

“Hay empresas en el sector de gas propano que usan la regulación para defraudar”

Facebook dará talleres a mujeres emprendedoras a final de mes

Número de viajeros aéreos creció 5,2% a agosto

Facebook

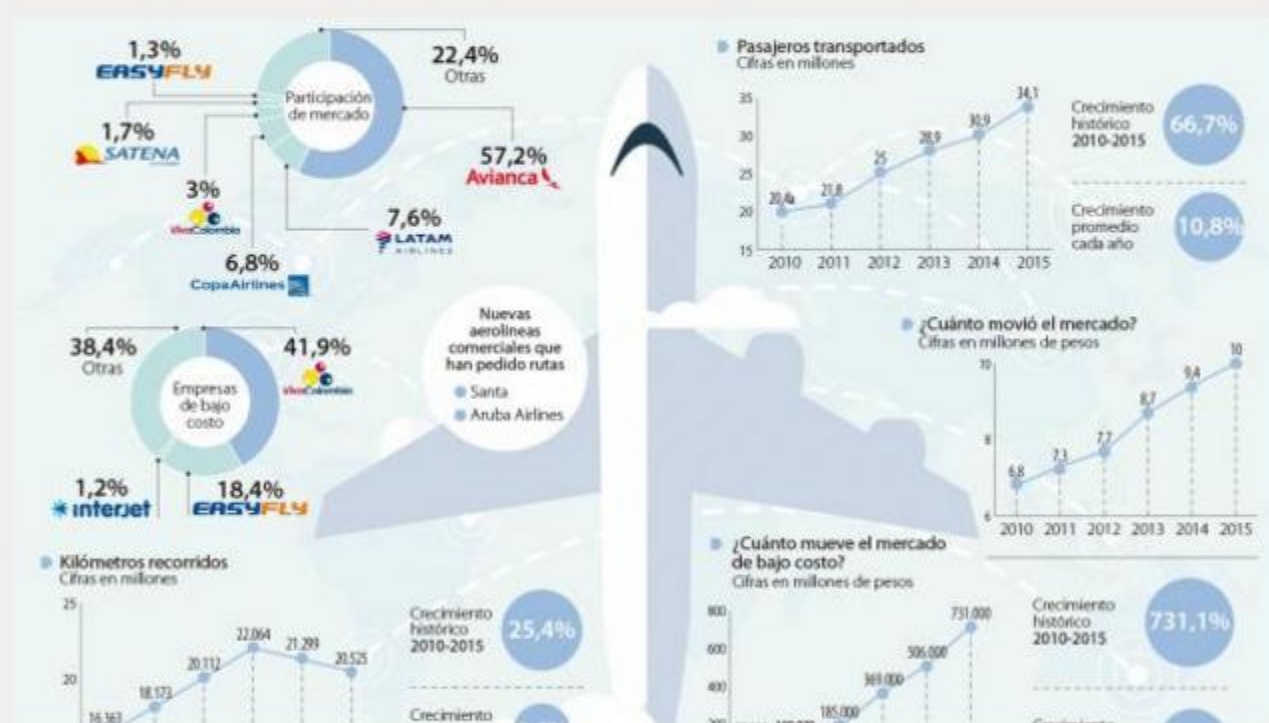
Twitter

Google +

LinkedIn

Jueves, Octubre 20, 2016

## Con Wingo, Copa Airlines le competirá a VivaColombia en bajo costo



**Bogotá** Un Boeing 737-7V3, con una bandera panameña, emoticones cerca a las ventanas y con los colores azul y blanco, anda rondando las pistas del aeropuerto Eldorado en Bogotá. Este fue el primer rastro de la nueva filial de Copa Airlines: Wingo, que funcionará bajo la modalidad de bajo costo para entrarle a competir a VivaColombia.

Según conoció LR, en la primera semana de septiembre, la compañía le solicitó a la Aeronáutica Civil que le autorizara utilizar algunas de las rutas que ya tiene en operación bajo la modalidad de low-cost.

La entidad ya le dio el visto bueno a la aerolínea, con la única condición de que la información que se le entregue al usuario y las tarifas que ofrezcan sean claras y expeditas. La última marca que registró Copa en el país fue Wingo y terminó todo el proceso para hacerlo el 10 de octubre de este año.

Con esto, la empresa se alista para alzar vuelo en un mercado que domina VivaColombia. Según el último informe de Euromonitor International, en el segmento de los precios bajos, la compañía, recientemente adquirida por Irlanda Aviation, logró 41,9% de este mercado durante el año pasado.

Los otros dos principales jugadores de este segmento son EasyFly, con 18,4%; e Interjet, con 1,2%. El año pasado este mercado movió \$713.000 millones con un crecimiento de 731%, si se compara el comportamiento del año pasado y el de 2010. La estimación de Euromonitor es que las aerolíneas de low-cost rondan el billón de pesos al finalizar este año y los sobrepase cuando termine el próximo año al facturar \$1,1 billones.

A finales del año pasado, la compañía panameña recibió el avión número 100 de su flota, con la que le ofrece a sus pasajeros conexiones a cerca de 74 destinos en 31 países del Norte, Centroamérica, América del Sur y el Caribe. Su 'hub' se encuentra en Ciudad de Panamá.

Según Capa Centre for Aviation, un centro de análisis del sector de la aviación, la compañía a pesar de la ventaja que le ofrece su ubicación en Panamá, ha sentido el freno que han tenido las economías de América Latina. El centro de análisis aseguró que las ganancias cayeron 15% en 2014 y casi 49% durante el año pasado.

“Copa está haciendo todos los movimientos necesarios para soportar la presión económica, pero en el corto plazo sus márgenes y beneficios seguirán cayendo debajo de los máximos históricos”, explicó el informe del centro. Pese a esto, la aerolínea espera que las fluctuaciones monetarias empiecen a moderarse y el impacto de la devaluación no sea tan fuerte como el año anterior.

Sandra Miranda, profesora de Economía de la Universidad Javeriana, explicó que desde hace unos años Copa inició una política de discriminación de precios para separar a los diferentes grupos de viajeros en dos: los que están dispuestos a pagar un precio alto y a aquellas personas que, por su poder adquisitivo, no lo están.

“La estrategia es no perder ningún grupo de consumidores. Va a seguir vendiendo en su portafolio tiquetes en clase ejecutiva o en primera clase, pero acá lo que está haciendo es ver el potencial de ese grupo de personas que ya están empezando a dejar el prejuicio de viajar en económica”, explicó la analista.

Capa destacó que Colombia es el segundo mayor mercado internacional para la compañía. “Durante los últimos tres o cuatro años, Copa ha optado por poner menos énfasis en las operaciones internas dentro de Colombia. En cambio, su subsidiaria opera sobre todo vuelos internacionales desde el país”, agregó el análisis del centro.

Raúl Ávila, experto en industria de la Universidad Nacional, aseguró que, pese a que es un mercado tan competido, “sí hay una ventana” para el desarrollo de proyectos con rutas que tengan menor demanda. “Está buscando una tajada de un mercado que está en alza. Probablemente, las aerolíneas por la coyuntura económica no han tenido mayor aumento, pero sí se esperaría que para los próximos años haya un mejor crecimiento”, afirmó el analista.

Copa entra a un mercado promisorio en el país. Según Euromonitor, el año pasado, el mercado del bajo costo movilizó 4,7 millones de pasajeros. En 2010, solo movió 708.000 personas y para 2020 la proyección es que roce los 10 millones de pasajeros. El crecimiento ha sido de 572% gracias a un aumento anual de 46,4% en términos de pasajeros movilizados.

“Al ofrecer un servicio de bajo costo, que implica bajarle el precio a los pasajes, va a aumentar la demanda. La empresa sí debería compensar en ingresos, por lo menos por el número de pasajeros y el volumen que va a tener en ventas”, añadió Miranda.

Ávila resaltó que no será una compañía que inicie desde ceros, pues tendrá detrás el respaldo de Copa. “Tiene la ventaja de ser un miembro de Star Alliance, que agrupa muchas aerolíneas, por lo que tiene un respaldo de categoría, de nombre, del programa de viajero frecuente. Ese tipo de experticia le permitirá llegar mucho más fácil a mercados a los que sería mucho más difícil entrar”.

Gilberto Salcedo, director de Atac, consideró que el ingreso de nuevas aerolíneas, en especial aquellas que manejan un modelo de bajo costo, contribuirá a la dinámica que tiene el mercado colombiano y “repercutirá positivamente en tarifas y en mayor acceso al servicio del transporte aéreo”. En general, todo el sector aeronáutico movilizó 34,1 millones de pasajeros y facturó \$10 billones durante el año pasado.

### Aruba Airlines solicitó autorización

Otra de las compañías que ha hecho trámites ante la Aerocivil ha sido Aruba Airlines. En la sesión 74 del Grupo Evaluador de Proyectos AeroComerciales de la Aerocivil se aprobó la solicitud de esta compañía en la que se pidió cinco frecuencias semanales en la ruta Bogotá-Aruba-Bogotá. El servicio, según la entidad, será prestado con un Airbus A320-232. Otra de las nuevas aerolíneas que hace su trámite, aunque no lo ha finalizado, es Santa, perteneciente al grupo huilense Santalucía.

### Las opiniones

**Gilberto Salcedo**  
Director de Atac

“Copa Airlines viene con una estrategia de recoger el mercado en ciudades de Colombia y llevarlas a su 'hub' en Panamá”.

**Sandra Miranda**  
Experta en turismo

“Hay un exceso de oferta. Al ofrecer un servicio de bajo costo va a aumentar la demanda. Debería compensar en ingresos a la empresa”.