

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Aeroméxico gana cuota de mercado

Pese a la profundidad de la crisis, Aeroméxico en los primeros seis meses del año ganó cuota de mercado.



Andrés Conesa Labastida.



Manuel Borja Chico.



Manuel Ramos Francia.

Uno de los sectores que lleva varios años haciendo esfuerzos para mantener cierta rentabilidad es la aviación comercial.

Desde los eventos terroristas del 11 de septiembre de 2001 las aerolíneas han tenido que encarar costos más altos y una baja en sus factores de ocupación, además de precios altos del combustible, y ahora la caída en la actividad propia de una recesión.

Estamos hablando de casi ocho años sumamente complicados para la industria que han puesto a prueba sus modelos de gestión.

La realidad es que los primeros meses de 2009 han sido complicados para la aviación comercial, sólo como referencia basta decir que la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) repor-

tó hasta junio una caída de 20 por ciento en el número de pasajeros transportados en vuelos nacionales.

Pues bien, la nota es que hasta junio a partir de mantener sus inversiones Grupo Aeroméxico, que preside José Luis Barraza González y dirige Andrés Conesa Labastida, obtuvo mayor participación de mercado.

De acuerdo con cifras de la DGAC, esa controladora consolidó su liderazgo en el mercado local al elevar su cuota de mercado de 27.3 a 31.8 por ciento.

Con esto la aerolínea del caballero águila duplicó la brecha con su competidor Grupo Mexicana de Aviación, que preside Gastón Azcárraga Andrade y dirige Manuel Borja Chico, que hasta junio reportó una participación de 23.4 por



ciento.

El golpe de timón que ha logrado Aeroméxico se explica por el desempeño de su filial Aeroméxico Connect, que movilizó a 1.8 millones de pasajeros al segundo trimestre.

Aeroméxico Connect ha sido la aerolínea que mejor pudo contrarrestar la caída del mercado que se acentuó con el virus de la influenza al reportar en junio un incremento de 51 por ciento en el número de pasajeros transportados en vuelos nacionales, y con ello se convirtió de golpe en la mayor empresa aérea por pasajeros transportados en el país.

En junio pasado Aeroméxico Connect transportó a 368 mil viajeros contra 243 mil 600 de junio de 2008.

Con ese desempeño su participación en los vuelos nacionales fue de 18.4 por ciento, es decir, 8 puntos porcentuales más respecto al mismo periodo del año pasado.

Pero regresando al mercado, llama la atención la caída de 19 por ciento que experimentó hasta junio Grupo Mexicana de Aviación, al transportar a 1.33 millones de pasajeros a partir de sus empresas Mexicana, Click y Mexicana Link.

Como sabe, a raíz de la crisis económica varias aerolíneas han tenido que dejar aviones en tierra, una de ellas ha sido Mexicana de Aviación.

En ese mismo lapso Grupo Aeroméxico ganó 4.5 puntos de mercado, lo que ha elevado la brecha entre los dos grandes.

Entre las estrategias de Aeroméxico destaca su flexibilidad en el tema de tarifas, además de las sinergias con Banamex, que dirige Enrique Zorrilla, también accionista del grupo aéreo.

Añade que Aeroméxico se ha apoyado en la mayor actividad de Aeroméxico Connect al transferir algunas rutas.

La realidad es que la competencia se ha intensificado

en un mercado donde menos personas vuelan, lo que ha implicado para las aerolíneas la búsqueda de mejores costos.

Algo interesante es que las aerolíneas grandes han tenido que modificar su modelo de negocios a partir de esa realidad, e incluso en ciertos vuelos han logrado precios que se acercan mucho a las llamadas aerolíneas de bajo costo que también han sufrido.

De acuerdo al reporte de la DGAC que le comento, en el segundo trimestre la empresa con mayor cuota de mercado fue Aeroméxico Connect con 16.6 por ciento, seguida por Aeroméxico con 15.2, Click con 13.6, Volaris con 13.2, e Interjet con 12.1 por ciento.

Luego siguen Mexicana con 8.9 por ciento, Aviacsa con 8.5 por ciento, con todo y los problemas que ha tenido para volar, seguida por Viva Aerobus con 6 por ciento.

Hasta junio, Grupo Aeroméxico tenía el

31.8

POR CIENTO

del mercado de aviación local, contra 23.4 de Grupo Mexicana de Aviación

Para Merrill Lynch la economía de China podría crecer este año incluso por arriba del

8

POR CIENTO

Viñetas: Ezquerro

Fecha 30.07.2009	Sección Negocios	Página 28
---------------------	---------------------	--------------

La ruta del dinero...

Definición en Refinería de Pemex

En el medio empresarial comienza a prevalecer la opinión de que Pemex debería definir de una vez por todas la sede para su nueva refinería y con ello concluir la carrera parejera que en las últimas semanas han protagonizado los estados de Hidalgo, de Miguel Ángel Osorio Chong, y Guanajuato, de Juan Manuel Oliva Ramírez. Y es que más allá de la especulación con tierras ejidales y, por supuesto, el entramado administrativo para convertir propiedad social en propiedad privada de 700 hectáreas, los costos de la actual estrategia de Pemex son altos. Simplemente habrá que reparar en qué hará el estado que resulte perdedor con las tierras que está comprando bajo el actual proceso, sobre todo si pondera que tanto Hidalgo como Guanajuato han tenido que recurrir a créditos bancarios para pagar a ejidatarios, además de que se habla de desviación de recursos que originalmente se iban a destinar a obras de infraestructura. La decisión de Pemex debería ser exclusivamente de tipo técnico, porque sólo está echándole gasolina al fuego político entre priistas y panistas.

Banxico controla inflación

El Banco de México, que tiene como gobernador a Guillermo Ortiz Martínez, dio a conocer se segundo Informe de Inflación de 2009. De lo relevante de ese documento que fue presentado por Manuel Ramos Francia, director general de investigación del instituto central, resalta que los pronósticos de inflación permanecen sin cambios para 2009. Esto a partir de que el promedio de inflación del segundo semestre se ubicó en el rango establecido por el banco central (5.96 por ciento), además de que se advierten menores presiones en la inflación subyacente de servicios. En lo que resta del año se espera que continúe reduciéndose la inflación subyacente en la medida en que se mantenga la actual política de precios administrados y que no haya choques de oferta en el mercado agropecuario. Con lo anterior, y de acuerdo a los analistas de IXE, se espera que la inflación general continúe a la baja y que converja hacia 3 por ciento en 2010. Sin embargo, existen riesgos que pueden impedir esto. Por ejemplo, el incremento en los precios internacionales de las materias primas, en los precios administrados y en los servicios, además de las presiones en el tipo de cambio y una recuperación más lenta o de menor magnitud a la prevista en la economía.

Merrill Lynch ve mejoría de China

Para la correduría estadounidense Merrill Lynch, que tiene como mandamás aquí a Orlando Loera, habrá que seguir de cerca el desempeño de la economía de China, con todo y las dudas que prevalecen en la salud de sus bancos. Y es que con un crecimiento de 7.9 por ciento anualizado, durante el segundo trimestre de 2009, y 7.1 por ciento anualizado en la primera mitad de 2009, esa firma estima que probablemente China llegue a su objetivo de crecimiento de 8 por ciento para el año. Cada vez menos gente está mencionando el regreso a una recesión, y la expectativa de recuperación con forma de W está empezando a desvanecerse. El caso es que Merrill Lynch espera otra serie de revisiones al alza para el crecimiento de China a 8 por ciento e incluso más alto en los próximos días. Y bueno, esas revisiones podrían convencer a más inversionistas a cambiar sus fondos por activos relacionados con China.

Valmorbida dirigirá Amadeus AL

Ayer se informó en Madrid que Decius Valmorbida será el nuevo director general de Amadeus para América Latina. Como sabe, Amadeus es líder en soluciones tecnológicas y de distribución para la aviación y el turismo, dos industrias que cada vez más se apoyan en el *software* a la medida. Valmorbida sustituirá a Christian von Thuemen, quien ha sido promovido al puesto de jefe de operaciones regionales y procesos de negocio para la región de Europa, Medio Oriente y África. Como responsable de los mercados de América Latina, el nombramiento se encuadra en el proceso de regionalización iniciado por Amadeus en varios mercados. ☒

rvarela@elfinanciero.com.mx