«Este invierno vamos a incrementar un 43% los vuelos semanales en Málaga»

José Espartero Jefe de Ventas y Márketing de Ryanair en España y Portugal

PILAR MARTÍNEZ
pmartinez@diariosur.es

Esta aerolínea de bajo coste, la número uno en movimiento de viajeros en la Costa, prevé cerrar el año con cuatro millones de pasajeros en el destino

José Espartero desgrana los planes de la compañía en Málaga para este invierno. :: SUR

MÁLAGA. La aerolínea de bajo coste Ryanair se encuentra en un proceso de clara expansión en el aeropuerto de Málaga, en el que lidera el ranking de compañías en movimiento de viajeros. Si en el verano ya dieron un salto de vértigo, la programación de invierno tampoco se queda atrás. Así lo apunta el jefe de Ventas y Márketing de Ryanair para España y Portugal, José Espartero, que avanza que esperan cerrar el ejercicio con cuatro millones de viajeros en la Costa. El año pasado superaron los tres millones. Para ello será clave la operativa que plantean a partir de octubre, que marca el inicio de la temporada invernal, y que contempla un 43% más de vuelos semanales.

-¿Los planes de vuelo para el verano han supuesto un crecimiento importante de Ryanair en Málaga?

-Notamos que España tiene el viento en popa. El año pasado transportamos más de 35 millones de viajeros a este país. Hemos notado que hay un desvío importante de pasajeros hacia España y Portugal y sabemos que los principales polos de atracción del turismo son Cataluña, Costa del Sol y Canarias. Concretamente en Málaga hemos contado con un avión adicional basado en este aeropuerto, sumando ya nueve aeronaves. Esta nueva apuesta por la Costa del Sol permitirá a la aerolínea incrementar las frecuencias de vuelo y transportar 140.000 pasajeros extra durante la temporada de verano de 2016, en la que hemos incorporado siete nuevas rutas para conectar 52 destinos. Todo ello ha supuesto una operativa de 290 vuelos semanales y ampliar la oferta de asientos en 155.000 plazas respecto a la misma temporada del pasado año.

-Y para la temporada invernal ¿mantienen esta tónica?

-Este invierno vamos a incrementar un 43% los vuelos semanales hasta alcanzar los 160 para operar en la capital de la Costa 42 rutas. Como novedades se han programado dos nuevos servicios a Belfast y Glasgow, además de prolongar once de las rutas que han operado en verano para reforzar las conexiones con Italia, Francia, Polonia, Hungría y Alemania. Ampliamos en invierno la red en Europa.

-¿Qué previsiones baraja para el aeropuerto de Málaga?

-Tenemos previsto alcanzar este año los cuatro millones de pasajeros. Los malagueños podrán elegir este invierno entre 42 destinos. Ryanair continuará conectando Málaga con los principales destinos domésticos y los centros de negocio más importantes de Europa con un vuelo diario a Barcelona, Bruselas o Dublín, así como con dos frecuencias al día a Londres. Con esta programación convertimos a Málaga en la opción ideal para viajeros de ocio y negocio.

-¿A qué se debe este gran salto y qué posición ocupa el aeropuerto de Málaga en cuanto a la actividad de esta aerolínea en España?

-España es un mercado muy importante. Volamos en 25 aeropuertos y tenemos trece bases. En estos momentos la capacidad de crecer es mayor porque contamos con una nueva flota, con un pedido de 350 aviones que nos permiten ampliar vuelos. En el pasado estábamos más limitados, pero ahora tenemos previsto contar con 540 aviones en 2024, de ahí que el objetivo sea lograr los 180 millones de viajeros en dicha fecha en Europa. Para que se haga una idea, en el inicio de la temporada estival llevábamos 113 millones de pasajeros en el Viejo Continente, tras cerrar 2015 con 106 millones. Por ello vamos a seguir creciendo y mejorando. Para Ryanair Málaga es una terminal importante. La Costa del Sol es un destino con muchísimo éxito.

-Llevan a gala ofrecer las tarifas más baratas, pero también están en el foco de las críticas...

-Ofrecemos los precios más baratos porque tenemos los costes más bajos. Es un círculo virtuoso. En cuanto a la atención al pasajero hemos cumplido ya tres años con programa 'Siempre Mejorando' que se implantó para atender las demandas de nuestros clientes. Desde entonces hemos simplificado la página web, estamos en Amadeus y hemos incluido mejoras a bordo y para las familias. Seguimos en este proceso de mejorar la atención al cliente para lo que avanzamos en las herramientas digitales, con la app para móviles o el autochecking. Pero además, estamos entrando en el sector de negocios con un producto Business Plus, estando previsto que Málaga tenga un carril prioritario de embarque. Contamos ya con tres tipos de tarifas, estándar, ocio plus y business y estamos centrados en mejorar el contacto con los clientes.

-¿Se plantean volar a nuevos mercados, más allá de la red de Europa?

-Estamos centrados en el desarrollo de nuevas rutas en Europa, abriendo conexiones a Países del Este o en Alemania, donde estamos creciendo mucho. Hace unos meses teníamos en este país una cuota del 5% y queremos llegar al 20% en tres o cuatro años.

«Los malagueños podrán elegir este invierno entre 42 rutas para volar con Ryanair»