

La Revolución del aire

Por: Sandro Bozzolo

Resumen:

En los últimos años, los ciudadanos Europeos pueden gozar de vuelos entre los diferentes países de la Unión a precios cercanos a un euro. Ventajas como estas son resultado de una revolución desarrollada por compañías aéreas como Ryanair y Easyjet, que fusionando las ventajas de la Internet, acompañada de una política inteligente, están cambiando las costumbres de los viajeros del Viejo Continente.

Hablar de “revolución” en el nuevo sistema de transporte aéreo es apropiado gracias a la llegada de la “filosofía bajo-costos,” los cambios en el sector industrial, comercial y cultural son evidentes sobre todo en el continente Europeo, donde desde hace algún tiempo se busca mayor fusión y cercanía entre países y culturas. Ya no hace falta planificar un viaje detalladamente porque tan sólo con una conexión a Internet y una tarjeta de crédito se puede pasar el fin de semana en cualquier capital europea por un precio asequible y a muy pocas horas de vuelo.

Existen dos razones que son fundamentales al momento de analizar el fenómeno: una es el aumento cuantitativo de los viajeros, y el papel decisivo de la Internet para tomar su decisión de compra y la segunda es la difusión que ha tenido este medio de transporte. Las aerolíneas de bajo costo son un fenómeno que nació en Estados Unidos en los años '70 y que se desarrolló hasta masificarse en Europa, con todas las posibilidades de adaptarse y revolucionar las largas distancias y altos costos con los que se tiene que lidiar en América Latina.

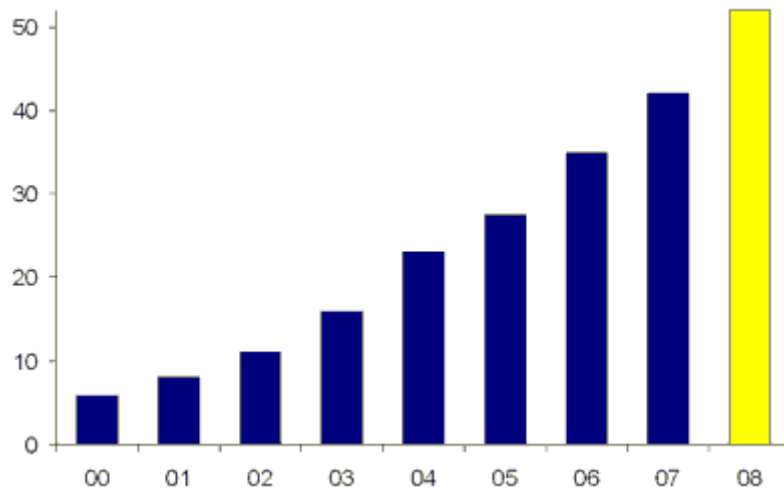
http://empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos.php?id_art=242&id_ejemplar=7&id_sec=6

Cuando compañías como [Ryanair](#) o [EasyJet](#) llegaron al mercado con sus tiquetes a 1 céntimo de euro, mucha gente pensó que aquello no podía ser real y otras tantas personas asociaba el bajo costo de los precios con pocas medidas de seguridad. De repente, en Europa volar resultó ser más barato que moverse en tren y los nuevos aeropuertos que surgieron alrededor de ciudades secundarias fueron vistos no sólo como incómodos, sino también como inútiles.

La mayoría de los primeros clientes que confiaron en esta novedad tenían entre veinte y treinta años, ellos eran personas con economías muy limitadas, porque en su mayoría eran estudiantes o jóvenes con alta formación académica, pero que tardan bastantes años en encontrar un empleo que les ofreciera una remuneración económica significativa.

Hoy en el día según IATA, Ryanair es la mayor compañía aérea en el mundo, y las cifras son claras, en el último año 50 millones de personas viajaron en sus

aviones, y nacieron otras 40 compañías aéreas que llevan cada día a los viajeros en lo que se denomina como bajo-costos. El público objetivo no se limitó solamente a jóvenes sin dinero, sino que se amplió a tal punto que este tipo de aerolíneas son utilizadas por personas con necesidades de trabajo, familiares o de diversión, quienes encuentran hoy una forma de viajar más flexibles que en el pasado.



Ryanair (millones de pasajeros, www.ryanair.com).

Recorte en los precios y no en seguridad

Las dimensiones de las revolucionarias aerolíneas de bajo costos son importantes. Ryanair y EasyJet comprendieron pronto el valor de la Internet a la hora de comercializar su producto y establecer estrategias de precios según la demanda temporal. Captar el mercado de las compañías aéreas consolidadas en Europa no era tarea fácil. Hace unos diez años para Iberia o Lufthansa era impensable que Easyjet, Ryanair o Vueling pudieran disputarle una parte relevante de su cuota de mercado en el ámbito nacional. Tan difícil era este cometido que, por lo general, las aerolíneas de bajo costo debían operar en sus inicios en aeropuertos secundarios; Por ejemplo, para unir Barcelona con Londres se operaba desde Girona -Stansed-Luton, y la distancia de estos aeropuertos hasta los centros de cada una de las ciudades era de 30-40 km aproximadamente, sin embargo esto no inquietaba en lo más mínimo a las grandes aerolíneas.

Para llegar a ofrecer hoy en día tiquetes a 0,01 céntimos de Euro (más impuestos), la política de estas compañías estuvo basada en numerosas formas de innovación, eliminando todos los servicios adicionales para los pasajeros.

El servicio de catering, por ejemplo, con Ryanair y las demás aerolíneas de este tipo, es un beneficio que se debe pagar y la concepción del avión es similar a la de las tiendas en el aeropuerto: no solamente se vende comidas y

bebidas, sino también gadgets, periódicos, billetes de loterías, pasajes de autobús desde el aeropuerto de llegada hasta el centro de la ciudad, servicios de hotel y seguros de viaje. Todo haciendo uso de la menor cantidad de personal posible, siguiendo con la filosofía low-cost que prevé que el pasajero reserve su tiquete en Internet y a través de su tarjeta de crédito lo compre.

Con esta política, empezaron a abrirse nuevos caminos y posibilidades. Si los vuelos iban algunos días vacíos o casi vacíos ¿por qué no llamar la atención ofreciendo vuelos a 19 euros, 1 euro, o incluso gratis?, respondiendo a una campaña de marketing efectiva que era llenar el avión a precios muy bajos.

Buscando una integración total entre la red y las políticas de las compañías, en el 2007 se inauguró el “on-line check-in”, un sistema que permite a quien viaja con menos de 10 kg de equipaje llegar al aeropuerto hasta 10 minutos antes del vuelo. De esta forma es fácil imaginar los ahorros de personal, y también el ahorro en los salarios de los empleados en las compañías de bajo costo, quienes usualmente son jóvenes recién graduados, que manejan edades inferiores al promedio de las compañías tradicionales, gracias a este ahorro de dinero se entienden los resultados positivos en el mercadeo.

Teniendo como base el modelo del “mochillero”, las compañías de bajo costo suelen permitir no más que 15-20 kg de equipaje por cada pasajero, con tarifas muy elevadas (hasta 8 euros) por cada kilogramo excedente. Es la apoteosis de la cultura de la productividad, que puede alcanzar a ahorrar, según los cálculos de sus economistas, de 80-120 euros por viaje. (http://www.expofairs.com/prisma/079/pagina_022.pdf).

Otro factor a destacar es la flota aérea: se utiliza siempre el mismo modelo de avión, usualmente el Boing 737, simplificando los procedimientos de mantenimiento. Además, organizando los vuelos en todas las horas (desde las 7.00 de la mañana hasta las 23:00 de la noche) se consigue bajar los gastos de escalas en otros aeropuertos.

Todo esto sin bajar los niveles de seguridad, que están fijados claramente para la Unión Europea. No obstante la poca confianza de los primeros años, en contraste con el éxito de viajar cotidianamente por los cielos de Europa sin tener el mínimo accidente, contribuyó a garantizar los mismos estándares de seguridad de las compañías tradicionales.

Generación Ryanair

No es difícil imaginarse los profundos cambios en la sociedad después esta revolución de movilidad.

Sin duda, los analistas de la Unión Europea aceptaron con gusto la novedad: solamente hace 20 años, la percepción y relación de los habitantes de Europa como Italianos, alemanes y españoles era nula, y las fuertes diferencias nacionales amenazaban el desarrollo de un sentido común de “pueblo europeo”.

Con el nacimiento de las compañías de bajo costo, surgieron los programas de intercambio estudiantil, creando así, relaciones entre personas, que hasta ese entonces eran vistas como lejanas. Si hace 20 años para un italiano de Milán resultaba difícil tener su novia en Roma, hoy en día es muy fácil y no extraño encontrar a parejas de diferentes países de la Unión Europea. El sueño histórico de un pueblo europeo al fin está cercano a su cumplimiento y las compañías de bajo costo juegan un importante papel en la persecución de este objetivo.

En el ámbito de las relaciones comerciales, también se registran importantes cambios. Con la ampliación de la Unión Europea en los países del Este ocurrida en el 2004, fueron muchos los enlaces que se desarrollaron con los países ex-soviéticos, como la posibilidad de viajar desde Portugal hasta la frontera Rusa con unos pocos euros. Sobre todo en los meses de verano, en el que se registra un importante tráfico de estudiantes universitarios que aprovechan las diferencias económicas entre los 27 países, para ganar dinero extra que le ayude el próximo año en sus países de origen.

Como es fácil imaginar, todavía, las repercusiones más importantes ocurrieron en el sector turístico. Rápidamente desapareció el “autostop”, y en sustitución nació el concepto de “viajero del fin de semana”. El sitio italiano www.zingarate.com, por ejemplo, reúne las experiencias de los empleados que salen de sus oficinas el viernes por la tarde con la mochila lista, a toda prisa llegan al aeropuerto más cercano y viajan para una ciudad europea aún desconocida, para regresar el domingo por la noche y presentarse al trabajo el lunes por la mañana.

¿Cielos latinos a bajo costo?

Después del análisis de la situación Europea, es justo preguntarse si la misma revolución del aire podría transformar también el panorama suramericano.

Las mayores distancias y las barreras naturales que hacen inmenso el territorio latino representan obstáculos que pueden ser cruzados solamente a través del cielo, como lo indica la historia, rica de enlaces entre el aire y el desarrollo de los países suramericanos. Además, las restricciones burocráticas entre los países, donde siguen existiendo visas y tensiones políticas, no ayudan a generar confianza en los posibles inversionistas, quienes no ven solidez en las relaciones internacionales.

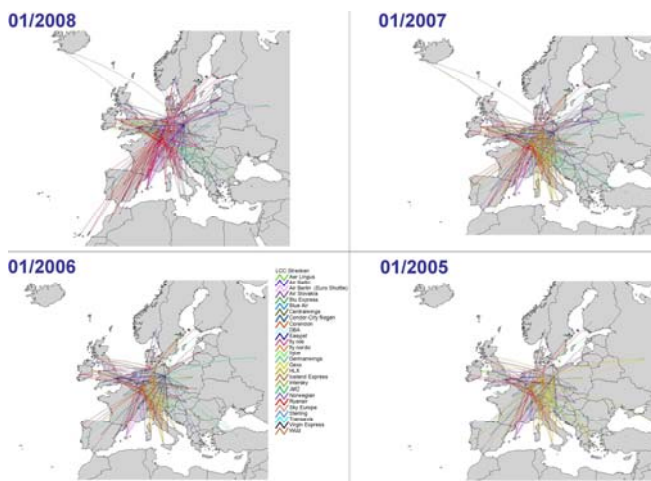
Las infraestructuras también representan un factor importante para el desarrollo del sistema bajo costo. Los aeropuertos actuales, usualmente, ofrecen servicios de primera calidad a los viajeros, quienes deben pagar tasas de tránsito bastante elevadas, en comparación al resto del mundo. Repetir la experiencia europea, construyendo aeropuertos alternos alrededor de las ciudades, puede parecer un gasto inútil para lo cual se necesitaría llegar a un acuerdo, probablemente combatiendo a las aerolíneas tradicionales.

Sin embargo, la mayor dificultad está en la reacción de la gente frente al experimento de este nuevo sistema. Es verdad que en Sur América todavía las transacciones económicas a través de la Web llevan un nivel de desarrollo limitado y solamente ganándose la confianza de la gente, aerolíneas sin oficinas “reales” pueden existir.

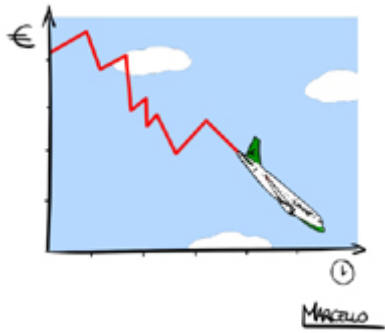
El futuro parece orientarse hacia el mundo del bajo-costo. La brasileña GOL (<http://www.voegol.com.br/>) se creó basada en el esquema de Ryanair o EasyJet: sus pasajes son vendidos en el 80% a través de Internet, y solamente sirven comida fría en los vuelos, técnicamente los aviones pueden detenerse menor tiempo en los aeropuertos, alcanzando las 13 horas diarias en cielo.

¿Y en Colombia? Ya empezaron los rumores sobre posibles revoluciones aéreas (<http://www.primera-clase.com/2007/12/10/easyfly-llega-a-colombia-con-precios-bajos/>), pero la situación actual sigue siendo lejana a una realización próxima del sueño de ínter-movilidad a bajo costo. Además, la construcción del nuevo aeropuerto El Dorado de Bogotá lleva una dirección contraria, y se enfoca en lo que se podría llamarse como esquemas de “primera clase”.

En conclusión, no es utopía esperarse un futuro a bajo costo en Latinoamérica, no obstante las objeciones de los movimientos ambientalistas contra la responsabilidad del incremento de tráfico aéreo frente al calentamiento global. Una mayor movilidad entre los suramericanos puede solucionar al mismo tiempo muchos problemas, según el hilo que une la conciencia de culturas distintas al progreso.



http://www.dlr.de/DesktopDefault.aspx/tabid-1/86_read-12184/gallery-1/gallery_read-Image.1.5291/



www.cafebabel.com



Foto "Ryan invasion" de Paolo Margari.



Foto "Low cost rig in flight" de KAP Cris



Foto from Ryanair's website

Bibliografía:

Hoteles de bajo costo (2006). Extraído el 21 de Mayo de 2008 desde http://empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos.php?id_art=242&id_ejemplar=7&id_sec=6

Low cost: la rivoluzione culturale del volo (2003). Prisma, 79, 22- 23. Extraído el 21 de Mayo de 2008 desde http://www.expofairs.com/prisma/079/pagina_022.pdf

EasyFly llega a Colombia con precios bajos. *Extraído el 22 de mayo de 2008 desde* <http://www.primeraclassa.com/2007/12/10/easyfly-llega-a-colombia-con-precios-bajos/>

Referencias

<http://www.reason.com/news/show/36441.html>

<http://blogs.epi.es/tecnologia/2006/11/11/la-revolucion-de-los-vuelos-baratos-e-internet/>

http://www.dlr.de/DesktopDefault.aspx/tabid-1/86_read-12184/gallery-1/gallery_read-Image.1.5291/

<http://www.elsalvador.com/vertice/2005/140805/deportada.html>

http://www.expofairs.com/prisma/079/pagina_022.pdf