



Aeroméxico, una aerolínea puntual ¿y qué más?

Andrés Conesa, director general de Aeroméxico, es un financiero importante, quien incluso fue candidato hace años a ocupar la titularidad de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Su mayor mérito al frente de la aerolínea ha sido rescatarla de la situación provocada por el covid-19, lo que incluyó entrar y salir del capítulo 11 de la Ley de Quiebras de Estados Unidos.

Si no ha podido regresar al mercado bursátil es porque las condiciones del mercado son especialmente complejas y volátiles, así es que él y su equipo siguen monitoreando el momento oportuno de hacerlo.

Mientras tanto, su gran mensaje de comunicación es que esta aerolínea es la más puntual del mundo; como si esa fuera la única razón para viajar.

La puntualidad es un atributo importante, aunque debería darse por descontado en una empresa de clase mundial; casi es como vender que un buen escritor domina la gramática, cuando ello simplemente es una condición para llegar a lo realmente valioso como la creatividad y la originalidad.

¿Alguien se acuerda de **Gabriel García Márquez** porque la gramática y la ortografía de *Cien años de soledad* fueron correctas?

Hace unas semanas **Laura Rodríguez** y yo entrevistamos a **Giancarlo Mulinelli**, director de Ventas para México de esta compañía y nos contaba sobre el éxito que han tenido las rutas desde la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey a Madrid, que en temporada alta suman cinco frecuencias diarias.

A todos se nos ha quedado grabado que se hacen un millón de viajes entre México y España al año y, de ellos, entre 350 y 400 mil se concretan por esta compañía.

Aunque **Mulinelli** no hace público el número, sí habla de un factor de ocupación de 90%: con 274 asientos por vuelo y cinco frecuencias diarias en temporada alta.

Bueno, pero la puntualidad es, sobre todo, una ventaja para los viajeros de negocios, le dijimos a **Giancarlo Mulinelli**.

Pero él ha tomado sus “entrenamientos de medios” y rápidamente declara que “somos una línea aérea para todos, con tarifas bajas, flexibles o premier”.

Pero si son tan puntuales, ¿por qué no ampliar la zona business class o premier y quitar los de turista?

Bien preparado, contesta que hoy tienen la mezcla adecuada, pero que siguen en marcha los estudios de investigación.

La principal inversión al respecto, nos comentó, será para modernizar las cabinas de los Boeing 787-800 a 787-900.

Como dice **Laura**, no es poca cosa ser una aerolínea puntual, en un país donde el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México tiene tantas deficiencias.

Sin duda, la compañía que dirige **Andrés Conesa** ha sabido leer las reglas de Cirium y se ha posicionado bien por su puntualidad; pero todos sabemos que nunca es bueno poner “todos los huevos en la misma canasta”.

Como viajero son más importantes el precio, la calidad del servicio al cliente y la flexibilidad.

Hace tiempo que los clientes de Aeroméxico no escuchamos noticias sobre la contratación de un nuevo chef que rediseñe los menús o sobre la remodelación de los salones premier, algunos de los cuáles están cada vez más obsoletos.



Quizá lo más fácil para Aeroméxico sería insistir en la virtud de su puntualidad, pero sería mucho mejor que diera nuevos argumentos sobre cómo seguirá compitiendo la aerolínea bandera del sexto país que más turistas recibe en el mundo.

El gran mensaje de comunicación de Aeroméxico es que es la más puntual del mundo.

