



Billetes electrónicos. IATA fija el 31 de diciembre de 2007 como último día en que aerolíneas y agencias de viajes podrán emitir billetes de papel. Mientras, las compañías ferroviarias, el 'rent a car' o el transporte por carretera se suman al carro para reducir costes

El 'e-ticket'

El billete de papel ya es historia

Rápido, ágil y barato. El billete electrónico es ya una realidad en las líneas aéreas, pero también en hoteles, trenes, barcos o alquileres de coches. La mayor parte de las compañías han convertido ya en historia la emisión de billetes en papel en la búsqueda continua de la reducción de costes y la mejora de la productividad. Un hecho especialmente importante en España, segunda potencia mundial del turismo y receptora de más de 58 millones de turistas en 2006.

Las empresas han convertido a los billetes electrónicos en aliados para ahorrar costes y trámites administrativos, mientras los clientes ven reducidas las incómodas esperas, principalmente en las modificaciones de las reservas, tiempos de embarque y acumulación de documentación. La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) calcula que sólo las aerolíneas descienden sus gastos en 3.000 millones de dólares anuales con su uso. Su efecto económico es más que notable en un sector como el turístico, que movió más de 43.000 millones de euros el año pasado, tras registrar un crecimiento superior al 8%, porcentaje que se eleva al 10% desde 2003.

Además, en una de las últimas encuestas realizadas por IATA sobre compañías aéreas queda reflejado cómo se va imponiendo la nueva modalidad, ya que casi nueve de cada 10 pasajeros prefiere el billete electrónico al de papel. Las razones van desde la desaparición física de la documentación (un 74% de los casos) a la confirmación inmediata de las compras o la facturación (64%).

El *e-ticket* o billete electrónico no es más que un localizador de la compra que las empresas dan al cliente con un código y que se puede comprar tanto por Internet como

¿Qué es un 'e-ticket'?

Se trata de un localizador de compra que la empresa da al cliente. Este código se facilita, junto a una identificación, a la hora de viajar, alquilar un coche o llegar a un hotel.

en agencias de viajes. El código se emplea a la hora de embarcar, pedir una habitación de un hotel o solicitar un coche de alquiler. En muchos casos sólo es necesario un documento con el que se acredite la identidad del pasajero de forma oficial para hacer efectiva la compra, lo que mejora notablemente su comodidad. No obstante, y por motivos de seguridad, se recomienda conservar el localizador para evitar sorpresas de última hora.

Aterrizaje con la gran crisis

La idea de generalizar el uso del billete electrónico surge en 2001 ante la mayor crisis de la historia del sector aéreo, motivada por el ataque terrorista a las Torres Gemelas del World Trade Center. En apenas un par de años, las aerolíneas se deciden a implantar un sistema que simplifique los procesos y en 2004 la idea ya es una realidad. Poco a poco el concepto va imponiéndose con buenos resultados y salta a otros sectores turísticos.

Hoy en día más del 70% de los billetes aéreos que se emiten en Europa son electrónicos, porcentaje que escala hasta el 89% en España. Según IATA, este año se cierra la transición y en 2008 sólo existirán los *e-tickets* en la mayor parte del mundo. Iberia asegura que ellos cumplirán los objetivos y dejarán de tener billetes físicos a final de 2007, diez

El 70% de los billetes aéreos que se emiten en España el porcentaje se eleva al 89%. Según IATA, en 2008 habrán desaparecido los billetes de papel en la mayor parte del mundo, aunque algunos países se resisten



años después de que emitiera el primer billete electrónico. Ahora la modalidad electrónica se puede utilizar en todos los destinos nacionales y en 60 internacionales, mientras que sólo cuatro de ellos (Argel, Nápoles, Pisa y Gibraltar) han quedado fuera. A cierre de 2006, el 95% de los casos el pasaje era virtual mientras se aumentan la cartera de vuelos combinados con Iberia que emplean esta fórmula. All Nippon Airways y Singapore Airlines han sido las últimas en sumarse, con lo que ya pasa de la treintena el número de compañías en las que se pueden realizar vuelos interlinea sin un solo papel.

En su lucha por fomentar el billete electrónico Iberia, Air Europa y Spanair decidieron el año pasado imponer un recargo de 15 euros para los billetes en papel, una medida no exenta de polémica y que incluso ha llegado a los tribunales. Las tres compañías coinciden en que la transición hacia el 100% de *e-tickets* se cerrará "en breve" y seguramente antes de que venzan los plazos. En paralelo, y como otra fórmula para simplificar los procesos, Iberia comenzó a implantar máquinas de auto *check-in* en los aeropuertos para viajeros sin equipaje que facturar. Además, el empleo masivo de las nuevas tecnologías ha

recibido un fuerte impulso de las aerolíneas de bajo coste, que abaratan hasta el máximo los gastos para abrirse un hueco en un mercado maduro y fuertemente castigado por las subidas del precio del petróleo. En España, según el Ministerio de Industria, las *low cost* transportaron más de 17 millones de pasajeros procedentes del extranjero, gran parte de los cuales llegaron sin pasajes en papel.

El ejemplo chino

Aunque en Europa el billete electrónico es ya una realidad, ha sido China quien ha decidido convertirse en el primer país en emitir el 100% de los billetes de avión en este formato virtual. El Gobierno chino sólo permite la emisión de un billete de papel en tres casos: niños, militares minusválidos y pequeñas poblaciones en las que, por causas técnicas, sea imposible.

El camino hacia el *e-ticket* en China ha sido ejemplar, según IATA, ya que hace tan sólo un año apenas un 10% de los pasajes aéreos se emitían bajo este formato. Aun así, se sigue trabajando en fomentar la confianza de los clientes, la operatividad de las agencias de viajes y los sistemas de reembolso, aún precarios en la mayor parte de los casos.

China, el primero
Hace un año sólo el 10% de los pasajes aéreos emitidos en China eran electrónicos. Actualmente sólo los niños, los militares minusválidos y en algunas pequeñas poblaciones utilizan el billete de papel.

► Las autoridades del país asiático se muestran convencidas de que la idea permitirá compensar la subida del precio del petróleo, cuyo encarecimiento elevó las pérdidas de las aerolíneas chinas por encima de los 400 millones de euros en 2006.

Al contrario que en China, países como Rusia y algunos de Oriente Medio mantienen las puertas cerradas al billete electrónico, catalogado allí como ilegal. IATA intenta convencer a las autoridades del Kremlin de los beneficios de implantar esta nueva forma de viajar aunque, de momento, reconocen que “no hay avances”. Por el contrario, la mayor parte de los países intenta fomentar su uso permitiendo, incluso, a las aerolíneas imponer los citados recargos en la emisión de los billetes en papel.

Un paso más: códigos de barras y ‘check-in’

Tras la generalización del uso del billete electrónico, organizaciones como la IATA desarrollan otros proyectos entre los que destacan el uso de los códigos de barras para los embarques (BCBP en sus siglas en inglés), los quioscos autónomos para *check-in* o el *e-freight* en mercancías.

La utilización de códigos de barras a la hora de embarcar, de máquinas de autofacturación y del sistema ‘e-freight’ para tráfico de mercancías, entre los proyectos de IATA

Con los códigos de barras se prevé ahorrar al menos 2,5 dólares por embarque, lo que supondría una reducción de gastos para las compañías de unos 500 millones de dólares si la cuota de penetración es del 20%. Las previsiones apuntan a que durante los próximos meses se extenderá su uso de las 32 aerolíneas que lo emplean ahora hasta el 80% a finales de 2007, alcanzando un 100% el año que viene.

La implantación del sistema BCBP será, por tanto, algo más rápida que la del propio billete electrónico ya que hace dos

Renfe ha incentivado la venta electrónica con una menor subida de las tarifas de los billetes. El precio de los expendidos en taquilla subió un 4% en enero de 2007, un 0,75% más que para los ‘e-tickets’

años su uso apenas se restringía a EE UU, con un porcentaje de implantación inferior al 10%. La reacción de los pasajeros a su puesta en marcha es favorable, ya que valoran mucho la posibilidad de elegir asiento desde casa.

El *check-in* en quioscos autónomos es otro de los proyectos impulsados desde IATA bajo el nombre de CUSS (Common-Use Self-Service). La organización cree que de esta forma las compañías aéreas se ahorrarán unos 1.000 millones de dólares, con un porcentaje de penetración del 40%. Además, entre los objetivos está la simplificación de los procesos para agilizar los embarques y evitar los retrasos. Durante este año se extenderá el servicio para llegar a 2008 con disponibilidad en 70 aeropuertos, 20 más de los actuales, en los que se ha hecho un importante esfuerzo tecnológico y de formación.

El último proyecto en llegar, junto a la identificación de equipaje por radio frecuencia (RFID), es el *e-freight* que se lleva a cabo en Reino Unido, Canadá, Hong Kong, Países Bajos y Singapur. Con él se prevé simplificar los trámites y documentación del transporte de mercancías antes de 2010. En la actualidad se emplean más de un treintena de documentos cuyo número se reducirá si, tal y como se han comprometido 131 países, se pone en marcha este proyecto.

Incentivo económico

Una vez demostrado el éxito en las líneas aéreas, poco a poco otros sectores se han ido subiendo al carro del billete electrónico atraídos por la mejora de sus cifras. Renfe activó su



El futuro planeado por IATA

Billete electrónico

Archivo que recoge toda la información que antes se imprimía. Ahorro de 3.000 millones de dólares al año.

> 100% de uso en 2007

CUSS

Máquinas de autofacturación que pueden compartir las compañías. > 25 nuevos aeropuertos en 2007.

‘E-freight’

Elimina en un 80% los documentos en papel para el envío de carga aérea. Cinco países participan en el programa piloto en 2007.

> Uso del 100% en los países que se pueda en 2010.

BCCP

Códigos de barras para tarjetas de embarque. Facilita la impresión y reduce el coste. 100% de aerolíneas capacitadas para emitirlos en 2008.

> 100% de uso en 2010.

RFID

Seguimiento de los equipajes a través de chips de silicón en las etiquetas. Presentación del plan de acción en junio de 2007.

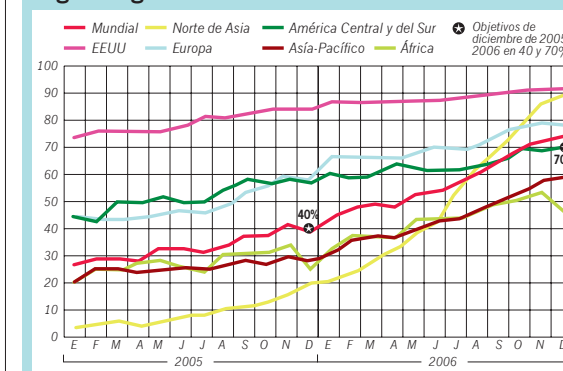
> Investigación de nuevos usos.

Bono electrónico

Las empresas de ‘rent a car’ también se han apuntado a este modelo de billete y emiten, a través de los sistemas de reservas, bonos electrónicos que simplifican el alquiler de vehículos.



Porcentaje de billetes electrónicos por regiones según origen de la aerolínea



Fuente: IATA

Todos electrónicos a principios de 2008

En tan sólo un año, la media mundial de billetes electrónicos pasó del 40% al 70% en 2006. IATA ha previsto que durante 2007 la transición se complete totalmente.

sistema *online* en mayo de 2000 y seis años después puso en marcha el billete electrónico. En la primera mitad de 2006 vendió el doble de billetes electrónicos que en el ejercicio anterior, permitiendo que su filial Tiknet sume ya el 5,5% del número de asientos totales que facturó la compañía. Desde enero de 2007 envía al móvil del cliente un sms con el código del billete.

Además, la estrategia comercial de la empresa ferroviaria en vigor desde el pasado 15 de enero también incentivaba la implantación del nuevo modelo con menores subidas de tarifas. El precio de los billetes de Renfe en papel subió un 4%, mientras que en los electrónicos se limitó al 3,25%.

Alquiler de coches

Por su parte, empresas de alquiler de vehículos como Avis, Hertz, National Atesa o Europcar facilitan el denominado bono electrónico de alquiler de coches a través de los sistemas de reservas. Como ejemplo, en diciembre de 2006 el 58% de las reservas de alquiler de coches realizadas a través de Amadeus fueron en formato electrónico. Este es un sistema que ha tenido una rápida acogida entre las compañías de alquiler de vehículos porque simplifica enormemente los procesos de reservas y alquiler de automóviles, pues con sólo un localizador se obtiene toda la información necesaria.

Otros medios de transporte aún andan un paso rezagados y tardarán al menos un par de años en alcanzar las tasas de penetración alcanzados por las aerolíneas. Sin embargo la opción de comprar el billete electrónico está ya disponible en un elevado número de compañías españolas de transporte regular por carretera. De media, la posibilidad de elegir asiento, no hacer cola en las taquillas y presentarse en el autobús con un localizador y un documento de identificación eleva en un euro el precio del billete como gastos de gestión.

Además, se suceden experiencias como la de la naviera Princess Cruises que, desde el otoño pasado, realiza todas sus operaciones comerciales –reservas, ventas e información– de forma electrónica. □

Razones para comprar

ENCUESTA IATA

> Respuestas facilitadas por viajeros que compran billetes electrónicos

71%

> No hay necesidad de llevarlo a la hora de facturar

64%

> Confirmación inmediata de las compras vía e-mail

49%

> Poder acceder al billete en cualquier momento y lugar

34% > Obtener un recibo de la reserva por e-mail