

Mexicana queda a deber en atención al cliente, indican

Expertos opinan que el promedio de ocupación de 43% en su primer mes de operación refleja que es un proyecto que no tuvo planeación

SARA CANTERA

Mexicana cumplió en enero su primer mes completo como aerolínea comercial, con niveles de operaciones parecidos a los de otras empresas que alzan el vuelo, pero con deficiencias en atención y servicio al cliente, alertaron especialistas.

Tras empezar a volar el 26 de diciembre, la aerolínea del Estado mexicano realizó en enero 160 vuelos en los cuales transportó a 12 mil 424 pasajeros, de acuerdo con las cifras más recientes de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC).

Esto significa que su flota voló en el primer mes del año con un promedio de 77 pasajeros por avión, a 43% de capacidad de los Boeing 737-800 que pueden transportar hasta 180 personas.

EL UNIVERSAL dio a conocer incidencias como vuelos en donde viaja un solo pasajero, que no se puede imprimir el pase de abordar desde la página de internet, que las personas llegan al Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) y no hay personal en el mostrador que las oriente.

Otros problemas son que la página de internet de Mexicana suele presentar fallas; además, inició operaciones ofreciendo rutas que después cancelaron y reembolsó los boletos ya reservados.

Rogelio Rodríguez, titular de posgrado de la Cátedra de Derecho Aéreo y Espacial de la Facultad de De-

recho de la UNAM, dijo que no es lo mismo la aviación militar que la civil, por lo que Mexicana debe atacar al mercado desde lo comercial.

"Deberían salir a vender y, no siempre depender de acuerdos o decretos presidenciales. Los militares deberían salir a las ferias turísticas, hacer su labor comercial con la iniciativa privada, con los hoteles y agencias de viaje", comentó.

"Es inadmisibles que no atiendas al cliente. No basta que pongas aviones a volar, necesitas una infraestructura de servicio y atención, saber cómo hacerlo. En el mostrador necesitas gente amigable, no importa que sean militares".

Panorama complicado

Para Juan Carlos Machorro, socio de la firma Santamarina y Steta, así como experto en derecho aeronáutico y aeroportuario, si Mexicana cobra una tarifa más baja y vuela con ese nivel de ocupación, puede ser un mal presagio de un arranque más lento que lo esperado.

"Es un proyecto de difícil consecución y de alcanzar en el corto plazo el punto de equilibrio. Y es probable, como lo ha anunciado el gobierno, que tenga que ser fuertemente subsidiada por las finanzas públicas federales", indicó.

Y pese a que un mes es poco tiempo para determinar si la aerolínea va más lenta de lo que se esperaba, Machorro consideró que

puede ser indicativo de que el apetito existente entre el público viajero no es tan promisorio.

"Una vez que los pasajeros tienen una experiencia negativa no sólo no vuelven a volar, sino que no recomiendan a la gente que vuele con esa aerolínea", agregó.

Durante el inicio de operaciones de Mexicana, el pasado 26 de diciembre el vuelo inaugural que debía aterrizar en el nuevo aeropuerto de Tulum no iba lleno, pues hubo sólo 147 pasajeros de los 180. Al final, aterrizó en Mérida, no en Tulum, por un banco de niebla.

Mexicana tiene 17 destinos: Acapulco, Campeche, Chetumal, Ciudad Victoria, Guadalajara, Ixtepec, Ixtapa Zihuatanejo, Mérida, Monterrey, Mazatlán, Nuevo Laredo, Palenque, Puerto Vallarta, Tijuana, Tulum, Uruapan y Villahermosa.

Mala planeación

Para Juan Antonio José, analista de aviación, los datos que arroja el arranque de Mexicana son un indicativo de su improvisación.

"La ocupación tiene una curva de tiempo de maduración, pero refleja una pésima existencia de estudios de mercado de si existía la demanda o mercado de manera socialmente rentable", apuntó.



Además, destacó, los pasajeros de la aerolínea en su primer mes y medio de operaciones pueden estar "artificialmente inflados", pues pueden ser invitados, cortesías, empleados de gobierno o militares que están obligados a volar por Mexicana por cuestiones de trabajo.

Para Rodríguez, quien también fue director general adjunto de Transporte y Control Aeronáutico de la Dirección General de Aeronáutica Civil, todas las nuevas aerolíneas salen con la idea de crear una masa de mercado con una tarifa más baja, como lo hicieron en su momento Interjet, Volaris y Viva Aerobus, pero en sus primeros dos años "van a perder dinero".

Pero no pueden mantener por siempre esas tarifas, dijo, porque tienen que buscar el punto de equilibrio económico.

"Tiene que funcionar, porque la política gubernamental, tarde o temprano, la próxima presidenta, con algunas variaciones, puede terminar o modificar los subsidios y que venga la competencia. Por eso llama la atención que sólo se estén ocupando de la parte técnica y no tomen en cuenta que tienen que focalizarse en el pasajero", subrayó Rodríguez. ●

ROGELIO RODRÍGUEZ

Titular de posgrado de la Cátedra de Derecho Aéreo de la UNAM

"No basta con poner aviones a volar, necesitas una infraestructura de servicio y atención, saber cómo hacerlo. En el mostrador necesitas gente amigable, no importa que sean militares"



Mexicana debe atacar al mercado desde lo comercial, aseguran especialistas en materia aeronáutica.

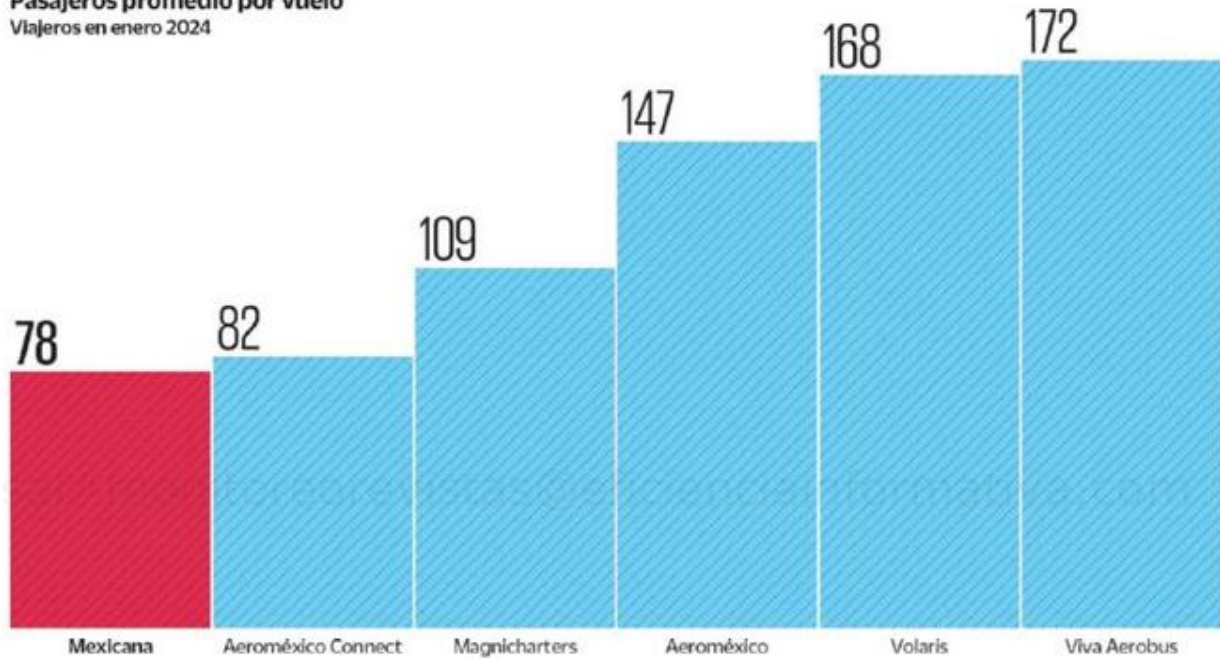


Difícil despegue

La empresa operó a 43% de su capacidad en el primer mes del año.

Pasajeros promedio por vuelo

Viajeros en enero 2024



Viajeros de Mexicana*

Personas



Operaciones de la aerolínea del Estado*

Vuelos



*Mexicana empezó a volar a finales de diciembre de 2023. Fuente: AFAC.

