

El Tema del Día



dara, y varios expertos y directivos del sector consultados por este diario. Y es que cada vez está más claro que la crisis de demanda y de confianza que seguirá a la pandemia del coronavirus se va extendiendo en el tiempo, obligando a las compañías a reducir capacidad, ajustar plantilla y bajar los precios para animar a la población a volver a volar.

“No tenemos dudas de que es necesario un poco de estímulo para conseguir que parte del mercado viaje nuevamente”, aseguró Joyce, tras anunciar que las tarifas de la ruta Sidney-Melbourne bajarán a los 12 dólares para “persuadir al público para volar de nuevo tras la pandemia”. En Europa, Ryanair ya ha reconocido que el año 2020 y el 2021 “no son para ganar dinero” sino para recuperar la actividad y activar la demanda con precios bajos. Por ejemplo, easyJet ya ha puesto a la venta billetes, hasta la primavera de 2021 incluida, con unas tarifas muy competitivas (trayectos a 24 euros) y ofertas para facturar la maleta por un euro.

“Es muy incierto saber cómo se van a comportar las tarifas y la demanda a futuro. Es imposible prever cómo van a evolucionar, aun-

que a corto plazo es razonable pensar que van a bajar”, asegura Gándara, también director general de easyJet a este diario.

Según una encuesta publicada por la asociación IATA, al menos el 40% de los viajeros frecuentes prevé esperar hasta seis meses para volver a volar una vez pase la emergencia sanitaria por la crisis económica y el temor a ser contagiado. Así, las compañías aéreas ya adelantan una recuperación en L asimétrica y no esperan que el tráfico de pasajeros recupere los niveles precoronavirus hasta 2023. “Aunque los mercados puedan abrirse de manera lenta, la situación de debilidad de la demanda llevará a las aerolíneas a bajar precios para estimular el mercado. Por otro lado, la inevitable concentración de las aerolíneas en sus bases y rutas de mayor volumen puede generar un ambiente altamente competitivo en algunas rutas y mercados, lo que también se traduciría en precios bajos”, explica este diario Pere Suau-Sánchez, profesor de UOC y asesor en transporte aéreo.

Pese a que todas las empresas han anunciado recortes en la capacidad (flota, rutas, plantillas) para adaptarse a la nueva normalidad, lo cierto es que seguirá habiendo mucha capacidad en el mercado que dificultará subir los precios. No en vano, las aerolíneas empezaron la crisis

del coronavirus con una sobrecapacidad en el mercado y planes para frenar los ritmos de crecimiento ante el leve enfriamiento de la demanda que se empezaba a registrar y la guerra de precios que se ha vivido en los últimos años.

Ante la dificultad para subir los precios de los billetes, las aerolíneas europeas piden a los gobiernos que no impongan la distancia social dentro de los aviones. Bloquear el asiento de en medio en un avión de pasillo único (A320 o 737-900) implica

Los precios de la electricidad están en mínimos de 16 años y abrirá una guerra de ofertas

reducir la capacidad máxima de la aeronave al 63%, lo que eleva el coste unitario por pasajero un 50% hasta los 128 dólares. Según IATA, para que las aerolíneas europeas pudieran compensar el alza de los costes unitarios por las restricciones deberían subir los precios de los billetes un 49%, algo que, según señala, tienen muy difícil conseguir por la atonía en el mercado que se espera este año y el que viene. Así, IAG, que va empezar a recuperar la actividad en julio, espera cerrar 2020 con un 50% de los pasajeros transportados

en 2019 y Ryanair con 100 millones de viajeros, un 35% menos que el año pasado.

Energía



Otro de los sectores que afrontará una batalla de precios en la vuelta a la normalidad será el sector eléctrico.

Los precios de la electricidad en el mercado mayorista se han hundido a lo largo de estos dos últimos meses hasta llegar a unas cifras mínimas de los últimos 16 años, según indicó ayer Facua. La rebaja en el recibo medio se situó en el 12%, pese al incremento de consumo provocado por el confinamiento y el teletrabajo.

Esta situación provoca que todos aquellos clientes que están ahora mismo en el mercado libre están pagando la electricidad notablemente más cara que los que permanecen en la tarifa regulada o PVPC.

Ante esta situación se espera que las comercializadoras puedan lanzar agresivas campañas comerciales para incrementar su cuota de mercado aprovechando todos los clientes del mercado libre que no tengan contratada una permanencia. Además, muchas tendrán que luchar para incrementar los ingresos por la caída que puede haberles provocado los cambios norma-

tivos aprobados por el Gobierno a principios de abril. Además, se espera que los precios del mercado mayorista se espera que vuelvan a subir en los próximos meses cuando se recupere la demanda pero la necesidad de mantener el mayor número de clientes en el mercado liberalizado provocará una guerra de ofertas bien para ganar nuevos clientes que provengan del mercado regulado o para tratar de retener a los actuales.

En el caso del gas natural, el Gobierno ha prácticamente congelado la evolución de los precios al alza, un extremo que no tiene mucha importancia porque la tendencia del mercado es bajista. Esta situación puede animar también a los que tengan mejores condiciones de compra de gas a pelear por una mayor cuota de mercado.

En el caso de los carburantes, la batalla comercial será menor. Las compañías están sufriendo la caída de precios del petróleo y se espera que no den grandes alegrías en sus márgenes. No obstante, el carburante seguirá utilizándose por parte de las grandes petroleras como arma para ganar clientes en el sector eléctrico, mediante ofertas convergentes.

La fuerte caída del consumo, no obstante, ha servido para comprar carburantes en un momento de precios bajos y que se podrá vender en plena recuperación, lo que dará alas a las petroleras.