrito algún que otro libro sobre la NASA–, aseguran que el proyecto de Virgin Galactic cuenta con un alto grado de credibilidad y que el SpaceShipOne ha generado mucha expectación dentro del sector, donde la idea de poner en marcha un negocio de vuelos al espacio relativamente baratos lleva bastante tiempo comentándose. “Paul Allen no suele invertir en tonterías”, advierte Klerkx.

### Pioneros fueron los rusos

La idea de ganar dinero y recuperar parte del dinero que dilapidan los políticos en los programas espaciales la tuvieron los rusos. La estación orbital Mir, superada con creces su esperanza de vida



➤ y utilidad en la carrera espacial, era la herramienta perfecta para acometer dicha empresa. Pero Rusia desechó rápidamente el proyecto por motivos de seguridad. Después, en 2001 y 2002, se organizaron con éxito dos expediciones con turistas para visitar la Estación Espacial Internacional (ISS, en sus siglas en inglés), aunque el coste de cada operación –alrededor de 15 millones de dólares por pasaje– pone coto al número de clientes potenciales. Un tercer candidato, que debería haber partido hacia la ISS en 2003, renunció al sueño espacial cuando su estado de salud se vio castigado durante la dura fase de entrenamientos previos al vuelo. De todos modos, los socios norteamericanos del programa no apoyan las visitas esporádicas de los turistas a la ISS, un centro que consideran reservado a los científicos y la experimentación. Los rusos, en cambio, opinan que la estancia en la ISS de multimillonarios caprichosos es inevitable a medio y largo plazo, factor que debería aprovecharse para cubrir una parte de los gastos que genera el programa.

Lo que parece claro es que el negocio del turismo espacial moverá ingentes cantidades de dinero en un futuro no muy lejano y nadie quiere quedarse al margen. Los rusos no sólo piensan en sacar algún partido a la ISS. Tienen claro que es necesario desarrollar por igual la vertiente de los vuelos suborbitales y han creado su propia empresa, la Suborbital Corporation, para competir lo antes posible con Virgin Galactic en igualdad de condiciones. De momento, han logrado diseñar la Cosmopolis XXI, una nave similar al SpaceShipOne que, se-

gún comentan los que han podido verla, presenta un aspecto exterior bastante menos exótico y atractivo. En 2002 ya se exhibió un prototipo de la misma en la ciudad de Zhukovski, en la provincia de Moscú. Su funcionamiento también les resulta familiar a Paul Allen y Burt Rutan: un avión nodriza, el M-55 Geofísica, transporta la nave hasta los 17.000 metros de altura, desde donde se suelta para alcanzar su objetivo final valiéndose de unos propulsores. La lanzadera desciende posteriormente planeando y toma tierra en una pista de aterrizaje convencional.

### China se sube al carro espacial

China se convirtió en 2003 en el tercer país del mundo que envía un hombre al espacio, 42 años después de que lo lograran con éxito EE UU y la extinta URSS. Después ha anunciado que volverá a repetir este año la operación con una misión que permanecerá en órbita alrededor de la Tierra durante cinco días con dos astronautas a bordo del Shenzhou VI. Las autoridades del gigante asiático advertían recientemente al resto del planeta de que China tiene la firme intención de convertirse en uno de los países más activos en la conquista del espacio. Para empezar, ya tienen previsto poner un satélite en órbita alrededor de la Luna en el año 2007, programa al que seguirá el aterrizaje de un vehículo no tripulado en la Luna en 2010 y otro que recogerá muestras de la superficie lunar no más tarde de 2020.

Y la ambición de China no desdeña las aplicaciones comerciales asociadas a dicha actividad. Según un responsable de la Academia de Tecnología Espacial de China, el país está preparado para explotar el filón del turismo y no dejar pasar la oportunidad de recortar costes a su ambicioso programa espacial. La idea es lanzar los primeros vuelos comerciales en un plazo no superior a 20 años. “El pueblo chino podrá realizar probablemente su sueño de viajar al espacio”, comentaron fuentes oficiales al diario China Daily.

Está en juego una nueva carrera por la conquista del espacio y, en esta ocasión, los norteamericanos parecen disponer de una ligera ventaja sobre sus competidores. ■

## PRIMERAS PROYECCIONES DE NEGOCIO (\*)

❖ Los vuelos suborbitales –similares a los del SpaceShipOne– generarán una demanda de 15.000 viajeros anuales potenciales y un volumen de negocio de 700 millones de dólares (527 millones de euros) a partir de 2021.

❖ Los vuelos orbitales –los de las largas estancias en estaciones espaciales, duros entrenamientos de preparación para el viaje y precios monumentales– tendrán una evolución menos prometedora: unos 60 pasajeros anuales y unos 300 millones de dólares (226 millones de euros) de ingresos.

❖ En total, el turismo espacial podría generar unos ingresos anuales de 1.000 millones de dólares (algo más de 750 millones de euros) a partir de 2021 sólo en el mercado norteamericano.

(\*) Encuesta Futron, consultora norteamericana especializada en la industria aeroespacial.

## RETRATO DE DIAMANDIS O EL VALOR DE UN SUEÑO

Peter Orteig, empresario de origen galo emigrado a Norteamérica, ofreció en 1919 un premio de 25.000 dólares de la época al primero que volase entre Nueva York y París sin escalas. El galardón no tuvo dueño hasta 1927, año en que el ahora legendario Charles Lindbergh logró completar un vuelo que cambiaría para siempre el concepto de la aviación civil.

A Peter Diamandis –creador en 1996 del Ansari X, el premio de los 10 millones de dólares y obsesionado con el espacio, según señalan cuantos le rodean– algunos le comparan con Orteig. Afirman que su iniciativa tendrá un efecto similar sobre la exploración del espacio.

Diamandis, titulado en medicina por la prestigiosa Universidad de Harvard –en parte para complacer a sus padres– y en ingeniería aeroespacial por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), se convenció en 1986 –a raíz del desastre del transbordador espacial Challenger de que nunca se patrocinaría un vuelo al espacio con dinero público y de que la conquista final de la última frontera quedaba en manos de la financiación privada. De entonces data la idea de instituir un premio para “encender la chispa” que llevase a ver cumplido su sueño.

Mientras tanto, Diamandis organiza conferencias sobre el espacio y dedica su talento –y enormes recursos económicos– a la materia. Hace unos años fundó la denominada Universidad Internacional del Espacio, que cuenta en la actualidad con instalaciones y personal permanente en Estrasburgo. Y recientemente contribuyó al nacimiento de la firma Zero Gravity, que a mediados de 2004 recibió la autorización de la FAA norteamericana para realizar vuelos en un Boeing 727-200 modificado, con el que poder experimentar la sensación de ingravidez.