

Fecha: 22-04-2024
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: Latam Airlines sube su participación de mercado en toda la región

Pág.: 4
Cm2: 795,0
VPE: \$ 7.909.932

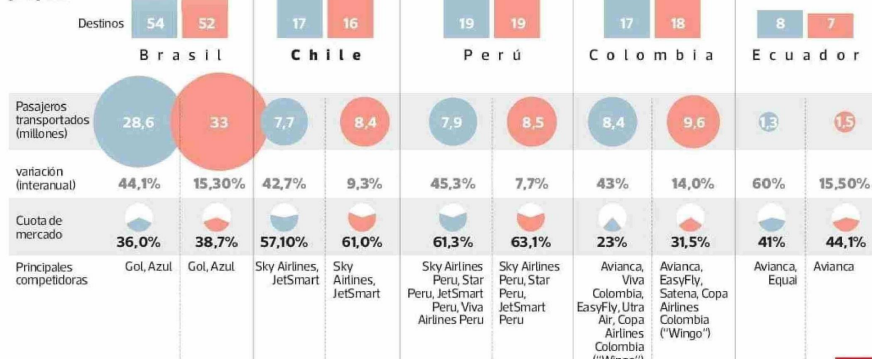
Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LATAM

Participación en vuelos internacionales por país



Mercados domésticos por país



FUENTE: Informes 20F de Latam Airlines de 2023 y 2022

LA TERCERA



Latam Airlines sube su participación de mercado en toda la región

Participaciones de la firma se elevaron principalmente en Brasil, Ecuador y Colombia: ya es la principal aerolínea de América del Sur, según informó a la SEC de EE.UU. en su reporte anual, donde reconoció como sus principales competidores a SkyAirlines, JetSmart, Avianca, Gol y Copa.

FERNANDO VEGA

—“Somos el único grupo aéreo de la región con presencia nacional en cinco mercados y con operaciones intrarregionales y de larga distancia a cuatro continentes”, destaca la aerolínea de origen chileno Latam Airlines en su último informe a la Comisión del Mercado de Valores de Estados Unidos (SEC, por su sigla en inglés) donde detalla que en 2023 creció en todos los mercados donde opera, dejando atrás las caídas provocadas por la crisis del Covid-19 y la delicada situación financiera que la llevó a acogerse al Capítulo 11 de la Ley de Quiebras de ese país.

En su informe anual a la SEC, denominado 20-F, la firma sostiene que en 2023, el 49,2% de las operaciones del grupo fueron internacionales; el 18,2% correspondió a vuelos nacionales en países de habla hispana y el 32,6% solamente en Brasil. “Creemos que esto proporciona resiliencia a los shocks externos que pueden ocurrir en cualquier mercado particular. Además, creemos que una de nuestras ventajas competitivas distintivas es la capacidad de generar beneficios al integrar operaciones regulares de pasajeros y carga”, explicita. Al 31 de diciembre de 2023, los ingresos de pasajeros y carga y otros representaron el

86,6% y 12,1%, respectivamente, llegando a US\$ 11.640 millones, un 23% más que en 2022.

La aerolínea donde ahora la familia Cuento posee solo un 5,03% es controlada por los fondos internacionales Sixth Street Partners Management con el 27,91%; Strategic Value Partners con el 16,02% y las aerolíneas Delta AirLines y Qatar Airways, con el 10,05% y el 10,03%, respectivamente.

“Al cierre del 2023, Latam transportó casi 74 millones de pasajeros, cifra similar a la prepandemia. Durante los últimos años, Latam ha trabajado fuertemente en mejorar su propuesta de valor”, respondió la compañía a Pulso. El año pasado, la firma lanzó 21 nuevas rutas, de las cuales 17 fueron internacionales e incluyen 4 rutas operadas por el grupo por el joint venture con Delta, además de 4 rutas domésticas, agregó.

SKY Y JETSMART EN PERÚ

Según el informe a la SEC, la aerolínea está convertida hoy en líder internacional y nacional de las aerolíneas de pasajeros en América del Sur. “Al 31 de diciembre de 2023, Latam ofrece 52 destinos internacionales en 26 países, además de destinos nacionales y vuelos internacionales y conexiones entre los destinos nacionales. La estrategia de expansión está encaminada a potenciar la propuesta de valor de Latam ofreciendo a los clientes más frecuencias, destinos y alternativas de rutas”, declara la firma al regulador norteamericano.

Medido por sus operaciones internacionales, Perú es el mercado donde mayor es la cuota de mercado de Latam: 44,8% (casi dos puntos más que el 42,9% de 2002). Pero en sus operaciones domésticas, los cielos del país vecino son sin duda una fortaleza para la firma, ya que con 8,5 millones de pasajeros transportados y 19 destinos, su cuota en el negocio aeronáutico salta al 63,1%. En ese país, la firma reconoce como sus principales competidores a la también chilena SkyAirlines, la low cost del fondo internacional Indigo Partner, JetSmart, y a Star Perú, hoy parte del holding Global Investment Forum (GIP), de capitales asiáticos.

Con SkyAirlines y JetSmart la firma se en-

frenta también en sus 16 destinos de Chile, su segundo mayor mercado, con 8,4 millones de pasajeros movilizados, que equivalen al 61% de participación. El año anterior era de 57%. Y en los vuelos internacionales con relación a Chile, también subió su cuota de un año a otro, al subir del 38,9% al 41,6%.

En Brasil, donde la firma llega a 52 ciudades, transportando a 33 millones de pasajeros el 2023 alcanzó una cuota de mercado del 22,4% en las operaciones internacionales y de 38,7% en el mercado doméstico. Latam identifica como sus principales competidores en ese país a Gol y Azul, que según la prensa brasileña negocian su integración, luego que la primera se acogiera al Capítulo 11 de Ley de Quiebras de Estados Unidos.

AVIANCA Y COPA EN COLOMBIA

En Ecuador y Colombia, a pesar de que las operaciones de Latam registraron el 2023 cuotas de mercado de un dígito en vuelos internacionales, se evidenció un fuerte crecimiento en el transporte de pasajeros.

En Ecuador, el número de personas transportadas se elevó 15,5% llegando a 1,5 millones de clientes y una cuota de mercado del 44,1% en el mercado doméstico, pero en operaciones transfronterizas llegó a 8,6%, solo una décima más que el año previo.

En Colombia, donde la firma transportó a 9,6 millones de pasajeros el 2023, su cuota de mercado llegó al 31,5% en el mercado doméstico, pero en vuelos internacionales creció del 5,2% al 6,1%. En ambos países, la firma reconoce a Avianca como su rival más fuerte, especialmente en Ecuador, mientras que en Colombia se enfrenta también a la panameña Copa y su filial Wingo, la low cost local Easy Fly, que ahora llama Click y a la estatal Satena. La chilena Sky Airline es mencionada como un competidor relevante en las rutas de América Latina, al igual que JetSmart.

En su informe, Latam desglosa quienes son sus principales competidores en las rutas internacionales: American Airlines para Norteamérica y Avianca, Copa, JetSmart y Sky Airlines, para América Latina. ●

