



El Aeropuerto de Jerez celebra la llegada de su “Pasajero un millón”

- El pasajero, que ha llegado en un vuelo procedente de Madrid, ha sido recibido a pie de avión con un cartel conmemorativo y flores
- El aeropuerto ha crecido a un ritmo de dos dígitos entre 2016 y 2017

30 de noviembre de 2017

El Aeropuerto de Jerez ha celebrado hoy la llegada de su “Pasajero un millón” con un acto simbólico, mediante el que ha querido poner de relieve la importante recuperación que ha experimentado el tráfico desde 2015.

La actividad del aeropuerto no alcanzaba la cota del millón de usuarios en términos anuales desde 2011, por lo que la consecución de esta cifra representa todo un hito en la evolución de su tráfico.

El director del aeropuerto, Iván Rodríguez, ha recibido a pie de avión al pasajero, que ha aterrizado hacia las 13.00 horas en un avión Airbus 319 de Iberia, procedente de Madrid.

Tras comunicarle la noticia, y ante la sorpresa del propio pasajero, el director le ha hecho entrega de un cartel conmemorativo, un ramo de flores y un estuche con botellas de vino de la tierra.

Crecimiento exponencial

El Aeropuerto de Jerez marcó un punto de inflexión en 2015, al conseguir su primer incremento anual (un 8,6%) en la cifra de usuarios desde 2007. Con ello, lograba invertir la negativa tendencia que los efectos de la crisis habían impuesto en los registros de tráfico.

El dinamismo del mercado doméstico y el tirón de la actividad foránea han sido claves en esta recuperación, que se ha traducido en un significativo

ritmo de crecimiento en el tráfico de pasajeros durante los tres últimos años (8,6% en 2015, 11,3% en 2016 y 13,7% hasta octubre de 2017).

La colaboración con las instituciones encargadas de la promoción turística y de negocios de la provincia, así como las diferentes líneas de trabajo puestas en marcha por Aena han supuesto un importante sustento para ese cambio de tendencia.

Hoja de ruta

Entre las líneas de trabajo lanzadas por Aena destacan la rebaja de las tarifas aeroportuarias, las bonificaciones por la implantación de nuevas rutas, la elaboración de casos de negocio y análisis de mercado sobre conexiones con potencial para el aeropuerto, la asistencia a ferias internacionales de primer nivel, la promoción de rutas recién inauguradas o los servicios más competitivos en precios para las compañías aéreas.

Todas estas áreas de actuación se recogieron en un plan de marketing presentado en 2014, que ha servido como hoja de ruta para orientar el crecimiento del Aeropuerto de Jerez a medio plazo.

Cifras como el alza de tráfico acumulado en lo que va de 2017 o los asientos y vuelos programados por las aerolíneas para la temporada de invierno -aumentan un 15,8% y un 5% respectivamente- reflejan no sólo la eficacia de esas medidas, sino también la confianza de las compañías en el recorrido del destino Cádiz y su provincia.