

Compras en McCallen elevan conectividad

Alejandro de la Rosa
EL ECONOMISTA

McAllen, Tx. CON EL turismo de compras como principal motivador, Aeromar incrementó este mes (de cinco a siete) sus frecuencias semanales en el vuelo Ciudad de México-McAllen, la única ruta internacional que opera la aerolínea regional.

“Es un aumento por la temporada decembrina. Hay una fuerte relación entre nosotros por la gran cantidad de mexicanos que vive y trabaja en esta ciudad. Tenemos un factor de ocupación de entre 70 y 80%, de un avión de 48 asientos, y estamos trabajando para subirlo”, comentó el gerente regional de la Zona Sur y Golfo, Martín Cobián.

Entre enero y octubre pasado, la firma transportó en su operación internacional 7,800 pasajeros, cifra que es menor a la registrada en el mismo periodo del 2014 (cuando también volaba Ciudad de México-Austin y San Luis Potosí-McAllen, ambos dejaron de operar en enero pasado), donde alcanzó los 20,288 clientes.

A pesar de que se ha mencionado en los últimos meses que el nuevo convenio bilateral aéreo entre México y Estados Uni-

dos abrirá nuevas oportunidades de crecimiento para las líneas aéreas, el directivo afirmó que, por el momento, el objetivo es consolidar la presencia en esta ciudad texana.

“Somos los únicos que volamos desde México y eso nos brinda un gran prestigio como aerolínea regional que cada día tiene cerca de 100 operaciones en nuestros 24 destinos. Siempre estamos evaluando posibles vuelos, pero hoy por hoy no tenemos nada oficial sobre nuevas rutas”, agregó.

Para incrementar la promoción de su vuelo, el representante de Aeromar se ha acercado lo mismo a tiendas icónicas para hacer compras (como Macy’s), que a nuevos hoteles (como Hawthorn Suites, del internacional grupo Wyndham) y al aeropuerto local.

Antes de que concluya el año, la firma celebrará su aniversario 28 de operaciones ininterrumpidas.

FALTA CRECER CONECTIVIDAD

La cercanía de McAllen con Monterrey, Saltillo, Ciudad Victoria y Reynosa ocasiona que la mayor afluencia de viajeros llegue por carretera, pero la ciudad de México o Guadalajara cuentan con “al-

to potencial”, afirma el vicepresidente de Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio local, Iván González.

“Aquí tenemos cerca de 7,000 empresas, de las cuales 2,500 están afiliadas con nosotros, pero entre todos tenemos clara la importancia que tiene México, sobre todo porque 40% del total de nuestros compradores viene de allá”, agregó. Ropa, electrodomésticos y artículos para el entretenimiento son los objetos más adquiridos por mexicanos.

alejandro.delarosa@eleconomista.mx



Martín Cobián, gerente regional de la Zona Sur y Golfo de Aeromar.
FOTO ESPECIAL

