

CONVERTIRÁ EN SOCIOS A PEQUEÑOS COMERCIOS
ADO busca sumar pasajeros con plan afiliado e Internet

De acuerdo con el director del grupo, pretenden la venta de 20% de sus boletos mediante la web en cinco años; inversión de 5,000 pesos

Alejandro de la Rosa
EL ECONOMISTA

GRUPO ADO busca subir más pasajeros a sus autobuses. El año pasado movilizó 150 millones de personas y desea incrementar por lo menos 2% al cierre del 2015.

Este martes, la empresa oficializó el inicio de su programa Afiliado, que permite a cualquier persona vender los boletos de sus empresas que realizan viajes foráneos.

Para el nuevo negocio, los interesados deben hacer una inversión inicial de 5,000 pesos que les permitirán obtener ganancias de entre 6 y 8%, y se requiere como infraestructura mínima de trabajo una computadora con acceso a Internet y una impresora.

Tiendas, panaderías, papelerías o fondas son susceptibles de ser socios de ADO. “Queremos que sea más fácil para la gente comprar su boleto y que llegue a la terminal

y no haga fila. Hoy tenemos todavía que imprimirlos, porque 96% de las compras se hace en las terminales y puntos de venta físicos, pero en corto plazo lo debemos eliminar. El reto es que en cinco años tengamos 20% de nuestros boletos vendidos vía web”, dijo el director del grupo, Aldo Alarcón.

Para fortalecer la venta por Internet, realizan diversas campañas en donde ofrecen descuentos de hasta 50% si se compra, con cierta antelación, por dicha vía.

“Los medios electrónicos van en crecimiento y los queremos aprovechar, y sobre todo el interés es procurar que toda la experiencia de viaje sea grata, de tal suerte que se opte por dejar el auto en casa para ir a visitar a un familiar, por ejemplo”, agregó el directivo.

“El tema es que si acercamos el boleto a la gente, que la experiencia de viaje sea muy buena y que valga

la pena dejar tu coche, sumaremos pasajeros”, acotó.

UN VERANO CALUROSO

El anuncio de ADO se realiza en plena temporada vacacional de verano, que a decir de Alarcón “ha sido muy bueno y ya tenía un rato que no lo veíamos así”.

El buen clima, en términos generales, que no haya bloqueos y la estrategia de seguridad que se ha implementado en las carreteras del país han permitido que sus operaciones no enfrenten complicaciones.

El director del grupo estima que durante la temporada se podría alcanzar un aumento de hasta 30% en pasajeros transportados, lo cual es “positivo”; sin embargo, los dos dígitos de incremento no se alcanzan a nivel anual porque son diversos los factores que influyen en la operación.

alejandro.delarosa@eleconomista.mx



Aldo Alarcón, director del Grupo ADO.

FOTO ESPECIAL

