

## INDUSTRIA AERONÁUTICA

# “La industria aérea es retadora, pero tiene grandes oportunidades que sabremos aprovechar”

**Antonio López-Lázaro** CEO de Euroairlines

Euroairlines es una compañía aérea comercial que opera desde hace más de veinte años en el sur de Europa. Hablamos con su CEO, Antonio López-Lázaro.

## ¿Cuáles fueron los orígenes de Euroairlines?

Euroairlines se fundó el 14 de enero del 2000 y desde entonces ha operado de forma ininterrumpida como aerolínea comercial de pasaje y carga en el entorno del sur de Europa. En 2018 fue adquirida por el grupo aeronáutico español LLM Aviation en colaboración con la familia López Lázaro, gran apasionada por la aviación, y ha seguido incorporando socios industriales desde entonces.

Desde el año 2000 hemos tenido en nuestra flota aeronaves Beechcraft, de los tipos Baron B58 (4 pasajeros), B200 (8 pasajeros) y B1900 (19 pasajeros). Actualmente estamos incorporando la Cessna 421C, una aeronave muy exitosa en Estados Unidos y Europa dada su operatividad y costes reducidos. Comenzamos a trabajar en Sabadell y ahora tenemos sedes en Madrid y Valencia, al margen de las bases operativas. Poco a poco, Euroairlines ha ido convirtiéndose en un grupo empresarial desarrollando nuevas empresas/divisiones de negocio: distribución, consultoría, servicios comerciales (GSSA-general sales and services agent) y BPO (business process outsourcing).

## ¿Qué balance hacen de este tiempo de funcionamiento?

A nivel personal es un orgullo poder desarrollar una empresa eminentemente familiar y que da continuidad a muchos de los valores y ejemplos recibidos, tanto en el ámbito familiar como en el universitario y profesional. El balance es claramente positivo. La industria aérea es retadora, pero presenta grandes oportunidades que estamos sabiendo aprovechar una vez superada la Covid19, que tuvimos que afrontar al



De izquierda a derecha, Ignacio Rodríguez Torres, Antonio López Lázaro y Gregory Taffouraud

poco tiempo de adquirir la compañía. Si bien hay todavía problemas de carga-capacidad en el sector, estamos ante una década de crecimiento sostenido y rentabilidad en nuestra actividad.

Tras la involución que necesariamente tuvimos que acometer por la Covid-19, el grupo ha retomado sus plan estratégicos uno de cuyos pilares es la expansión geográfica. Esta expansión ya supone presencia propia o a través de partnerships en 11 países de América (Canadá, EE.UU., México, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Argentina, Chile, República Dominicana y Uruguay), 12 de Europa (España, Portugal, Francia, Italia, Alemania, República Checa, Suiza, Bélgica, Suecia, Holanda, Luxemburgo y Reino Unido) y 3 de África/Oriente Medio (Israel, Turquía y Sudáfrica). Paralelamente, estamos realizando aperturas en más de 20 nuevos países, con especial foco en Asia donde nuestra industria presenta crecimientos de dos dígitos de forma sostenida en todas las proyecciones hasta 2050.

## ¿Con qué estructura cuentan actualmente?

El Grupo Euroairlines cuenta con una estructura cercana a las 50 personas. La estructura de la aerolínea es inferior a 20 personas y por ello somos un operador no complejo, lo que nos permite una mayor flexibilidad en al-

gunas operaciones y a nivel corporativo. De acuerdo con nuestro plan comercial, abordaremos nuevas rutas y flota que nos irán progresivamente convirtiendo en un operador complejo.

Al margen de la estructura permanente, presentamos una alta elasticidad a la hora de asumir proyectos concretos que requieran de mayor capacidad, es el caso de las operaciones de call centers, donde somos capaces de atender picos de demanda que los clientes no pueden por sí mismos (más conocidos como “desbordes”), especialmente las aerolíneas, una industria específica y compleja.

## ¿Qué rutas están operando desde Castellón?

Principalmente el eje mediterráneo (Gerona, Reus, Valencia, Alicante, Málaga, Castellón) y Baleares, aunque también atendemos rutas a otros países como Portugal, Francia e Italia. Debido al incremento de la deslocalización de industrias españolas y francesas al Norte de África, estamos advirtiendo una demanda creciente de vuelos a esa región. Con la flota prevista a corto plazo, principalmente Cessna 421C, esperamos poder incrementar nuestra operatividad a Centroeuropa, dejando para el medio plazo proyectos de rutas más largas.

## ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

En el ámbito del pasaje, Euroairlines está enfocada a pymes y el segmento del alto turismo, complementado por clientes usuales de aviación ejecutiva; en el de carga (donde hemos obtenido la certificación AESA para mercancías peligrosas), servicios Courier, industria pesada y servicios médicos.

En cuanto a los negocios de servicios a aerolíneas, nos dirigimos a todos los modelos de negocio: low cost, regional, legacy/red, turoperadores y cargueros.

## ¿Qué otro tipo de servicios están ofreciendo?

Además del transporte aéreo comercial ofrecemos a través de otras compañías del Grupo servicios principalmente destinados a aerolíneas, aunque en ocasiones trabaja-

mos con otro tipo de organizaciones como aeropuertos, turoperadores, empresas de handling, brokers aéreos y consultoras. Estos servicios son los de distribución (mercados, canales y conectividad); consultoría (estrategia, comercial, operaciones); servicios comerciales (GSSA) y BPO (call centers, IT, supervisión operacional).

Una línea de trabajo en la aerolínea es ampliar el alcance de nuestras certificaciones a terceros: en operaciones AOC (Air Operator Certificate) abanderar aeronaves y llegar a acuerdos con otras aerolíneas para operar/compartir vuelos, y en el ámbito de la aeronavegabilidad CAMO (Continuous Airworthiness Maintenance Organisation) dar servicio a otros operadores aéreos.

## ¿Qué diferencia a la compañía de sus principales competidores?

Ante todo, la flexibilidad y adaptabilidad a nuestros clientes. Dado nuestro tamaño y nivel de cualificación y experiencia de nuestros equipos, somos capaces de aportar valor en todas las áreas de negocio en todo momento. Acompañamos de forma efectiva a nuestros clientes en sus necesidades y somos muy transparentes si no podemos hacerlo. En todas las divisiones del Grupo la prioridad es el cliente y en numerosos proyectos se dan servicios cruzados para aportar valor de una forma muy competitiva en lo económico. Por otro lado, la amplitud de nuestro portfolio de servicios nos permite compartir un fondo de comercio relevante intra-Grupo.

## ¿Cuáles son los planes de futuro de Euroairlines?

A nivel estratégico, en el Grupo Euroairlines queremos pivotar sobre dos grandes palancas: crecimiento, diversificación y excelencia. Las dos primeras palancas ya tienen cierto nivel de madurez, tal como comentaba; es en la excelencia de nuestros equipos y procesos donde estamos poniendo un nuevo foco. En el ámbito de las personas estamos incorporando talento en todas las divisiones con profesionales de dilatada experiencia y que comparten los valores de una empresa familiar.

Algunos ejemplos son Ignacio Rodríguez, en la subdirección del Grupo, procedente de Globalia; Juan Castaño, Cecilio Barberán y Luna del Campo en la aerolínea, procedentes de AESA y Gestair; Gregory Taffouraud y Pablo G<sup>a</sup> Colomer en Distribución y Consultoría, procedentes de Amadeus e Indra respectivamente.

Respecto a la excelencia de los procesos, estamos incorporándonos a relevantes asociaciones de la industria para adoptar las mejores prácticas y también planificando nuevas certificaciones (ISO, IATA, ESG) que evidencian este compromiso.

