

CUANDO LAS OCURRENCIAS SUPERAN A LAS IDEAS

Madrid, 5 de septiembre de 2024

Estimados Compañeros:

El 2 de septiembre de 2024, nos citó la Dirección para explicarnos su plan de ataque a una supuesta caída de la percepción del pasajero, en su experiencia como cliente.

Como es natural, siempre daremos la bienvenida a mejoras para *el cliente*. Esperábamos que la Dirección nos contase planes novedosos, ideas que mejoren estas mediciones, pero no: la parte más importante consiste en darle más cosas, sin pensar en las consecuencias; añádase que pasando por encima de que el TCP multiplique por X su carga de trabajo.

La percepción de que la dirección de Clientes pide y exige a la de Producción, sin conocer claramente la operativa de un avión y de sus TCP, parece clara: exige cebar a los pasajeros y ensuciar el avión aun más de lo que ya lo está.

Esta es la medida estrella de quienes han ideado tal plan de contingencia (y que pretenderán "dejar" ya para siempre).

Sabiendo que los aviones se van a llenar de basura da la impresión de que se intenta dar un servicio premium con unos asientos, superficies, pasillos y baños de bajo coste: justo lo contrario a un plan para subir el NPS, que más parece decirnos que así "No Puede Subir"..

Nos alegra querer parecernos a la competencia, pero antes, parezcámonos también en la limpieza. **Todas las competidoras que dan snacks gratis limpian el avión.** Las aerolíneas del grupo IAG que lo hacen, también limpian. Incluso una hermana pequeña ¡limpia en un simple vuelo a Badajoz! (por no hablar de esa compañía que íbamos a comprar y al final no... que siempre limpia, en profundidad, al pasar por Madrid).

El que piense que pasar 2, 3 o 4 carros de recogida limpia un avión no tiene muy claro qué es la higiene en un transporte público. No olvidemos que un servicio adicional de 200 servilletas, vasos, snacks y residuos orgánicos supone decenas de kilos de basura ¿Y se pretende seguir renunciando a equipos de limpieza, cargando la responsabilidad a los TCP?

De verdad, ¿alguien ha pensado en ello? NO lo parece...

En los acuerdos de 2014 (aquellos en los que Iberia en Corto Radio luchaba por recuperar algo de ese 52% de mercado en poder de una compañía irlandesa, y que nos ponía a todos contra la pared), quedó claro que los TCP adecuaríamos la cabina de pasaje para los servicios SBP: PERO nada relacionado con estos nuevos servicios, aparecidos por arte de magia (más claro queda aún en la infonote de julio de 2014, así como en la prensa).

Esto es un servicio adicional como un templo: carro, vaso, servilleta, snack.

Por cierto, la Dirección estima que el “servicio” entre horas de Largo Radio, cuando se haga en Corto Radio, no será “servicio”. (Tan cierto como cuando vemos un supuesto pato, y resulta que es un ave que tiene plumas, anda como un pato y dice cuá: no cabe duda de que es un pato...) Estas barbaridades, incoherencias y verdades a medias, que nos toca escuchar, intentando justificar una cosa y la contraria, nos dejan perplejos, si no indignados.

De propina, cuando antepones al Gastrobar otro servicio “gratis”, lo penalizas. El bajón en ventas va a ser importante, porque se desincentivan las compras de los pasajeros y, por tanto, las comisiones de venta bajarán ¿Quién compensa a unos TCP que en su mayoría luchan día a día por alcanzar el SMI? ¿Esto también lo traían pensado ayer?

Les recomendamos viajar en un avión de British Airways para que vean cómo queda una cabina con ese servicio gratuito. Lo mismo, ese estudio no se ha hecho, vista la solidez del plan con sus mil aristas...

2

Llegaremos hasta donde haga falta contra este tipo de ocurrencias que no merecen ninguna consideración positiva, (más que las elogiabes ganas de hacerlo bien), pero ¿a costa de qué? ¿de los TCP y un nuevo esfuerzo. así como perpetrar lo que le faltaba a la ya famosa higiene, desinsectación y desinfección de los aviones, a estas alturas de 2024?

Pues no.

Seguiremos informando,

Recibid un cordial saludo,

Sección de SITCPLA en Iberia.

