



## OMA Aeropuerto de Culiacán, por segundo año consecutivo el Mejor Aeropuerto Regional en Latinoamérica y El Caribe

- El Aeropuerto de Culiacán fue distinguido nuevamente por Airports Council International (ACI) como el Mejor Aeropuerto Regional en América Latina y el Caribe 2015 en la categoría de hasta 2 millones de pasajeros anuales
- OMA Culiacán destacó en la categoría frente a 52 aeropuertos internacionales, de los cuales 7 corresponden a la Región de América Latina y El Caribe

**Monterrey, N.L. a 29 de Febrero de 2016.-** Grupo Aeroportuario del Centro Norte, OMA, informa que Airports Council International (ACI) reconoció por segundo año consecutivo al Aeropuerto Internacional de Culiacán como el Mejor Aeropuerto Regional en América Latina y el Caribe 2015 en la categoría de hasta 2 millones de pasajeros anuales.

Los Premios Airport Service Quality (ASQ) son los reconocimientos más importantes en Calidad en el Servicio de la industria aeroportuaria a nivel mundial, los cuales evalúan la percepción del pasajero a través de la aplicación de encuestas en relación a 34 indicadores clave en la prestación del servicio.

Recibir por segunda ocasión este premio demuestra la funcionalidad, seguridad, confort y la calidad en los servicios brindados por el Aeropuerto de Culiacán, al destacar positivamente en los indicadores relacionados a la ambientación y limpieza del Edificio Terminal, la atención y amabilidad del personal, y el servicio de inspección de personas y equipaje, entre otros.

El Aeropuerto de Culiacán fue acreedor por primera vez a este galardón en la edición de los Premios ASQ 2014; mientras que el Aeropuerto de Mazatlán recibió este mismo reconocimiento en las ediciones correspondientes al 2011 y 2013.

Estas distinciones son resultado del trabajo permanente de OMA para incrementar la satisfacción y la experiencia positiva de sus usuarios y pasajeros por medio de acciones que mejoren la calidad en el servicio prestado de sus 15 terminales aéreas, a través de la adopción de las mejores prácticas internacionales y la generación de valor para clientes, pasajeros y la propia organización.