

“EMPRESAS AÉREAS TRADICIONALES Y “LOW COST”: ENTRE EL LUCRO, LA SEGURIDAD Y PRÁCTICAS DESLEALES”
Giselle JAVUREK

Abstract: Se estudian los múltiples factores que determinan los precios bajos de los pasajes aéreos de las líneas *low cost*.

Palabras Claves: LOW COST – LINEAS AEREAS – COMPAÑIAS HIBRIDAS.

Cuando nos enteramos años atrás que se podía adquirir un pasaje aéreo de Madrid a Londres por un costo no mayor a quince euros, después del asombro inicial que este tipo de ofertas despierta, reflexionamos: “*Algo se estuvo pagando de más hasta ahora, o a algo estamos renunciando*” y ambas posibilidades son más que preocupantes...

La irrupción de líneas aéreas *low cost* ha causado una verdadera revolución en el mercado del transporte aéreo, haciendo replantear sus estrategias empresarias a las líneas aéreas consideradas *tradicionales*, compitiendo ferozmente con éstas al ofrecer cada vez a menor precio, un producto similar –o de resultado similar, para ser más atinados-, como lo es un transporte aéreo.

Son numerosas las implicancias jurídicas que se pueden analizar con respecto a esta relativamente nueva gestión empresarial. Podemos mencionar: la desregulación en el tráfico aéreo, la competencia desleal, la regulación de las condiciones del transporte, seguridad aérea, aplicación de las normas defensa del consumidor, derechos de los trabajadores, derecho ambiental, no pudiendo abarcar a todas ellas en estas breves reflexiones.

Se suele indicar como el primer vuelo de una *low cost* el realizado desde el aeropuerto Love Fields en Dallas, EE.UU. por una aeronave de la **Southwest Airlines** en 1971. Sin embargo, el primero vuelo de bajo costo fue realizado el 06 de Mayo de 1949, también en el país del norte, con una nave de la **empresa Pacific Southwest Airlines**.

En Europa esta modalidad no se adoptó hasta comienzos de la década de los 90 en la que una política de desregulación permitió a las compañías nuevas competir directamente con las aerolíneas europeas tradicionales.

Caracterización de las líneas low cost: No es sencillo precisar el concepto de una empresa aérea de bajo costo. El sitio oficial de Iberia en su glosario las define: **LCC (Low Cost Carriers) Compañías de Bajo Coste. Ofrecen vuelos de corto y medio radio en rutas de punto a punto, basando su estrategia en minimizar los costes para ofrecer precios competitivos.**

La dificultad que mencionamos se debe a que numerosas líneas aéreas ofrecen algunos de sus servicios con modalidades que pueden considerarse de las de bajo costo y otros como las líneas aéreas tradicionales. De hecho, se habla ya de “*líneas híbridas*”. Existen empresas consideradas como *low cost* que brindan el servicio de acumulación de millas por pasajero frecuente¹, beneficio que se espera de una línea tradicional.

¹ Southwest y Reno Air.

Se tienen en cuenta algunos parámetros técnicos tales como el índice de costo ASM² –por su sigla en inglés- que es la unidad de medida estándar en la industria aeronáutica y representa el costo de un asiento disponible por milla recorrida. En base a ello, se ha considerado³ que una línea aérea es *low cost* cuando cumple con estas premisas: **a)** la unidad de costo ASM debe estar por debajo de u\$s 0,8.- **b)** los servicios brindados, ya sean en superficie o a bordo, deben ser frugales y estandarizados para todos los pasajeros y **c)** sus tarifas deben ser líderes en el mercado que operen. Sin embargo, Nissenberg expresa que no son parámetros fijos, ya que cita líneas aéreas tradicionales que reúnen algunos de los citados o viceversa, es decir, líneas consideradas como de bajo costo que no comparten algunos de estos criterios.

En líneas generales operan de la siguiente manera: *No ofrecen servicio gratuito de comidas y/o bebidas o periódicos a bordo. *Unen distancias cortas a fin de que sus aeronaves y personal regresen todos los días al aeródromo base, evitándose así gastos de estacionamiento de las aeronaves en otros lugares y hotelería y viáticos del personal. *Cuentan preferentemente en su flota con un solo tipo de avión, a fin de ahorrar costos de capacitación del personal, mantenimiento, repuestos, entre otros. *No siempre son propietarias de las aeronaves, sino que optan por localizarlas, intentando mantener una flota relativamente nueva, a fin de reducir costos en mantenimiento, revisiones, reparaciones. *Reducen personal al cumplir éstos funciones operativas y administrativas: control de pase a bordo, limpieza de la aeronave. *Tercerizan servicios tales como el *handling* en superficie. *Operan en aeródromos secundarios, evitando congestiones y tasas más altas. *Carecen de zonas VIP de espera en los aeropuertos. *Ofrecen sólo una clase de servicio, por lo que la aeronave no presenta divisiones, tampoco se asignan asientos, ocupándolos los pasajeros a medida que abordan el avión, lo que conlleva la reducción de personal. *La gran mayoría de estas empresas ofrecen términos y condiciones de trabajo inferiores a sus equivalentes en las líneas regulares. *Aprovechan al máximo el espacio de la aeronave colocando por ejemplo asientos que no son reclinables, lo que no ocasionaría mayores inconvenientes al tratarse de cortos tramos.

Entre las ventajas que presentan estas empresas podemos señalar que ha acercado este modo de transporte a una inmensa porción de la población que hasta no hace mucho tiempo consideraba al traslado en avión como inalcanzable. En numerosos casos, resulta más barato viajar en avión que en otros medios de transporte como el tren, provocando una migración de los usuarios a aquél medio de transporte. También presentan el beneficio de reactivar aeropuertos de provincias, generando puestos de trabajo en ellos, atrayendo el turismo y posibles inversiones al mejorar las comunicaciones.

Con toda esta reducción de costos señaladas anteriormente, y con el interrogante que nos planteamos al comienzo de este trabajo, ¿es posible la venta de un pasaje en € 6 por ejemplo? ¿O aún hay algo más? La verdad es que sí. Al utilizar aeropuertos secundarios, alejados del gran movimiento que presentan los principales, estas empresas han contribuido a reactivar zonas que se encontraban un tanto olvidadas como objetivo turístico, académico o comercial. Por ello, las autoridades gubernamentales de estas comunidades financian, subvencionan a las líneas *low cost* como contrapartida de este beneficio por medio de acuerdos que se encuentran al borde de lo ético y legal, según lo denunciado por las líneas tradicionales.

Asimismo acuerdan con entidades privadas relacionadas con el turismo en servicios tales como alojamiento, alquiler de vehículos, alimento, todo bajo la impronta *low cost*. Estos convenios

² Available Seat-mile.

³ Nissenberg, James M., "Competition between traditional and low cost airlines for local hub traffic", Tesis presentada para optar por el título de Master en Science in Transportation, en el Instituto de Tecnología de Massachussets, EE.UU., 1996, pág. 20.

son los que contribuyen enormemente con el mantenimiento de las líneas aéreas de bajo costo. Baste decir con que la empresa **Ryanair** se ha propuesto llegar a ofrecer pasajes a “costo cero”, pagando el pasajero solamente los impuestos y las tasas correspondientes. Lo dicho dimensiona la importancia de las comisiones que se perciben por las distintas actividades incrementadas por el mayor flujo de personas.

La polémica se avivó aún más a raíz del accidente de la empresa *low cost* chipriota **Helios**⁴, poniéndose en duda la capacidad de estas aerolíneas para volar y ofrecer viajes comerciales en condiciones de seguridad. Por su parte, la **Easyjet** –una de las mejor posicionadas en el mercado- defendió a las empresas de bajo costo expresando que la reducción del precio del billete de su compañía se basa en la supresión de servicios como comidas durante el vuelo, intermediarios, billetes en papel y que la seguridad es siempre la prioridad número uno.

De todas formas, las sospechas sobre prácticas desleales siguen pesando sobre estas compañías. Se ha recurrido a veces a prácticas agresivas como la propaganda negativa en contra de aerolíneas tradicionales⁵.

A nada de esto atribuyen su éxito las líneas *low cost*. Se puede leer en la página oficial de **Clickair**: *Los factores fundamentales de la estrategia de éxito de Clickair son la además de las tarifas bajas, la utilización de sus aeronaves, altos índices de venta a través de Internet, en todas las agencias de viaje a través del código IB5000, una estructura general de costes sensiblemente inferior a la media de las líneas aéreas convencionales (excepto en seguridad y calidad del mantenimiento técnico) y la operación en rutas con alta demanda facilitando el mayor factor de ocupación posible de los aviones en cada uno de los vuelos*⁶.

Consideramos que las líneas aéreas de bajo costo no están destinadas a dominar la totalidad del mercado del transporte aéreo. Uno de los motivos de esto es que no todos los usuarios están dispuestos a renunciar a determinados servicios que brindan -en mayor o menor medida- las aerolíneas tradicionales.

Justamente, las *low cost* deberán apuntar al mercado del “cliente infiel”, que sólo elegirá una compañía por su precio y nada más, que no le importe demasiado el caos que suele presentarse al embarque de este tipo de vuelos al no existir la designación de los asientos, o el hecho de que éstos no se reclinen y que el espacio entre unos y otros sea estrecho⁷.

Una de las críticas más frecuentes que se les hace a estas empresas es la de la restricción respecto al equipaje facturado: sólo se permite llevar 15 kg. en contraposición a los 20, 25 o en algunos casos más, que ofrecen las líneas tradicionales.

Si bien las últimas encuestas señalan que más del 30 % de los usuarios de compañías tradicionales estarían dispuestos a utilizar las *low cost* a raíz de la crisis internacional, creemos que aquéllas, con un manejo empresarial inteligente y eficaz, se mantendrán en el mercado, atento a que un gran porcentaje de sus clientes preferirán la prestación de mayores servicios al menor precio.

⁴ El vuelo HCY 522 de Helios Airways el 14 de agosto de 2005 cubría la ruta entre el Aeropuerto Internacional de Lárnaca, en Chipre y el Aeropuerto Internacional de Ruzyně, Praga, República Checa, con escala en Atenas. La aeronave, un Boeing 737 chocó con una montaña a 40 km al norte de Atenas con 115 pasajeros y seis tripulantes a bordo; todas las personas a bordo fallecieron.

⁵ El 13 de enero de 2005 el canal español TVC3, en el programa “En Directe”, se denunció que la empresa líder **Ryanair** regalaba un billete a todos los turistas que exhibieran pancartas con publicidad negativa de Iberia.

⁶ www.clickair.com

⁷ A pesar de ello, es simpática la anécdota que muestra a la Reina Sofía de España viajando en una *low cost* de Madrid a Londres en junio de 2009, por un costo de € 15. Al ser preguntado al respecto el representante de la empresa irónicamente comentó que “*todos los pasajeros son tratados como reyes y reinas al precio más bajo de Europa*”.

Desde su aparición, las aerolíneas *low cost* han pasado de ser una alternativa de alto riesgo a hacer la competencia a las compañías tradicionales, que se vieron obligadas a emprender nuevas estrategias, y a recortar los costos al máximo para mantenerse en pie⁸.

Muchas compañías optaron por lanzar sus propias filiales de bajo costo, como **Buzz** de [KLM](#), [Clickair](#) de [Iberia](#), [Go Fly](#) de [British Airways](#) o [Ted](#) de [United Airlines](#).

¿Es Argentina un futuro mercado para las líneas de bajo costo? Para responder a este interrogante, debemos diferenciar lo que es la geografía física de la humana y política. Si consideramos las grandes distancias que separan los centros urbanos en nuestro país, sería más que conveniente contar con un servicio rápido, seguro, eficiente y de bajo costo para cubrir no sólo necesidades laborales, familiares, sino también turísticas.

Bien sabemos que el trazado de las rutas aéreas en Argentina obedece, al igual que las carreteras y vías férreas, a un diagrama radial convergiendo inexorablemente a la ciudad de Buenos Aires. Así, una persona que necesite trasladarse por ejemplo desde Salta a Misiones por vía aérea, deberá comprar un pasaje hacia la capital del país, para luego hacer el tramo hacia su ciudad de destino, lo que, seguramente le insumirá más tiempo que trasladándose por vía terrestre, si se tiene en cuenta la espera en los aeropuertos para la combinación del vuelo (en caso de existir un servicio el mismo día...). Ideal sería para esa persona contar con un servicio aéreo que cubra el tramo en forma directa, a un costo más que accesible y que lo traslade en forma segura en unas pocas horas.

Sin embargo, existe un elemento clave para poder determinar la viabilidad de alguna compañía que preste este tipo de servicio: la existencia de un mercado que plantee una demanda tal que pueda hacer sostenible el negocio. Y es allí donde encontramos dos problemas.

En primer lugar, la baja densidad poblacional que plantea nuestro país. Como se ha referido, Europa es el escenario donde más se han desarrollado las empresas de bajo costo. Es un continente que con 10.180.000 km² alberga a 731.000.000 de personas. Sólo para tener una idea: Alemania, por ejemplo, tiene una densidad de población de 242 habitantes por kilómetro cuadrado. En Argentina, con una población alrededor de cuarenta millones y un territorio de 3.761.274 Km. cuadrados, contamos solamente con 14 habitantes por kilómetro cuadrado. Eso de por sí ya es desalentador para cualquier empresario que realice estudios de factibilidad para su futura compañía.

En segundo lugar, hay que considerar la diferencia de poder adquisitivo entre la media de la población argentina y de la europea. En nuestro país, el transporte aéreo está muy lejos de tener el uso masivo que tiene en el viejo continente o en EE.UU. aún antes de la imposición en el mercado de las líneas aéreas *low cost*⁹.

La combinación de estos elementos es interesante para analizar los distintos mercados, dado que, cuando uno de ellos varía, el resultado puede diferir. Tal es el caso de **México**, que tiene grandes extensiones de territorio, el poder adquisitivo de la media de la población no es tampoco el de los europeos o estadounidenses, pero tiene un gran mercado en términos de cantidad de población. Es así que diversas empresas de bajo costo han surgido, se mantienen y se proyectan con singular éxito en el futuro en el país azteca.

En definitiva, las particulares condiciones geográficas y económicas de nuestro país no permiten avizorar un futuro promisorio para las líneas aéreas de bajo costo.

⁸ *Noguera Feliu de Cabrera, Ana*, "Las líneas aéreas de bajo coste", Colección Estudios Turísticos, Volumen 4, Islas Baleares, España, pág. 21.

⁹ No se debe soslayar tampoco la cuestión sindical que no permite la superposición de funciones operativas con las administrativas obligando a la contratación de más personal. Es práctica común dentro de las empresas de bajo costo que las azafatas por ejemplo, limpien el avión.

Perspectivas: La situación actual que afrontan las líneas de bajo costo es de precaución. Si bien algunas se encuentran en expansión, ampliando permanentemente su oferta de rutas, con nuevas bases de operaciones y mayor cantidad de pasajeros transportados por año, un crecimiento excesivo puede llevar a veces a no poder afrontar las deudas de la sociedad, efecto negativo que las conduce a la situación de insolvencia e incluso quiebra de la compañía¹⁰.

Nos encontramos ante situaciones críticas como el alza del petróleo, que ha afectado a todas las empresas aéreas, pero para las de bajo costo ha sido más difícil aún, significando para muchas de ellas, desde el año 2008, el retiro del mercado. Se pueden mencionar: **Skyjet, Oasis Hong Kong Airlines, Skybus Airlines, Frontier Airlines, Max Jet**, entre otras... Debido a ello, las compañías de bajo costo que subsisten han debido reinventarse, y a buscar un nuevo modelo de gestión que les permita agrandar los márgenes de beneficio perdidos por la reducción de costos que profesaban en sus orígenes, dando así lugar a las *compañías híbridas* que referimos anteriormente.

Conclusiones: Desde el mismo momento que decidimos abordar este tema nos propusimos dilucidar si los precios irrisorios que ofrecen las líneas aéreas de bajo costo se debían porque las empresas tradicionales cobraban sobreprecio o porque el servicio que prestan aquéllas es más deficiente, y en su caso, determinar hasta qué punto. Concluimos que son múltiples los factores que determinan los bajos precios de los pasajes y que algo de cierto hay en las dos posibilidades planteadas. Esto es así porque las tradicionales debieron ajustar sus tarifas ante la feroz competencia de las *low cost*, brindando distintas promociones o beneficios a los pasajeros para que éstos no emigren, lo que antes no hacían.

Por otra parte, las aerolíneas de bajo costo cuentan con aportes de sectores públicos y privados relacionados indirectamente con el tráfico aéreo, recurriendo en algunas ocasiones a prácticas desleales. Además, a pesar de reconocerles el haber podido utilizar este modo rápido de transporte a una gran parte de la población para los que hasta hace poco era prohibitivo, suprimen servicios a bordo y en tierra que pueden llegar a incomodar al pasajero. Establecen multas o cargos por modificaciones, cancelaciones o exceso de equipaje que no guardan relación con la tarifa inicial. Cuentan con flotas relativamente modernas, los que les permite ahorrar costos de mantenimiento, pero nos preguntamos qué acontecerá en un futuro cercano en lo que hace a la renovación de los aviones.

El futuro de las líneas *low cost* depende, a nuestro modo de ver, a una mayor o menor eficiencia en el gerenciamiento de las mismas, ya que no escapa ninguna aerolínea –tradicionales o de bajo costo- a los efectos de la crisis global. Como regla general y válida para todo tipo empresas, subsistirán las mejor preparadas y capaces de adaptarse a las distintas alternativas que la realidad plantea.

¹⁰ Noguera Feliú de Cabrera, Ana, "Las líneas aéreas...", ob. cit. pág. 22