

DIRK VAN NIEUWKERK ✦ Director general de la aerolínea

La empresa alemana esperaba un crecimiento de 15% en México por sumar más lugares en la ruta México-Múnich. Pero el plan superó sus expectativas y ahora prevén entre 20 y 30%, con una mejor proyección en viajes corporativos

Mayor ingreso y más asientos elevan el negocio de Lufthansa

entrevista

por Roberto Valadez

Debido a que sus operaciones en México han rebasado las expectativas, la aerolínea alemana Lufthansa espera un aumento de entre 20 y 30 por ciento en los ingresos este año, desde una previsión inicial de 15 por ciento.

Dirk van Nieuwkerk, director general de la compañía para México y Centroamérica, indicó que la demanda de vuelos ha sido muy fuerte, impulsada principalmente por clientes corporativos, por lo cual ya analizan incrementar sus frecuencias.

¿En estos primeros meses de 2015 cómo se ha comportado el negocio?

Durante enero realizamos un anuncio de que los ingresos aumentarían 15 por ciento en todo el año, porque agregamos 50 por ciento más asientos en la ruta Ciudad de México-Múnich, pero estamos creciendo más porque también la demanda ha sido favorable por parte de los empleados de compañías y viajeros individuales.

“La demanda en las rutas es mucho más fuerte porque las perspectivas de este país son buenas, porque su crecimiento necesita movilidad y esto a su vez inversión, para lo cual hemos desembolsado recursos y tener mayor capacidad y productos, y me parece que los pasajeros mexicanos y alemanes los aceptan bien”.

¿De cuánto será el nuevo aumento?
El crecimiento será de entre 20

y 30 por ciento en ingresos, es bastante, pero también es un indicador de que la economía está al alza y que los productos son buenos para los usuarios.

“Una de nuestras metas es tener un aumento mayor al promedio de la aviación, por eso también vamos a abrir la ruta Fráncfort-Cancún”.

¿Cuáles son los principales turistas que utilizan sus vuelos?

Tenemos viajeros de negocios-corporativos, éstos representan más de 20 por ciento de los ingresos, y existen también individuales, que visitan familiares o asisten a congresos y eventos; es un portafolio diverso.

“Alemania y México tienen en común una base muy fuerte de industrias, como la automotriz, proveedores, farmacéuticas, químicas y petroquímicas”.

¿Qué sector de viajeros ha crecido más?

En términos general un poco más el corporativo, me parece que por el crecimiento de la economía mexicana; con las reformas que pusieron más impuestos pensamos que iba a disminuir el número de turistas privados, pero no ocurrió, en realidad está al alza.

¿Hay otra razón del aumento en operaciones?

Se debe también a nuestras diversas conexiones aéreas en Múnich y Fráncfort hacia más de 300 destinos en 100 países.

¿Cómo han podido solventar la saturación en el AICM?

Me parece que el gobierno de México está hablando con la Asociación Internacional de Transporte Aéreo

(IATA) para ver cómo se puede manejar la situación de los slots (tiempos de aterrizaje y despegue). Esa es la única manera de manejar, más eficiente, este aspecto.

“Nosotros tenemos los slots para los vuelos, pero cada periodo de horario se puede renovar; no sé cómo es la situación, porque las nuevas empresas, entre ellas Volaris, Interjet y VivaAerobus, usan los slots de Mexicana de Aviación, y no sé como el AICM va a manejar esa situación en el futuro; para mí no es muy transparente como se hace.

“Aquí en México se utiliza otra manera para otorgar los slots, pero siempre hay forma de mejorar”.

¿Cómo va la ruta en Cancún?

Vamos a empezar en diciembre, y en realidad es un destino más para los turistas de Alemania y del resto de Europa; no vemos tantos viajeros del sur del país hacia el viejo continente. Será de dos veces a la semana la frecuencia.

“No se tiene una perspectiva de cómo nos irá, porque son viajeros diferentes a los que tenemos en la ruta de la Ciudad de México y tenemos que explorar ese mercado”.

¿Qué otros nuevos vuelos tienen en la zona?

Vamos a abrir uno de Fráncfort a Panamá, estamos muy fuertes en México y ahora vamos por Centroamérica. Este vuelo será cinco veces a la semana.

“En el continente americano estamos creciendo bastante, somos muy exitosos, porque la competencia aquí es menos fuerte que en Europa y Asia”.



¿Para cuándo es la ruta de Panamá?

En noviembre. Se vio que la economía panameña está creciendo y con la alianza que tenemos, mediante Star Alliance, con Copa Airlines, habrá conexiones a las demás naciones de Centroamérica, como Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Honduras, y lo mismo en Sudamérica con Avianca hacia Ecuador, Perú y Colombia.

¿Qué tipo de turistas tendrán?

Es menos de corporativos, la base mayor será de turistas de placer.

¿Se prevé alguna alianza con una aerolínea en México?

Después de la salida de Mexicana de Aviación no tenemos una alianza y no hay planes concretos para realizar alguna, pero tene-

mos un *joint venture* con United Airlines y Air Canadá, con el cual algunos pasajeros pueden escoger conexiones en la Ciudad de México o Houston.

“Asimismo, existe una relación interlineal con Aeroméxico, donde pasajeros de Guadalajara o Monterrey pueden viajar al Distrito Federal y conectar con Lufthansa, pero no son códigos compartidos”.

¿Se planea consolidar esas rutas o abrir un nuevo destino?

En América no tenemos planes de ofrecer otro destino, Cancún es nuevo, junto con Panamá y Atlanta; es bastante el crecimiento porque en otras partes del mundo no añadimos tantos nuevos destinos.

“Son tres lugares nuevos y no

tenemos tantos aviones, debemos crecer de una manera sustentable.

“Estamos siendo muy exitosos y vendemos mucho, por eso estamos planeando lo antes posible añadir dos nuevas frecuencias de México a Múnich; no sabemos si es el año que viene, pero queremos hacer esta expansión para tener ya siete vuelos a la semana.

“Otro plan es que quizá en el mediano plazo tendremos que aumentar capacidad a Fráncfort, porque ya tenemos vuelos toda la semana, y con el avión 747-8, que es el segundo más grande del mundo.

“En dos o tres años si el crecimiento continúa podemos evaluar el cambio de unidad por el A380, que es el más grande; sin embargo, también tenemos que esperar si

el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México va a invertir para recibirlo, porque ahora no hay una posición y las pistas no son las adecuadas.

“Las autoridades han comunicado que sí lo van a hacer, pero debemos esperar”.

“Alemania y México tienen en común una base de industrias como la automotriz, proveedores, farmacéuticas, químicas...”

“Si el crecimiento continúa podremos evaluar (traer el) A380, pero hay que esperar si el AICM va a invertir para recibirlo”

JUAN CARLOS BAUTISTA



El director general de Lufthansa.