



AEROLÍNEAS ARGENTINAS Y EL MARKETING DE LA MENTIRA

Fabián Lombardo celebra que Aerolíneas Argentinas vuele y facture más con 2.200 trabajadores menos y presenta como un logro las ganancias que anuncia la conducción. Pero una afirmación contable por sí sola no alcanza para describir el estado de una compañía ni para acreditar el éxito de una gestión. Es indispensable conocer con claridad cómo se construyeron esos resultados y si pueden sostenerse en el tiempo.

La realidad también se mide en la operación diaria. En el período relevado, apenas seis de cada diez vuelos llegaron en horario. Detrás de ese dato están las demoras que padecen los pasajeros y una operación cuya calidad se deteriora.

Si Lombardo pretende hablar de récords, puede referirse a las 9 fallas de motor en un año y medio, puede mencionar también los Registros Técnicos de Vuelo de las aeronaves llenos de ítems MEL (sistemas o elementos inoperativos en un avión), o la permanente modificación de horarios y actividad de vuelo a los tripulantes que profundiza el cansancio e impacta en nuestra organización cotidiana, o el abandono del CEFEPRA, clave para la formación y el entrenamiento.

Esos sí son récords absolutos.

Presentar la reducción de personal como sinónimo de eficiencia es confundir el achicamiento con la mejora. Una aerolínea no es más eficiente porque tenga menos trabajadores: lo es cuando puede sostener una operación confiable, cumplir con sus pasajeros, responder ante las contingencias y contar con la infraestructura y la capacitación necesarias.

Los diferimientos de pagos tienen consecuencias elocuentes.

Aerolíneas Argentinas no se resume en una cifra de facturación ni en un resultado anunciado. Se mide también en su capacidad para volar bien, a tiempo y con los recursos necesarios. Desde APLA exigimos transparencia sobre los números que la conducción exhibe y respuestas frente a un deterioro operativo que ningún balance puede disimular.

Comisión Directiva
21 de octubre de 2026