

Instantánea del sector aéreo

Sobrevolando cambios

Las inversiones en infraestructura, el debate sobre los nuevos modelos regulatorios y de gestión y la tendencia hacia la especialización marcan la pauta en el panorama aéreo español. El crecimiento está asegurado en 2007, pero a un menor ritmo

Junto con el crecimiento de las *low cost*, “el sector aéreo cierra 2006 con un 6,8% más de billetes vendidos (21 millones) y un aumento del 11% de las ventas (5.346 millones de euros)”. Son palabras de Jean Charles Odelé, director general de IATA en España y Portugal, pronunciadas en la jornada ‘IATA: Industria Aérea en España 2007’ celebrada en enero en Madrid, que contó con la participación de destacados agentes del sector. En los últimos años se ha vivido una época de mucho movimiento: la privatización de compañías aéreas públicas, la irrupción y el desarrollo de las *low cost*, la convivencia de aeropuertos públicos y privados y la evolución de una

Nuevos retos para el sector
Crear capacidad y mantener bajos los costes para atraer a más aerolíneas son los desafíos para el sector aeroportuario español, inmerso en programas de ampliación.

IATA reguladora hacia un regulador central a instancias de la UE. El billete electrónico toma el relevo al de papel y el modelo de comisiones evoluciona hasta casi desaparecer en beneficio del *service fee*. Hemos asistido a fusiones y adquisiciones, compraventa de agencias *online*, aparición y desaparición de *low cost*... Los grandes inversores apuestan por la industria y la concentración se impone. En España sólo las agencias de viajes al uso y las pequeñas *online* escapan a este proceso. Todo augura que la industria aérea seguirá cogiendo altura en los próximos años, aunque a menor ritmo.

Una red competitiva

España vive sus años dorados en materia de transporte aéreo, un sector en alza que crece tres puntos por encima de la media mundial y dos de la europea. Nuestro liderazgo en Europa en materia de infraestructura aeroportuaria garantiza el crecimiento. Según el Plan Estratégico de Infraestructuras de Transporte del Ministerio de Fomento, el tráfico aéreo se duplicará de aquí a 2020, periodo en el que se prevé una inversión de 16.000 millones de euros en aeropuertos. El Ministerio prepara un plan de modernización, que supondrá la creación de una Agencia Estatal de Seguridad que ejerza como un regulador eficiente. El pasado año pasaron por los 47 aeropuertos españoles 193,2 millones de pasajeros, un 6,6% más que en 2005, frente al 5,5% de media europea. Ba-



Aeropuerto de Loui (Bilbao)

rajas y El Prat brillan entre los grandes terminales europeos que más crecieron en 2006, con un 8% (45,5 millones de pasajeros) y un 10,5% (30 millones), respectivamente. “Los retos –señala Javier Marín, director de aeropuertos de Aena– son crear capacidad, que es el gran problema en Europa, y mantener bajos costes para atraer a las compañías aéreas”. En capacidad España goza de una situación privilegiada. La T4 ha permitido que Barajas pase de 78 a 90 slots a la hora y espera llegar a 120. La nueva pista abierta en El Prat en 2004 ha incrementado el número de slots de 52 a 62 y cuando estrene terminal, a finales de 2008, podrá alcanzar los 90. Madrid y Barcelona se posicionan entre los grandes hubs con más posibilidades de crecer en Europa. Otros aeropuertos, como los de de Málaga, Valencia, Alicante,

Zaragoza o Tenerife, están sujetos a programas de ampliación que darán fruto en los próximos meses y años. “Creemos –continúa Javier Marín– que una red amplia es la mejor opción para el negocio actual, donde las aerolíneas cambian rápidamente de estrategia”. En materia de tasas aeroportuarias España compite con una media por pasajero inferior a la europea. Además, se anuncia una rebaja en los precios por *handling* y una mejora de la gestión con nuevas concesiones y licencias. Sobre el horizonte planea un nuevo marco regulatorio propiciado por la

El Prat y Barajas se posicionan entre los grandes ‘hubs’ con más posibilidades de crecer en Europa

UE que afectará a temas básicos como la capacidad aeroportuaria, las tarifas y el *handling*. “La tecnología será clave para optimizar infraestructuras y el desarrollo sostenible del transporte aéreo a nivel de seguridad y medioambiente”, concluye Marín.

Hacia un modelo híbrido

Sobre la mesa está el modelo de gestión de aeropuertos que prenderá en España. A juicio de Manuel López Colmenarejo, director comercial de Iberia, “se dan dos tipos de aerolíneas que, a su vez, determinan dos tipos de aeropuertos. Las compañías de red dan lugar a los aeropuertos *hub*, más orientados a ingresos y largo recorrido. Las *low cost* operan en aeropuertos secundarios con el modelo punto a punto, donde la prioridad es el coste. Avanzamos hacia la hibridación de ambos modelos”.

Asignatura pendiente
Frente al 70% de billetes electrónicos empleados en 2006 aún hay 67 aerolíneas sobrevolando Europa que sólo funcionan con los billetes de papel.

Álvaro Middelmann, director general para España y Portugal de Air Berlin, considera que “las apetencias de los gobiernos autonómicos son patentes y nos preocupa que Aena, que ha funcionado razonablemente bien, pase a ser dividida en 17 aenitas”. Del modelo resultante también están pendientes los aeropuertos privados en marcha: Don Quijote, cuya pista estará lista en verano; el de Castellón, en construcción; o el que acaba de salir a concurso en Murcia. A juicio de Rafael Echevarne, director de marketing y desarrollo de negocios de Don Quijote Airport, “el problema es que en España no existe un marco legal adecuado para su desarrollo”. Una vez cumplido el objetivo IATA de llegar al 70% de billetes electrónicos del total vendido a finales de 2006 la siguiente meta es lograr el 100% a ▶



JEAN CHARLES ODELÉ. El director general de IATA para España y Portugal confirmó el incremento del 6,8% de los billetes aéreos vendidos en 2006, que sumaron 21 millones de títulos de transporte en todo el mundo por un importe de más de 5.300 millones de euros.

► finales de 2007, lo que supondrá un ahorro de 3.000 millones de dólares al año. El billete electrónico alcanzó en 2006 un 64,1% a nivel global, un 74,74% en Europa y un 88,30% en España, que se sitúa en cabeza. Pero todavía queda camino por recorrer. De las 158 aerolíneas que sobrevuelan el mundo, sólo en Europa hay 67 que no operan con billete electrónico. Remediar esto es el proyecto estrella del programa 'Simplifying the Business' de IATA, donde se trabaja en otros cuatro frentes: tarjetas de embarque con código bidimensional, máquinas de autofacturación de uso compartido, la eliminación de documentos de papel en carga y el uso de frecuencias de radio en el control y el manejo de equipajes (RFID).

La revolución de las 'low cost'

El bajo coste ha estimulado el crecimiento de la industria gracias a un cambio de modelo que ha permitido volar a más gente y activar la demanda del transporte. Su concepto se ha extrapolado a otros sectores turísticos (hoteles, coches, cruceros...) y su presión sobre las aerolíneas tradicionales es decisiva en la bajada de tarifas y el establecimiento de terminales reservadas a su uso. Aunque últimamente se percibe una convergencia de modelos. Según el Instituto de Estudios Turísticos, en noviembre de 2006 las *low cost* acaparaban casi un 31% de las llegadas, lo que supone un crecimiento del 11% con respecto a 2005, aunque inferior al 23% del año anterior. Hoy mueven casi al 25% de los pasajeros que pasan por

Las cifras del bajo coste

En noviembre de 2006 las 'low cost' acaparaban cerca de un 31% de las llegadas a los aeropuertos españoles. Hoy controlan casi el 25% del tráfico de pasajeros en España.

Introducir el concepto de valor en sus servicios y hacerse con los contenidos de las 'low cost' son algunos objetivos de los GDS

nuestros aeropuertos. En España operan unas 40 compañías de bajo coste. Air Berlin, Aer Lingus y Vueling salieron a bolsa el año pasado y Clickair lo hará durante 2007. Se dice que la rentabilidad de Ryanair, Easyjet y Air Berlin duplica la del sector. Por otro lado, V Bird, Air Madrid, Loco Flights y Air Asturias cesaron en 2006.

La aportación que los GDS pueden ofrecer al sector del bajo coste, además de un avance tecnológico, es fundamentalmente la introducción de elementos de valor en sus productos y servicios. "Los GDS ofrecen a nivel mundial unos 400.000 puntos de venta. Es una red inmensa de ventas cuya extensión y flexibilidad quisieran muchas industrias", apunta Paul de Villiers, director general de Amadeus España. "Las líneas aéreas necesitan una manera de diferenciar el valor que aportan. Amadeus flexibiliza precios en función del valor de sus servicios, porque no es lo mismo vender un billete en un país lejano, donde la línea aérea no tiene red de ventas, que en su propio mercado", prosigue De Villiers.

La intermediación a debate

En España, el 80% de las ventas de las líneas aéreas se realizan a través de agencias de viajes, para las que las reservas aéreas aún suponen el 70% del negocio y el 90% del de las *online*. Mientras que en Europa las grandes agencias acaparan el 60-80% de la facturación, en España esa cifra baja hasta el 50%.

En 2007 se espera un aumento de la concentración del sector con fusiones, adquisiciones y lanzamientos en Internet. El crecimiento de las agencias *online* se ralentizará, mientras las más grandes tienden a la concentración. Como asignatura pendiente está el desembarco inminente de las americanas. Internet y las *low cost* han dado un vuelco al mercado de la distribución. Las aerolíneas luchan por conseguir cuota en el canal directo a través de la vía *online*, por lo que este canal y la

venta indirecta de las agencias *online* son los que experimentarán el mayor crecimiento.

"El producto aéreo está muy estandarizado y el precio ejerce como único factor diferenciador, lo que convierte al sector turístico en un todos contra todos", apunta Miguel Ángel Jiménez, director general de Viajar.com. A su parecer, "la venta directa ha sido siempre muy cara, y también lo es a través de Internet, que requiere una gran inversión en tecnología y marketing".

Época de cambios

El polvorín estalló en 2004 con el comienzo de la batalla de las comisiones y la implatación de los *service fee*. La ley de contrato de agencia establece un marco legal donde la retribución que las partes pacten es obligada. José Luis Navasqués, abogado de Asesores y Consultores Aeronáuticos, precisa que tal y como evoluciona el mercado se tiende a que "el agente no reciba retribución directa de la compañía aérea. Habrá que preguntarse en qué modelo contractual nos encontramos y si encaja dentro del marco legal existente".

La especialización y el valor añadido son los elementos que garantizarán la supervivencia de las agencias

"Para nosotros –argumenta Alberto Mestre, subdirector de Business Travel de American Express– el cambio de modelo pondrá de manifiesto el valor que aporta cada jugador. El usuario será más consciente del valor añadido que aportamos frente al mero vendedor de billetes o plazas de hotel. La cuestión es cuantificar ese valor".

Especialización y valor añadido garantizan la supervivencia de las agencias de viajes. En los vuelos de corto radio se prescinde cada vez más de la intermediación en favor de la compra directa pero, conforme se agranda la distancia, el usuario demanda prescripción. "Las líneas aéreas –comenta De Villiers– realizan el 17% de sus reservas vía *online*, pero éstas sólo representan el 10% de los ingresos. Eso confirma que la gente que compra *online* compra lo más sencillo y lo más barato". □



PAUL DE VILLIERS. El director general de Amadeus España asegura que aunque "hasta ahora algunas *low cost* han crecido sin contar con nosotros ni con las agencias, pero que esto cambie es sólo cuestión de tiempo, aunque tendremos que adaptarnos a su forma de trabajar".