



En tiempos difíciles, crece la importancia de la estrategia de operaciones: IPADE

- *La estrategia de operaciones es vital en un sector como el aéreo que enfrenta un periodo de crisis*
- *Volaris, ejemplo de buena estrategia de operaciones*

México DF, agosto de 2008.- En tiempos difíciles, crece la importancia de la estrategia de operaciones y puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa comentó Rafael Gómez Nava, Profesor del Área de Operaciones del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).

“Hoy en día estamos viviendo un claro ejemplo de la importancia de la estrategia de operaciones en tiempos de crisis. El sector aéreo enfrenta una situación muy compleja por el alto costo de la turbosina, lo cual generará una reconfiguración del sector en el cual solo saldrán adelante las aerolíneas con mejor estrategia de operaciones”, comentó el especialista.

Gómez Nava agregó que los sucesos recientes como la suspensión por parte de la SCT de una aerolínea y la débil estructura financiera de muchas otras son reflejos de la compleja situación que atraviesa el sector. De acuerdo al especialista, algunas empresas en México requerirán revertir pérdidas potenciales, derivadas del impacto por el precio de la turbosina.

El especialista explicó que las aerolíneas tradicionales están en posición delicada por su estructura de costos e incluso las nuevas aerolíneas de bajo costo están en problemas por falta de capital. Agregó que la excepción es Volaris, que ha sabido salir adelante gracias a una excelente estrategia de operaciones.

“El caso de Volaris nos llamó la atención y actualmente lo estamos estudiando en el IPADE, particularmente su estrategia de operaciones. Volaris ha ejecutado con precisión los principios fundamentales de operación de una línea aérea de bajo costo como flota homogénea, canales directos de distribución y enfoque en mercados subatendidos y sobretarifados. Todo esto por medio de procesos de venta simplificados, procesos de mantenimiento de clase mundial y fortaleza financiera”, explicó Rafael Gómez Nava.

Explicó que Volaris, ha seguido el modelo conocido como “point to point”, el cual permite establecer rutas en pares de ciudades, sin contar con un concentrador de interconexión y que opera un solo tipo de aeronave y una misma configuración (Airbus A-319) lo que le permite reducir considerablemente el costo de mantenimiento, a diferencia de otras aerolíneas que operan aeronaves de varios tipos.

“La empresa fue reconocida por Airbus como una de las más eficientes a nivel mundial en la operación de los aviones Airbus 319. Asimismo, el modelo de alimentos ha ayudado a reducir los costos ya que se ofrecen productos gratuitos sin costo patrocinados por Coca Cola, Krispy Kreme,

Tequila Herradura, Sanborns, Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma y Unilever”, explicó Rafael Gómez Nava.

Agregó que la estrategia de operaciones le permite a Volaris operar de manera altamente eficiente y le ha permitido alcanzar 32% de participación de mercado en las rutas en las que opera, 99.7% de cumplimiento de itinerario y una alta satisfacción de sus clientes, ya que el 96% recomiendan ampliamente su servicio.

Con respecto al futuro del sector aeronáutico, el especialista agregó que en la historia internacional de las líneas aéreas de bajo costo, se demuestra que menos del 50% de éstas desarrollan modelos de negocios exitosos, y que sólo una cuarta parte de este tipo de aerolíneas continúa en operación después de tres o cuatro años ya que se venden, se fusionan o se declaran en bancarrota.

“Es un tremendo reto para los empresarios y las autoridades. Hay que hacer un esfuerzo para desarrollar operaciones más eficientes y mantener en “vuelo” todas las aerolíneas y rutas que sean rentables, ya que al final es un servicio estratégico para el país que impacta directamente en la competitividad”, concluyó.

Para entrevistas y más información, por favor comunicarse con:

Dulce Colín
Coordinadora de Medios Externos
T. 5354-1800 Ext. 1017
dcolin@ipade.mx