



COMUNICADO

N.º: 58

IATA crea el programa de venta minorista para aerolíneas "Modern Airline Retailing"

6 de diciembre, 2022 (Ginebra) – La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por sus siglas en inglés) ha anunciado la creación del programa "Modern Airline Retailing", dirigido a promover la atención al cliente y a la creación de valor en el sector aéreo. La transformación estará al cargo de un consorcio de aerolíneas líderes que trabajarán en colaboración con IATA: American Airlines, Air France-KLM, British Airways, Emirates, Finnair, Iberia, Lufthansa Group, Oman Air, Singapore Airlines y Xiamen Airlines.

En el entorno actual, la experiencia del cliente se ve afectada por normas, procesos y tecnología de hace décadas, y el sector de aerolíneas debe adoptar prácticas modernas de venta minorista que creen valor adicional para los viajeros y reduzcan las complicaciones de unos requisitos de comprobación de documentos cada vez más engorrosos.

Modern Airline Retailing resolverá este problema y generará oportunidades para crear valor transformando la gestión de ventas de las aerolíneas en un sistema de "ofertas y pedidos" semejante al que utilizan la mayor parte de los minoristas.

"Nuestro objetivo es crear valor para los viajeros atendiendo a sus necesidades. Sabemos que los pasajeros quieren una experiencia digital sin complicaciones y exigen un servicio de calidad, con independencia de cómo hayan adquirido su viaje. Con el respaldo del consorcio mundial de aerolíneas líderes, los próximos años veremos una transformación completa de la experiencia del cliente", señaló Muhammad Albakri, vicepresidente sénior de servicios al cliente, financieros y digitales de IATA.

Transición hacia Modern Airline Retailing

El programa Modern Airline Retailing se construye sobre tres pilares:

Identificación del cliente

- Los estándares del sector, que se basan en la norma [One ID](#), permiten a los pasajeros agilizar su viaje gracias al intercambio anticipado de información y a procesos sin contacto en el aeropuerto basados en el reconocimiento biométrico. Además, este programa también permitirá a las aerolíneas ofrecer una experiencia sin fisuras a través de diferentes canales y puntos de contacto y tener una mayor visibilidad a través de vendedores de viajes con los que tratan.



Venta minorista con paquetes de ofertas

- El cambio va por buen camino: más de una de cada diez ventas de las agencias de viajes procede de la interfaz NDC (nueva capacidad de distribución), y algunas aerolíneas ya realizan más del 30% de sus reservas indirectas a través de este sistema. Los estándares del sector seguirán progresando en las áreas de personalización, precios dinámicos, paquetes que incluyan contenidos de terceros (como los intermodales) y opciones de pago digital. Los viajeros tendrán más opciones y verán el precio total de la oferta, tanto si compran a través del sitio web de la aerolínea como de una agencia de viajes.

Pedidos

- En los pedidos, los viajeros ya no tendrán que hacer malabarismos entre los diferentes números de referencia y documentos (PNR, billetes electrónicos y otros documentos electrónicos), sobre todo cuando se trate de cancelaciones o cambios de itinerario. En el marco del [proyecto ONE Order](#) ya se han elaborado estándares para facilitar esta transición. El siguiente paso es un conjunto completo de estándares de la industria que permita a las aerolíneas revisar la anticuada infraestructura sobre la que se basa actualmente la tecnología de las aerolíneas.

Respaldo de la industria de aerolíneas

El director comercial y miembro del Consejo de Administración de Swiss International Air Lines, Tamur Goudarzi Pour, ha declarado: "como líderes del sector, las aerolíneas del Grupo Lufthansa han promovido y se han unido, como miembros fundadores, al consorcio Airline Retailing de IATA. Estamos comprometidos firmemente con el nuevo programa Modern Airline Retailing de IATA y creemos que el consorcio será decisivo para alcanzar sus objetivos. Este cambio de mentalidad en la colaboración y creación de sinergias es nuevo en nuestro sector y allanará el camino para un salto tecnológico muy necesario que deje atrás los sistemas heredados. Por ello, las aerolíneas del Grupo Lufthansa redoblan su apuesta por una venta al por menor moderna capaz de crear valor real para nuestros clientes".

Neil Geurin, director general de Airline Retailing de American Airlines, ha señalado que "la venta minorista moderna de las aerolíneas simplifica la experiencia del cliente y lleva nuestros excelentes productos y servicios a un número aún mayor de clientes. Completar la transición hasta el "cien por cien de ofertas y pedidos" no será tarea fácil. Sin embargo, confiamos en nuestra capacidad para conseguirlo, como muestra nuestro historial lleno de retos complejos y soluciones innovadoras. Nos entusiasma trabajar con todos nuestros socios, ya sean empresas de distribución global, minoristas de viajes o clientes corporativos, para aprovechar el poder de la tecnología innovadora y ofrecer una mejor experiencia a nuestros clientes".

Umesh Chhiber, vicepresidente sénior de Ingresos, Minoristas y Carga de Oman Air, ha mostrado su satisfacción de "formar parte en el proceso de transformación hacia la venta minorista moderna. El consorcio involucrará no sólo a las aerolíneas, sino también a socios tecnológicos que comparten la misma visión. Oman Air cree firmemente que el cien por cien de ofertas y pedidos, en combinación con ONE Order, beneficiará a todo el sector de los viajes al modernizar los procesos tradicionales".

Keith Wallis, director sénior de distribución y pagos de Air Canada y presidente del Consejo Asesor de Distribución de IATA, declaró: "NDC representa una enorme oportunidad para que las aerolíneas se centren más en el cliente con productos más personalizados. Con el apoyo de toda la cadena de



valor, las aerolíneas pueden llegar a convertirse en verdaderos minoristas, centrados en la experiencia del cliente".

"Ahora las aerolíneas pueden crear nuevas y atractivas ofertas centradas en el cliente. Gracias a los pedidos, podemos simplificar toda la experiencia de compra y viaje. Como industria, se trata de una oportunidad única para avanzar en nuestra forma de hacer negocios", afirmó Wallis.

"Comprar viajes aéreos por internet debería ser tan sencillo como los clientes esperan. Y cuando sea necesario hacer un cambio —ya sea porque los planes de viaje han cambiado o porque hay una cancelación—, también debería ser un proceso sencillo". Además, en un mundo de ofertas y pedidos, las aerolíneas ya no tendrán que depender de sistemas a medida construidos en torno a estándares y procesos tradicionales exclusivos del transporte aéreo, lo que animará a nuevos competidores a entrar en el mercado", dijo Albakri.

IATA respalda esta transformación facilitando el desarrollo de estándares y garantizando que estos, junto con las guías de implementación y otras funciones necesarias sean accesibles para todos. IATA sigue trabajando con todos los socios de la cadena de valor para garantizar que se identifiquen los puntos débiles técnicos y proponer enfoques propios de la industria cuando sea posible.

- IATA -

Más información:

Corporate Communications

Tel: +41 22 770 2967

Email: corpcomms@iata.org

Notas para los editores:

- IATA (International Air Transport Association) representa alrededor de 300 líneas aéreas, que constituyen el 83% del tráfico aéreo global.
- Encuentre toda la información actualizada —comunicados, posiciones políticas y otra información útil— en <https://twitter.com/iata>
- Más información sobre [Modern Airline Retailing](#)
- [Fly Net Zero](#)
- [Kit de prensa GMD](#)