

Entrevista a

## Jan T. Jaroszynski, Director de Ventas de Emirates (España)



Cuando Emirates comenzó a operar en 1985, contaba tan sólo con 3 aviones. En la actualidad, su flota se compone de 86 modernas aeronaves que llegan a 77 ciudades en 51 países de todo el mundo. En 2005/2006 ha alcanzado una cifra de beneficios netos de 674 millones de dólares y cuenta con 26.900 empleados. Se consolida así como una de las compañías internacionales líderes en el transporte aéreo. Su director de ventas en España, Jan T. Jaroszynski, expone las notas más destacadas de la compañía, su evolución reciente y magníficas perspectivas futuras.



## Volar con Emirates, una experiencia única

*-Actualmente, ¿a cuántos destinos y países vuela Emirates?*

Volamos en este momento a 77 destinos de 51 países. Próximamente, a partir del 1 de septiembre se inaugurará la ruta a Pekín y se añadirán las rutas desde Dubai a Bangalore (India) y Túnez el 31 de octubre, alcanzando así un total de 80 destinos en 52 países.

*-¿Con qué flota cuenta en estos momentos (julio 2006) dedicada a pasajeros y cuántos nuevos aviones se incorporarán a medio plazo?*

La flota actual la componen 1 Airbus A310-300; 29 A330-200; 10 A340-500; 8 A340-300; 29 Boeing 777-300, y 9 777-200. El centro de operaciones de la compañía está en Dubai, cubriendo rutas de corto y medio alcance en Oriente Próximo, una red europea muy extensa de radio medio y otras rutas de larga distancia como Dubai- Nueva York así como a Sydney y Melbourne con vuelos sin escalas.

*-¿Tiene acuerdos estratégicos con otras compañías aéreas o bien opera con otras en código compartido?*

No participamos en ninguna alianza estratégica de las tres más conocidas con la finalidad de tener una total autonomía en el desarrollo de nuestra red y de no estar sometidos a los reglamentos de las mismas.

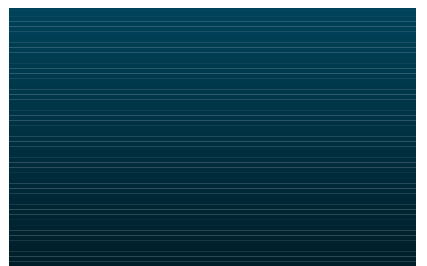
No obstante, entre otras, tenemos acuerdos de código compartido con Sri Lankan Airlines, en la que nuestra compañía participa en un 51 % del capital.

*-¿Cuál ha sido el factor de ocupación en 2005 y cuáles han sido los beneficios?*

Se ha registrado una tasa de ocupación del 75,9 %, un 1,3 % superior al ejercicio anterior. En cuanto a la cifra de beneficios netos en 2005-2006, ha sido de 674 millones de dólares USA.

*-¿Cuál es el perfil y la "motivación" de sus clientes?*

La motivación es un reclamo donde se define con total claridad el gran confort y la calidad del producto que existe a bordo de los aviones de Emirates, en los que se ofrece lo que desde nuestra óptica es la mejor relación calidad-precio que existe hoy día para el transporte aéreo de pasajeros, no sólo en Primera clase o Business sino también en clase Turista. Por ello, nuestro objetivo es captar tanto al pasajero de negocios o ejecutivo como al de ocio o vacacional. Una prueba de lo dicho es la comodidad de las butacas y la distancia entre asientos que en Primera clase oscila entre 160 y 218 cms, según el tipo de avión; en Business, entre 119 y 152 cms y en turista, entre 81 y 87 cms. Todas las pla-



“ Volar con Emirates,  
un recuerdo inolvidable  
de la experiencia  
completa del viaje “



*Jan T. Jaroszynski, con nuestro colaborador José Antonio Fernández Cuesta durante la entrevista*

zas disponen de pantalla individual para ver películas y teléfono. Además, en la mitad de la flota actual, es posible la comunicación con otro pasajero del mismo avión desde el propio asiento por teléfono así como el disfrutar de un sistema gratuito de entretenimiento a bordo, denominado **ice**, que paulatinamente se extenderá a toda la flota y que por ejemplo, permite jugar una partida de ajedrez con un pasajero en cualquier otro asiento del avión.

#### *-¿Cuáles son los objetivos prioritarios de la Compañía?*

Continuar siendo una aerolínea líder no sólo por la modernidad y última tecnología de su flota sino también por la alta calidad de los servicios y atenciones prestados a bordo de sus vuelos y en tierra, prosiguiendo la expansión a nuevos destinos e incrementando las frecuencias en los actuales, a través del nexo de unión que representa Dubai y desde donde se puede volar sin escalas a prácticamente cualquier punto del mundo. En definitiva, mantener nuestro posicionamiento como compañía aérea de red, permitiendo por ejemplo un viaje en dos saltos desde Glasgow a Sydney o desde Nueva York a Mauricio gracias al formidable **hub** de conexiones en Dubai que permitirá aumentar nuestra presencia a nivel mundial y añadir nuevos destinos a razón de dos o tres al año. Para el mercado español, existe un total de nueve puntos de enlace entre los que figuran Londres, Roma, Milán, Frankfurt, Dusseldorf, Zurich y Casablanca. Gracias a un acuerdo **interline** con Iberia, British Midland y Lan Chile, podemos ofrecer precios competitivos y salidas y conexiones fáciles a nuestros destinos europeos desde Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla, Alicante y Palma de Mallorca.

#### *-¿Cuáles son sus proyectos en cuanto a nuevos destinos y/o incremento de vuelos ya operativos? ¿Y en relación a España? ¿Con qué tour operadores suelen trabajar?*

Además de los nuevos destinos ya señalados, se contemplan constantemente otras ciudades de Estados Unidos: actualmente sólo cubrimos Nueva York con dos vuelos diarios. A partir del 1 de noviembre, se inaugurará una tercera frecuencia vía Hamburgo. Está en proyecto alcanzar también la costa oeste con ciudades como San Francisco y Los Ángeles, también sin escalas. En cuanto a España, en dos ocasiones se han realizado estudios de mercado y reuniones con autoridades aeroportuarias, turoperadores y agencias de viajes importantes. La conclusión ha sido que el mercado español no reúne todavía la masa crítica para justificar un vuelo diario a Dubai. Esta sería la única mediante la cual Emirates contemplaría servir este mercado. Lógicamente, las primeras ciudades serían Madrid o Barcelona. Los principales tour operadores con los que trabajamos son Nobel/Indoriente, Catai Tours, Angalia y Kuoni.

#### *-En vuelos internacionales es fundamental el canal de las agencias de viajes que en Europa controlan más del 80%. ¿Cuál es la política de Emirates ante la utilización de la agencia de viajes?*

Trabajamos en estrecha relación con las agencias de viajes. Además de los tour operadores, la adquisición de billetes sólo se puede hacer a través de éstas o en nuestras oficinas en Madrid. En cuanto a comisiones, somos una de las compañías que abona comisiones más altas a las agencias de viajes, con un mínimo del 7% en las tarifas especiales y en un 7,5% en las publicadas.

#### *-¿De qué forma apuestan por la aplicación de las nuevas tecnologías?*

El billete electrónico procesado por las agencias de viajes se está implantando de forma acelerada a lo largo de toda la red comercial de **Emirates**. En España está a punto de llegar. Los clientes directos no tienen a su alcance aún el poder realizar una reserva y efectuar el pago en nuestra página web ([www.emirates.com](http://www.emirates.com)). Esto se debe a una restricción técnica vinculada al hecho de que Emirates no vuela actualmente a España.

#### *-¿Cuál es el gran reto de la Compañía en un futuro próximo?*

Mantener el liderazgo tanto en cuanto a la calidad de los servicios a bordo como en los colaterales en tierra, aumentar las economías de escala, reducir los costes unitarios y aumentar las oportunidades de tráfico. De esta forma, se justifica la adquisición de los nuevos gigantes del aire Airbus A380, cuyo prototipo está actualmente volando y que tiene un precio medio de 295 millones de dólares USA. Este avión, en su configuración de mayor densidad, tendrá una capacidad de 607 asientos. Emirates tiene un pedido de 48 unidades, el mayor en la industria y el primero se entregará en abril del 2007. Para noviembre del mismo año, Emirates operará ya nueve aviones A380. ☺

*José Antonio Fernández Cuesta*

#### *currículum vitae*

### **Jan T. Jaroszynski**

Británico, nacido en Cádiz en 1962, licenciado en Economía por la Universidad de Plymouth, es master en Planificación y Gestión del Transporte por la Universidad de Westminster. Su carrera profesional se ha desarrollado en las áreas comercial-analítica dentro del sector del transporte en Air UK, KLM así como en el operador logístico Transfesa. Desde marzo 2004 es director de ventas de Emirates en España, representada por Skyways.