

## INFORME 'BCD TRAVEL'

# Previsiones del mercado de viajes de negocios

Las tarifas hoteleras, aéreas, ferroviarias, de alquiler de coches y de salas de reuniones registrarán **diversos incrementos** a lo largo del próximo año, aunque el sector de los viajes de negocios **seguirá creciendo**. Esto es lo que dicen, al menos, los pronósticos de mercado de BCD Travel –realizados por su división de consultoría Advito– para 2008, que parecen continuar con las **tendencias de los dos últimos años**. Las posibles consecuencias del **acuerdo de cielos abiertos**, que entrará en vigor el próximo mes de marzo, y las crecientes frustraciones de los pasajeros aéreos ante los retrasos y colas en los aeropuertos, se configuran, junto a la **subida de los precios** de los hoteles, en los principales factores que podrían afectar al mercado.

Las tarifas aéreas se incrementarán una media de entre el 2% y el 4% en 2008 y los precios de las habitaciones de hotel pueden llegar a subir hasta dos dígitos en algunos destinos, según señala el informe anual de perspectivas de mercado de la compañía de gestión de viajes de negocios BCD Travel. Diferentes actores del sector nacional del *business travel* coinciden en líneas generales con estas estimaciones, aunque siempre hay puntualizaciones a la hora de analizar cómo evolucionarán los precios.

Mary Ellen George, directora general de Advito –división de consultoría de BCD encargada de elaborar el informe– señala que en los pasados dos años se ha visto “un crecimiento sustancial” en el sector de los viajes de negocios, algo que continuará el próximo ejercicio, generándose precios más altos. George destaca también el “pequeño margen de error” que

tienen aquellas compañías que luchan por controlar sus costes, con condiciones de mercado que “demandan más experiencia y profesionalidad”.

## Otras previsiones

El vicepresidente ejecutivo de Carlson Wagonlit Travel (CWT) para la zona de Mediterráneo y Latinoamérica, Marino Faccini, afirma que los datos que maneja su empresa coinciden en gran medida con los de BCD, aunque las subidas de las tarifas “son siempre una media, pero al mirar en detalle lo que ocurre en cada país, hay discrepancias”.

Para 2007 CWT preveía un aumento del 2% de las tarifas aéreas en España. Sus resultados reflejan una bajada media del 8,32% hasta agosto. Esto se debe a las *low cost* y a la reacción de las compañías tradicionales. La realidad acaba siendo distinta a las previsiones”, afirma Faccini.

El director general de GEBTA España, Marcel Forns, afirma que las previsio-

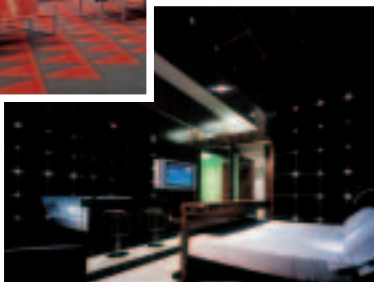
## Tarifas al alza

“Madrid y Barcelona tienen recorrido para más hoteles, con mucha demanda y poca oferta. Barcelona es destino preferente a nivel mundial de viajes de negocios y en Zaragoza, con la Expo, sería ilógico que no subieran las tarifas”, afirma López de Ávila.

nes de su grupo son también muy similares. “Se incrementa el precio medio de los productos y servicios y se crece en volumen, con un entorno más globalizado en el que las empresas viajan más”, indica Forns.

“Subirán las ventas pero el gasto por viaje será menor, ya que se controlarán más los costes unitarios, con políticas de maximización de ahorros, reduciendo la estancia media, eligiendo hoteles de menor categoría y viajando en clases más económicas”, asegura Forns. “El 50% de las empresas va a incrementar el volumen de viajes, y a nivel de precios, en 2007 ya se inició un reposicionamiento”, destaca el director general de GEBTA España.

El director del Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas del IE, Antonio López de Ávila, subraya que estas previsiones “ya están viéndose en los últimos años. En hoteles, suben los precios y sube la calidad en el servicio, lo mínimo por la inflación”.



El informe estima que el precio de las tarifas diarias por habitación hotelera se incrementará entre un 6% y un 9%, mientras que el precio medio de la habitación para grupos lo hará entre un 8% y un 10% en la mayoría de los mercados.

#### Hoteles y reuniones

Faccini recuerda que en 2007 la tarifa media hotelera ha subido “porque había bajado en los últimos años. Había demasiados hoteles en un momento de crisis. Ahora los establecimientos están más llenos, hay más conferencias, el *business travel* va bien, hay países emergentes en Europa, Asia y Sudamérica con empresas que necesitan hoteles”. “Los hoteles subirán. Los de

cuatro y cinco estrellas probablemente lo harán por encima de la media, igual que en 2007, ya que hay clientes que los reclaman más”, señala Faccini.

Marcel Forns apunta que en España la tendencia es que sigan aumentando los precios y que “el mercado se ha resituado, ya que la competencia era feroz. Han aumentado los precios, con un saneamiento de las políticas de distribución. Antes las tarifas se movían por múltiples distribuidores, por lo que el *yield management* podía verse afectado”, explica, y vaticina que en Europa las tarifas subirán “entre un 2% y un 6%, según el tipo de establecimiento”, mientras que en el mercado asiático “habrá hoteles por encima del 20%”.

Javier Muñoz, presidente de Travel Advisors, cree que “aumentarán más los precios de los cuatro y tres estrellas, mientras que en los de cinco se mantendrán, ya que su presión tarifaria es grande”. En cuanto al precio por ha-

**En 2006 el precio de los hoteles subió un 9% en Madrid y un 15% en Barcelona, según datos de Hotels.com**

bitaciones para reuniones, Muñoz cree que no subirá en España, debido a “la presión económica. Quizás los precios suban en destinos como Inglaterra, Holanda, o Francia, sitios tradicionales, con mucho atractivo, y en Italia o Bélgica, donde se parte de bases más bajas”, y apuesta por un crecimiento importante en Brasil, que tiene “mucho recorrido para los negocios y es un destino tradicional para los viajes de convenciones e incentivos”.

López de Ávila remarca que las empresas “tenderán cada día más a recortar gastos en viajes. Los ejecutivos de grandes corporaciones seguirán alojándose en hoteles de cuatro y cinco estrellas, pero las *pymes* empezarán ▶

## Las claves del informe BCD Travel

El informe de mercado realizado anualmente por BCD Travel intenta ofrecer una visión adelantada de la evolución del mercado en el próximo año.

### Incremento de tarifas aéreas

El informe predice un incremento a nivel mundial de las tarifas aéreas publicadas de entre el 2% y el 4% de media en 2008. La tarifa corporativa se incrementará sólo en torno a un 2% gracias, en parte, a los descuentos corporativos aplicados por las compañías aéreas. Se esperan fluctuaciones en los precios de los vuelos transoceánicos una vez entre en vigor el acuerdo de cielos abiertos.

### El ferrocarril, un aliado

La consolidación y privatización que ha tenido lugar en algunos mercados europeos harán subir los precios, pero se ganará productividad gracias a la incorporación de los sistemas de reserva de billetes a los canales tradicionales.

### Suben las tarifas hoteleras

BCD espera que el precio de las tarifas diarias por habitación aumente entre un 6% y un 9%, pudiendo en algunos mercados alcanzar un incremento de dos dígitos. A pesar de la existencia de una sobrecapacidad en algunos de los mercados europeos, los precios medios por habitación continuarán su tendencia al alza.

### Alquiler de coches más caro

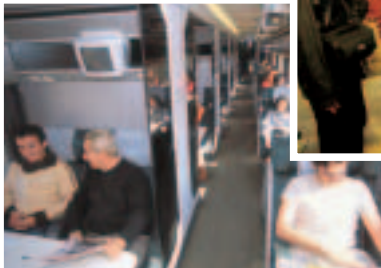
Las tarifas de alquiler de automóviles registrarán un incremento de entre el 5% y el 10%, continuando así con la tendencia prevista desde 2006.

### Coste de reuniones al alza

El precio medio de la habitación para grupos se incrementará entre un 8% y un 10% en la mayoría de los mercados. Se espera que la planificación global de reuniones y congresos se correlacione con la expansión global de las compañías en los mercados emergentes, por lo que las regiones de Asia-Pacífico y Oriente Medio serán destinos muy demandados.

### Viajeros frustrados

Continuarán los retrasos en los vuelos y el caos causado por las cancelaciones y las colas ante los controles. Las compañías deberán ayudar a sus viajeros para ser productivos en condiciones menos óptimas.



► a contemplar los nuevos de tres estrellas, que ofrecen

calidad y se ubican cerca de lugares de reuniones”, sostiene. Añade que “todas las tarifas hoteleras van a subir. Con los sistemas de *revenue management* esto se convierte en un mercado de bolsa. Las agencias tienen que facilitar el trabajo a sus clientes, reconvirtiéndose y cobrando por los servicios de valor añadido, mientras que establecen sus webs con portales de reservas”, explica el docente del IE.

### Lo que cuesta volar

López de Ávila señala que el precio para volar “no crecerá mucho, sólo en un dígito, debido a los carburantes y a la mayor competencia, con la guerra entre las *low cost*”. Apunta al acuerdo de cielos abiertos entre la UE y EE UU, que entrará en vigor en marzo de 2008 y que “puede repercutir en una bajada de precios en los vuelos transoceánicos”.

### Incremento de dos cifras

**Según Mario Faccini, en los hoteles de ciudades con más reuniones, como Barcelona o Valencia, y otras como Londres, Tokio, París, Shangai, Moscú o Varsovia “es probable que las subidas superen el 10%, ya que hay más demanda y un crecimiento equilibrado de la planta hotelera”.**

Faccini considera que un incremento del 2% en las tarifas aéreas es ya “una previsión muy prudente”.

Desde GEBTA, piensan que las tarifas aéreas subirán para 2008 entre un 3% y un 5% en clase económica y entre un 3% y un 7% en *business*, y que en Europa las subidas serán “más moderadas que en España”. “En el mercado español todavía no hay tanta propensión para la *business*. Hay margen de crecimiento”, remarca Forns.

Javier Muñoz considera que “debido a la situación económica se tenderá a la baja en el gasto de las empresas. Además, el bajo coste está presionando mucho. En España se van a mantener las tarifas, en el mejor de los casos”.

### El balance ferroviario

El tren cobra cada vez más importancia como medio de transporte en los viajes de negocios, pero las herramientas de reservas proporcionadas actualmente por Renfe no cumplen con las expecta-

## El acuerdo de cielos abiertos podría impulsar una bajada de precios en los vuelos transoceánicos

tivas de las fuentes consultadas. “Renfe tiene que trabajar mucho para aumentar la productividad de las agencias, ya que actualmente se pierde demasiado tiempo”, afirma Faccini.

Muñoz asegura que al sistema de reservas de Renfe “le queda muchísimo para estar consolidado”, y hace referencia al retraso en la implantación del billete electrónico. El presidente de Travel Advisors recuerda que “Amadeus, que sabe cómo trabajan las agencias, tiene lista una aplicación. Si Amadeus, que es la primera empresa tecnológica en distribución, tiene una solución, Renfe debería haber optado por ella, porque de lo contrario perjudica a las agencias y a sus clientes”. □