



EL UNIVERSAL

## La industria de la aviación en México

Mayo 2012

Karlo Terán

El transporte, para todos los países del mundo, es una industria estratégica para el desarrollo de sus habitantes y economías. En México, por ejemplo, el transporte lo podemos definir como: camiones de carga, camiones de pasajeros (público y privado), ferrocarril, marítimo y aerolíneas.

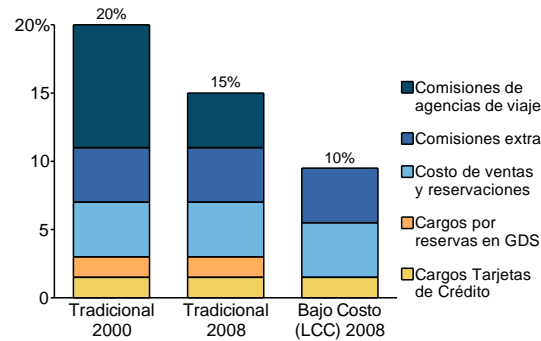
Una industria que ha experimentado una creciente oferta en la última década en términos de oferentes es la aviación comercial de pasajeros. En México hemos visto la llegada de los llamados *Low Cost Carriers* o Aerolíneas de bajo costo que han llegado a competir con las Aerolíneas Tradicionales.

Ambos participantes en la industria han buscado estimular la demanda de pasajeros, especialmente de aquellos pasajeros que suelen viajar en camión rutas mas largas. Para esto basta ver como ha crecido el flujo de pasajeros en el país en las ultimas dos décadas. Por ejemplo, como industria, en 1991 el país transportaba 24M de pasajeros, 17M Domésticos y 7M de Extranjeras (Rutas de México con llegada/destino de/a otro país), el año pasado se transportó 52M de pasajeros 30M de pasajeros domésticos y 22M de Extranjeros. Este incremento resulta en un crecimiento anual de 4.2%, que aunque no extraordinario, nada mal para un país que ha pasado por devaluaciones, shocks económicos, influenza, una ola de violencia entre otros factores.

El impacto se ha notado también a nivel de los Estados y Ciudades del país que también han visto crecimientos enormes entre rutas que antes tenía poco servicio (oferta). Analizando datos de la SCT, podemos ver el crecimiento de 2010-2011 en términos de pasajeros de las principales rutas de la industria, entre las que destacan: Cd. México -Mérida (24.5%), Villahermosa - Cd. México (24.8%), Chihuahua- Cd. México (43.2%), Culiacán -Cd. México (41.6%) solo por mencionar algunos.

Todos estos datos son alentadores, pero alguna vez se han preguntado ¿Porque se les dice Aerolíneas de Bajo Costo? Como todo negocio, la finalidad de una Aerolínea es ser rentable al mismo tiempo ofrecerle a su cliente un producto/servicio de buen precio y calidad. Tradicionalmente las aerolíneas tiene rubros de costo muy importantes como: Gasolina, Laboral, Renta de las Unidades, Mantenimiento, Gastos Financieros y Distribución.

Costos de distribución de aerolíneas como porcentaje de la venta



Fuente: Artículo Sonata Software: *Tenets of e-commerce strategy for airlines*

Este último rubro, el de distribución, es uno que en México ha experimentado un cambio sustancial. Si nos remontamos a los principios del siglo XXI, seguramente recordaran que cuando íbamos a comprar un boleto de avión visitábamos o hablábamos a una agencia de viajes para que nos hiciera la reservación. Si nos fijamos en la grafica, podemos ver que el costo de distribución, es decir, de vender el boleto entre la aerolínea y sus clientes, representa ~ 15% del costo como porcentaje de los ingresos en las Aerolíneas Tradicionales. Aquí, vale la pena ver que la comisión a agentes de viajes representa el 4%, algo que en el 2000 era 9%.

Las Aerolíneas de Bajo Costo, para ofrecer un precio competitivo se han dado a la tarea de bajar este costo para poder pasarles a sus pasajeros parte de esto ahorro. Pero ¿Cómo lo han hecho? Primero, estas aerolíneas no venden sus boletos de avión a través de agentes de viaje, por lo cual, se ahorran el gasto de comisión de los agentes. Segundo, la gran mayoría tampoco utiliza lo que se llama Sistemas de Distribución Global (GDS), los cuales, manejan el inventario de las aerolíneas y cobran una comisión por la venta. Tercero, han cambiado el patrón de consumo de sus clientes, es decir, ahora compramos más boletos por Internet o Call Center de las propias aerolíneas, lo cual reduce su costo.

La realidad es que este cambio de consumo no solo ha impactado el ahorro para los pasajeros sino también que ha cambiado la industria de E-Commerce, donde el 79% de las compras realizadas son boletos de avión. Este es un caso donde la tecnología si incrementa la productividad y genera ahorro al consumidor, algo que nos ayuda a crecer la oferta como país.

Fuente:

- 1) Secretaria de Comunicaciones y Transporte: La aviación Mexicana en cifras 1991-2011. [http://www.sct.gob.mx/uploads/media/AVMC\\_2011.pdf](http://www.sct.gob.mx/uploads/media/AVMC_2011.pdf)
- 2) Sonata Software: Tenets of E-Commerce Strategy for Airlines
- 3) AMIPCI: <http://estudios.amipci.org.mx:8080/mashboard/main.jsp>