

# Almacenamiento de información

**CESAR HUMBERTO SUÁREZ APONTE**

**Cod: 14236028**

**Inteligencia de Negocios**

Inteligencia Organizacional



## Análisis del mercado de aviación colombiano:

Para aquellos que quieren incursionar en la aviación, uno de los mejores lugares es latinoamérica y Colombia, pues por un lado, ocupa una gran parte de la contribución de transporte en el PIB, que es del 2.7%. Por otro lado, los paisajes y la geografía en Colombia, así como los esfuerzos por fortalecer el turismo representan una oportunidad importante para este gremio.

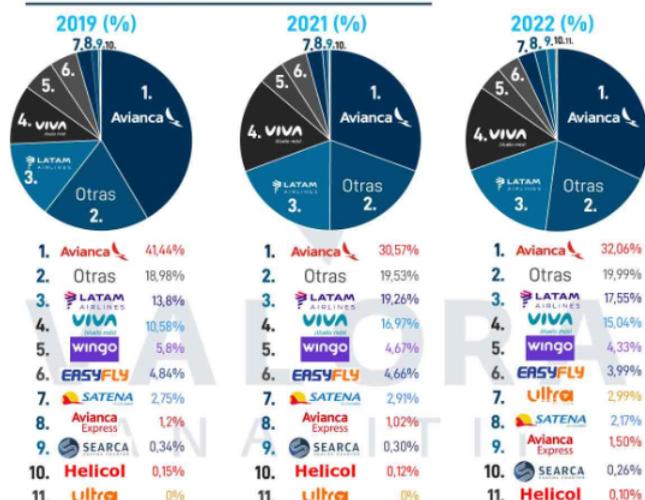
Flujo anual de pasajeros por región (origen-destino, '000s)



La ubicación geográfica de Colombia le permite posicionarse como un importante centro de transporte aéreo de carga y pasajeros. Con 16 aeropuertos internacionales, 26 aerolíneas conectando al país de manera directa con 28 naciones, cerca de 300 mil pasajeros mensuales y cerca de 70 mil toneladas de carga mensuales, en promedio, “Colombia se posiciona como el tercer mayor mercado de la aviación comercial en América Latina y el Caribe y el Aeropuerto Internacional El Dorado como el principal hub de carga para la región” (AERONERMO, 2022).

### Así está el mercado de las aerolíneas en Colombia

\*Participación de mercado



A pesar de que hay quienes argumentan que la aviación en Colombia es difícil para posicionarse y que las leyes tienen al monopolio, Donoso (2023) explica que las reglas están fundamentadas en el libre comercio ciudadano requerimientos técnicos y comerciales con el fin de garantizar el bienestar de los consumidores y facilitar acuerdos bilaterales con otros países, que además comparten la mayoría de la normatividad.

Con respecto a la competencia, Avianca, Latam Airlines y Viva siguen liderando el mercado de aerolíneas en Colombia. Pero, desde 2019, el mapa se ha reconfigurado y les ha dado cabida a nuevas firmas, al tiempo que otras tradicionales han perdido participación de mercado en los últimos años. Esto quiere decir que cada vez se configuran nuevos actores “low cost” que logran mejorar su posicionamiento con respecto a otras aerolíneas. Además en marzo del 2023, con el cierre de Viva air, se mostró un aumento en la demanda por las 34 rutas nacionales que dejó atrás la aerolínea.

Finalmente, el turismo en Colombia y los bienes y servicios alrededor, como lo es la aviación, pinta un panorama optimista pese a su bajo puntaje en competencia de costos, pues la cantidad de proyectos a nivel nacional y regional para consolidar diferentes aeropuertos de escala internacional, la creación de otros que exigen oferta, la mejora de los epicentros culturales y turísticos y la ampliación de rutas directas según encuestas de la IATA.

### **El contexto colombiano y la inteligencia de negocios**

Se hace más natural la venta de tiquetes por internet, sin embargo, para una adecuada prestación de servicios, hay que prever temas como los contextos internacionales, en donde muchas veces el idioma es una barrera para guardar los datos, por lo que la recopilación y la entrega de información debe ser lo más sencilla posible.

Por otro lado, la diversidad de gustos puede ser un problema al momento de mostrar un tiquete y efectuar su compra si no cumple con las expectativas, por lo que se debe procurar que lo que se solicite o entregue sea fácil de interpretar o buscar, así como exacto, como por ejemplo, una rápida comparación de costos de tiquetes, épocas del año más económicas, épocas de año con mejor clima, número de asientos disponibles, número de pasajeros en conjunto, etc.

Por otro lado, la cantidad de aerolíneas, rutas y pasajeros, con sus preferencias de servicio o costo, de duración o espera, pueden significar un reto en la presentación de resultados al consumidor al momento de comprar sus tiquetes. Es por eso que se sugiere la minería de datos, con el fin de examinar las diferentes tendencias de los consumidores, junto con las temporadas, las opciones de servicio que prefieren con respuesta inmediata y con la posibilidad de adaptar lo que buscan de manera más cercana o precisa.

Leer los datos de manera correcta y las tendencias, permitiría al startup crear mejoras en la prestación de servicios, generar nuevas alianzas o programas con el fin de crear fidelización y efectividad a la hora de vender tiquetes por internet. Esto incrementaría las ventas y reduciría los costos de prestación de servicios. Así mismo, un bigdata, usado en la gerencia de inteligencia de negocios, permitiría, así como en aerolíneas americanas, mejorar tanto como sea posible la experiencia del cliente. Si bien pueda que la oferta específica del servicio prestado interfiera con la percepción del servicio de la oferta de tiquetes, la recolección de esos datos,

permitiría no sólo mejorar la experiencia misma de la empresa, sino también de vender datos para aquellas aerolíneas que no poseen la estrategia del uso de datos.

## **Conclusiones**

El contexto de aviación colombiano está por encima de la región y cuenta con condiciones para que todos los servicios alrededor crezcan, por lo tanto, debido a la afluencia y diversidad de consumidores que actualmente maneja Colombia y que espera incrementar, es preciso crear a través de los datos y su lectura estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio.

Por pequeño que parezca, la adecuada presentación para la selección de preferencias, por ejemplo, podría presentar un gran significado para la efectividad de la venta de tiquetes por la start up. Siendo así como la recolección de datos de manera fácil y eficiente no sólo permitirá mejorar el servicio para con los consumidores, sino también una perspectiva B2B.

## Referencias

Aermo (2022). Colombia: el tercer mayor mercado de la aviación comercial latinoamericana <https://www.aeroermo.com/home/colombia-el-tercer-mayor-mercado-de-la-aviacion-comercial-latinoamericana/>

DataPrix. (24 de febrero de 2010). Introducción a la Minería de Datos. <https://www.dataprix.com/es/mineria-datos-aplicada-encuesta-permanente-hogares/introduccion-mineria-datos>

Donoso, D. (2022). El mercado aéreo de Colombia en la mira de las aerolíneas: ¿Cuán difícil es entrar? <https://dfsud.com/colombia/el-mercado-aereo-de-colombia-en-la-mira-de-las-aerolineas-cuan-dificil>

IATA (2019) Importancia transporte aéreo en Colombia <https://www.iata.org/contentassets/bc041f5b6b96476a80db109f220f8904/colombia-el-valor-de-la-aviacion-spanish.pdf>

Valora Analitik, (2023). Así está el mercado de aerolíneas en Colombia: Avianca lidera y Ultra Air crece. <https://www.valoraanalitik.com/2023/02/02/asi-esta-el-mercado-de-aerolineas-colombia2022-avianca-lidera-ultra-air-crece/>