

Fecha: 20-03-2025

Medio: La Tercera

Supl. : La Tercera - Pulso

Tipo: Noticia general

Título: ¿Dónde ganó más participación Latam Airlines en 2024? Perú en internacional, Chile en el mercado doméstico

Pág. : 7

Cm2: 392,1

VPE: \$ 3.901.474

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

78.224

253.149

☐ No Definida

¿Dónde ganó más participación Latam Airlines en 2024? Perú en internacional, Chile en el mercado doméstico

La aerolínea elevó su participación en los mercados locales de Chile y Ecuador, mientras en Colombia es donde más baja. En las rutas internacionales de esos países, gana participación en Chile, Perú, Brasil y Ecuador.

PAULINA ORTEGA

Latam Airlines tuvo un exitoso 2024, con resultados financieros históricos para la compañía, pero también operacionales. En todos los países donde opera logró aumentar el número de pasajeros. En total, movilizó a 82 millones de personas en Chile, Perú, Brasil, Colombia y Ecuador, casi 11% más que los 74 millones del año previo.

Así lo reporta Latam Airlines en el 20F, informe anual que se presenta a la Securities & Exchange Commission de Estados Unidos (SEC). Medido en pasajeros por kilómetros rentados (RPK), hubo un incremento general de las operaciones en un 17%, casi alcanzando los 133.138 millones.

El incremento se ve tanto a nivel doméstico como a nivel internacional. A nivel doméstico, sumando las operaciones en Chile, Colombia, Ecuador y Perú, aumentaron 12% hasta 22.893 millones pasajeros por kilómetro, mientras que en Brasil subieron 9%. El conjunto de las operaciones internacionales, Latam tuvo un incremento de sus pasajeros por kilómetros rentados en 23% hasta 70.769 millones.

Más en detalle se observa que el país que más aumentó el número de pasajeros medido en RPK a nivel internacional fue Chile, con un alza de 11,2% en comparación a lo que se observó en 2023. La segunda mayor expansión la tuvo Colombia con un 8,6%, y la tercera fue de Brasil con un 5,8%. Perú tuvo un incremento de 5,2% y Ecuador apenas un 1,2%.

En sus participaciones de mercado, Latam Airlines aumentó su participación de mercado en cuatro de los cinco mercados donde

opera: solo en Colombia disminuyó. Y en los mercados domésticos donde opera, creció en dos y bajó en tres.

En el segmento internacional, el mercado donde más creció fue Perú, donde su cuota se elevó en cuatro puntos porcentuales desde un 44,8% hasta el 48,8% del total del mercado internacional de ese país.

En Chile Latam subió su cuota en 3,7 puntos porcentuales desde 41,6 % a 45,3%, mientras que Ecuador se expandió de 8,6% a 9,7% del total. Brasil, en tanto, tuvo una variación positiva de apenas 0,2%, consolidando el 22,6% del mercado.

El único país donde Latam disminuyó su participación de mercado en el segmento internacional fue en Colombia, bajando un 0,8 puntos desde 6,1% a 5,3%.

MERCADOS DOMÉSTICOS: CHILE Y ECUADOR

En los mercados domésticos donde opera, Latam elevó su cuota de mercado en dos países y la redujo en tres. La aerolínea observó la mayor alza del número de pasajeros año a año en Chile y Perú, con una expansión de 15,5% en cada uno de los países, totalizando 9,7 millones y 9,8 millones de viajeros respectivamente.

Pero es en Chile donde más creció su cuota. En 2024, Latam cerró el año con 66,8%, mercado donde compite con otros dos actores: Sky Airlines y JetSmart. El reporte del año anterior registraba un 61% para 2023.

El otro mercado donde Latam creció fue Ecuador, donde cerró 2024 con una cuota de mercado doméstico de 46%, más alta que el 44,1% del año previo. Ahí

compite principalmente con Avianca y Aeroregional. En total, transportó 1,6 millones de pasajeros, subiendo un 6,3% versus el 2023. Vuela internamente hacia siete destinos.

En los otros mercados disminuyó su cuota, pero mantiene posiciones de liderazgo.

En Perú tiene el 62,3% y

se enfrenta a actores como Sky Airlines Peru, Star Peru, JetSmart Peru y Atsa Airlines. En 2023 tenía el 61% en 2023. Transportó 8,5 millones de pasajeros hacia 19 destinos internos.

Brasil es el país con mayor número de viajeros transportados, asociado a su tamaño. Con 34,8 millones de pasajeros, Latam concentra

el 38,6% del mercado en el segmento doméstico, donde sus principales competidores con Gol y Azul, dos aerolíneas que actualmente se encuentran en un proceso de fusión. En 2023 tenía 38,7%, sólo una décima más.

Colombia es el país más competitivo para Latam: ahí enfrenta a aerolíneas como Avianca, JetSmart,

EasyFly, Satena, Copa Airlines Colombia (Wingo). En este país la aerolínea apenas concentra el 27,5% del mercado doméstico, la cifra más baja de los cinco países y menor al 31,5% que tenía en 2023. En este país durante el 2024 transportó 10 millones de pasajeros, con un incremento de 4,1% versus el 2023. ●