

EL TRANSPORTE AÉREO NUNCA VOLVERÁ A SER EL MISMO



La primavera pasada, el número de pasajeros de Lufthansa alcanzó solo un 1% de las cifras del año anterior. Esto demuestra el nivel al que se ha extendido la crisis del transporte aéreo, al igual que las bajas expectativas mundiales para este sector. La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) espera una caída del 55% en el número de pasajeros de todo el mundo en comparación con 2019, incluidos los meses en los que el tráfico aún se encontraba en

niveles normales.

Considerados por los expertos como uno de los más importantes motores para el crecimiento económico, los viajes de negocios han permitido durante muchos años transformar las reuniones físicas en todo el mundo en una oportunidad comercial y económica, y también han sido clave para el crecimiento del transporte aéreo.

Ahora, el pronóstico es que los viajes de negocios nunca volverán a los niveles antes de la crisis. Las restricciones de viaje impuestas tanto por gobiernos como empresas pueden ser el punto de partida de un ciclo que se refuerza a sí mismo, y los legisladores las estudian para identificar cambios exponenciales.

Sin embargo, cuanto más dure la crisis, más probable es que los cambios sistémicos asuman un carácter permanente. La ausencia de viajes de negocios y reuniones presenciales ha llevado ahora a la adopción generalizada de alternativas como videoconferencias, colaboración virtual, pizarras en línea, etc. Si estas alternativas pueden demostrar su eficacia para promover la productividad, los viajes de negocios serían algo redundante.

¿De la globalización a la regionalización?

Desde 2005, la globalización ha mostrado signos de desaceleración. Las estrategias de internacionalización de las empresas se centran cada vez más en la capacidad de respuesta local y menos en el control y la dependencia en sedes internacionales.

Las tensiones comerciales a nivel mundial, como el conflicto entre Estados Unidos y China, podrían contribuir a ralentizar los viajes intercontinentales. La crisis del COVID-19 podría acelerar esta tendencia y promover el comercio y la oferta regionales.

Un estudio reciente mostró que una respuesta importante ante la crisis de la pandemia fue la reubicación de las cadenas de suministro, incluyendo un enfoque en el uso de ecosistemas regionales. Esta respuesta ahora podría ser permanente, reforzada por el bajo nivel de viajes internacionales.

Las últimas cifras de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) muestran que si bien los viajes interregionales han pasado de un promedio de 250 millones de pasajeros antes de la crisis a 100 millones en la actualidad, el número de pasajeros internacionales ha alcanzado los 20 millones, muy por debajo de los 160 millones en promedio antes de la pandemia.

¿El fin del modelo hub-and-spoke?

Es interesante ver cómo el impacto de la pandemia del COVID-19 se experimentó de forma diferente en las aerolíneas de bajo costo, como Ryan Air o EasyJet, y las aerolíneas tradicionales, como Lufthansa, Air France o Singapore Airlines.

Las aerolíneas dependen de hubs centrales donde los vuelos de corta distancia están vinculados a vuelos de larga distancia que, con sus aviones más grandes, son económicamente más atractivos. Este modelo denominado hub-and-spoke (o modelo estrella) también crea poderosos efectos de red donde las principales aerolíneas alcanzan grandes economías de escala y crean barreras poderosas de entrada para los nuevos actores.

Sin embargo, el costo es la aceptación y receptividad de los pasajeros, ya que estas rutas implican realizar conexiones. En circunstancias normales, esto puede ser cuestionado por razones ambientales y ser percibido como una desventaja por los pasajeros. Sin embargo, en tiempos de crisis como la actual, los hubs son áreas importantes de riesgo en el viaje ya que sigue siendo difícil garantizar estándares de higiene y distanciamiento social en los aeropuertos.

La interdependencia entre vuelos de corta y larga distancia también es un gran obstáculo para el camino hacia la recuperación. Para las aerolíneas con este modelo, la ausencia de vuelos de larga distancia significa que los de corta distancia deben reducirse, y la ausencia de este tipo de vuelos hará que sea imposible cubrir los grandes vuelos de larga distancia.

Las aerolíneas low-cost con servicio completo cuyo modelo es point-to-point (punto a punto) pueden ser mucho más receptivas al abrir y cerrar rutas para satisfacer la demanda fluctuante. La estrategia de la mayoría de las aerolíneas hub-and-spoke es mantener y eventualmente reiniciar su modelo. Pero para evitar un colapso en su sistema de vuelos a largas distancias, necesitan mantener abiertas rutas que no sean económicas. Esto las hace, en la mayoría de los casos, dependientes de las ayudas gubernamentales. La pregunta aquí es: ¿Cuánto tiempo se puede mantener esta estrategia y cuánto tiempo los contribuyentes estarán dispuestos a cubrir esas pérdidas?

No es de extrañar que algunas aerolíneas estén redescubriendo los viajes de vacaciones bajo ofertas point-to-point. “Nunca antes habíamos incluido tantos nuevos destinos de vacaciones en nuestro programa. Esta es nuestra respuesta a los deseos de nuestros clientes”, explica Harry Hohmeister, miembro de la junta de Deutsche Lufthansa AG.

¿Y qué pasa con el ‘flight-shaming’?

La creciente campaña por crear conciencia sobre el impacto ambiental ha llevado a un movimiento de ‘flight-shaming’ (vergüenza de volar) en Suecia para evitar el transporte aéreo, el cual ahora se ha extendido mucho más allá de las fronteras.

Sin embargo, también hay indicios de que las medidas de confinamiento en respuesta al COVID-19 han aumentado el deseo de las personas de asumir un estilo de vida más tranquilo y relajado. Esto plantea interrogantes sobre el estilo de vida cosmopolita que las clases medias habían adoptado con tanta facilidad. Hoy en día, este punto sigue siendo el centro de las preocupaciones para todos los actores en el transporte aéreo, incluso si su influencia real en el comportamiento del consumidor sigue siendo difícil de determinar.

En resumen, estos factores de cambio presagian una transición más radical en el transporte aéreo que para otros sectores. Si bien las incertidumbres siguen siendo muchas, parece que los escenarios post-COVID tomarán forma en torno a estos elementos.

Date: 2020-12-21

Article link:

<https://www.tourism-review.es/empresas-de-transporte-aereo-luchan-por-sobrevivir-news11813>