

GERENCIA AEROPUERTO
 GERENCIA FINANCIERA
 GERENCIA DE INGENIERIA

GERENCIA LEGAL
 UNIDAD DE AUDITORIA INTERNA

ADMINISTRACION AEROPUERTO

Presentación de la empresa Ingeniería y Economía del Transporte, S.A. (INECO), sobre las Políticas Comerciales del AIES.

=====

SEGUNDO:

El ingeniero Oscar Muñoz y el licenciado José Morales, funcionarios de INECO, empresa consultora contratada por CEPA, para elaborar un estudio y recomendaciones sobre la Política Comercial del Aeropuerto Internacional El Salvador, realizaron una presentación a Junta Directiva sobre las “Políticas Comerciales del AIES”.

El contenido de dicha presentación, es el siguiente:

- **Quién es INECO:**

INECO, es una multinacional referente en ingeniería y consultoría de transporte, cuenta con un equipo experto de cerca de 3000 profesionales que contribuye desde hace cuarenta y cinco años al desarrollo de infraestructuras en los sectores aeronáutico, ferroviario, carreteras, transporte urbano y puertos, ofreciendo soluciones en el mercado global en más de sesenta países.

- **Descripción de Servicios:**

o **Objetivo:**

Efectuar el análisis de la explotación comercial actual en el Aeropuerto Internacional El Salvador (AIES), y la elaboración de las Políticas Comerciales del AIES, a fin de que sirva de referencia y de base para maximizar el retorno de la infraestructura aeroportuaria.

o **Entregables:**

- Primer Informe: recomendaciones relativas a los servicios comerciales con vencimiento al 31 de diciembre de 2012.
- Segundo Informe: Políticas Comerciales que requieren inversiones menores, a dos años.
- Tercer Informe: Políticas Comerciales que requieren inversiones significativas, a largo plazo.

- **Situación Actual del Edificio Terminal de Pasajeros:**

- o Primera Impresión: Imagen obsoleta, sin homogeneidad y aeropuerto sin identidad.
- o Oferta Comercial: Mal presentada, poca variedad y poco atractiva.
- o Espacios Comerciales: Desordenados, demasiados locales y espacios inadecuados.
- o Experiencia del Pasajero: Aburrida, confusa e insatisfactoria.

▪ **Coste de Oportunidad:**

o **2008 – 2012**

- ✓ Política continuista de conceptos Duty Free:

- Rendimiento obtenido: **7.5 millones de dólares.**

- ✓ Estimación con renovación de conceptos y contratos en 2008:
 - Coste de oportunidad: **13.5 millones de dólares.**
- ✓ Resultado: **-6 millones de dólares.**

- **Líneas generales de las Políticas Comerciales – Qué:**
 - Primera Impresión: renovar imagen, homogeneidad e identidad propia.
 - Oferta Comercial: presentación, variedad y atractiva.
 - Espacios Comerciales: ordenamiento, agrupación y amplitud.
 - Experiencia del Pasajero: interesante, relajante y satisfactoria.

- **Líneas generales de las Políticas Comerciales – Cómo:**
 - Primera Impresión: inversión de US \$9.5 Millones, actualizar estética y marca El Salvador.
 - Oferta Comercial: perfil del pasajero, ampliar oferta y últimas tendencias.
 - Espacios Comerciales: definición de espacios, zonas especializadas y espacios abiertos.
 - Experiencia del Pasajero: productos adaptados, terminal como área de ocio y servicios diferenciados.

- **Análisis de Tiendas Duty Free:**
 - Las tiendas Duty Free son la principal línea de negocio del ETP (Core Business).
 - Ordenamiento de la oferta en la terminal, ofreciendo:
 - ✓ Variedad de productos en un mismo punto de venta.
 - ✓ Localización de la oferta en zonas claves.
 - ✓ Captación de principales flujos de pasajeros.
 - ✓ Introducción de conceptos pasantes.
 - ✓ Mejora de los ratios comerciales.
 - ✓ Ventaja operativa para el operador al unificar recursos.
 - Incremento de los ingresos generados por las ventas de los operadores.
 - Capacidad para exigir mejores condiciones contractuales para el AIES.
 - Mejora de imagen del aeropuerto y de la experiencia del pasajero

- **Proyección de Ingresos:**
 - **2014 – 2022**
 - ✓ Política continuista de conceptos Duty Free:
 - Rendimiento esperado (valor actual): **15 millones de dólares.**
 - ✓ Estimación con renovación de conceptos y contratos en 2013:
 - Rendimiento mínimo esperado (valor actual): **34 millones de dólares.**
 - ✓ Resultado: **+19 millones de dólares.**

- **Metodología de Promoción:**
 - Se propone una licitación pública abierta del conjunto de las tiendas en un único lote.
 - Las ventajas de este método frente a otros son:
 - ✓ Proceso transparente y objetivo.
 - ✓ Evita colusión entre licitantes.
 - ✓ La competencia se produce en el proceso licitatorio, no en el aeropuerto.
 - ✓ Cada licitante hace la mejor oferta que puede hacer.
 - ✓ Ausencia de conflictos en caso de modificaciones operativas en el aeropuerto.

▪ **Conclusiones:**

Según criterios técnicos y económicos basados en lo anteriormente expuesto, Ineco recomienda:

- ✓ Incorporar conceptos de tienda pasante en zonas de máxima afectación de pasajeros.
- ✓ Iniciar lo antes posible el proceso de licitación (petición de interés).
- ✓ Licitación los conceptos Duty Free propuestos en un único lote.
- ✓ Establecer una duración de contrato no superior a 8 años.
- ✓ Establecer mecanismos de control de ventas.

Estas Políticas Comerciales pretenden mostrar una dirección, siendo CEPA la que debe decidir el camino hasta la consecución de sus objetivos, terminando de definir los conceptos comerciales de la manera más oportuna según las circunstancias.

Los señores Directores presentaron sus observaciones y se dieron por enterados.

“No habiendo nada más que hacer constar, se da por terminada la sesión a las diez horas con quince minutos de este mismo día, firmando el acta el Presidente y los Directores Propietarios y Suplentes que asistieron; cuyo contenido ha sido revisado por el Secretario y el Asesor Jurídico de la Junta Directiva”.