

Momento propicio para el despegue de BOG Viene de pág. 2

se manejaba con anterioridad y que convierte al aeropuerto en el eslabón que une los dos puntos turísticos.

Otro de los expositores fue Alejandro Vales, quien aprovechó la oportunidad para hablar del escenario de la aeronáutica en la actualidad, argumentando que los aeropuertos han tenido que reformular sus modelos de negocios para adaptarse a un entorno dinámico que comprende el auge de la privatización aeroportuaria, la competencia global entre ciudades y aeropuertos, la consolidación de la in-

dustria, el posicionamiento fuerte que han logrado las aerolíneas low cost, y los cambios en la industria turística internacional.

Respecto de las compañías aéreas, señaló que hoy en día se encuentran "inmersas en una frágil situación financiera, requieren de algún tipo de apoyo para el análisis y la exploración de nuevos mercados, además buscan compartir el riesgo financiero para el lanzamiento de nuevas rutas, y prefieren rutas con las que otras firmas han tenido éxito".

Desarrollo aéreo

Buddy Aslinger resaltó la importancia que representa para un país invertir en el desarrollo aéreo y dio algunos puntos claves para tener en cuenta en su adelanto. "La llegada de una nueva aerolínea no sólo genera un impacto directo al aeropuerto, sino a todo el país, es decir repercute en la hotelería, comerciantes de restaurantes, tiendas, entre otros".

A su vez, compartió algunos temas que tiene en cuenta una compañía para volar a un nuevo destino, se

destacan entre otros, los incentivos. "Por ejemplo, algunas exenciones de tarifas e impuestos y toda clase de ideas en aspectos del mercado. Además, la llegada de una línea atrae otras", dijo. A lo que sumó puntos primordiales como la participación y el crecimiento del mercado y las alianzas con pares de la región.

Otro aspecto importante es no dejar de lado la información del destino. "Lo peor que se puede asumir es que la aerolínea sepa todo sobre su ciudad, hay cosas lógicas que la gente no sabe,

como que Bogotá es la capital de Colombia", indicó.

En la experiencia ha identificado algunos puntos negativos que tienen las empresas del sector a la hora de elegir una nueva ruta. "Algunas compañías evitan aeropuertos por las malas experiencias con las aduanas, otras tienen en cuenta cuando otra empresa deja de volar y analizan sus razones".

Para Aslinger, Bogotá es un gran mercado que crece rápido. "Es una ciudad asombrosa. Yo digo que quien no ha estado aquí en los últimos diez años no la conoce, ya que en este tiempo es cuando ha tenido los cambios más grandes. Tiene un aeropuerto excelente, es el más ocupado de Latinoamérica después de San Pablo, está creciendo de manera significativa y pocos lo están haciendo a ese ritmo", recalcó.

Crecimiento de El Dorado

Andrés Ortega dio a conocer cómo desde hace poco más de tres años vienen trabajando para aumentar el tráfico de la terminal más importante del país. Fue así como iniciaron una clase de acciones con la creación del área de marketing que se encarga de su promoción en diferentes escenarios y con el desarrollo de distintas acciones.

Ortega hizo una invitación a los empresarios para trabajar en la buena imagen que se vende de El Dorado. "Ustedes deben ser los principales embajadores, para que no vuelvan a decir que el aeropuerto quedó chiquito", manifestó, recalando que no es verdad, y puso como ejemplo los grandes del mundo que tienen problemas similares o peores que el nuestro. "Tenemos pocas posiciones de contacto disponibles en algunas horas, se está trabajando para que los aviones lleguen a las horas en que hay capacidad, ya que a las 6:30 de la mañana no hay, pero en otras está desocupado", dijo. "Se pueden hacer cosas especiales en precios, ahora estamos hablando con Condor Flugdienst GmbH, una compañía alemana de charters que posiblemente iniciará operaciones a Bogotá, pero falta que un turoperador cierre el negocio", reveló Ortega.

Y explicó que se están haciendo algunas propuestas para agregar una mayor cantidad de posiciones de contacto, lo cual duplicaría

la cantidad actual y no afectaría la operación, ya que el aeropuerto está pensado para el tránsito de 48 millones de pasajeros.

Para concluir, resaltó la importancia de la labor de todos los sectores que intervienen en el Clúster. "Debemos ir todos de la mano para que esto sea un éxito, uno siempre piensa en las compañías tradicionales de aviación, pero los turoperadores tienen una oportunidad importante", dijo.

Intercambio de experiencias

El evento concluyó con un panel en el que participaron cada uno de los expertos, con el propósito de conversar e intercambiar conocimientos sobre experiencias exitosas a través de la conectividad aérea.

Frente a los retos para el posicionamiento de Bogotá como un mercado competitivo, Francisco Cuéllar, compartió el ejemplo de República Dominicana. "El Gobierno actual ha emprendido una campaña de promoción muy fuerte, con la misión de focalizarse en atributos complementarios a la oferta tradicional, porque no todo puede ser playas y está fijándose en mercados específicos".

Las características que se deben tener en cuenta, según Artemio Santos, son la calidad y el servicio. "Hay una publicidad que es la más efectiva y es el boca a boca, la cultura, la gastronomía, en lo poco que he estado aquí hay una calidez que se puede acentuar con conocimiento del tipo y origen de los turistas que van a venir".

John Kirby manifestó que para que la capital sea más atractiva turística debe especializarse en el desarrollo económico. "Luego volvería a identificar cuáles son las oportunidades a corto plazo, hay buena infraestructura e identificar cuál debe ser mejorada, hablar con el Gobierno, socios empresariales y gubernamentales para hacer planes estratégicos", concluyó.

Con este tipo de iniciativas el Clúster de Turismo se acerca al objetivo propuesto de encontrar y ejecutar mayores y más eficaces acciones que permitan el desarrollo competitivo de la ciudad, sacando provecho de la apertura económica que está registrando el país y la visión sobre el mercado local que cada día tiende a mejorar.

www.argentina.travel

Javiera & Jano chilenos

#RelaxExtremoEnLaQuebradaDeLosCódones
Argentina, por ti

