

## Fomentan aerolíneas ventas por internet

**American Airlines y Mexicana de Aviación anunciaron la creación de un sistema para adquirir boletos interlineales electrónicos**

**Por Cinthya Bibian**

Grupo Reforma

**Distrito Federal** (15 febrero 2005).- Para disminuir considerablemente el riesgo de pérdida o robo, las aerolíneas buscan incentivar la compra de boletos por Internet como American Airlines y Mexicana de Aviación, que anunciaron la creación de un sistema para adquirir boletos interlineales electrónicos.

El anuncio concuerda con las estimaciones que realizó la consultora Select que en conjunto con la Asociación Mexicana de Internet sobre los hábitos en el mercado nacional, revelaron que en el 2005 habrá cerca de 17 millones de usuarios de la red en el País, es decir, 14 por ciento más que en el 2004.

Según el estudio, los 15 millones de usuarios que actualmente tiene la red, al menos el 51 por ciento han realizado alguna compra o por lo menos han pagado algún servicio.

De los que sí han realizado alguna transacción, informó el estudio, 23 por ciento han adquirido un boleto de avión.

Con esta tendencia, American Airlines y Mexicana de Aviación pretenden que sus pasajeros utilicen un solo boleto electrónico para cuando sus itinerarios de viaje incluyan vuelos de ambas aerolíneas.

Los pasajeros que viajan con boleto interlineal electrónico podrán cambiar de vuelo entre ambas aerolíneas sin tener que reexpedir uno nuevo para efectuar la transferencia.

Por su parte la línea aérea europea Iberia, incorporará este año la posibilidad de hacer autocheck-in online y autocheck-in con equipaje.

De acuerdo con la compañía, el año pasado los billetes electrónicos o ciberticket emitidos por iberia.com para volar a destinos nacionales representan el 97.44 por ciento del total, mientras en destinos internacionales la cifra alcanza el 70.93 por ciento.

La empresa española reporta que su página web incrementó sus ventas cerca de 32 por ciento en 2004 que significaron 206.5 millones de euros.

Más del 76 por ciento de esas ventas se realizaron en España, que representó 158 millones de euros y un crecimiento respecto a 2003 del 24 por ciento.

También las versiones de Iberia.com en Estados Unidos, Puerto Rico, Chile y otros 15 países europeos incrementaron sus ventas el año pasado en 65 por ciento más que en 2003 lo que significó 48.5 millones de euros.

**ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:**  
<http://www.reforma.com/negocios/articulo/496257/>

**Fecha de publicación:** 15-Feb-05

---

© C.I.C.S.A. 2000 - 2005