



Raúl Ávila Forero, columnista online

COLUMNISTAS | 10/28/2016 12:01:00 AM

## Reconfiguración del mercado de tiquetes aéreos en Colombia

El mercado de tiquetes aéreos en Colombia está experimentando una transición, desde la exclusividad hacia la inclusión. La llegada de nuevos competidores logra ampliar los servicios

ofrecidos, las mayores posibilidades de opción a gusto del consumidor, a un menor costo y con mayor calidad.

por RAÚL ÁVILA FORERO

**Las aerolíneas que prestan sus servicios a precios más bajos o mayores eficiencias (low cost), las estrechas brechas tarifarias entre aerolíneas, y las empresas que prestan el transporte de pasajeros terrestre, son algunos de los factores que han dinamizado últimamente el mercado de la salida y llegada de viajes internacionales, y la movilidad de pasajeros nacionales.**

Hasta agosto pasado, según la Aerocivil, se movilizaron 23,4 millones de turistas, 5,2% más que en igual periodo del 2015. En pasajeros domésticos, el crecimiento fue del 4,2%, con 15,6 millones de viajeros en igual lapso. En el mercado aéreo internacional, el país registró un aumento de 7,5% al alcanzar 7,7 millones de usuarios en los ocho primeros meses de 2016.

**Aunque se pone en manifiesto un buen aire para la industria aeronáutica, dadas las buenas cifras de viajes en el mercado local, es claro que entrar en un mercado tan competitivo, y que requiere de una considerable inversión, no es tarea fácil.** Tal como lo dice Richard Branson, dueño del grupo *Virgin*, al afirmar que, para lograr ser un millonario, primero se necesita ser multimillonario y después comprarse una aerolínea. La rentabilidad es prometedora, pero los altos niveles de inversión requeridos para incursionar en este negocio son un claro impedimento, donde no son muchos los jugadores que participan en este mercado.

Dentro de los retos importantes que se entablan para la entrada al mercado de más aerolíneas comerciales colombiano se concibe, en primera instancia, la cuantiosa inversión en infraestructura, pues a pesar de que se tengan aeropuertos, sus plataformas y las pistas ya establecidas, se requiere una flota de aeronaves, licencias y la tecnología necesaria para la navegación aérea. **En segundo lugar, el otro gran obstáculo radica en el control de los costos asociado a la operación aérea en los principales puertos aéreos del país, pues con la modernización de la infraestructura realizada en varios de estos, los costos han aumentado de forma significativa: para 2002 los costos por concepto de servicios aeroportuarios equivalían a un 6% de la estructura de costos total de una aerolínea; hoy en día equivale al 10%, aproximadamente.**

**A pesar de todos los costos que vienen adheridos al mercado aéreo colombiano, la semana pasada se anunció la entrada de un nuevo competidor en la industria nacional, que le hace frente al segmento de pasajes de bajo costo.** *Copa Airlines*, la aerolínea panameña, se lanzó al mercado colombiano con el aterrizaje de su filial conocida como *Wingo*.

Se estima que *Wingo* iniciaría operaciones en diciembre de este año, con vuelos hacia 16 destinos en 10 países latinoamericanos, entre los que se destacan Cancún, Aruba, La Habana, Quito, Cartagena y San Andrés, con una flota compuesta de cuatro aviones *Boeing*, con capacidad de 142 pasajeros cada uno. Dentro de los aspectos innovadores se encuentra la reserva de tiquetes, a partir del jueves 20 de octubre, habilitando el pago en efectivo en supermercados de todo el país, para facilidades del cliente para las reservas que hayan sido realizadas a través de su portal web.

**Sin embargo, *Wingo* ha dado de qué hablar, especialmente, por entrar a operar dentro del mercado con precios bajos y una amplia red de rutas con el objetivo de ofrecer viajes a bajos precios y sin sacrificar la calidad. De esta forma, esta aerolínea les hace competencia directa a compañías como *VivaColombia* y *EasyJet*, las cuales dominan actualmente el segmento *low cost* en cuanto a tiquetes aéreos se refiere.**

Este mercado, en crecimiento y dinámico, tiene aún mucho espacio de vuelo. **En los últimos cuatro años la tarifa promedio de los pasajes en las rutas troncales ha caído 17%, lo que significa que el valor del kilómetro por pasajero es de USD10 ?, llevando a Colombia a ocupar el segundo lugar en Latinoamérica con mejores precios, después de Brasil; esto habla de un mercado competido, con infraestructura creciendo, y potencial de expansión.** Tan competido es el negocio actualmente, que recientemente Avianca sacó una gran campaña a nivel nacional e internacional para bajar los precios de varios de sus trayectos, para potenciar turismo y competir con trayectos de las *low cost*.

**Es así como las aerolíneas están permitiendo, progresivamente, el acceso y la equidad, no sólo en tarifas, sino en capacidad de aeronaves, seguridad, cumplimiento y en el portafolio de servicios prestados; todo ello producto, en su gran mayoría de un mercado en crecimiento, dinámico y con reglas de juego claras para el acceso a nuevos jugadores, donde más del 54% de la población colombiana aún no ha montado en avión, según un estudio de 2016 de la firma Raddar. Además, la importancia de este negocio es de gran relevancia, para potenciar el turismo y fortalecer oportunidades de negocio, sin comprometer aspectos de calidad como principal medida de control, logrando establecer mayores rentabilidades, a pesar de la alta carga impositiva (sobretasas) que llega a ser del 50% del valor del tiquete, en la medida en que se vayan consolidando y ganando poder de mercado.**