



ENTREVISTA A FEDERICO PAREJA

CEAV NEWS

**MUNDO
IMÉDITO**

ENTREVISTA A FEDERICO PAREJA

DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING
DE OUIGO ESPAÑA



Federico Pareja Luna (Colombia) es actualmente director comercial y de Marketing en OUIGO España. Durante su trayectoria profesional, ha trabajado en Qatar Airways como director de Marketing y Comunicación y ha sido director de Marketing y Experiencia de Cliente en Trasmediterránea, con una amplia visión en el sector Turismo y Transportes.

ENTREVISTA A FEDERICO PAREJA

DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING
DE OUIGO ESPAÑA

OUIGO es el nuevo operador ferroviario privado español de alta velocidad. Su origen se sitúa en Francia ¿Cómo han sido los comienzos del proyecto en España? ¿Qué destacarías de estos dos años?

Comenzamos operaciones el día de después del fin del estado de alarma, el 10 de mayo de 2021. Sin embargo, a pesar de protagonizar la liberalización del sector en un momento en el que la movilidad estaba restringida, conseguimos despertar una demanda que llevaba décadas desatendida.

Tras 30 años con una sola alternativa en tren en el mercado, la irrupción de nuestro modelo “low-fare”, con precios desde los 9 euros y un servicio de calidad, ha traído consigo que personas que antes no podían viajar en alta velocidad, por el precio, lo empiecen a hacer.

Hoy, familias, jóvenes, estudiantes y autónomos se pueden permitir viajar en el medio más sostenible que existe y dejar atrás otros medios más contaminantes como el coche o el avión. Los más de seis millones de viajeros que hemos transportado entre nuestros siete destinos (Madrid, Zaragoza, Tarragona, Barcelona, Valencia, Albacete y Alicante) son solo un reflejo de cómo el viajero responde si tienes en cuenta sus prioridades: el precio y un servicio rápido, cómodo y de calidad.

La apuesta de Ouigo es a largo plazo, a pesar de que los precios de los cánones que pagamos por el uso de la infraestructura no son adecuados porque ahogan nuestros márgenes y la situación resulta peor por el elevado coste de la energía. En todo caso, estamos comprometidos con la democratización de la alta velocidad y no permitiremos que nuestros viajeros noten en el precio del billete estos sobrecostes.

ENTREVISTA A FEDERICO PAREJA

DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING
DE OUIGO ESPAÑA

1 ¿Qué supone para los viajeros la liberalización ferroviaria?

Nuestra entrada en el mercado y el inicio de la liberalización no solo ha supuesto un incremento en la oferta, sino que ha derivado en una mayor innovación por parte del operador histórico, así como en un mayor interés internacional por el mercado.

Gracias a todos estos factores, la alta velocidad ha dejado de ser un servicio reservado solo a unos pocos. Actualmente todo tipo de perfiles tienen al alcance de su mano coger un tren de alta velocidad y formar parte de la transición ecológica que España y Europa han emprendido.

Esto es a lo que aspiramos aportar con nuestra filosofía “Sostenibilidad Abierta”. Con nuestras tarifas reducidas y nuestros trenes de 509 plazas repartidas en dos alturas (1.018 en unidad múltiple), queremos acercar a todo el público este modo de viaje. Si un servicio no está al alcance de todos, no es sostenible, y nosotros queremos conseguir que el medio de transporte más sostenible medioambientalmente también lo sea socialmente.

2 ¿Qué servicios ofrece OUIGO? ¿Qué os hace atractivos para los viajeros?

En OUIGO ofrecemos viajar en los trenes de mayor capacidad del mercado, con dos plantas y cafetería atendida por personal propio a cambio de precios generales muy atractivos (billetes desde los 9 euros, 5 euros para niños de entre 4 a 13 años y viajes gratuitos para menores de hasta 3 años en brazos de un adulto). Además, por solo 9 euros adicionales, el viajero puede elegir asiento XL, llevar equipaje extra y conectarse a la plataforma de entretenimiento OUIFUN. No satisfechos con esto, no solo nos gusta formar parte de las experiencias de nuestros viajeros, sino que también está en nuestra esencia el idear planes y proponer nuestros trenes para ir. Por ejemplo, en el marco de OUIGO On Tour, nuestra apuesta por la música, hemos organizado conciertos para celebrar nuestra llegada a algunos de nuestros destinos. El último fue un concierto de Omar Montes y Ana Mena en Alicante. Además, nuestros trenes también han sido protagonistas de citas a 300km/h para San Solterín, entre otras muchas iniciativas.

ENTREVISTA A FEDERICO PAREJA

DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING
DE OUIGO ESPAÑA

3 ¿Cuáles son los planes de la compañía a medio plazo?

Uno de nuestros objetivos es obtener el permiso de Adif para poder operar la línea entre Madrid y Murcia antes del verano de 2024. El objetivo es ofrecer 14.000 plazas semanales con dos servicios al día, conectando ambas ciudades en 2 horas y 45 minutos. También hemos solicitado un estudio de capacidad para operar la línea Valladolid – Segovia – Madrid – Albacete – Alicante para mitad del 2024.

Al mismo tiempo, estamos trabajando para llegar a Andalucía lo más pronto posible y satisfacer la demanda de los viajeros. Actualmente, nuestros trenes se encuentran en fase de pruebas de homologación para comenzar a operar en el segundo semestre de 2024.

4 ¿Cómo trabaja OUIGO con las agencias de viajes?

Recientemente hemos ampliado de manera progresiva nuestras opciones de distribución, y hemos comenzado a vender nuestros billetes a través de My Train Travel, una plataforma dirigida a agencias de viajes. Además, estamos trabajando para estar presentes en Amadeus, el proveedor de soluciones tecnológicas que cuenta también con una buena presencia en el sector de agencias.