



Vista de la nueva plaza comercial, en el momento de la inauguración de esta área con 55 tiendas y restaurantes. :: SALVADOR SALAS

El aeropuerto cierra su mejor año

La ministra de Fomento inaugura la nueva zona comercial de la T3, en la que se han invertido dos millones de euros y ha atraído a firmas como Victoria'S Secret y GAP

PIJAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. El aeropuerto decano de España, el de Málaga-Costa del Sol, vuela alto. 2014 pasa a la historia de esta terminal, de casi un siglo de vida, como el mejor año en volumen de pasajeros. Por estas instalaciones, que ayer recibieron un nuevo impulso con la inauguración de una zona comercial que es ya una referencia mundial, transitaron 13,7 millones de viajeros durante el ejercicio pasado. Este hito, que confirma el buen estado de salud de una infraestructura clave para el desarrollo turístico de la Costa, rebasa las previsiones de superar el 1,5 millones y supone haber ganado 800.000 viajeros más en un año. La ministra de Fomento, Ana Pastor, anunció estas cifras históricas en su visita a este recinto para inaugurar la remodelación de la zona comercial que ha supuesto una inversión de dos millones de euros y ha aupado a este aeropuerto a la élite de la red, con la apuesta realizada por el grupo Dufry que ha abierto en estas instalaciones la primera tienda GAP de España y la más grande del mundo de las ubicadas en un aeropuerto. La firma Victoria'S Secret ocupa también una zona privilegiada, convirtiéndose estas marcas en señeras del nuevo concepto del aeropuerto. «Esta área comercial es una referencia en el mundo», apostilló.

Las nuevas tiendas recibieron el mayor de los respaldos. A la cita de su estreno oficial acudieron el consejero delegado de Aena, José Manuel Var-



PIJAR MARTÍNEZ

pmartinez@diariosur.es

gas; el director general de esta empresa, Javier Marín, y las autoridades locales, entre los que se encontraban el subdelegado del Gobierno en Málaga, Jorge Hernández Mollar, y el presidente de la Diputación, Elías Bendodo. También asistieron los responsables de Dufry, empresa suiza que se ha asociado con GAP, cuyo vicepresidente internacional, Stefan Laban,

mostraba con orgullo su primer comercio en España, junto a los directivos de World Duty Free Group, empresa que tiene la concesión para la explotación de los negocios del aeropuerto. El director general de la aerolínea Turkish Airlines en Andalucía, Halid Koca, compartió este momento con empresarios y autoridades, como la diputada Carolina España.

La ministra destacó la importancia de la apuesta realizada por el Gobierno en el aeropuerto de la Costa para referirse a este gran aliado del turismo como una fuente de riqueza para la provincia. Pastor recalco que se ha consolidado como la puerta de embarque y de llegadas por excelen-

cia de la Costa del Sol y como el cuarto del país. «El 85% del tráfico es internacional, con lo que ello conlleva en pernотaciones, gasto diario del viajero y promoción de la ciudad. Este recinto es una de las piezas claves de desarrollo turístico y económico de nuestro país. El 27% del PIB de la provincia de Málaga, y digo bien, está vinculado a este aeropuerto. A todo ello ha contribuido la apuesta de Aena con su gestión económica, financiera y operativa», señaló. Además, hizo hincapié en los resultados históricos logrados. «Este aeropuerto por las economías de escala y el incremento de capacidad que aporta la segunda pista de vuelos ha tenido un

año excepcional. Permitame que les recuerde que se ha hecho una inversión global de 474 millones de euros para hacer lo que es hoy esta infraestructura. Tiene la mejor tecnología, un nuevo sistema de aproximación de aeronaves, la más alta tecnología y mueve un número importantísimo de aviones a la hora», precisó.

El repunte experimentado en la actividad de estas instalaciones, de un 6%, es superior a la media nacional. Y eso que Pastor avanzó ayer que, en 2014, los 46 aeropuertos de Aena y los dos helipuertos han contabilizado también unos datos impresionantes: 195,9 millones de pasajeros, lo que supone un 4,5% más, y 1,8 millones de operaciones de aterrizaje y despegue en las pistas. «Ha sido un año extraordinario para Aena, para las empresas que trabajan con este grupo y, sobre todo, para los ciudadanos. Esta empresa es hoy el primer operador aeroportuario del mundo en volumen de pasajeros, por delante de aeropuertos de París o de Heathrow», afirmó.

Tarifas congeladas

En pleno proceso de salida a Bolsa y de búsqueda de capital privado, la ministra destacó la gestión: «Aena ha hecho un esfuerzo muy importante, que ha duplicado el resultado bruto de explotación, con una relación deuda Ebitda que ha pasado de un 13,7% en 2011 a un 6,9% en 2013. Hemos registrado unos datos magníficos. Hemos congelado las tarifas y las mantendremos así unos años y hemos puesto en marcha incentivos y bonificaciones. Los aeropuertos de Aena hoy son competitivos y una promesa de futuro para el país y el turismo».

Como ejemplo puso el tirón de Málaga, desde donde se vuela a 126 destinos del mundo sin escala, y donde las aerolíneas mantienen su apuesta con doce nuevas rutas este invierno. «Más de 600 profesionales de Aena y Enaire trabajan en estas instalaciones, pero además el aeropuerto genera más de 16.800 puestos de trabajo directos», indicó. Y tendrá continuidad. Para el verano confirmó doce nuevas conexiones directas. Las tiendas esperan el maná de los turistas.

Medio centenar de negocios que han elevado un 40% el empleo

El aeropuerto cuenta ahora con 13.000 metros cuadrados de zona comercial y de restauración de alta calidad

PIJAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. A la altura del destino, el aeropuerto de Málaga dispone de una nueva zona comercial de 13.000 metros cuadrados, en la que medio centenar de tiendas y de establecimientos de restauración han elevado un 40% el empleo. El director del aeropuerto, Salvador Merino, remarcó que esta terminal ofrece ya al pasajero un nuevo concepto

de aeropuerto. «Esta plaza es fruto de dos años de trabajo intenso de Aena para atender un nuevo planteamiento de desarrollo comercial que a la vista está el resultado», dijo.

Si en la primera fase de esta área de negocios fue el restaurante de Dani García la referencia, ultimado el conjunto de actuaciones los buques insignias son las firmas Victoria'S Secret, con 200 metros de tienda, y GAP, con casi 300. En ambos casos, y pese a los pocos días que llevan abiertas, apuntan ya que están cubriendo las expectativas a pesar de ser invierno. Julián Díaz, consejero delegado de Dufry AG, compañía suiza



Stefan Laban, en GAP. :: s. s.

que ha llegado a un acuerdo con GAP, señaló que la idea de abrir en Málaga fue como consecuencia de un proceso de expansión internacional que van a acometer en Europa. «Pensamos que la mejor forma de hacerlo era este aeropuerto por el tipo de pasajeros que transitan, muchos ingleses, alemanes y demás mercados que conocen muy bien la marca».

Estuvimos valorando hacerlo en otras ciudades de España pero nos pareció que el perfil del turista Málaga era el sitio más apropiado. Ahora estamos muy satisfechos. Pronto abriremos tres más en Canarias y otra en Ibiza», dijo. El vicepresidente de GAP, Stefan Laban, precisó que esta firma estadounidense centrará su expansión en España en los aeropuertos más internacionales del país. Desde World Duty Free Group destacaron la gran aceptación del desembarco de Victoria'S Secret. «Las ventas van más que bien», dijeron.