

Fecha 13.11.2015	Sección Cartera / Falla de origen	Página 6
----------------------------	---	--------------------



Luis Gallego
Presidente de Iberia

“México es una buena apuesta”

Busca elevar oferta en el país, tras salir de una crisis que casi la llevó a la quiebra

MIGUEL ÁNGEL PALLARES
—miguel.pallares@eluniversal.com.mx

La aerolínea española Iberia, propiedad del International Airlines Group (IAG), planea incrementar su presencia en México como uno de los mercados donde tiene una apuesta a largo plazo, por lo que prevé generar nuevas rutas directas de Madrid a Cancún, Guadalajara y Monterrey, dijo Luis Gallego, presidente de la compañía.

ENTREVISTA

En entrevista con EL UNIVERSAL, el directivo destacó que México tuvo un crecimiento de 11% en asientos kilómetro ofertados (AKOs) en 2014, lo cual representó una cifra superior a total compañía. Tras una reestructura financiera, indicó, busca aprovechar los mercados en varias regiones del orbe.

Iberia opera hasta dos vuelos diarios y sin escalas entre el Distrito Federal y Madrid, una oferta de 482 mil asientos en 2015, y une 37 ciudades mexicanas con 90 destinos al otro lado del Atlántico.

¿Cómo se encuentra en este momento Iberia a escala global y en México?

—A escala global Iberia viene de una

situación delicada en la cual estuvo a punto de quebrar, luego tenemos un Plan de Futuro que busca llevar a la firma a la senda de la rentabilidad necesaria para crecer e incorporar flota.

En el mercado mexicano llevamos volando desde 1950. Siempre ha sido una apuesta de Iberia, está funcionando bien y tiene vocación de seguir creciendo a medida que el mercado se desarrolle. El año pasado tuvimos un crecimiento de asientos kilómetro ofertados de 11% y si se dan nuevas oportunidades consideramos reforzar la ruta y abrir nuevos destinos.

¿Cuáles son los retos para Iberia y sus operaciones en México?

—La devaluación de la moneda nos afecta porque vendemos en dólares y se aplica el cambio en la moneda local, entonces esto nos afecta a la hora de la percepción que tiene el cliente de nuestros precios, ese es un reto.

Nuestra estructura de costos nos ha ayudado para tener una propuesta atractiva al mercado y los precios bajos del combustible, pero no los hemos capturado por el sistema de coberturas y porque el combustible se paga en dólares, por lo que a la larga parte de esta ventaja se puede transferir en más competencia y redundar en tarifas.

¿Prevén incrementos en precios?

—En aviación cuando ves la evolución histórica del precio unitario siempre ves tendencias negativas, por eso nos debemos reinventar y rebajar costos.

¿Cuál es su meta de crecimiento para el largo plazo?

—Iberia sufrió una reducción fuerte en el número de AKOs en 2012, 15% de reducción de su capacidad, que fueron 20 aviones de corto y medio largo y cinco aviones de largo, pero a partir la reestructuración nos ha permitido crecer 10% en AKOs y el plan para los próximos cinco años está en crecimientos medios anuales de 7.5%.

¿En qué áreas ve potencial de crecimiento?

—Guadalajara y Monterrey pueden ser una oportunidad, en temas turísticos Cancún, estas son las tres más fáciles, pero se busca reforzar la capital.

¿Contemplan nuevos acuerdos como el que tienen con Interjet? ¿Este los limita?

—Este acuerdo no (limita tener otros). En el acuerdo que tenemos con Interjet vamos a explorar si podemos hacer más cosas, porque es una relación que ha funcionado bien, siempre nos gusta ampliar la relación con los socios. ●

“La devaluación de la moneda nos afecta porque vendemos en dólares y se aplica el cambio en la moneda local, entonces nos afecta a la hora de la percepción que tiene el cliente de los precios”



Fecha 13.11.2015	Sección Cartera / Falla de origen	Página 6
----------------------------	---	--------------------

