



AMERICAN
EXPRESS

GLOBAL
BUSINESS
TRAVEL



Air Monitor 2020

DON'T *do business* WITHOUT ITSM

Global Business Consulting

¿QUIÉNES SOMOS

American Express Global Business Travel (GBT) es la líder mundial en la gestión de viajes corporativos. El equipo de Global Business Consulting (GBC) de GBT trabaja con las compañías para diseñar programas de viajes para alcanzar los objetivos específicos de cada una. Nuestras amplias capacidades y orientación a resultados nos permiten construir e implementar estrategias que agilizan los procesos, permiten ahorrar, mejoran el cumplimiento y reducen los riesgos.

Nuestro enfoque se basa en ofrecer seis soluciones de consultoría estratégica que ayudan a nuestros clientes a implementar el mejor programa de viajes para ellos:

Gestión de proveedores - Transporte aéreo y terrestre, alojamiento:

Realizamos análisis detallados para evaluar los programas de viajes revisando los KPIs de los contratos con proveedores, gastos de viajes, comportamiento de los viajeros, cumplimiento de políticas, etc.

Gestión del cambio:

Asesoramiento en estrategia, análisis predictivo de impactos vinculados a cambios planificados, comunicación, diseño de programas y planes de capacitación. Implementación de programas piloto de cambio, incluyendo organización, tecnología y procesos.

Optimización de programas y procesos, diseño y revisión de políticas:

Evaluación comparativa de los procesos de viaje *end to end* en desarrollo, incluyendo los objetivos, reservas, el proceso de validación y la interfaz de contabilidad. Gestión de proyectos y apoyo en la integración al implementar nuevas soluciones tecnológicas, como el inicio de sesión único o los recursos humanos.

Gestión de viajes y gastos (T&E):

Análisis y evaluación comparativa de los procesos de T&E de los clientes. Gestión de proyectos de T&E relacionados con herramientas online de auto reserva (OBT), entornos de gastos, soluciones de pago con tarjeta, integración entre los sistemas del cliente y los de GBT optimizando el entorno de T&E basado en los KPI acordados y apoyando a los clientes con el mantenimiento de herramientas T&E.

AMERICAN
EXPRESS
GLOBAL
BUSINESS
TRAVEL

American Express Global Business Travel (GBT) es una joint venture no propiedad en su totalidad de American Express Company ni de ninguna de sus subsidiarias ("American Express"), "American Express Global Business Travel", "American Express" y el logo de American Express son marcas de American Express y su uso está limitado bajo licencia.

Este documento contiene información confidencial, de carácter comercial y propiedad de Global Business Travel Spain, S.L.U., y no podrá ser revelada ni en su totalidad, ni en parte, a terceros sin el consentimiento previo por escrito de Global Business Travel Spain, S.L.U.

Business Intelligence (BI) y asesoría de datos:

Proporcionamos información relevante además de recomendaciones prácticas a través del análisis del comportamiento y el rendimiento de los viajes de los clientes utilizando las herramientas patentadas de GBC, el amplio suministro de datos de T&E de GBT y las potentes herramientas de BI y visualización. Mediante el asesoramiento en materia de datos, podemos ayudar a los clientes a tomar mejores decisiones para sus programas de viajes.

Utilizamos los datos disponibles para identificar tendencias en el comportamiento del viajero, mejorar su experiencia y generar ahorros, añadiendo valor en toda la organización.

Gestión del programa de viajes de GBC:

Los clientes se benefician de un único punto de contacto con amplia experiencia que le proporciona un enfoque holístico y estratégico; llevará a cabo las actividades del día a día que requiera el proyecto, el soporte operativo, la gestión de escalabilidad y la mejora de procesos, ofreciendo oportunidades de ahorro e iniciativas de eficiencia.

PARA MÁS INFORMACIÓN, VISITAR:

<https://www.gbtspain.com/es/>



Bienvenido al Informe Air Monitor 2020

Mirando hacia 2020, puede parecer que de lo único que podemos estar seguros es de la incertidumbre. Con el aumento de la inseguridad económica y geopolítica en el horizonte, es más importante que nunca que los equipos de compras cuenten con información relevante para respaldar su planificación.

El Informe Air Monitor de American Express Global Business Travel (GBT) ha sido desarrollado por nuestro equipo de expertos en aviación de Global Business Consulting para proporcionar esta información, incluye pronósticos de precios para rutas aéreas clave en viajes de negocios, además de tendencias en los precios.

El equipo ha analizado los datos agregados de las transacciones de billetes aéreos realizadas por GBT y los ha combinado con diferentes variables económicas y métricas de la industria aérea para hacer un pronóstico de las condiciones en cuanto a precios en rutas comerciales clave en todo el mundo. El informe está diseñado para brindar un análisis e información relevante para respaldar las negociaciones con proveedores.

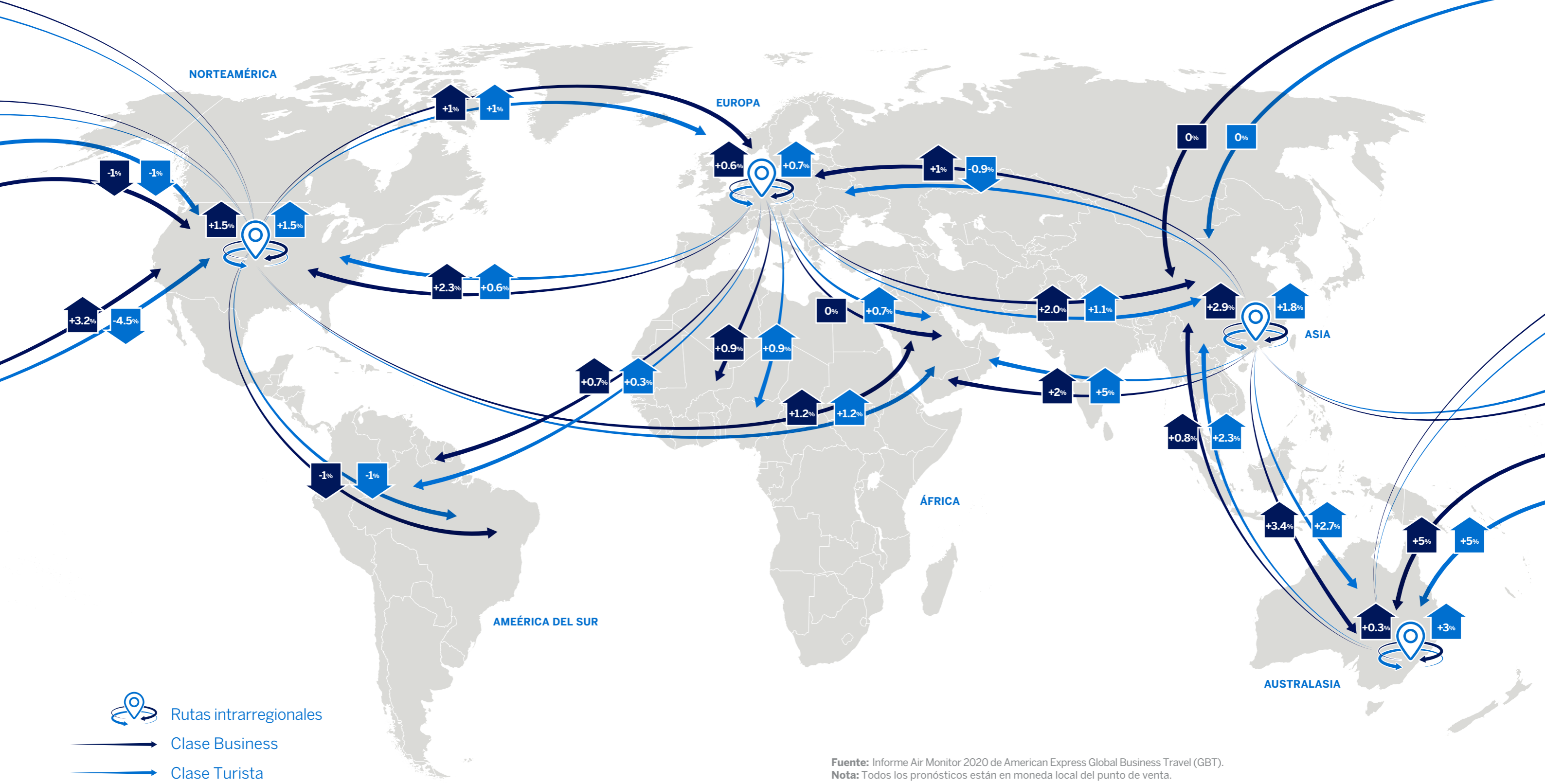
El Informe Air Monitor 2020 incluye consejos de nuestro equipo global experto en transporte aéreo sobre cómo los travel managers y los equipos de compras pueden crear programas “ágiles” para la contratación de servicios que les permitan responder rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado.

Espero que el Informe Air Monitor 2020 sea útil. En realidad, no tenemos suficiente espacio en estas páginas para cubrir cada una de las rutas que frecuentan nuestros clientes, por lo que, para obtener asesoramiento estratégico personalizado, póngase en contacto con nuestro equipo de Global Business Consulting.

Joakim Johansson

Vicepresidente,
Global Business Consulting

Pronóstico de precios en rutas aéreas clave



Fuente: Informe Air Monitor 2020 de American Express Global Business Travel (GBT).
 Nota: Todos los pronósticos están en moneda local del punto de venta.

Tendencias clave y análisis

PERSPECTIVA ECONÓMICA MUNDIAL

La perspectiva de crecimiento mundial en 2020 sigue siendo moderada ante la amenaza del crecimiento de tensiones comerciales, la incertidumbre del Brexit, la desaceleración en Europa y las crecientes tensiones geopolíticas, especialmente en el Oriente Medio y que pueden afectar los precios de la energía¹.

La incertidumbre sigue siendo un factor clave y con más volatilidad y riesgo que en años anteriores. La escalada de las tensiones comerciales y el deterioro de los sistemas predecibles basados en normas están haciendo reducir la confianza y la inversión nuevamente. El FMI pronostica un crecimiento del PIB mundial del 3,4% para 2020, pero advierte que este nivel de crecimiento puede no llegar a materializarse.

Si bien no se espera un retroceso significativo y el crecimiento del PIB debería prolongarse, aunque más lentamente, los indicadores de una desaceleración han aumentado y el comercio mundial, uno de los factores económicos más relacionados con los viajes, se está contrayendo.



TENDENCIAS GLOBALES DE LAS AEROLÍNEAS

Rendimiento de las aerolíneas

En general, el crecimiento global de la demanda de viajes se ha desacelerado en 2019 y es probable que continúe haciéndolo en 2020. Sin embargo, el crecimiento de la capacidad se aceleró a un ritmo similar, lo que tan solo resultó en pequeños aumentos del factor de carga.

Los crecientes precios del petróleo, los costes de la mano de obra e infraestructuras continúan reduciendo los márgenes, obligando a las aerolíneas a recuperar los costes a través de tarifas más altas y/o presionando a los pasajeros para aumentar la venta de servicios extra. Sin embargo, la competencia feroz está restringiendo la capacidad de aumentar las tarifas.

Si bien el rendimiento de las tarifas en clase turista ha sido en gran medida estable en 2019, el de las tarifas premium han ido en aumento desde 2017 debido a una mayor demanda comercial. Esto ha quedado patente sobre todo en vuelos de larga distancia y transatlánticos. Si los factores económicos y la reducción del comercio disminuyen la demanda entre los viajeros de negocios, se busca que los precios se amolden en consecuencia.

Low cost, larga distancia

En el Informe Air Monitor del año pasado, las aerolíneas de larga distancia y bajo costo (LCC, por sus siglas en inglés) parecían preparadas para tener un impacto significativo en los viajes. Sin embargo, con la excepción de aquellas que prestan servicios interregionales en Asia-Pacífico, las LCC han fracasado en gran medida.

A pesar de los sólidos resultados de Norwegian en el tercer trimestre de 2019, el fracaso de varias LCC de largo alcance, incluyendo Primera y XL Airways, ha arrojado dudas sobre la viabilidad de este modelo en el futuro. 2020 podría presentar aún más retos para las LCC de largo alcance.

Si bien los operadores principales pueden haber reaccionado de forma exagerada ante la amenaza de los LCC de larga distancia, en la actualidad están adoptando un enfoque más medido. Lufthansa ha retirado su marca Eurowings LCC; e IAG está haciendo lo mismo con LEVEL. En las rutas de corto recorrido es una historia diferente, ya que las LCC continúan prosperando y haciendo presión a las aerolíneas principales.

Segmentación de tarifas

La segmentación de tarifas continúa creciendo y evolucionando como una forma en que los operadores satisfacen simultáneamente diferentes necesidades y presupuestos, y responden, además, al desafío competitivo que plantean los LCC.

El precio de las tarifas básicas generalmente, cercano al que solían tener las tarifas estándar, ha permitido derivar a más pasajeros a una tarifa más alta. De hecho, algunos operadores de Estados Unidos han descubierto que un gran porcentaje de clientes finalmente pasa de la tarifa básica / desagregada a una tarifa estándar más rentable.

La segmentación de tarifas no se limita a la clase turista: Emirates se convirtió recientemente en la primera aerolínea en ofrecer tarifas desagregadas de clase business, mientras que Lufthansa planea cobrar una prima por algunos asientos de clase business (como el "trono") en su nuevo 777x. Es previsible que otros operadores sigan este camino en algún momento. Para las compañías, la disponibilidad de asientos de clase business con tarifas más baratas puede ofrecer nuevas oportunidades en las negociaciones con los operadores.

Venta a cliente final

Las estrategias variables de venta de las aerolíneas presentan desafíos para quienes gestionan programas de viajes corporativos. Algunas aerolíneas han optado por eliminar las tarifas de los GDS y / o añadir recargos de distribución a los billetes. El estándar de tecnología API conocido como New Distribution Capability (NDC, por sus siglas en inglés) a menudo se ha citado de manera equivocada como necesario para realizar estos movimientos, pero, de hecho, retener contenido o cobrar tarifas son decisiones comerciales de las aerolíneas, no el resultado de NDC.

GBT está a la vanguardia a la hora de trabajar con los GDS para que el contenido habilitado para NDC esté disponible para los equipos de compras. GBT ha unido fuerzas con muchas aerolíneas de todo el mundo en iniciativas conjuntas de venta, basadas en principios básicos de distribución: contenido agregado y transparente; simplicidad para los usuarios; eficiencia de costes; y capacidades de servicio, todo lo cual ayuda a añadir valor a los equipos de compras.

Problemas en aeronaves

La retirada del 737 MAX en marzo de 2019 después de dos accidentes fatales ha tenido un impacto significativo en las aerolíneas, obligando a muchas a cancelar rutas o retrasar el retiro de aviones más antiguos. Para algunos operadores, especialmente Southwest y Ryanair, la ausencia del 737 MAX ha dificultado el aumento de la capacidad.

Los plazos para la vuelta del 737 MAX se han retrasado en varias ocasiones, creando incertidumbre y haciendo presión en los ingresos de las aerolíneas.

Otro problema con el pickle fork en los Boeing 737NG (una estructura que une el ala con el fuselaje) ha dejado en tierra a varios aviones a fines de 2019. Esta situación provocará una acumulación de miseria adicional en las aerolíneas con grandes flotas 737 que ya estaban luchando con el impacto en la capacidad debido a la paralización del 737 MAX.

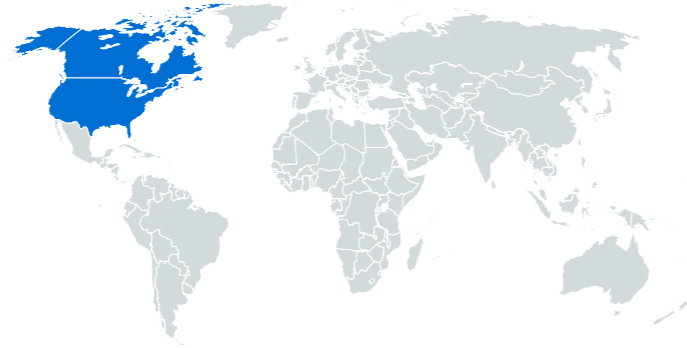
Sostenibilidad

La preocupación en torno a los viajes aéreos y el cambio climático está empezando a surgir, especialmente en Europa. En la segunda mitad de 2019, ha habido una creciente cobertura de los medios sobre el impacto ambiental de los viajes en avión. El fenómeno flygskam (literalmente "vergüenza de volar") en Escandinavia es producto de la creciente preocupación por las emisiones de CO2 de la aviación.

Muchas de las aerolíneas más grandes del mundo, incluyendo Lufthansa, Qantas, United y Delta, han introducido recargos en sus tarifas para la compensación de emisiones de carbono, o biocombustibles. Subiendo la apuesta, EasyJet ha anunciado que será "carbono neutral", compensando las emisiones invirtiendo en proyectos forestales, de energía renovable y de agua.²

Los organismos reguladores también están cada vez más interesados en el tema: en 2019, el presidente francés Emmanuel Macron propuso un impuesto a los combustibles para aviones en Europa y el gobierno de Alemania anunció un paquete climático para 2020 que aumentará los impuestos a la aviación y reducirá la tasa impositiva para los viajes en tren.

América del Norte



PANORAMA GENERAL

Las tensiones comerciales globales continúan siendo un lastre para el crecimiento económico en América del Norte. Se espera una desaceleración económica en Estados Unidos que también afectará la economía canadiense. En este contexto, y agravado por un gran aumento de la capacidad aérea, se prevé que las tarifas en América del Norte aumenten solo un 1,5% en las clases turista y económica.

Se espera que los cambios en los precios sean mínimos en la mayoría de las rutas clave desde América del Norte. Las tarifas a los destinos europeos podrían aumentar a medida que Norwegian aumenta su capacidad. Sin embargo, la incertidumbre del Brexit disminuirá los aumentos de tarifas al 1%.

Los vuelos con rutas a Australasia podrían experimentar los mayores aumentos, ya que el nuevo acuerdo entre American Airlines y Qantas gana tracción. Esto podría significar que las tarifas aumenten hasta un 5% en clases business y turista.

Se prevé que las tarifas en las rutas hacia América del Sur caigan un 1%, ya que la volatilidad política en Brasil, Venezuela y otros países impacta en la actividad comercial y los negocios.

Canadá

Se espera que la economía crezca un 1,8% en 2020, un poco más del 1,5% previsto por el FMI para 2019³. Incluso con este modesto aumento, los empleos y los salarios están creciendo, lo que contribuye al aumento del gasto de los consumidores. Sin embargo, las perspectivas para la inversión empresarial son bajas⁴.

Las rutas aéreas internas deberían experimentar aumentos de precios no mayores del 1% en clases business y turista. Se espera que las rutas con destino EE.UU. aumenten en un 2% en ambas clases. También se prevé que los precios en las rutas europeas aumenten en un 2% en business y turista.

Estados Unidos

Las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China se han expandido al comercio transatlántico. En el cuarto trimestre de 2019, las relaciones comerciales entre EE.UU. y la UE se deterioraron, relacionándose a través de la OMC y amenazando con imponer aranceles a alimentos, aviones y automóviles.

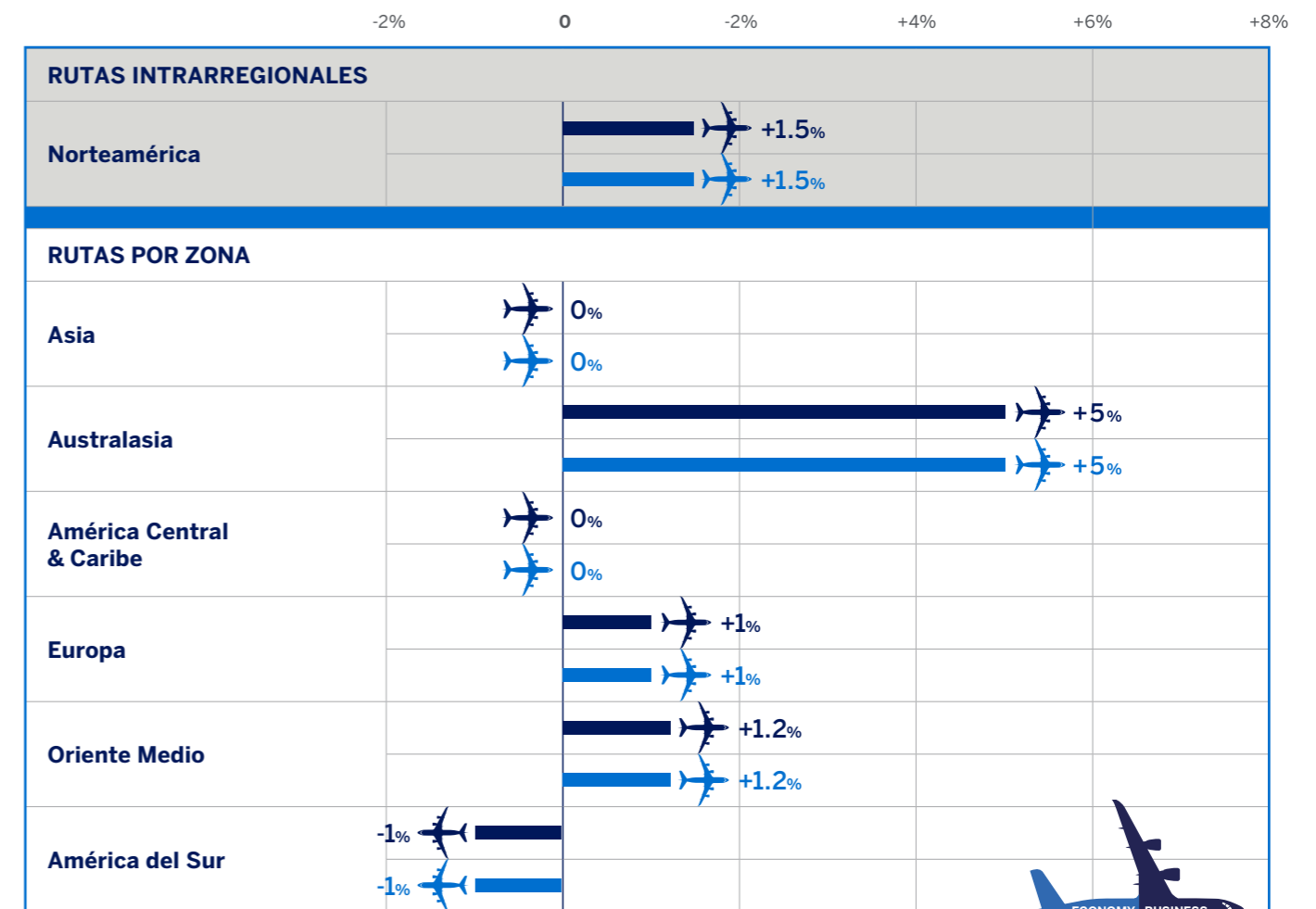
A pesar de la preocupación sobre las disputas comerciales, la economía de EE.UU. aún debería mantenerse relativamente fuerte, con un crecimiento del PIB del 2,1%⁵. Si bien la capacidad aérea nacional no debería crecer tan rápido como lo hizo en 2019, los principales operadores continuarán expandiéndose en 2020. Con un claro enfoque en los extras, también deberían garantizar márgenes más amplios, incluso si las tarifas solo experimentan un aumento leve.

Se pronostica que las tarifas nacionales aumentarán en un 1,5% tanto en la clase business como en la turista. En las rutas a Canadá, se espera que las tarifas aumenten un 2% a raíz de la nueva asociación de WestJet y Delta.

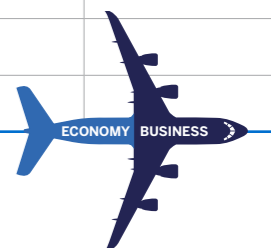
Con un crecimiento reducido de la capacidad en el Atlántico, se prevé que las tarifas en las rutas europeas aumenten solo un 1%. No se prevén cambios en las tarifas en las rutas a Asia. Las rutas a destinos en América del Sur experimentarán caídas de precios del 1% en ambas clases.



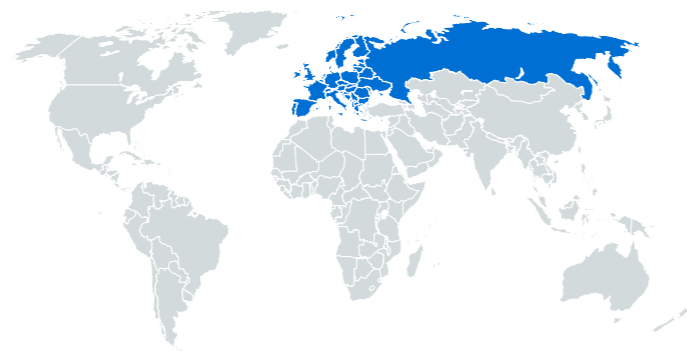
Norteamérica: Pronóstico de Rutas Clave



Fuente: Air Monitor 2020 de American Express Global Business Travel (GBT).
Nota: Todas las previsiones se han calculado en la moneda local.



Europa



PANORAMA GENERAL

A pesar de la mejora en 2019, 2020 traerá otro año de crecimiento lento, con la previsión de un aumento del PIB del 1,4% en la eurozona, ya que las tensiones comerciales y geopolíticas, unidas a la incertidumbre del Brexit, continúan hundiendo la actividad⁶.

Alemania, que representa una quinta parte del PIB de la zona del euro, tiene un impacto significativo en el rendimiento de Europa. Golpeado por factores externos, el débil PMI (Índice de gestores de compras, por sus siglas en inglés) compuesto de Alemania, que mide las tendencias económicas, provocó que el PMI global cayera a 50,1 en septiembre, el más bajo en seis años⁷.

En un contexto de crecimiento económico moderado y con preocupación por el exceso de capacidad aérea y las previsiones de pasajeros, IAG, Lufthansa Group y Air France-KLM han anunciado que están reduciendo el crecimiento de la capacidad en algunas de sus marcas. 2020 podría traer una ola de consolidación en Europa a medida que se amplía la competitividad, los

altos costes regulatorios y las infraestructuras ineficientes ejercen una presión significativa sobre los ingresos, lo que hace que las aerolíneas se retiren o se fusionen. Estos factores, combinados con un crecimiento modesto, provocarán que las aerolíneas tengan poco margen para aumentar las tarifas en la clase ejecutiva en las rutas intraeuropeas. En clase turista, se espera que las tarifas aumenten un 0,7%.

Además de ver a los operadores que ofrecen opciones corporativas para reducir las emisiones, como las compensaciones de carbono, el mayor protagonismo de la sostenibilidad está impulsando los viajes en tren a expensas del aire. Air France, por ejemplo, ha anunciado que reducirá la capacidad en las rutas nacionales en un 15% para fines de 2021, en parte para reducir las pérdidas relacionadas con la competencia de los trenes de alta velocidad. En rutas en las que los trenes de alta velocidad conectan París con las provincias en menos de dos horas, Air France ya ha perdido el 90% de la participación⁸.

Francia

Se espera que la economía crezca un 1,3% en 2020, respaldada por una serie de medidas fiscales que incluyen impuestos más bajos para hogares y empresas⁹.

También se prevé que las tarifas a los destinos dentro de Europa disminuyan en ambas clases, ya que más viajeros de negocios optan por aerolíneas de bajo coste (Air France está reduciendo la capacidad de corto recorrido) o cogen el tren.

Más allá, se prevé que las tarifas a destinos en América del Norte se mantengan relativamente estables, sin cambios en la clase turista y que aumenten solo un 1,5% en business. El aumento de la capacidad en las rutas hacia los destinos de América del Sur mantendrá a la baja las tarifas y debería significar que los precios en clase ejecutiva disminuyan en un 1,5%.

El exceso de capacidad actual en las rutas hacia Oriente Medio podría hacer que los precios bajen muy ligeramente.

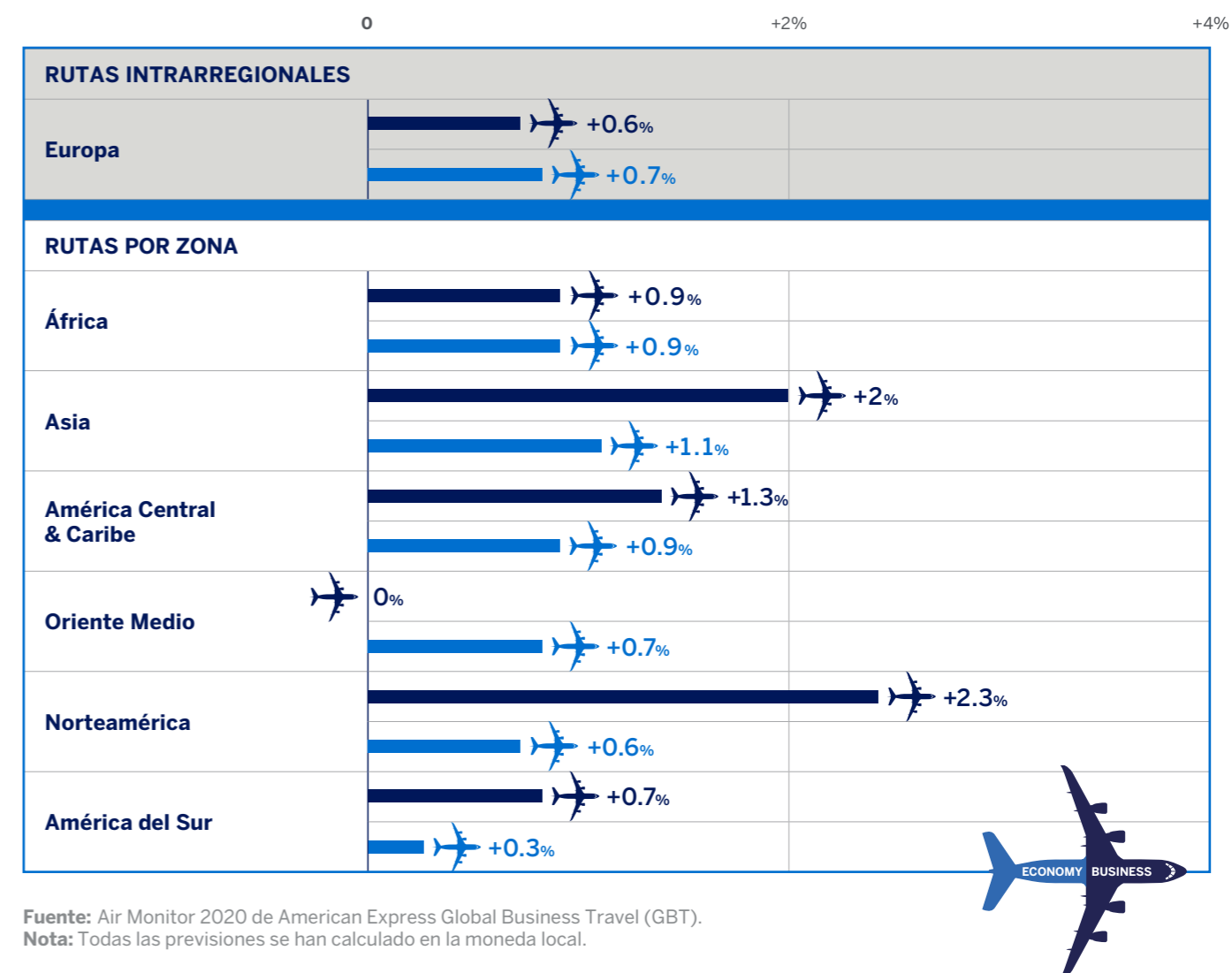
Alemania

Las tensiones comerciales han afectado más a la economía de Alemania que a la de otros países europeos, ya que esta está impulsada por las exportaciones. El FMI prevé un crecimiento del 0,5% del PIB en 2019, recuperándose un poco en 2020 para llegar al 1,2%¹⁰.

Lufthansa ocupa la posición de liderazgo y es el principal operador de la mayoría de los destinos a nivel mundial. Dentro de Europa, la aerolínea enfrenta más competencia en las rutas a Francia, los Países Bajos y el Reino Unido. Se pronostica que los precios a los destinos europeos aumenten hasta un 2% en la clase business.

En las rutas a Asia, la joint venture de Lufthansa y Air China, junto con el endurecimiento continuo de las políticas corporativas de descuentos, provocará que las tarifas de clase business aumenten en un 2,5%. Con una economía más débil, algunas empresas pueden trasladar a sus viajeros a la clase turista, por lo que se espera que las tarifas aumenten 1,5%.

Europa: Previsión de Rutas Clave



Fuente: Air Monitor 2020 de American Express Global Business Travel (GBT).
Nota: Todas las previsiones se han calculado en la moneda local.

Emirates ha reestructurado sus tarifas y las ha rebajado con la expectativa de que los competidores hagan lo mismo. En general, se prevé que las tarifas a Oriente Medio no varíen.

Se espera que la demanda se mantenga firme en las rutas hacia América del Norte. Lo que, combinado con la reducción de Lufthansa en cuanto a capacidad, podría hacer crecer las tarifas en un 2,5% en la clase ejecutiva.

Italia

Después de un año sin crecimiento, se prevé que Italia experimentará una modesta recuperación en 2020, con un crecimiento del PIB que alcanzará un escaso 0,5%¹¹, incertidumbre política y alta deuda gubernamental, hay pocas posibilidades de un repunte a corto plazo. Estos factores pesarán en la demand de viajes aéreos. Si bien se espera que las tarifas de clase ejecutiva en Europa no varíen, se prevé que las tarifas de clase turista caigan un 2%.

La aerolínea de bandera italiana Alitalia ha logrado atraer a más clientes corporativos y de alto valor, por lo que ha visto mejorar sus finanzas¹². Sin embargo, Alitalia continúa teniendo pérdidas y los sindicatos han mostrado poco apoyo para su reestructuración.

Países Bajos

Se prevé que las tarifas en las rutas europeas suban muy ligeramente en 2020 a la vez que se reduce la capacidad. Sin embargo, la competencia del ferrocarril en las rutas a diferentes destinos comerciales clave debería suponer que no aumenten más del 1% en business y el 1,4% en la clase turista.

Los continuos coletazos de la quiebra de Jet Airways y la introducción de nuevas rutas directas hacia Asia por Air France-KLM generarán rendimiento adicional: se prevé que las tarifas comerciales aumenten en un 2,5%.

La posición de Air France-KLM como la principal aerolínea en las rutas directas hacia Sudamérica podría hacer que las tarifas aumenten un 1,5% a estos destinos. Por otro lado, se espera que la sólida posición de la *joint venture* Air France-KLM/Delta en las rutas a América del Norte produzca un aumento de las tarifas de clase business en un 2,5%.

España

Se pronostica un ligero crecimiento del 1,8% en 2020, levemente más alto que la media de la zona euro¹³. Los movimientos en los precios serán igualmente moderados, se prevé que las tarifas a destinos dentro de Europa aumenten 1% en clase business, mientras que no se espera que los precios en clase turista cambien.

España es la sede de aerolíneas domésticas más grande de Europa occidental; cuenta con aerolíneas locales de sólido recorrido, incluyendo Iberia, Vueling (ambas IAG) y Air Europa (adquirida por IAG en el momento de la redacción). Los LCC juegan un papel importante, representando

aproximadamente la mitad de la industria en España, e incluye dos de los principales LCC de larga distancia en Europa; Iberia y LEVEL.

Reino Unido

La incertidumbre sobre el proceso y el resultado del Brexit sigue afectando a la economía. El Reino Unido escapó por poco de tener que declarar una recesión tras las noticias de un crecimiento del 0,3% del PIB en el tercer trimestre de 2019 y el FMI predice un modesto crecimiento del PIB del Reino Unido en 2020.

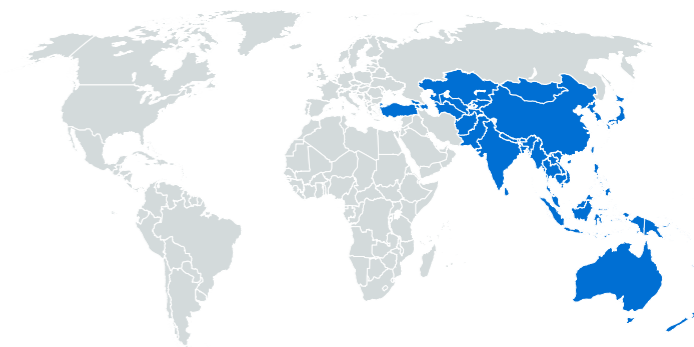
Dentro de Europa, se espera que las tarifas de clase business aumenten en un 1,5% a la vez que los operadores intentan exprimir al máximo su rendimiento. En cuanto a precios, estos podrían caer más de un 2%, ya que el vínculo de Flybe con Virgin genera más competencia en vuelos a destinos europeos.

Con la eliminación de las rutas internacionales de Jet Airways, se espera que las tarifas comerciales en rutas a Asia aumenten un 2% en ambas clases.

El exceso de capacidad continúa restringiendo los aumentos de tarifas en las rutas hacia Oriente Medio, donde existe una gran competitividad: no se espera que las tarifas business aumenten más del 1%.

A pesar de que Virgin ha incluido vuelos a Brasil y la presencia de la aerolínea low cost Norwegian, las tarifas a los destinos de América del Sur experimentarán ligeros aumentos con un 1% previsto en clase business. La alta y constante demanda de vuelos hacia América del Norte implicará que las tarifas a ciudades clave aumenten un 3,5%.

Asia-Pacífico



PANORAMA GENERAL

Si bien el crecimiento sigue siendo alto en relación con otras zonas, en este sentido Asia sigue siendo el motor de crecimiento de la economía mundial, la desaceleración gradual prevista en el Air Monitor del año pasado continuará en 2020. El FMI espera que el crecimiento en los países emergentes y en desarrollo de la región alcance el 5,9% en 2019 y 6,0% en 2020. El crecimiento fue de 6,4% en esta zona en 2018.

Dentro de Asia, se espera que el crecimiento continuo (si se desacelera) ayude a aumentar las tarifas hasta en un 2,9% en clase ejecutiva y 1,8% en turista. La situación política en Hong Kong ha provocado la reducción de viajes hacia y desde el territorio, y los esfuerzos para modernizar el aeropuerto se han estancado. Su recuperación llevará tiempo durante 2020.

Se esperan que la desaparición de Jet Airways tenga efecto en varias rutas aéreas clave en la región. También, que las tarifas en clase business a destinos de Oriente Medio aumenten un 2%. En el caso de las tarifas de clase turista, la pérdida de la capacidad de Jet Airways y el final del acuerdo de código compartido de esta con Etihad podría elevar los precios en un 5%. Por otro lado, se prevé que las tarifas de clase business a Norteamérica aumenten hasta en un 3,2%, a medida que se reduzca la capacidad. Sin embargo, las tarifas en clase turista podrían caer a la vez que los viajeros eligen las opciones transpacíficas de Qantas-American Airlines y Korean Air-Delta Airways.

El acuerdo entre Estados Unidos-China Open Skies podría tener un impacto importante en los viajes aéreos en Asia-Pacífico: a pesar de que se espera que se materialice en 2019, tal acuerdo se encuentra todavía en el aire.

Australia

Debido a la preocupación por una desaceleración global, el FMI redujo sus predicciones de crecimiento del PIB para Australia en el cuarto trimestre de 2019 a 1,7% para 2019 y 2,3% para 2020.¹⁵

Con una menor actividad económica, se prevé que las tarifas aéreas en clase business a destinos dentro de Australasia no varíen. Por la misma razón, es probable que disminuya la demanda con destino Asia. Con una capacidad estable entre Australia y Asia, se prevé que los precios en clase business crezcan solo ligeramente.

En las rutas a América del Norte, la *joint-venture* entre American Airlines y Qantas aumentará la capacidad transpacífica, por lo que se espera que Qatar Airways responda con tarifas más tácticas.

En un momento histórico a finales de octubre de 2019, Qantas completó el primer vuelo sin escalas que conecta Nueva York y Sydney. El vuelo de 20 horas en un Boeing 787 es parte del trabajo de la aerolínea que tiene como objetivo operar los vuelos más largos del mundo que conectan la costa este de Australia con Nueva York y Londres.

China

Los efectos del aumento de los aranceles y la debilidad de la demanda externa han frenado la expansión del PIB. El FMI pronostica un crecimiento del 6,1% en 2019 y del 5,8% en 2020.

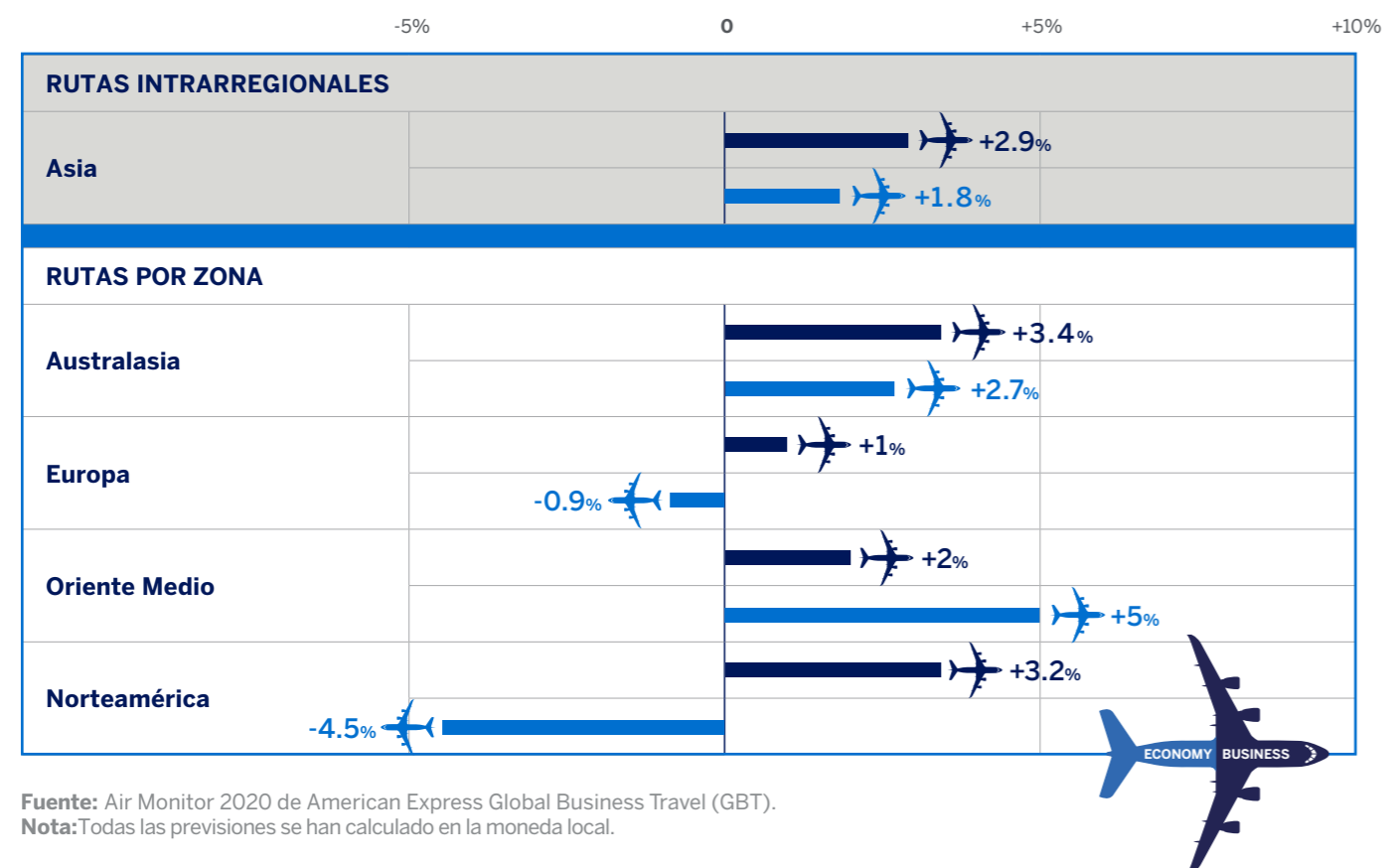
En un contexto de desaceleración y tensiones comerciales con Estados Unidos, los lazos entre los países asiáticos se estrecharán, especialmente en las rutas a India, Malasia e Indonesia. Como resultado, se prevé que las tarifas de clase ejecutiva a estos destinos aumenten hasta en un 1,3%.

En su búsqueda por construir relaciones comerciales en centros de negocios no estadounidenses, es probable que aumenten los viajes entre China y Europa. Las tarifas de clase ejecutiva podrían aumentar un 1,7%; sin embargo, una disminución en el número de turistas podría significar que los asientos más económicos para Europa sean hasta un 4% más baratos.

Los conflictos comerciales podrían significar una disminución de los viajes a Estados Unidos. Se prevé que los precios de los asientos de clase business caigan en un 4%, mientras que las tarifas en turista podrían caer hasta un 5%.



Asia: Previsión de Rutas Clave



Fuente: Air Monitor 2020 de American Express Global Business Travel (GBT).

Nota: Todas las previsiones se han calculado en la moneda local.

India

Se prevé que la economía crezca un 6,1% en 2019, repuntando hasta un 7% en 2020. Su economía en expansión está aumentando la demanda de viajes nacionales e internacionales.

En las rutas intrarregionales, la paralización de la actividad de Jet Airways ha supuesto una reducción significativa de la capacidad y un aumento de los precios. Las tarifas en clase turista podrían aumentar hasta un 8,6%, mientras que el crecimiento de los precios en los asientos delanteros debería ser más moderado, reflejando una menor demanda de la clase business en las rutas con destino a Asia.

Air France-KLM, que estaba asociada con Jet Airways, aumentará su capacidad en India en un 25% en la próxima temporada de invierno gracias al uso de aviones más grandes, mayores frecuencias y una nueva ruta Bangalore-Ámsterdam a partir de octubre; también en octubre, Virgin Atlantic lanzará Mumbai-Londres.

Se prevé que los precios a Norteamérica en clase ejecutiva aumenten hasta en un 4%. Delta volará desde Mumbai a Nueva York a partir de diciembre, en una señal de que llevará meses reemplazar la capacidad inabarcable de Jet.

A pesar de la alta competencia entre las aerolíneas de Oriente Medio, las tarifas de clase business podrían aumentar hasta un 4% debido a la capacidad limitada en Air India, y las aerolíneas como British Airways y Air France-KLM, que tienen un precio más alto que Jet Airways.



Japón

Se prevé que el crecimiento del PIB disminuya del 0,9% en 2019 a solo el 0,5% en 2020, este nivel moderado de actividad económica podría reducir la demanda de viajes.

Si bien Japón debería experimentar altos niveles de llegadas debido a los Juegos Olímpicos de Verano 2020 en Tokio, los viajes salientes se mantienen en niveles bajos. Se prevé que las tarifas de clase ejecutiva en las rutas dentro de Asia aumenten solo un 1%.

Los precios en las rutas a Europa se mantendrán relativamente estables, creciendo hasta un 1% en clase business.

En las rutas a Norteamérica, las tarifas tanto para business como para turista podrían aumentar hasta un 6% debido a la reducción de la capacidad mientras la demanda se mantiene firme.

Singapur

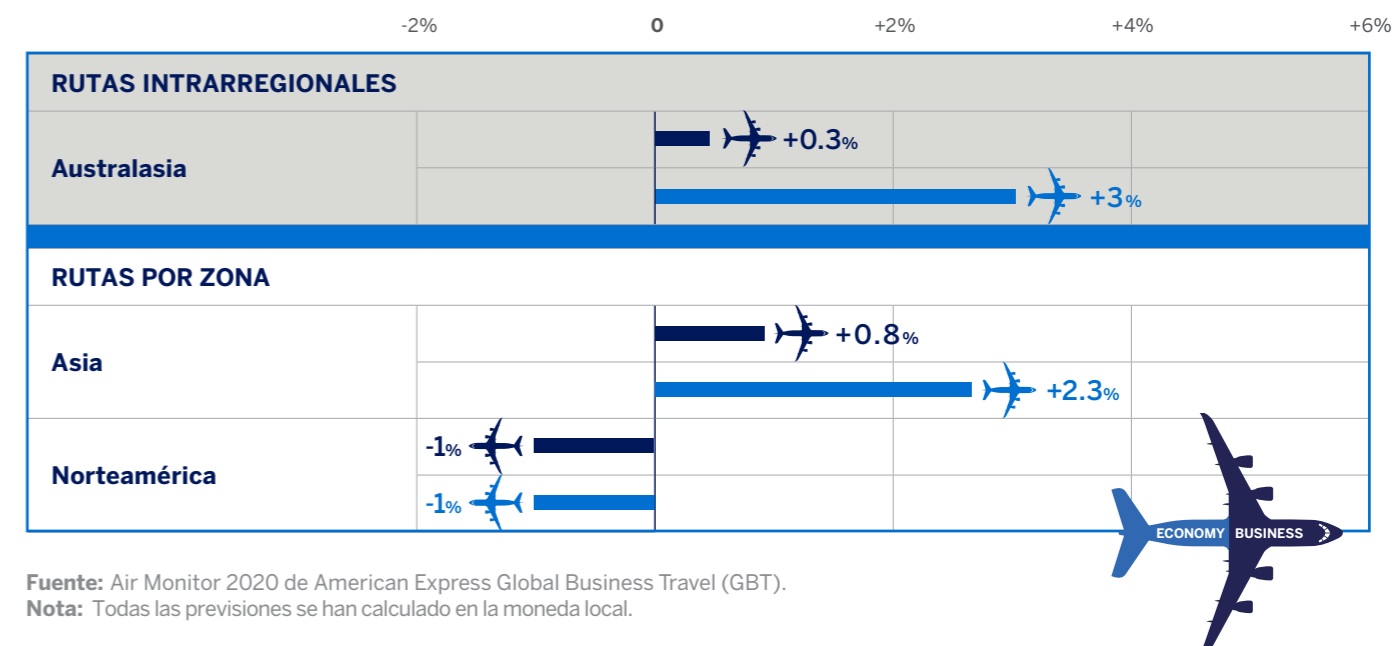
Se prevé que la economía experimente un crecimiento muy modesto en 2020, con un aumento del PIB de solo un 1%.¹⁶ Sin embargo, el coste de los viajes aéreos a todo el mundo aumentará.

En las rutas internas en Asia, se espera que las tarifas de clase ejecutiva crezcan un 1%, mientras que los vuelos de la misma clase a destinos en Australasia podrían ser un 4,7% más caros.

Se prevé que las tarifas en business para las rutas europeas aumenten 2,6%. En la clase turista, los precios deberían disminuir ligeramente.

La presión sobre los precios del petróleo podría implicar que las tarifas de clase ejecutiva a los destinos de Oriente Medio aumenten en un 2%.

Australasia: Previsión de Rutas Clave



Fuente: Air Monitor 2020 de American Express Global Business Travel (GBT).

Nota: Todas las previsiones se han calculado en la moneda local.

Una estrategia de contratación aérea en tiempos inciertos

En un mundo impredecible, la contratación “ágil” de viajes aéreos puede ayudar a los equipos de compras a anticipar y gestionar el cambio de manera efectiva. Un grupo global compuesto por los expertos en aviación de GBC ha analizado las características de un programa ágil y describe cómo los equipos de compras pueden implementar uno.

P: ¿Qué es la contratación “ágil” de viajes aéreos?

R: El panorama de las aerolíneas evoluciona todo el tiempo: las estrategias de precios, la distribución e incluso las propias aerolíneas están en constante cambio. La contratación ágil es una respuesta a esto. En lugar de girar en torno a una solicitud de propuesta única, un programa ágil se gestiona de forma continua. El cliente negocia descuentos y servicios para viajeros con un operador y se compromete con los objetivos de rendimiento. Después, trabajando con la aerolínea como socia, supervisan el acuerdo para verificar que esté alineado con el negocio y que ambas partes cumplan su cometido.

P: ¿Cuáles son los beneficios de ser ágil?

R: Ser ágil proporciona flexibilidad, lo cual es aún más importante en tiempos de incertidumbre. Significa que un cliente puede continuar alcanzando objetivos de costes y viajeros cuando el negocio pivota, hay cambios en la industria o algún tipo de choque externo como una recesión. En los últimos años, hemos visto la introducción de branded o light fares. La parada de actividad de los 737 MAX ha implicado reducciones repentinas de capacidad. Los eventos geopolíticos han provocado en ocasiones el cierre del espacio aéreo y tiempos de vuelo más largos, como hemos visto en Crimea y Qatar. En cada caso, ser ágil habría mitigado el impacto de estos eventos. También puede acelerar la adopción de prioridades estratégicas emergentes. En

GBC, recibimos cada vez más solicitudes de clientes que desean asesoramiento sobre cómo pueden hacer que su programa aéreo sea más sostenible. Con un enfoque ágil, un cliente tiene la oportunidad de trabajar en colaboración con el operador para incorporar medidas flexibles en la negociación.

P: ¿Cómo es un programa ágil ideal?

R: Un programa idóneo contará con menos aerolíneas y cuidadosamente elegidas. Utilizará el tiering como un principio para gestionar las relaciones aéreas. El Nivel 1 comprenderá operadores, generalmente globales, que serán clave para el programa del cliente. El Nivel 2 serán operadores de nichos o puntos de venta, y así sucesivamente. En este escenario ideal, se da un rendimiento fuerte para alcanzar los objetivos para todos los operadores. Y lo más importante, creará relaciones más fuertes.

P: ¿Por qué son tan importantes las relaciones fuertes?

R: El enfoque ágil se basa en construir relaciones de confianza. Cada lado confía en que el otro es está comprometido en cumplir con los objetivos de la asociación. Por ejemplo, un operador debe poder confiar en que un cliente tiene las herramientas, palancas y políticas necesarias para ofrecer volumen e ingresos, de acuerdo con sus objetivos de rendimiento. Cuando hay confianza, el operador continuará ofreciendo beneficios comerciales y basados en el valor, incluso cuando el cliente no pueda cumplir con los objetivos de rendimiento.

P: ¿Cómo pueden los clientes forjar relaciones aéreas más sólidas?

R: Se trata de construir puentes y unir puntos. Tener reuniones periódicas para revisar los objetivos con las aerolíneas, trimestralmente con la mayoría de ellas e incluso con mayor frecuencia con las aerolíneas de Nivel 1. El contacto regular ayudará a generar confianza y alentará el diálogo abierto. También es útil hacer crecer una red de contactos en las aerolíneas asociadas. Cuantas más personas se conozcan, mejor se comprenderán las prioridades del operador, y se tendrán más canales si se necesita escalar un problema.

P: ¿Cómo es un programa ágil ideal?

R: Los programas más pequeños, de menos de 10 millones de dólares, no cuentan con la capacidad suficiente como para negociar con aerolíneas; sin embargo, pueden igualmente tener una actividad ágil y administrar activamente su programa. Como primer paso, necesitarán consolidar su gasto aéreo: controlar un único programa globalmente permitirá un mejor reconocimiento de las aerolíneas y ayudará a conseguir una mejor oferta en costes y experiencia del viajero. Las compañías con programas aéreos más pequeños deberían enfocarse donde realmente puedan marcar la diferencia, y esa es la política. Puede utilizar herramientas y paneles de visualización de datos para comprender el comportamiento de los viajes, y emplear las ideas que obtenga para diseñar una política y un programa de viajes que impulse el cumplimiento e implique más ahorros.

P: ¿Existe una vía rápida para llegar a un programa ágil?

R: No hay atajos para un programa ágil. La agilidad se basa en relaciones sólidas, y esto no sucede de la noche a la mañana. Dicho esto, los equipos de compras pueden comenzar el viaje observando su programa y haciendo preguntas críticas. ¿Cuáles son los objetivos del programa de viajes? ¿Está alineado con la estrategia comercial de la empresa? ¿Las aerolíneas actuales respaldan esta estrategia?

PARA SABER MÁS SOBRE CÓMO HACER UN PROGRAMA ÁGIL, CONTACTAR

gbtspain.com

PARA DESCARGAR GREEN TRAVEL, UN WHITEPAPER DESARROLLADO POR GBC PARA AYUDAR A LAS EMPRESAS A INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD EN SUS VIAJES DE NEGOCIOS, HACER CLIC AQUÍ

www.gbtspain.com/GBC_GreenTravel_WhitePaper

Metodología

Los pronósticos bien hechos comienzan con datos concretos. Las previsiones del Air Monitor se basan en cinco años de datos históricos de GBT que se han categorizado, limpiado y estudiado para detectar las tendencias subyacentes de los precios y la estacionalidad.

Utilizamos modelos estacionales de media móvil integrada autorregresiva (ARIMA) con variables externas para predecir tarifas aéreas en los próximos 12 meses. Las variables externas incluyen factores macroeconómicos como el precio del petróleo y las previsiones del FMI. Las métricas de la industria aérea también se consideraron para mejorar la precisión de los pronósticos.

El volumen de reservas de una ruta concreta en el último año determina el peso asignado a las agregaciones a nivel de país o regional. Los pronósticos de tarifas aéreas generados por los modelos son verificados por los expertos en aviación de GBC para proporcionar el cambio porcentual final año tras año.



Sobre American Express Global Business Travel

American Express Global Business Travel (GBT) es la empresa líder a nivel mundial en la gestión de viajes corporativos. La compañía ayuda a las empresas y sus empleados en su desarrollo de negocio, asegurando que los viajeros estén presentes dónde y cuándo importa. Cuenta con una enorme presencia global, a través de 18.000 profesionales que trabajan en más de 140 países. Compañías de todos los tamaños, y en todos los lugares, confían en GBT para la gestión de sus viajes de negocios, así como para la organización de sus eventos corporativos y para los servicios de consultoría de viajes.

PARA MÁS INFORMACIÓN

gbtspain.com

[@twitter.com/amexgbt](https://twitter.com/amexgbt)

www.linkedin.com/company/american-express-global-business-travel/

Referencias:

Tendencias clave y Análisis

- 1 International Monetary Fund (IMF), October 2019.
- 2 The Company Dime, September 2019.

Norteamérica

- 3 International Monetary Fund, October 2019.
- 4 The Conference Board of Canada.
- 5 International Monetary Fund, October 2019.

Europa

- 6 International Monetary Fund, October 2019.
- 7 Deloitte Global Economic Outlook, September 2019.
- 8 AIN Online, May 2019.
- 9 International Monetary Fund, October 2019.
- 10 International Monetary Fund, October 2019.
- 11 International Monetary Fund, October 2019.
- 12 Alitalia annual results, July 2019.
- 13 International Monetary Fund, October 2019.

Asia-Pacífico

- 14 International Monetary Fund, October 2019.
- 15 Australian Financial Review, October 2019.
- 16 CNBC, October 2019.

AMERICAN
EXPRESS
**GLOBAL
BUSINESS
TRAVEL**

Este documento contiene información confidencial, de carácter comercial y propiedad de Global Business Travel Spain, S.L.U., y no podrá ser revelada ni en su totalidad, ni en parte, a terceros sin el consentimiento previo por escrito de Global Business Travel Spain, S.L.U.

AMERICAN
EXPRESS

GLOBAL
BUSINESS
TRAVEL



DON'T *do business* WITHOUT IT SM