

LA CONECTIVIDAD NO SIGNIFICA TENER MAYOR NÚMERO DE VUELOS, DICE JORGE GOYTORTUA

Navegación y combustible, 70% más caros: Aeroméxico

[LINDSAY H. ESQUIVEL EN CANCÚN]

■ Para incrementar la conectividad aérea e incursionar en un entorno internacional de competencia, es necesario que se revisen temas estructurales del sector en México, como son los costos de navegación aeroportuarios, de combustible, que hoy en día son hasta 70 por ciento más caros que en cualquier otro destino mundial, lamentó Jorge Goytortua, director corporativo de ventas de Aeroméxico.

En conferencia de prensa, dijo que para el gremio es fundamental también que los aeropuertos tengan mejores servicios, proce-

sos más eficientes, tiempos de carreteo y acceso a las puertas muchos más rápidos, pues "éstos son costos ocultos en las aerolíneas, por lo que estamos a favor de que se desarrolle toda una infraestructura aeroportuaria que permita ser mucho más eficientes". Para el directivo el desarrollo de la conectividad no significa tener un mayor número de vuelos, sino genera el desarrollo de la industria aérea a nivel mundial. En ese sentido, mencionó casos como el del aeropuerto de Atlanta, en Estados Unidos, donde transportan 95 millones de pasajeros y donde un número

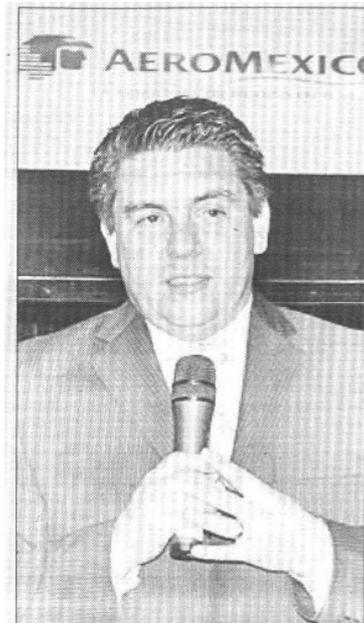
importante se da por conectividad. Mientras que en México por el Aeropuerto Internacional pasan 30 millones de pasajeros. Por lo que dijo, se debe partir de tener procesos eficientes, claros y facilitar el tránsito de los pasajeros. Por ello, consideró que la creación de un aeropuerto alternativo en la ciudad de México es una decisión estratégica, por lo que el grupo estará participando para poder tener una nueva terminal aérea.

Asimismo, se pronunció por mejorar los servicios que se presta hacia los pasajeros, como migración y aduanas, con procesos

más claros, simples y amigables.

PROYECCIÓN. Jorge Goytortua dio a conocer que entre el 2010 y el 2014, Aeroméxico aumentó a 66 destinos en 14 países, con lo cual la aerolínea incrementó su conectividad en 10 puntos porcentuales y se espera que esta tendencia continúe al cierre del año.

Para alcanzar el objetivo, la aerolínea reforzará su presencia en Guadalajara, Monterrey, Hermosillo y la ciudad de México: mientras que incrementará su oferta de asientos en sus 20 vuelos semanales a Europa y Asia.



Jorge Goytortua, directivo de Aeroméxico.

