



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/15917

26/07/2017

44420

AUTOR/A: HURTADO ZURERA, Antonio (GS); SERRANO JIMÉNEZ, María Jesús (GS)

RESPUESTA:

El Plan de Marketing del Aeropuerto de Córdoba es el documento que define las líneas estratégicas para los próximos dos años con el fin de impulsar las iniciativas y actividades para llevar a cabo el posible desarrollo del tráfico aéreo comercial del aeropuerto. Se presentará en el próximo Comité de Coordinación Aeroportuaria de Andalucía.

Posteriormente, dicho Plan se enviará a las instituciones autonómicas, provinciales y locales para que éstas puedan realizar sus aportaciones, con el objetivo de consensuar el documento y fijar una estrategia lo más coordinada posible entre todas.

Una vez definido el Plan, cada una de las instituciones será la responsable de establecer las actuaciones a desarrollar de acuerdo a sus competencias.

En el citado Plan se propondrán, por parte de AENA, las siguientes estrategias, con el fin de conseguir elevar la demanda y que, de este modo, se pueda alcanzar el umbral de rentabilidad para una compañía aérea que pueda estar interesada en operar en el Aeropuerto de Córdoba:

- Promocionar el producto “Córdoba” en el mercado turístico exterior por parte de las distintas Administraciones regionales y locales.
- Crear un Grupo de Trabajo para cerrar el Plan de Marketing y fijar estrategias y acciones conjuntas entre AENA y las Administraciones regionales y locales.
- Definir mercados junto con las Administraciones regionales y locales y en función de ellos identificar compañías aéreas y tour-operadores a contactar.
- Colaborar con los agentes económicos para potenciar la imagen del aeropuerto como medio posible de conexión.
- Contactar con escuelas de vuelo, empresas de trabajos aéreos y empresas de mantenimiento de aeronaves para su posible implantación en el aeropuerto.



No obstante, es necesario tener en cuenta que no es AENA, sino las compañías aéreas, las que deciden, en función de sus estudios de demanda y posible rentabilidad de un destino, en qué rutas operan en el Aeropuerto de Córdoba.

La demanda de pasajeros a un aeropuerto está directamente influida por el atractivo que supone el destino donde se ubica dicho aeropuerto para realizar negocios o turismo. Es decir, ningún turista viaja a Córdoba para visitar su aeropuerto, sino para disfrutar de lo que le ofrece el territorio donde está ubicado. En este sentido, y con el fin de incrementar la demanda de pasajeros, resulta fundamental una adecuada promoción de Córdoba como destino por parte de las instituciones locales y autonómicas competentes.

Por último, cabe indicar que la colaboración permanente entre las distintas Administraciones y los especialistas en marketing aeroportuario de AENA, para la promoción de nuevas rutas en el Aeropuerto de Córdoba, se lleva a cabo en la actualidad en el seno del Comité de Coordinación Aeroportuaria de Andalucía.

Madrid, 06 de noviembre de 2017

