

El alto coste despegar

Una nueva generación de compañías aéreas planta cara a las baratas y se especializa en los pasajeros más exclusivos

AMANDA MARS - Barcelona - 10/12/2006



Ocho horas de avión echado en una cama y con barra libre se hacen más llevaderas. El primer avión de Elysair despegará de París el 27 de diciembre en dirección a Nueva York con una particularidad: sólo transportará a pasajeros de clase *business* que pagarán por sus billetes entre 1.000 y 3.000 euros como oferta de lanzamiento. Unas semanas más tarde, en enero, lo hará la británica Silverjet, también con un singular puente aéreo de Londres a la *Gran Manzana* para un público exclusivo a unas tarifas similares. Smintair, mucho más atrevida, es aún un proyecto de un *broker* alemán que quiere volar en 2007 de Düsseldorf a Tokio con comodidades que incluyen la posibilidad de fumar cigarrillos y puros a bordo por entre 6.000 y 10.000 euros.

La noticia en otros webs

- [webs en español](#)
- [en otros idiomas](#)

Se trata de las primeras aerolíneas europeas de alto coste y han nacido porque por Europa circulan al menos 22 millones de pasajeros al año dispuestos a pagar estas *frioleras* -y más- por volar en una cama cómoda y disponer de una buena carta de vinos. Son líneas pequeñas, especializadas en una sola ruta de larga distancia.

"Nos dimos cuenta de que la parte más provechosa del pasaje es la clase *business*, no nos interesan los clientes de tarifa económica porque los costes son enormes y los ingresos mínimos. El pastel del viajero de negocio es enorme", explica John Morgan, vicepresidente para Europa de Eos Airlines.

El principal secreto de esta compañía, que nació hace un año para unir Londres con Nueva York, no es otro que transportar 48 pasajeros en un avión con capacidad para 220. Limusina a la salida del aeropuerto y otras delicadezas hacen el resto. Y les sale a cuenta, porque el cliente selecto representa la parte más jugosa de la tarta aérea: supone poco más del 13% del total de pasajeros intercontinentales para las compañías europeas, pero significa hasta el 35% de sus ingresos en estas rutas, según la Asociación Europea de Aerolíneas (AEA).

Las compañías tradicionales admiten que los pingües beneficios de los billetes de las categorías *business* y primera compensan el dudoso negocio de la clase turista. Más dudoso, si cabe, tras la guerra de precios desatada por las líneas de bajo coste (*low cost*) que han presionado a la baja las tarifas de compañías. "Esto ha hecho que los billetes más caros se conviertan en una verdadera subvención de la clase turista", explican expertos del sector.

El presidente ejecutivo de Elysair (cuyo nombre comercial es L'Avion), Marc Rochet, asegura que ha inventado "un nuevo nicho de mercado". "Ofrecemos vuelos de alto coste pero a bajo precio, y podemos porque estamos especializados, toda nuestra estructura se adapta al mismo tipo de cliente y hacemos vuelos punto a punto". Además, opera en aeropuertos como el francés de Orly y el neoyorquino Newark, más asequibles que el Charles de Gaulle o el JFK.

El socio de Accenture Alfonso González lo corrobora: "Estas nuevas compañías no de alto coste, sino de alto valor, y hasta ahora sólo se cubría con *jets* privados".

L'Avion, con una inversión inicial de 25 millones, espera transportar hasta 28.000 pasajeros en 2007 y lograr el equilibrio financiero en 2008. La compañía también se plantea volar a Boston, Chicago "y quizá también Barcelona en el futuro", señala Rochet. Silverjet, por su parte, operará desde una terminal privada en el aeropuerto londinense de Luton, con tasas más económicas que el Heathrow, y espera beneficios en 2009.

Pero la gran campanada del mercado el próximo año, si logra materializar su apuesta, tiene todos los números de darla la alemana Smintair, acrónimo de Smoker's International Airways. Su provocadora carta de presentación es que permitirá fumar en los aviones. "¿Por qué no? Las que no lo permiten son las

compañías aéreas para ahorrarse los gastos, pero en mis compañías habrá una ventilación excelente porque la cabina del avión será muy espaciosa". Lo cuenta el fundador, Alexander Schoppmann, un amante de los puros habanos, que aún necesita la licencia para comenzar a operar en octubre de 2007. También está pendiente de recibir ese Boeing 747 de 400 plazas que quiere llenar con 138 de primera y 108 de *business*. Schoppmann asegura que invertirá junto a otros socios 100 millones. No será la legislación alemana la que frustre su proyecto, pues no prohíbe fumar en los aviones: es una decisión de cada empresa, informa **Cecilia Fleta**.

Mientras algunos analistas imaginan un futuro en el que las compañías de *low cost* lleguen a ofrecer los vuelos gratis (y buscar los ingresos por la venta de otros servicios o la promoción turística de los destinos a los que vuelan), otros auguran un repunte del vuelo de lujo. El sector espera una polarización. "Compañías como Iberia y Lufthansa han reaccionado a los cambios del mercado y están ofreciendo una clase *business* de más calidad porque saben que es lo que genera su gran volumen de ingresos", opina Alfonso González.

Iberia invirtió 100 millones en lanzar el año pasado su nueva *Business Plus*, que ha ampliado el espacio entre butacas e incluye menús pensados por el cocinero Sergi Arola. Lufthansa también se ha gastado recientemente 300 millones en mejorar su servicio. La española asegura que ya ha recogido frutos y ha aumentado la ocupación en este segmento en 10 puntos. Y es que lo más paradójico de la revolución del bajo coste ha sido el nacimiento de su antagonista: lo más parecido al hotel aéreo.