



ANÁLISIS DE PRODUCTO: COMPAÑÍAS AÉREAS LOW COST PARA EMPRESAS

Negocios redondos

Servicios *business* a precios *low cost*: éste es el atractivo que ofrecen las compañías que apuestan por una estructura de negocio y tarifas de bajo coste. Hace años llegaron para revolucionar el sector aéreo. Hoy mantienen las mismas intenciones y no dudan en batallar con las convencionales en varios frentes: rutas transoceánicas, servicios a bordo gratuitos, programas de fidelidad adaptados... ¿quién da más?



Por **Eva López Alvarez**

Durante mucho tiempo aquellas compañías que habían llegado para revolucionar el sector aéreo proponían aeropuertos secundarios, malos horarios y vuelos incómodos. Cuando las aerolíneas convencionales copiaron sus modelos de negocio decidieron seguir dando batalla en áreas que parecían más que difíciles de conquistar: las correspondientes al viajero profesional y las que conectan continentes.

En ambas las *low cost* están ganando terreno a pasos agigantados: para el viajero *business* no solamente han acondicionado el interior de las cabinas con una clase adaptada. La estructura de tarifas permite ofrecerles flexibilidad y, de cara a sus empresas, programas concebidos para optimizar inversiones son ya una realidad.

La ampliación del mapa de rutas, teniendo cada vez más en cuenta los intereses empresariales, incluirá próximamente vuelos transoceánicos: un espacio que les parecía prohibido por los modelos de avión utilizados hasta ahora. A bordo, y en cualquier distancia, desde *wi-fi* gratuito a comida de calidad. Ya no hay servicio durante el vuelo de una compañía convencional que no sea ofrecido por una de bajo coste.

Sigue pendiente en la mayoría de los casos el acceso a los salones VIP del aeropuerto. Pero las *low cost* ya han demostrado con creces que no hay horizonte demasiado lejano ni desafío que las frene.

QUEREMOS SABER...

- ✈ ¿Qué define la oferta de su compañía?
- 🔍 ¿Qué representan para ustedes las empresas y su demanda?
- ★ ¿Hacia dónde va su aerolínea?

Prisca Dorie Directora de Ventas España de Norwegian
“Somos la compañía que más crece en España”



✈ El concepto de Norwegian se basa en ofrecer precios asequibles y una experiencia de viaje notable: aparte de aviones nuevos, comodidad y espacio entre asientos—de medidas escandinavas—, somos la única aerolínea basada en España que ofrece *wi-fi* gratis, una herramienta fundamental para los viajeros de negocios.

🔍 Norwegian es la aerolínea de mayor crecimiento en España con una gran variedad de productos tanto para el viajero de negocios como para el de ocio. El número de empresas que utiliza *low cost* para sus viajes profesionales está en continuo crecimiento. Por este motivo hemos desarrollado dos tipos de acuerdos: Corporate Bonus y Direct Discount. Con Corporate Bonus las empresas pueden beneficiarse de descuentos en todos los billetes comprados y los Cashpoints acumulados se pueden utilizar para pagar próximos viajes. Con Direct Discount reciben descuentos directos sobre todos los vuelos operados por Norwegian. Ambos acuerdos son gratuitos y no requieren un volumen mínimo de viajes.

★ En 2016 Norwegian transportó 29,3 millones de pasajeros en todo el mundo, de los que 6,82 millones viajaron desde España (con un incremento interanual del 30%). La previsión de crecimiento es muy alta gracias al lanzamiento de rutas transatlánticas desde Barcelona a EEUU (Los Ángeles, San Francisco (Oakland), Nueva York (Newark) y Miami (Fort Lauderdale). En la primera mitad de este año empezaremos a operar ocho nuevas rutas entre España y Alemania—aeropuertos de Düsseldorf y Hannover— así como continuaremos con la ruta a Reikiavik que iniciamos a finales de 2016 con dos frecuencias semanales desde Madrid y Barcelona. Desde Barcelona, y a partir del 28 de marzo, aumentamos de dos a tres frecuencias semanales.



QUEREMOS SABER...

- ✈️ ¿Qué define la oferta de su compañía?
- ✍️ ¿Qué representan para ustedes las empresas y su demanda?
- ★ ¿Hacia dónde va su aerolínea?

Andrés Martínez Director de Marketing de Interjet

“Nuestros clientes corporativos cuentan con un programa exclusivo”

✈️ Ofrecemos un concepto innovador de “alta eficiencia” con un servicio de gran calidad a precios accesibles. Interjet nació con la idea de hacer las cosas de manera diferente, ofreciendo un servicio diferenciado de alto valor con beneficios adicionales sin coste para nuestros pasajeros, como una mayor comodidad. Somos la aerolínea en México con más espacio entre asientos; no sobrevendemos, una vez adquirido el billete el cliente tiene asegurado su lugar... Todos nuestros pasajeros pueden facturar hasta 50 kilos de equipaje –75 con tarifa Priority– y ofrecemos bebidas y *snacks* en todos nuestros vuelos.

✍️ Para los clientes corporativos creamos un programa exclusivo llamado Interjet Negocios con el que tienen acceso a tarifas sumamente competitivas, facilita la administración de su presupuesto de viajes y ofrece tarifas garantizadas los 365 días del año en toda nuestra red. Incluso pueden contratar nuestro producto chárter con horarios, servicio más personalizado, mostradores exclusivos y excelente servicio a bordo.

★ La estrategia de Interjet en sus inicios fue competir en el mercado doméstico mexicano, por lo que ahora cubrimos prácticamente todo el país. Gracias al apoyo de nuestros clientes nos hemos convertido en una pieza clave del mapa aéreo americano, transportando a más de 65 millones de personas. Volamos a seis países: Colombia, Costa Rica, Cuba, Guatemala, Estados Unidos (Chicago, Dallas–Fort Worth, Houston, Las Vegas, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Orlando-Sanford, San Antonio) y Perú. Este año recibiremos trece nuevas aeronaves entre las que destaca nuestro primer Airbus A320 Neo, lo que nos dará oportunidad de continuar con nuestra estrategia de apertura de nuevas rutas incluyendo destinos en Canadá, así como la ampliación de frecuencias en las rutas en las que actualmente operamos.



QUEREMOS SABER...

- ★ ¿Qué define la oferta de su compañía?
- ✍️ ¿Qué representan para ustedes las empresas y su demanda?
- ✈️ ¿Hacia dónde va su aerolínea?

David García Director Comercial de Vueling

“Para nosotros el cliente *business* es esencial”

✈️ La oferta de Vueling está basada en ofrecer una amplia red de más de 130 destinos en toda Europa, norte de África y Oriente Próximo al mejor precio. Pero además, contamos con otros elementos diferenciadores con respecto a la competencia como los vuelos en conexión desde Barcelona y Roma (Fiumicino), acuerdos de código compartido con aerolíneas como Iberia, British Airways, American Airlines, Qatar Airways o Latam, entre otras, y un programa de fidelización para nuestros clientes habituales.

✍️ Para nosotros el cliente *business* es esencial, a día de hoy representa en torno al 30% del total de nuestros pasajeros. Por eso parte de nuestra estrategia se centra en ofrecer un producto específico que atienda a sus necesidades. Ejemplo de ello es la tarifa Excellence, diseñada para garantizar mayor agilidad en la gestión de reservas, ofrecer flexibilidad al viajero ante posibles cambios de última hora y garantizar mayor comodidad a quienes pasan mucho tiempo en aeropuertos y aviones.

★ Vueling encara su décimo tercera temporada de verano europeo (de mayo a octubre) con un importante plan articulado en torno a la experiencia del cliente y la excelencia operativa. Contaremos con más de 350 rutas y una flota con más de 110 aviones, todo en línea con el objetivo de seguir afianzándonos como una de las *low cost* de referencia en Europa, para lo cual contamos también con el fuerte respaldo y el apoyo del grupo IAG.



QUEREMOS SABER...

- ¿Qué define la oferta de su compañía?
- ¿Qué representan para ustedes las empresas y su demanda?
- ¿Hacia dónde va su aerolínea?

Trevor Martin Director Comercial de Iberia Express

“Somos la única *low cost* que alimenta un *hub* : el de Iberia en Madrid”

El valor diferencial de Iberia Express en el mapa del sector de transporte aéreo en Europa es que somos la primera y única aerolínea *low cost* que, a la vez que compete en su segmento, alimenta un *hub*: el de nuestra matriz Iberia en Madrid. Aportamos tráfico de conexión a sus vuelos de largo radio de forma eficiente. Tenemos un modelo híbrido de negocio que nos permite competir con otras operadoras de este segmento manteniendo altos estándares de calidad y servicio, con la oportunidad de adquirir servicios complementarios. Nos consideramos una *low cost high quality*.

Alrededor de un 30% de nuestros pasajeros afirma desplazarse por negocios. Ofrecemos distintos tipos de tarifa en función de sus necesidades, desde las más competitivas propias de una *low cost* hasta aquéllas que comprenden todas las ventajas de la clase *business*, pasando por las que ofrecen la adquisición de servicios complementarios. Además de estas tarifas, el cliente recibe un servicio en el que prima la excelencia en la calidad de nuestros servicios y la puntualidad, como lo demuestra el reconocimiento que hemos conseguido por tercer año consecutivo como la compañía *low cost* más puntual del mundo.

Iberia Express sigue apostando por mantener la excelencia en las rutas que operamos actualmente, atendiendo a las demandas de los usuarios gracias a una amplia red de conexiones de medio y largo radio. Asimismo nos enfocamos en identificar nuevos destinos que pueden ser interesantes para nuestros clientes y buscamos ofrecer una experiencia diferencial en el viaje, no solo durante el vuelo, sino desde el momento de la compra del billete a través de servicios como el Club Express, donde el viajero puede obtener ventajas y promociones exclusivas, o el Club Express Onboard, la plataforma de entretenimiento a bordo disponible en toda nuestra flota.



IBERIA
EXPRESS

ESTRENAMOS NUEVOS DESTINOS

CARDIFF - CERDEÑA CRETA



iberiaexpress.com

