

PREMIUM ECONOMY: ¿EL PERFECTO TÉRMINO MEDIO?

Los organizadores de viajes profesionales cada vez disponen de más opciones a la hora de reservar vuelos, entre ellas una clase turista mejorada que promete mayor comodidad y mejores servicios a un coste más bajo que el de la clase de negocios... aunque no siempre fácil de justificar.

Por **Cristina Cunchillos**

Antaño los *travel managers* contaban con que los aviones tenían asientos en clase turista y en clase *business*, dirigida precisamente a los viajeros profesionales que requerían de beneficios como un mayor espacio, en consecuencia mayor comodidad, y un servicio de calidad y más personalizado. A pesar de tener un coste considerablemente mayor, viajar en *business* era una elección incuestionable para muchas empresas a la hora de reservar vuelos de larga duración o previos a un evento profesional trascendente.

La oferta de las aerolíneas es ahora mucho más compleja, en respuesta a la demanda de unos clientes cada vez más exigentes que buscan más que nunca la mejor relación calidad-pre-

cio. Desde las tarifas más básicas para un asiento que no incluye ni siquiera equipaje en cabina o asiento asignado, a vuelos de lujo en nuevas versiones de primera clase que hacen soñar: existe un amplio abanico de opciones que incluyen las cabinas *premium economy* que se ofrecen como una alternativa intermedia que, en algunos casos mejora -y no mucho- a la turista, y en otros se podría parecer a una *business*.

Una nueva clase nacida de la crisis de 2008

La crisis económica global de 2008 forzó a muchas empresas a controlar más sus gastos, obligando a sus representantes a viajar en *economy* o incluso buscando alternativas a los viajes, del tipo de videoconferencias cuando una reunión cara a cara

no era considerada esencial para el cierre de un negocio.

La proliferación de rutas de la mano de las aerolíneas *low cost* también trajo consigo nuevas opciones que resultaron beneficiosas para los viajeros profesionales. Aceptaron las restricciones de equipaje y comidas a bordo y la incomodidad de asientos con menos espacio a cambio de seguir volando sin salirse del presupuesto.

La caída de la demanda de billetes en las cabinas delanteras, junto con el aumento del precio del petróleo, llevó a las compañías aéreas a replantearse su oferta. Algunas invirtieron en mejorar su clase *business* para acercarla a la *first* y tentar así a quienes aún podían permitirse esa inversión. Frente a esto, muchas adoptaron prácticas similares al modelo *low cost* en su clase turista, como la eliminación del equipaje permitido gratuitamente en cabina, la introducción de cargos por elegir asiento o servicios de restauración de pago durante el vuelo, con el fin de minimizar gastos.

En ellas, la diferencia entre volar en la cabina *business* o en *economy* se hizo más patente que nunca, dando cabida a una nueva clase para rellenar el hueco cada vez más amplio existente entre las dos: la *premium economy* o clase turista superior.

Y que llegó para quedarse...

A pesar de la mejora en la economía que siguió a la crisis de 2008, muchas políticas de viajes corporativas siguieron prohibiendo las reservas en clase *business*. Los *travel managers* empezaron a optar por pagar un poco más por tarifas más flexibles dentro de la clase turista o en servicios que permitían "mejorar" los trayectos en *low cost* ya que incluían reservar mejores asientos, facturar más equipaje o acceder con prioridad al embarque.

Gracias a esta demanda, sobre todo existente para trayectos de medio y largo recorrido, la opción de asientos en *premium economy* empezó a estar disponible en cada vez en más compañías. De ese modo los viajeros empezaron a disfrutar de algunos beneficios asociados a las categorías superiores sin dejar de cumplir con la política corporativa.

¿Qué define a la clase *premium economy*?

Las nuevas tarifas *premium economy*, a caballo entre las de clase turista y la cabina *business*, supuestamente combinan algunas de las ventajas de ambas, incluyendo ciertos privilegios a un precio más asequible. Su coste, por término medio, suele ser el doble de las tarifas en clase turista, aunque esta diferencia puede variar considerablemente (entre un 30% y un 150% más) según la ruta y la anticipación con que se realiza la



reserva, así como entre las diferentes aerolíneas. Por otro lado, generalmente suponen un gasto entre el 50% y el 65% menor que el de volar en *business*.

Una de las características principales de esta clase intermedia es la oferta de asientos más cómodos, con mayor grado de inclinación, reposacabezas y reposapiés, además de contar con más espacio entre filas que en la parte de atrás. No obstante, no llegan a la comodidad de los asientos en *business*, que suelen tener hasta un 50% más de espacio para las piernas y una inclinación total de 180 grados para convertirse en camas.

Para los viajeros de negocios, poder seguir trabajando durante el vuelo es importante. Los asientos en *premium economy* sue-

A pesar de la mejora de la economía que siguió a la crisis de 2008, muchas políticas de viajes siguieron prohibiendo las reservas en clase *business* y los *travel managers* optaron por nuevas tarifas



len disponer de enchufes y puertos USB, pero el acceso a la red de *Wi-Fi*, cuando existe, conlleva un coste. También pueden disfrutar de otras ventajas como embarque y desembarque prioritarios y, en algunos casos, acceso al *lounge* en el aeropuerto así como una mayor franquicia de equipaje.

Por último, otra diferencia con la clase turista suele ser una mejor y más variada oferta de restauración y entretenimiento a bordo.

Expansión con límites

Desde el surgimiento del concepto *premium economy* por primera vez hace ya casi veinte años, en aerolíneas como la bri-

tánica Virgin Atlantic o la taiwanesa EVA Air, su expansión ha sido considerable.

En el último año la lista de aerolíneas que presentaron sus nuevas cabinas turista superior incluye a American Airlines, Delta, Air France y Brussels Airlines. Latam Airlines por su parte acaba de introducir una cabina superior también en sus vuelos domésticos e internacionales dentro de Latinoamérica, complementando a la oferta existente en sus aeronaves de largo alcance.

TAP Air Portugal, por su parte, recientemente introdujo su clase EconomyXtra, que ya existía en trayectos intercontinentales, en algunos vuelos europeos como los operados entre los aeropuertos españoles de Madrid, Barcelona, Tenerife y Gran Canaria y la ciudad de Lisboa, o desde la capital portuguesa a destinos como Roma o Fráncfurt. KLM ha sido la última aerolínea en anunciar que introducirá una cabina *premium economy* en sus vuelos de largo radio, previsiblemente a partir del próximo año.

No obstante y pese a un crecimiento considerable, la oferta de asientos en *premium economy* es aún limitada atendiendo al número de compañías que la ofrecen. Según un estudio llevado a cabo por CWT y Travelport, constituye menos del 4% del total de los asientos de avión a la venta.

De momento, son numerosas las marcas que siguen apostando por otro tipo de opciones. Air Europa y Avianca, por ejemplo, son algunas de las compañías aéreas que optan por

En el último año, a la lista de aerolíneas que presentaron su nueva clase turista superior se suman American Airlines, Delta, Air France y Brussels Airlines



ofrecer diferentes tarifas, más o menos flexibles, en clase turista, pero no una cabina *premium*. Las principales aerolíneas de Oriente Medio también carecen de esta opción. Qatar Airways y Etihad mantienen la división clásica entre clase turista y clase *business*, sin producto intermedio, mientras que Emirates introdujo en algunas rutas Special, una tarifa *business* reducida con menos beneficios. No espera lanzar su nueva cabina *premium economy* hasta finales de 2020.

Grandes diferencias entre compañías

También se ha de tener en cuenta que existen diferencias considerables entre lo que unas aerolíneas u otras califican como *premium economy*. En algunos casos se trata simplemente de asientos con un poco más de espacio en las filas delanteras de la cabina turista y pocos beneficios más, mientras que en otros es una cabina totalmente separada donde el viajero puede apreciar verdaderamente un trato diferenciado del que recibe en la clase económica.

En buena medida, esa diferencia depende de si se trata de aviones que cubren vuelos cortos, donde la oferta tiende a ser más limitada, o de aeronaves más espaciales para largo recorrido. Algunas aerolíneas, como Iberia o Norwegian, solamente ofrecen *premium economy* en sus vuelos intercontinentales.

Esta variedad no solo puede causar confusión entre los usuarios, sino que ha hecho que algunos empiecen a cuestionarse si verdaderamente merece la pena pagar más por este servicio y si representa una buena relación calidad-precio, sobre todo para vuelos cortos. La respuesta dependerá del importe que

se ha pagado por esta tarifa y la diferencia en cada caso con la propuesta en *economy*.

Las mejores cabinas *premium economy*

Skytrax recoge en sus premios anuales las valoraciones de los pasajeros. En la última edición el galardón a la mejor oferta de *premium economy* recayó en Virgin Atlantic, seguida de Singapore Airlines y Air New Zealand. El *ranking* de las diez mejores lo completan Austrian Airlines, Air Canada, Qantas Airways, Lufthansa, Virgin Australia, Aeroflot y Air France. Destaca la ausencia de aerolíneas españolas o latinoamericanas entre las

En algunos casos se trata simplemente de asientos con un poco más de espacio delante de la clase más económica, mientras que en otros es una cabina diferenciada donde vivir verdaderamente un servicio diferenciado



Asientos

Los asientos en *premium economy* están más distanciados entre sí, para mayor comodidad de los viajeros, pero el espacio para los pies puede variar incluso dentro de una misma aerolínea dependiendo del tipo de aeronave.

En general, la mayoría de las compañías optan por una distancia de 96 centímetros entre las filas de asientos, mientras que en *economy* lo más habitual es que oscile en torno a 81 centímetros.

Hay variaciones en ambos extremos. En algunos aviones de Qantas, Japan Airlines y Air New Zealand la distancia entre plazas puede llegar hasta los 106 centímetros, mientras que en Iberia la distancia es de 94 centímetros. Brussels Airlines solo ofrece 86 centímetros.

La anchura de los asientos es también mayor y es habitual que en las hileras de tres asientos se deje el central sin ocupar para ofrecer mayor espacio y privacidad. Virgin Atlantic ofrece los asientos más amplios del mercado, con una anchura de 53 centímetros, mientras que en Aeroméxico los asientos miden 43,6 centímetros,

20 mejor consideradas por los pasajeros en lo referente a este tipo de oferta.

Cuando se comparan asientos, Virgin Atlantic sigue siendo la favorita, seguida de Air New Zealand y Qantas, pero cuando se trata de la oferta de *catering* en este tipo de cabina, es Austrian Airlines la que se lleva el primer premio.

Comparación de servicios

Aunque hay elementos comunes, lo que se incluye en estas tarifas *premium* varía entre las diferentes aerolíneas.

tros, una medida similar a la media habitual en este tipo de cabinas.

Suelen ser butacas de más calidad, a menudo de cuero, con diseño ergonómico, reposacabezas ajustable y un mayor grado de inclinación para favorecer el descanso del viajero, aunque en algunos casos no es mucho mayor de lo que se puede disfrutar en *economy*. En Virgin Atlantic la inclinación varía un 40%, de 12 centímetros en *economy* a 17 centímetros en *premium economy*, mientras que en las nuevas cabinas superiores de Brussels Airlines la inclinación supera en un 56% la de la clase turista.

Por otro lado, en la *premium economy* de Air France, los asientos están más reclinados que en clase turista, y cuentan con respaldo lumbar y reposacabezas, pero se trata de asientos fijos cuya inclinación no varía durante el trayecto.

Tecnología y entretenimiento

Aunque lo más habitual es que los pasajeros en *premium economy* dispongan de conectores USB y enchufes para poder cargar el móvil o conectar su ordenador durante el vuelo, esto no está todavía generalizado. Es algo que aerolíneas como Aeroméxico, Brussels Airlines, Condor o Finnair no ofrecen, y otras como British Airways cuentan con ello en algunas de sus aeronaves, pero no en todas.

Tampoco la oferta de conexión *Wi-Fi* es universal. Latam Airlines, Air New Zealand, Qantas y Brussels Airlines, por ejemplo, no lo ofrecen, mientras que en el caso de aerolíneas como Bri-

Virgin Atlantic ganó el primer premio Skytrax al mejor asiento en esta clase, mientras que Austrian Airlines mereció el reconocimiento al mejor servicio de restauración



tish Airways, Air France o Lufthansa, la presencia a bordo de la conexión a Internet depende del modelo de avión. Y no suele ser un servicio gratuito.

En cuanto al entretenimiento a bordo, los asientos en *premium economy* ofrecen pantallas individuales que suelen ser mayores que las de la clase turista, táctiles y con tecnología de alta definición, acompañadas de auriculares con cancelación de ruido. Las de mayor tamaño llegan a 13,3 pulgadas. Es el caso en los aviones de Brussels Airlines, Singapore Airlines y Virgin Atlantic.

Como referencia, en este último caso las pantallas en clase turista son de 11,6 pulgadas y en la cabina *business* tienen un tamaño considerablemente mayor, de 18,5 pulgadas. Air New Zealand, por el contrario, cuenta con pantallas de 11 pulgadas en su clase *premium*.

Comidas a bordo

Otra de las ventajas de la clase *turista premium* es poder disfrutar de menús más elaborados, a menudo servidos en vajilla de porcelana, con cubiertos de acero y servilletas de tela, como en el caso de Qantas, Lufthansa y British Airways.

Singapore Airlines ofrece su servicio "Book the Cook" que permite a los pasajeros en turista superior encargar por adelantado sus comidas, eligiendo entre diferentes menús diseñados por cocineros famosos vinculados a la aerolínea. American Airlines también recurre a la oferta de recetas de *chefs* de renombre como James Beard o Maneet Chauhan. Iberia apuesta simplemente por los mejores productos de temporada en su

oferta, incluyendo una carta de vinos españoles seleccionada por expertos enólogos.

Otras aerolíneas como Virgin Atlantic y Qantas ofrecen un bar de auto-servicio donde los pasajeros pueden hacerse con un *snack* o un buen café entre los servicios de comidas habituales.

Pequeños toques de lujo

Un recurso que utilizan varias compañías para hacer que los pasajeros en *premium economy* se sientan mimados es la introducción de *amenities* de alta calidad. Delta Air Lines, por

Las pantallas individuales suelen ser mayores que en la clase turista y con tecnología de alta definición, acompañadas de auriculares con cancelación de ruido

ejemplo, ofrece auriculares de la marca LSTN, *amenity kits* de TUMI y un servicio de comida con diseño de Alessi. American Airlines, por su parte, ofrece cojines y mantas de Casper.

No se trata solo de ofrecer marcas de diseño, sino también de pequeños gestos que hacen que la experiencia de viaje sea algo más cómoda y agradable. Air France ofrece a los viajeros un neceser cuyo diseño y contenido se renueva cada seis meses, así como mantas de microfibra y almohada de plumas para un mejor descanso. Otros pequeños detalles incluyen la toallita refrescante en el momento de recibirlos a bordo y un caramelo a su llegada a destino.

Cathay Pacific y Virgin Atlantic también reciben a los pasajeros de la cabina *premium economy* con una bebida de bienvenida.

Servicios adicionales

Entre las ventajas de viajar en cabina turista *premium* destaca la de facturar una mayor cantidad de equipaje de forma gratuita. Teniendo en cuenta que cada vez más compañías aéreas, tanto *low cost* como convencionales, no solo limitan el equipaje de mano permitido sino que añaden un coste extra por facturar maletas, esto también contribuye a justificar el precio de estos asientos.

British Airways permite facturar dos maletas de 23 kilos cada una en *premium economy*, mientras que su tarifa más básica solo permite equipaje de mano de forma gratuita. La nueva clase turista *premium* de Latam incluye facturación de hasta tres piezas de equipaje de 23 kilos por pieza. Cathay Pacific permite facturar dos maletas de hasta 25 kilos cada una.



©Qantas

Pero eso no es todo. Con las tarifas *premium*, los viajeros de negocios también pueden disfrutar de un servicio preferente antes y después de embarcar en el avión. Latam Airlines ofrece *check-in* y embarque preferentes, así como entrega prioritaria del equipaje a la llegada. Los clientes de la clase turista *premium* de Iberia tienen acceso exclusivo a los mostradores de facturación y un embarque y desembarque prioritarios, además de reserva anticipada de su asiento. Virgin Atlantic también da prioridad en el *check-in* y la entrega de equipaje, mientras que Qantas ofrece embarque prioritario.

Algo menos frecuente para estos viajeros es que se incluya la entrada al *lounge* en el aeropuerto. Los pasajeros en algunos vuelos internacionales seleccionados por Latam pueden acceder al Salón VIP de la aerolínea en Santiago de Chile, Sao Paulo, Lima, Bogotá, Miami y Buenos Aires-Ezeiza.

Los clientes de Norwegian también pueden acceder a las salas VIP en determinados aeropuertos. En otros casos como el de Air France, el acceso al salón de la aerolínea tiene un tarifa adicional y está sujeto a disponibilidad.

En cuanto a otras ventajas adicionales, cabe destacar que la compra de un asiento en *premium economy* permite acumular más puntos o millas del programa de fidelización de la aerolínea, de modo que la inversión extra puede verse compensada a la larga con un acceso más rápido a las categorías superiores del programa y más beneficios.

¿Merece la pena?

Pequeñas comodidades pueden marcar la diferencia: entre llegar más o menos cansado y/o estresado al destino final o poder aprovechar mejor el tiempo a bordo trabajando. Según un estudio reciente de CWT, viajar en clase turista, con las limitaciones que ello implica, en vuelos de medio a largo radio es la tercera mayor causa de estrés para los viajeros corporativos. Este nerviosismo puede reducir la productividad de esos profesionales durante sus desplazamientos.

Ante el futuro incierto de la economía y la previsible reestructuración del producto aéreo, cabe esperar que las empresas vuelvan a ajustar sus presupuestos y limiten aún más los vuelos en clase *business*. Por otro lado, nuevas rutas con vuelos cada vez más largos hacen imperativo que las aerolíneas ofrezcan la posibilidad de gozar de un cierto nivel de comodidad a bordo.

Por ello, es previsible que la oferta *premium economy* de las aerolíneas siga creciendo y mejorando, con nuevas ventajas que permitan tentar a más clientes, al menos en vuelos de largo

recorrido. En vuelos cortos la necesidad de una clase adicional que se suma a la turista clásica y la de negocios de la parte delantera puede ser más cuestionable.

Solo las empresas que contratan viajes pueden decidir si es justificable esta inversión adicional. En muchos casos confirman valorarlo caso por caso, sobre todo en función de las características del desplazamiento y de la compañía aérea.

Y aunque las prestaciones de cada una de ellas marcan una gran diferencia llegado el caso, no se trata solo de evaluar la relación calidad-precio, comparando tarifas y ventajas adicionales con respecto al mismo vuelo en clase turista. Deben decidir también qué es más importante: el bienestar y efectividad de sus empleados o el control de sus gastos. Y responder a la pregunta ¿el pasajero siente realmente un salto cualitativo en comparación a un viaje realizado en turista?

Una vez resuelto este interrogante encontrarán la respuesta a si merece la pena o no reservar sus vuelos en cabinas turista *premium*.

ENTREVISTA



Cédric Barbesier

Director global de Productos & Marketing Digital de CWT Solutions Group

“Esta clase ejemplifica un buen compromiso entre precio y comodidad”

¿Cómo ha evolucionado la demanda de la clase *premium economy*?

Su demanda ha crecido un 8% desde 2017, porcentaje que supera al del resto de clases. Se utiliza principalmente en los vuelos de largo radio entre Europa y Estados Unidos, así como en las rutas domésticas chinas, debido a la alta demanda y mayor capacidad de los aviones. Los países en los que más se vende son Reino Unido, Francia, Alemania, Estados Unidos, Australia y Singapur. Desde 2017, su volumen en cuanto al total de asientos se mantiene estable en torno al 2% (en 2019 los billetes en *premium economy* supusieron un 2,2% del total para largo radio, comparado con el 16% de *business*), y prevemos que siga ganando popularidad a medida que vaya mejorando y que haya más líneas aéreas que añadan esta clase a su servicio.

¿Cree que la oferta actual en clase *premium* es suficiente para cubrir las necesidades del cliente y supone una buena inversión/relación calidad-precio?

Nuestros clientes se muestran satisfechos con esta clase ya que ejemplifica un buen compromiso entre precio y comodidad. Comparado con lo que reciben si viajan en clase turista, la diferencia de precio permite a los viajeros disfrutar de servicios adicionales en tierra, como acceso rápido a los controles de seguridad, prioridad en el embarque, etc. Una vez a bordo, la mayor parte de las aerolíneas ofrece una cabina separada, así como más espacio entre asientos y un mejor servicio.

¿Qué es lo más importante para sus clientes a la hora de elegir el tipo de cabina?

La política de viajes de las empresas recoge las compañías preferentes y las clases permitidas, de ahí que los viajeros tengan que acotar sus elecciones a estos parámetros. Si la política lo permite, la elección es clara y los viajeros optan normalmente por la clase superior permitida. Otro factor a tener en cuenta es que, en igualdad de precio o de clase, los viajeros suelen decantarse por los vuelos con el horario que mejor se adapta a sus necesidades. Cuando se trata de elegir aerolínea, los programas de fidelización tienen gran influencia y los viajeros optan por aquellas de las que son miembro.

Un recurso que utilizan varias compañías para que los pasajeros en *premium economy* se sientan mimados es la introducción de *amenities* de marcas de calidad