

AEROPUERTOS: NEGOCIOS QUE DESPEGAN

Por Mónica Romero

Si se considera un emprendedor con iniciativa y cuenta con capital para poner un negocio, no necesariamente uno libre de impuestos, en un aeropuerto puede hallar una opción atractiva, pero debe considerar su tránsito de personas, porque no todas las terminales aéreas, ni todas sus zonas, tienen la misma afluencia

Más de mil negocios en los aeropuertos internacionales de la Ciudad de México y Toluca se disputan la preferencia de cerca de 24 millones de personas que transitan por ellos en el año.

Comercios que van desde las tiendas de regalos, tabaquerías, artesanías, joyerías, libros, periódicos y revistas, hasta casas de cambio, restaurantes y hoteles, así como los famosos "duty free" han convertido las ventas y ofertas de sus servicios en una empresa paralela a la de las aerolíneas que en ellos operan.

Tan sólo en las terminales 1 y 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) existen 1,078 locales, de los cuales hoy nada más 249 se encuentran desocupados. En cuanto a los destinados a atender al público que transita en sus instalaciones, el primer lugar lo ocupa la venta de artículos, con 139 locales que ofrecen souvenirs de la Ciudad de México y productos de uso personal, como ropa, joyas, lentes, y demás accesorios, aparte de perfumería, licores y medicamentos.

En el segundo sitio se ubica la prestación o venta de servicios, con 102 locales, en seguida está la oferta de alimentos y bebidas, con 95 centros de expendio y restaurantes, seguidos por lo que ofrecen servicios bancarios, con 60. Asimismo, operan dos hoteles, el Hilton, en la Terminal 1 y el recién estrenado NH, en la Terminal 2, también existen expendios de billetes de lotería y limpiadores de calzado, entre otros giros. Más 98 espacios comerciales que se ocupan como oficinas.

A decir de diversos comerciantes, los negocios suelen ser atractivos, en buena medida, debido a que el número de personas que viaja se mantiene en niveles altos y su nivel de poder adquisitivo es alto; se calcula que cada año circulan alrededor de 22 millones de personas en el aeropuerto de la capital de la República Mexicana y 1.8 millones en el de Toluca, pero en 2009 ha sido un tanto diferente, pues sus ventas se han visto afectadas por la crisis económica en la que todavía se encuentra inmerso el país.

Aunque muchas empresas y las propias autoridades de los aeropuertos se muestran herméticas para hablar sobre el tema, diversos comerciantes dieron su testimonio y confesaron que sus ingresos se han desplomado hasta en cerca de la mitad en el presente año.

No importa cuál sea el giro, las dificultades económicas se han hecho presentes en todas partes, por ejemplo, en la Terminal 2, la tienda Vitromugs, en la que se ofrecen arte-

Continúa en siguiente hoja



Fecha 23.10.2009	Sección Revista	Página 34-44
----------------------------	---------------------------	------------------------

sanías, playeras y otros artículos, las ventas disminuyeron a la mitad, al pasar de un promedio de 20 mil a 10 mil pesos diarios y como si se hubieran puesto de acuerdo, la joyería de Daniel Espinoza tuvo cifras prácticamente idénticas.

De manera similar se comportaron las ventas de la tienda Scappino, que registró ganancias de alrededor 40% menos a lo habitual.

La difícil situación financiera que se vive en México y en el mundo, no sólo ha provocado una disminución en los ingresos de los negocios, sino también una modificación en las preferencias de compra.

Así lo demuestra el caso de la tienda de la UNICEF del AICM, en la cual se ofrecen diversos productos y cuya ganancia se utiliza para ayudar a niños con distintas necesidades.

La encargada del local nos informó que probablemente porque la gente está conciente del aumento de la pobreza hace un esfuerzo extra y por ello hoy prefiere adquirir objetos que de alguna manera beneficien a la infancia que más lo necesita.

De ahí que la tienda de la UNICEF en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México registrara en agosto de este año ventas por un monto cercano a 106 mil pesos, mientras que en el mismo mes del año anterior alcanzó apenas un volumen de ventas de 56 mil pesos, es decir, subió casi 50 por ciento.

El negocio garantizado

Los negocios que parecen inmunes a los efectos de la crisis económica al interior de las terminales aéreas de la Ciudad de México y de Toluca, son los conocidos como "duty free".

José Antonio Aguilar, investigador del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, señaló que existen estudios de mercadotecnia que demuestran que el margen de ganancia en este tipo de empresas puede alcanzar en algunas ocasiones niveles de hasta 40 por ciento.

"Como margen de los productos que manejan las tiendas libres de impuestos, en bruto, pueden obtener desde 15 hasta 40 por ciento de ganancia, ya descontados los gastos de operación (renta, sueldos, luz, agua, etcétera), dependiendo la ubicación y el giro", afirmó.

La diferencia con los negocios que no están en aeropuertos, es que el tipo de consumo es diferente y el poder adquisitivo de los clientes también es distinto al del resto, porque incluso por cultura se tiene la necesidad de adquirir

al menos un producto libre de cualquier cargo tributario, porque ello implica ganarle al fisco, aunque sea una batalla y hacerlo sin infringir ley alguna.

Afluencia, el quid

La buena ubicación, como en cualquier otro negocio, es básica en los aeropuertos; un local establecido en el área internacional estará sujeto a un flujo de personas con mayor poder de compra y además, los pasajeros pasan un mayor tiempo en sus salas de espera, como consecuencia de las medidas de seguridad impuestas por las aerolíneas, luego del ataque terrorista en Estados Unidos a diversos aviones el 11 de septiembre de 2001.

"En un aeropuerto internacional los comercios que venden artículos libres de impuestos son un negocio muy importante, como lo vemos en la Ciudad de México, donde las ventas en general y los márgenes que manejan son elevados, y las utilidades que obtienen les da para poder pagar las altas rentas del local, sueldos, gastos fijos y otras variables".

Diversas empresas, que ya son líderes en el giro del "duty free" en la capital mexicana, también cuentan con locales en otros aeropuertos en el mismo giro.

Pero Aguilar fue enfático cuando señaló: "Si existe algún emprendedor que tenga la iniciativa y el capital para poner un negocio, no necesariamente uno donde los productos se vendan libres de impuestos, tiene que considerar la ubicación y el tránsito de pasajeros, pues no todos los aeropuertos, ni todas sus zonas, tienen la misma afluencia".

En la actualidad las terminales aéreas nuevas están diseñadas para que la gente camine más y de manera obligada recorra los múltiples locales que operan en su interior.

De acuerdo con datos de la Comandancia General del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, esta terminal es la que registra un mayor movimiento de personas en América Latina, con 22 millones al año, y se espera que en el mediano plazo esa cifra aumente a 32 millones con la Terminal Dos.

Adjudicación comprometida

Sin duda tener una tienda, un restaurante, una tabaquería o una casa de cambio en los aeropuertos de la Ciudad de México o en el de Toluca es un buen negocio, pero también es cierto que existen mayores requisitos para obtener un local.

Continúa en siguiente hoja

Fecha 23.10.2009	Sección Revista	Página 34-44
----------------------------	---------------------------	------------------------

La empresa privada denominada Inmobiliaria Fumisa controla la mayor parte de las áreas comerciales y de negocios del AICM, no solamente los ubicados en las zonas nacional e internacional, sino también en el Módulo 5 y la parte conocida como Los Ventanales.

Desde 1994 esta sociedad adquirió la concesión para la construcción y renta de la mayoría de los locales, de acuerdo con información proporcionada por las autoridades del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, donde se señala que las concesiones vencen hasta el año 2013, aunque hay quienes aseguran que ya no es tal, que éstas se redujeron y que concluyen en 2010.

Estas concesiones cuentan con la participación de recursos públicos pues se trata de una zona federal.

Diversos locatarios, quienes pidieron el anonimato para evitar represalias, informaron a Mundo Ejecutivo que los locales se asignan por subasta y que la renta se cobra en dólares, además consignaron que en algunas ocasiones se les obliga a vender cierto tipo de productos o a ser removidos de los lugares donde se ubican, como condición para mantener su operación en la terminal aérea.

Informaron que en espacios disponibles y estratégicos se colocan letreros donde se anuncia la próxima instalación de alguna tienda libre de impuestos.

Inmobiliaria Fumisa es filial de Avent International, una firma española que posee varias empresas para la comercialización al interior de varias termina-

les aéreas.

Extraoficialmente se sabe que los arrendatarios pagan rentas que van de los 40 mil pesos mensuales en locales pequeños, hasta 75 mil o más en lugares más amplios, donde se ofertan productos de lujo o se ubican casas de cambio, entre otros giros comerciales.

Los precios no se fijan por m², sino por subasta y quienes estén interesados en ocupar un espacio tienen que superar las ofertas existentes.

Hace algunos años, la empresa Obrason Huarte Lian (OHL) adquirió la mitad de las acciones de Fumisa Avent, OHL es también una compañía española que cotiza en la Bolsa de Valores de Madrid y, de hecho, mantiene inversiones importantes en países como Chile y Venezuela.

Duty free, ejemplo de éxito

En la última década el Aeropuerto de Toluca se ha vuelto famoso y concurrido porque en él se desahogan muchas de las operaciones aéreas de los aeropuertos aledaños y por concentrar los vuelos de las aerolíneas de menor tamaño hacia distintos destinos del país, aparte de convertirse en refugio de algunas de las consideradas Low Cost.

Con un flujo de casi dos millones de pasajeros al año, hoy representa una oportunidad para emprender un negocio. Sobre todo porque se prevé que en un lapso moderado alcance un flujo de

cuatro millones de personas por año.

Un aspecto que contribuyó a que los negocios al interior del aeropuerto capitalino fue la ampliación del AICM, la cual consistió en remodelar el área de vuelos nacionales conocida como Terminal Uno o T1 y la construcción de la Terminal 2.

Lo cierto es que aun con esta inversión, la propia Secretaría de Comunicaciones y Transportes ha reconocido que es necesaria la construcción de un nuevo aeropuerto para liberar el flujo actual y con ello permitir al mismo tiempo la creación de un mayor número de locales comerciales y ofrecer nuevas fuentes de empleo.

En Toluca, buen negocio

Las tiendas libres de impuestos se han convertido en una de las principales fuentes de ingreso y mayores generadoras de empleo en los aeropuertos.

Se trata, en su mayoría, de grandes empresas a nivel internacional, como "La Riviera Duty Free", que es una de las cadenas de tiendas más grandes en América Latina.

Este negocio se ubica en diversos aeropuertos internacionales de la región; en México se instaló en la recién construida Terminal 2, después de haber obtenido el visto bueno del Sistema de Administración Tributaria de la Secretaría de Hacienda. »

Los negocios que operan en las terminales aéreas de Toluca y el Distrito Federal no se salvan de los efectos de la crisis económica, hay quienes han sufrido una caída de hasta 50% en sus ingresos, pero eso es temporal; los que venden productos libres de impuestos parecen inmunes, sus volúmenes de ventas se mantienen en los cielos

Encuentre su oportunidad
Espacios Comerciales T1

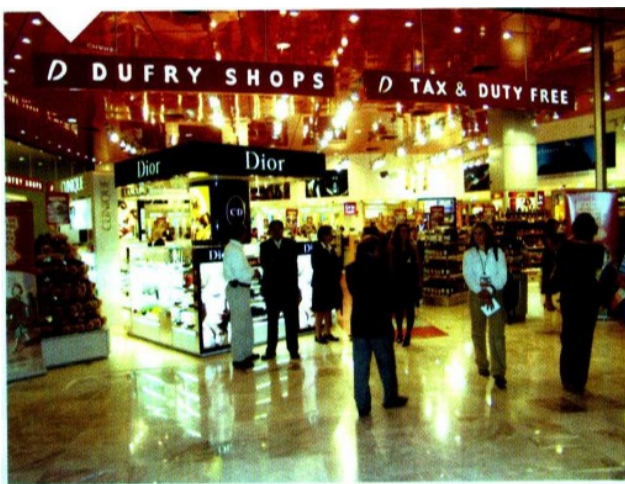
Áreas Diversas	Gerencia de Transportación Terrestre	Gerencia de Servicios Comerciales	Gerencia de Coinversiones y Esp. Publi.		Subdirección de Atención a Clientes	Subdirección de Promoción y Calidad	Total
			AICM	FUMISA			
Venta de alimentos y/o bebidas.		34		61			95
Venta de Artículos.		38		101			139
Venta de Servicios.	20	32	2	48			102
Servicios Bancarios.		6		54			60
Oficinas.		3		41	54		98
Aerolíneas.		0		0	12		0
Bodegas.	1	1		5	57		19
Áreas Diversas.			7	14	19		78
Hoteles.				1	2		1
Hangar.							19
Plataforma.							2
Total	21	114	9	325	144	0	613
Desocupados		18	2	131	35		

Nuevos territorios
Espacios Comerciales T2

Áreas Diversas	Gerencia de Transportación Terrestre	Gerencia de Servicios Comerciales	Gerencia de Coinversiones y Esp. Publi.		Subdirección de Atención a Clientes	Subdirección de Promoción y Calidad	Total
			AICM	FUMISA			
Venta de alimentos y/o bebidas.		42					42
Venta de Artículos.		43				7	50
Venta de Servicios.	20	33	2			2	57
Servicios Bancarios.		16					16
Oficinas.	3		1		31		35
Aerolíneas.							0
Bodegas.	1						1
Áreas Diversas.			1		10		11
Hoteles.		1					1
Hangar.					2		2
Plataforma.							0
Locales pendientes de adjudicar.						1	1
Total	24	135	4	0	43	10	216
Desocupados	3	59	0	0	1		1
TOTAL OCUPADOS T1 Y T2	45	249	13	325	187	10	829
TOTAL DESOCUPADOS T1 Y T2	3	77	2	131	36	0	249
GRAN TOTAL	48	326	15	456	223	10	1.078

Continúa en siguiente hoja

Fecha 23.10.2009	Sección Revista	Página 34-44
----------------------------	---------------------------	------------------------



Continúa en siguiente hoja

