

**SECTUR**



SECRETARÍA  
DE TURISMO

# ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS LÍNEAS AÉREAS DE BAJO COSTO EN MÉXICO (ABC)

Agosto, 2007

**CESTUR**  
Centro de Estudios Superiores en Turismo

# CONTENIDO

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Resultados sobresalientes</b>	<b>4</b>
<b>Antecedentes</b>	<b>6</b>
<b>Características de las ABC</b>	<b>10</b>
<b>Operación Aérea de pasajeros en servicio doméstico</b>	<b>23</b>
<b>Operación Aérea de vuelos realizados en servicio doméstico</b>	<b>32</b>
<b>Mezcla de mercado de las ABC</b>	<b>44</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>54</b>

# INTRODUCCIÓN

La incorporación de las Líneas Aéreas de Bajo Costo (ABC) en el mercado aéreo mexicano a partir de 2005, ha permitido generar un número creciente de rutas al interior del país, lo que ha incidido favorablemente sobre la demanda turística al ofrecer a los turistas una alternativa de realizar viajes aéreos a un precio accesible, y con calidad en el servicio al interior de México.

Ello justifica la necesidad de desarrollar un análisis de este sector fin de cuantificar los flujos aéreos (pasajeros y vuelos) en las ABC, a través de los registros administrativos de la Dirección General de Aeronáutica Civil de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como identificar las características de cada una de las líneas aéreas de bajo costo, tales como su tipo de flota, capacidad de pasajeros, destinos operados, número de pasajeros y vuelos en servicio doméstico, participación de mercado, y su propuesta comercial reflejada en las tarifas y publicidad utilizada.

## RESULTADOS SOBRESALIENTES

- La creación de las ABC en México fue a partir del año 2005, siendo pionera Click en el mes de julio, seguida por Avolar en septiembre, Interjet en diciembre, Volaris en marzo de 2006, Alma en junio y Viva Aerobús en noviembre. Sin embargo, Click se posiciona como ABC cuando en realidad es la conversión de Aerocaribe, una línea aérea regional subsidiada por Mexicana de Aviación, con un modelo de operación distinto al resto de las líneas aéreas de bajo costo.
- La base de operaciones de las ABC se encuentra distribuida en seis ciudades de México, a saber: D.F., Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Toluca y próximamente Cancún.
- La ABC que cuenta con mayor capacidad es Interjet con 29 equipos A320 para transportar hasta 4,350 pasajeros, seguida por Volaris con 12 equipos A319 con capacidad para 1,488. La ABC que cuenta con menor capacidad es Alma con 13 equipos CRJ200 con capacidad para 650 pasajeros.
- Las ABC operan 51 destinos con 36 destinos compartidos y 15 destinos independientes.
- Los principales canales de venta son las oficinas en el Aeropuerto, “call centers” e Internet.

## RESULTADOS SOBRESALIENTES

- En el año 2006, el 19.2% de los pasajeros aéreos en México fueron transportados por las ABC, y estas líneas operaron el 16% de los vuelos.
- Durante el primer semestre de 2007 el número de pasajeros transportados por las ABC tuvo un crecimiento del 153.9 por ciento respecto de igual período de 2006, que se tradujo en una participación de mercado del 30.5 por ciento, lo que representó un incremento de más del doble de lo que tenían en el primer semestre de 2006 (14.4 por ciento).

# Antecedentes

# LÍNEAS AÉREAS EN MÉXICO

Las aerolíneas comerciales en México se pueden analizar en tres grupos:

- El primero corresponde a las líneas aéreas troncales, que son las primeras que operaron en México, a saber, Mexicana de Aviación y Aeroméxico. Mexicana fue creada en 1921 como una aerolínea de transporte de correos y pasajeros, y pertenece al Grupo Posadas desde diciembre de 2005; y Aeroméxico fue fundada en 1934.
- Dentro del segundo grupo se encuentran las líneas aéreas regionales que son aquellas empresas que surgen después de las troncales, y que han impulsado fuertemente el sector aéreo mexicano con la operación de rutas en el interior de la república, y son: Aerocalifornia, Aerolitoral, Aeromar, Aviacsa, Líneas Aéreas Azteca\*, y Magnicharter.
- Y finalmente, el tercer grupo está compuesto por las Líneas Aéreas de Bajo Costo (ABC) que son: Click, Avolar, Interjet, Volaris, Alma y VivaAerobus. Cabe mencionar, que Click se ha posicionado como la línea aérea de bajo costo de Mexicana sin competir en las mismas circunstancias que el resto de las empresas. En 1990, Mexicana transfiere su flota de aviones Fokker F100 a Aerocaribe y renombra esta aerolínea como “Click Mexicana”, que empezó a operar con este nombre en Julio del 2005.

\* Cierre de operaciones en marzo de 2007

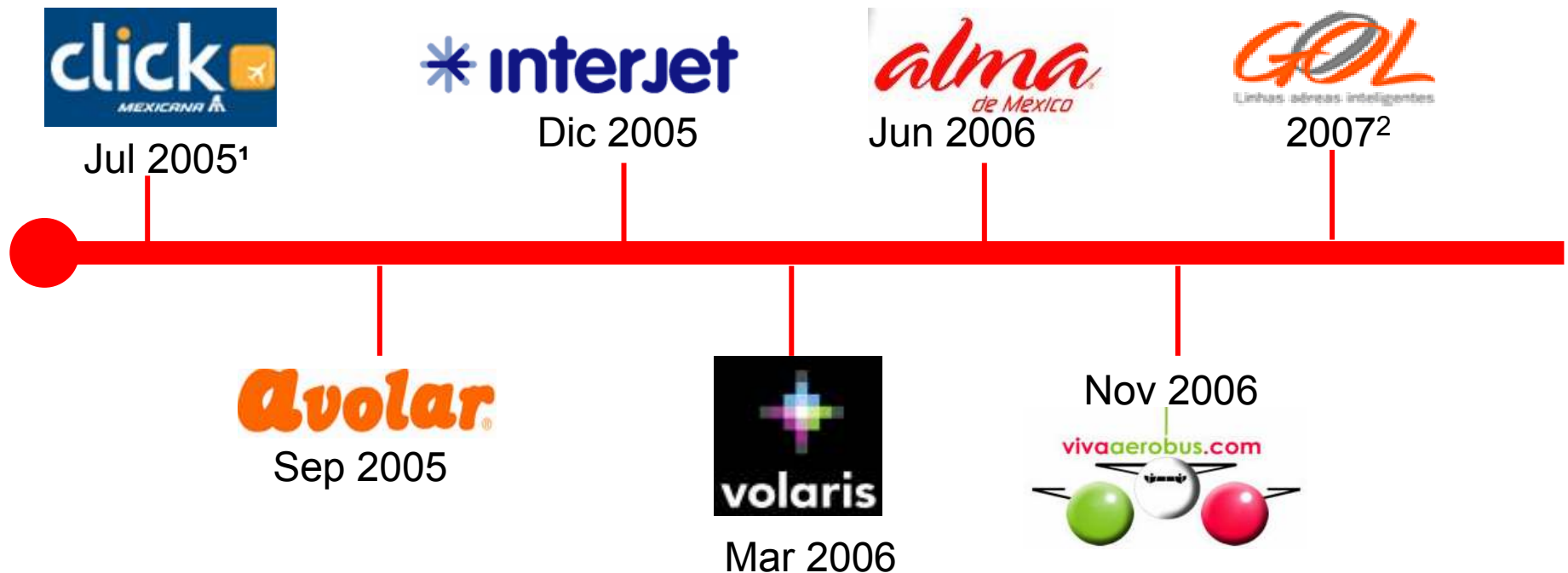
# LÍNEAS AÉREAS DE BAJO COSTO EN EL MUNDO

- El concepto de ABC nace en EUA en 1970 con la empresa Southwest.
- Dicho concepto se expandió a Europa con la empresa irlandesa Ryanair en 1985 y la empresa inglesa EasyJet en 1995.
- Los demás países europeos adoptaron este modelo, abarcando de forma rápida un mercado global en 2003.
- Se reforzaron los mercados de las potencias tradicionales como Alemania, España y Francia, pero a su vez se abrieron nuevos mercados como Escandinava.
- Asia, América Latina y Australia retomaron el ejemplo de Europa e iniciaron la creación de las ABC en 2005.
- Los pasajeros que viajaban de manera tradicional, ahora tienen la oportunidad de viajar con mayor frecuencia y de manera más económica gracias a las ABC.



## CREACIÓN DE LAS ABC EN MÉXICO

- La creación de las ABC fue a partir del año 2005, siendo pionera Click en Julio, seguida por Avolar en Septiembre, Interjet en Diciembre, Volaris en Marzo de 2006, Alma en Junio y Viva Aerobús en Noviembre. Se tiene la expectativa de que en lo que resta de 2007, aparezca la ABC Gol.



**Fuente:** Páginas de internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007.

<sup>1</sup> Antes Aerocaribe. Posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

<sup>2</sup> Línea Aérea de Bajo Costo GOL. En espera de iniciar operaciones.

# Características de las ABC

# CARACTERÍSTICAS DE LAS ABC VS LÍNEAS AÉREAS TRADICIONALES

## LÍNEAS AÉREAS DE BAJO COSTO (ABC)

- Manejo de una sola categoría (turista).
- Venta de boletos principalmente por Internet, “call center” y venta directa en el aeropuerto; reduciendo costos de distribución.
- No utilizan GDS (Global Distribution Systems).
- La mayoría opera en aeropuertos medianos que ofrecen las condiciones adecuadas para el despegue.
- Por lo general realizan vuelos directos.
- Reducen costos operativos, ya que en su flota de aviones predomina un solo tipo de aeronave y sus aviones son nuevos lo que reduce el costo de mantenimiento.
- Ofrecen solo vuelos domésticos<sup>1</sup>.
- No cuentan con programas de lealtad (viajero frecuente).

## LÍNEAS AÉREAS TRADICIONALES

- Diferentes categorías (turista y primera clase).
- Venta de boletos en agencias de viajes, aerolíneas, aeropuerto, “call center” e Internet.
- Sí utilizan GDS (Global Distribution Systems).
- Operan en aeropuertos de cualquier ciudad.
- Ofrecen conexiones.
- Tienen altos costos de operación, ya que su flota está diversificada y existen prestaciones para los empleados.
- Ofrecen vuelos domésticos e internacionales.
- Cuentan con programas de lealtad (viajero frecuente).

## CARACTERÍSTICAS DE LA FLOTA DE LAS ABC

- La ABC que cuenta con mayor capacidad es Interjet con 29 equipos A320 para transportar hasta 4,350 pasajeros, seguida por Volaris con 12 equipos A319 con capacidad para 1,488 pasajeros, y Click con 13 equipos Fokker F-100 capacidad de 1,404 pasajeros.

LÍNEA AÉREA	TIPO DE FLOTA	NUMERO DE FLOTA	CARACTERISTICAS	CAPACIDAD TOTAL DE PASAJEROS
Interjet	A 320	29	Carga Máxima: 16,600 kg Capacidad: 150 pasajeros	4,350
Volaris	A 319	12	Carga Máxima: 13,200 kg Capacidad: 124 pasajeros	1,488
Click	Fokker F-100	13	Carga Máxima: 24,375 kg Capacidad: 108 pasajeros	1,404
Avolar	Boeing 737-300	5	Carga Máxima: 16,032 kg Capacidad: 136 pasajeros	680 } 1,040 360
	Boeing 737-500	3	Carga Máxima: 14,337 kg Capacidad: 120 pasajeros	
VivaAerobus*	Boeing 737-300	5	Carga Máxima: 16,032 kg Capacidad: 136 pasajeros	680
Alma	CRJ200	13	Carga Máxima: 24,041 kg Capacidad: 50 pasajeros	650
Gol	Boeing 737-300	ND	Carga Máxima: 16,032 kg Capacidad: 136 pasajeros	ND

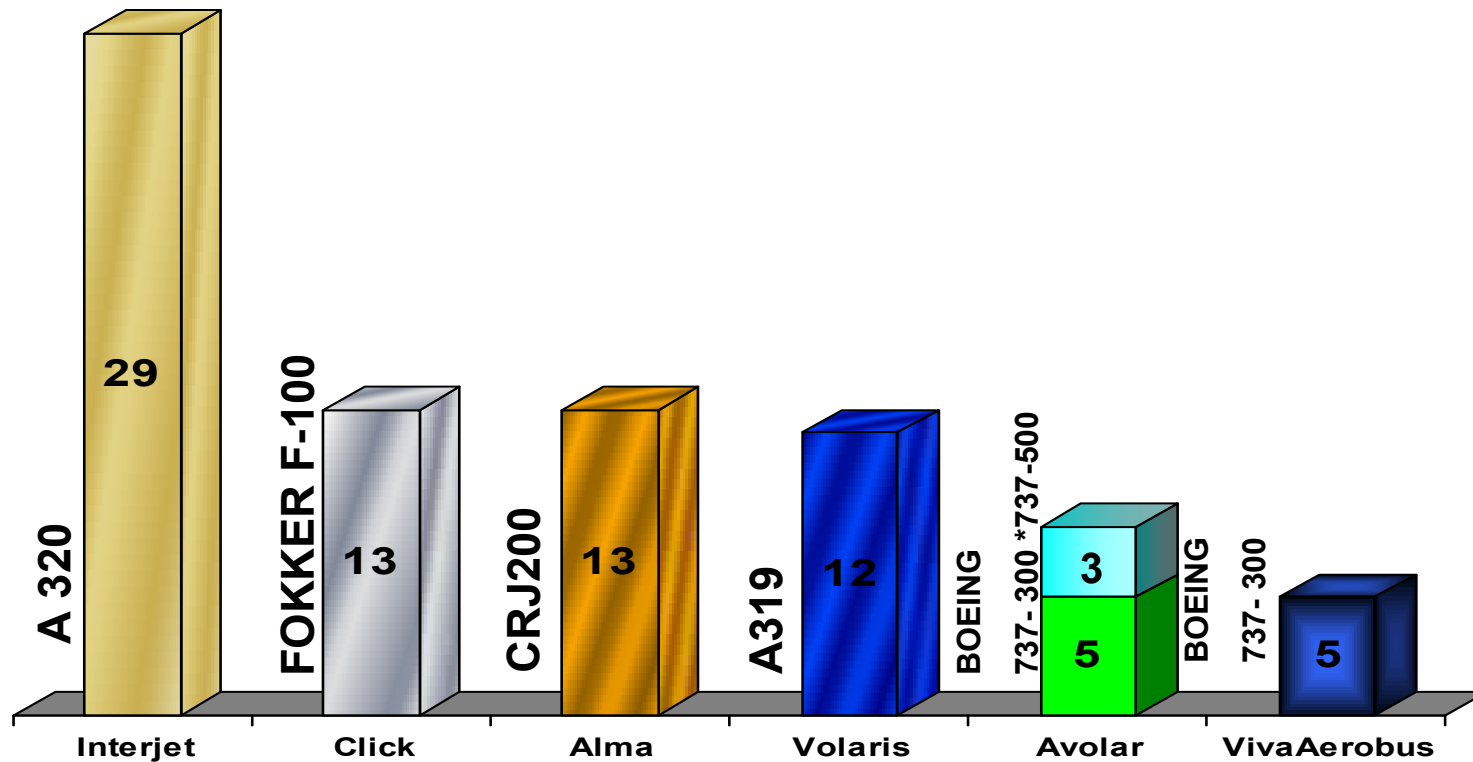
**Fuente:** Páginas de Internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007.

\*A partir de noviembre de 2007, VivaAerobus pasará a tener de 5 a 8 aviones .

ND. No Disponible

## TAMAÑO Y TIPO DE FLOTA

- La ABC que opera con el mayor número de flota es Interjet con 29 equipos tipo A320, y la empresa VivaAerobus opera con el menor número de flota, con 5 equipos Boeing 737-300.<sup>1</sup>

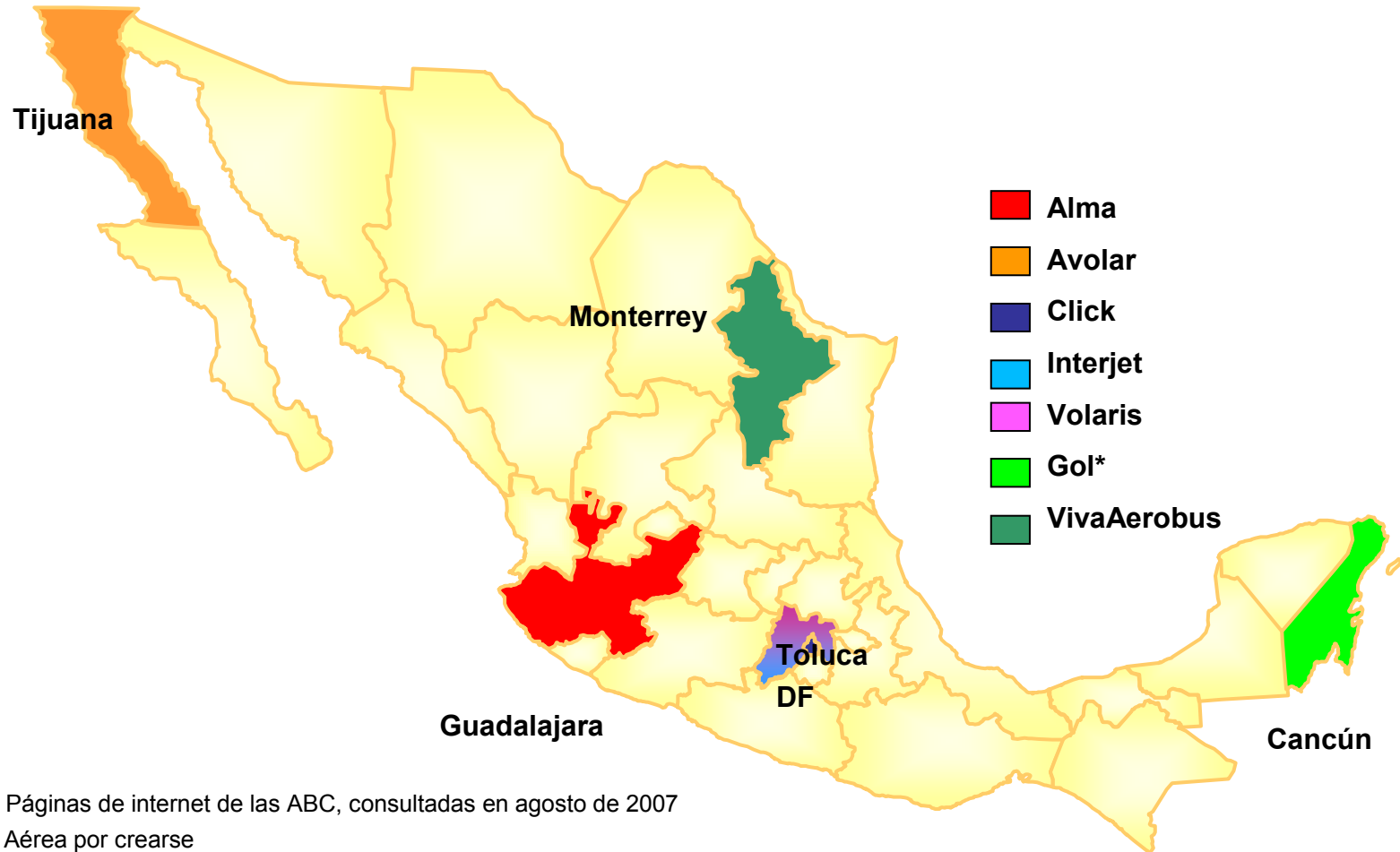


**Fuente:** Páginas de Internet de las ABC

<sup>1</sup> Según información obtenida en la página de internet de Vivaaerobus, esta empresa tendrá 8 aviones en noviembre de 2007.

# BASE DE OPERACIONES

- Las bases de operaciones de las ABC se encuentran distribuidas en seis ciudades de México, abarcando norte, centro y próximamente sur.

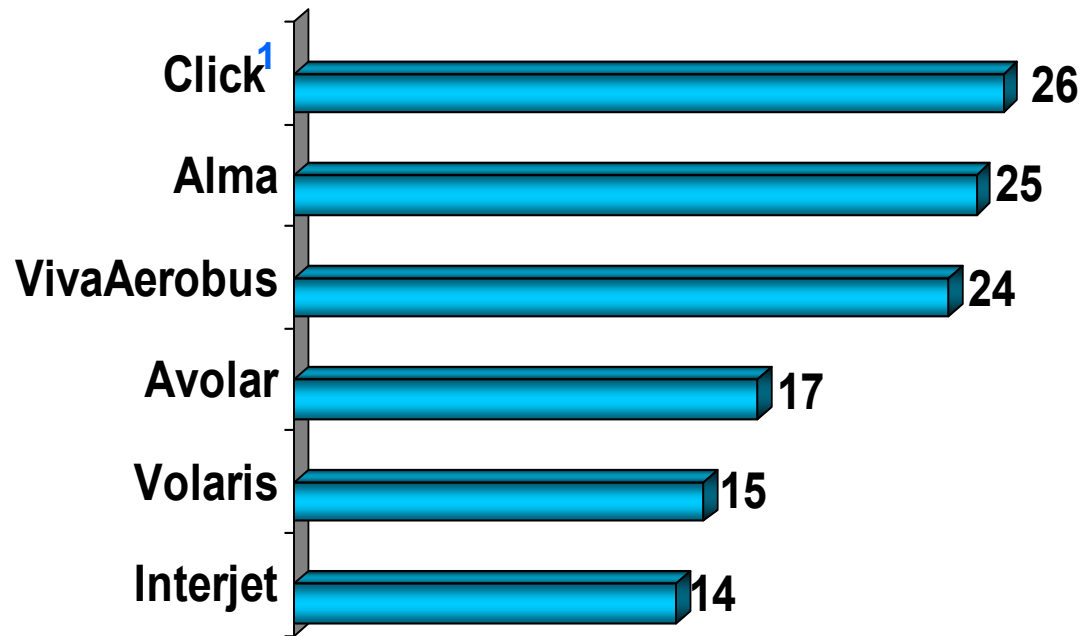


Fuente: Páginas de internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007

\* Línea Aérea por crearse

## DESTINOS OPERADOS POR LAS ABC

- Click y Alma son las aerolíneas que operan el mayor número de destinos 26 y 25, respectivamente e Interjet es la aerolínea con menor número de destinos (14).



**Fuente:** Páginas de internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007.

<sup>1</sup> Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

# TOTAL DE DESTINOS OPERADOS POR LAS ABC

Las ABC operan 51 destinos con 36 destinos compartidos y 15 destinos independientes.



Fuente: Páginas de internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007

# RUTAS OPERADAS POR INTERJET

● La ABC Interjet ofrece 18 rutas directas.

ORIGEN	DESTINOS
GUADALAJARA	LOS CABOS, MONTERREY
TOLUCA	ACAPULCO, CANCÚN, CHIHUAHUA, CD. DEL CARMEN, CD. JUÁREZ, GUADALAJARA, IXTAPA / ZIHUTANEJO, LOS CABOS, MONTERREY, PUERTO VALLARTA, TAMPICO, TUXTLA GUTIÉRREZ, VERACRUZ
MONTERREY	TOLUCA

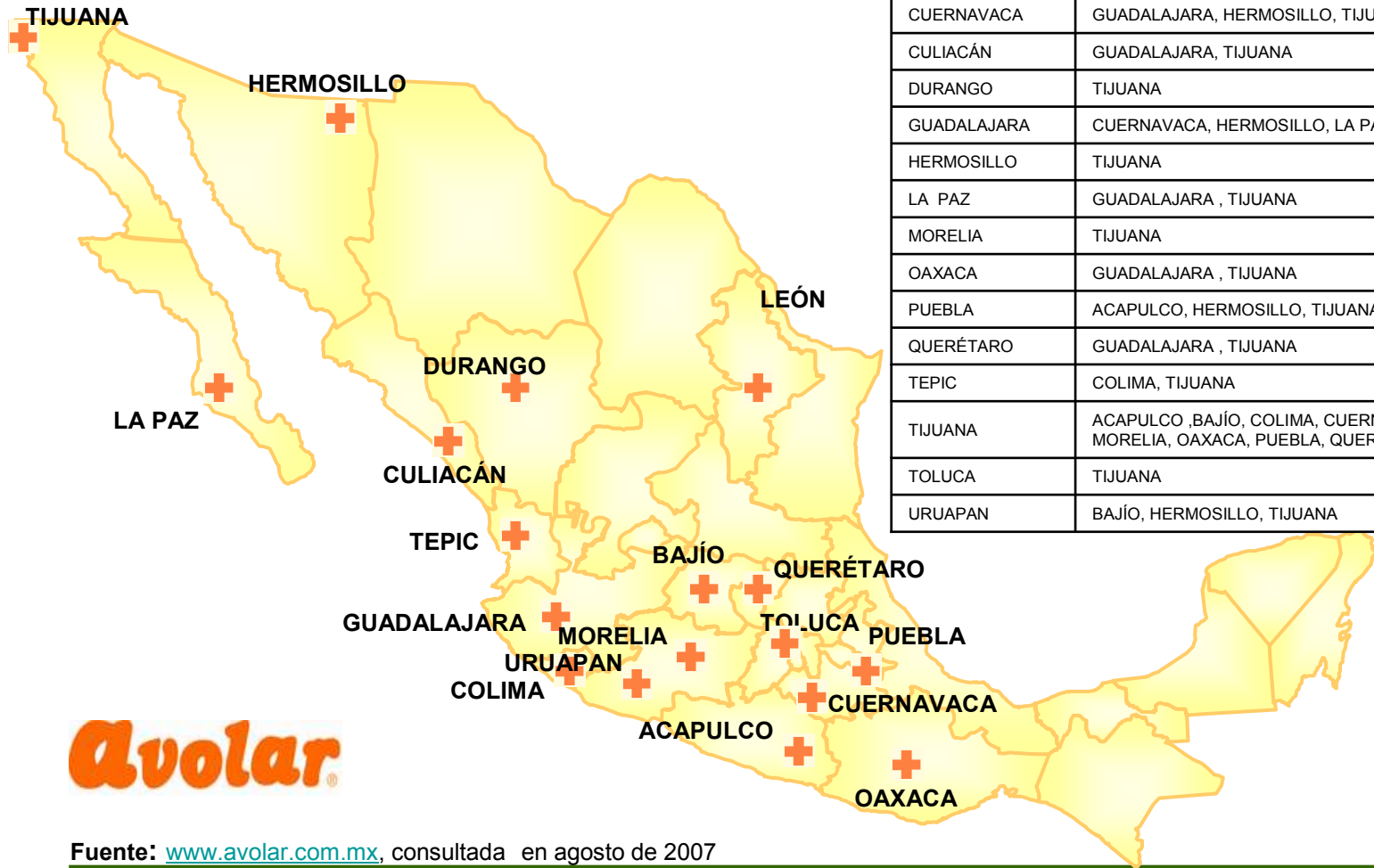


Fuente: [www.interjet.com.mx](http://www.interjet.com.mx), consultada en agosto de 2007



# RUTAS OPERADAS POR AVOLAR

● La ABC Avolar ofrece 49 rutas directas.



ORIGEN	DESTINOS
ACAPULCO	HERMOSILLO, PUEBLA, TIJUANA
BAJÍO	TIJUANA
COLIMA	TEPIC, TIJUANA
CUERNAVACA	GUADALAJARA, HERMOSILLO, TIJUANA
CULIACÁN	GUADALAJARA, TIJUANA
DURANGO	TIJUANA
GUADALAJARA	CUERNAVACA, HERMOSILLO, LA PAZ, QUERÉTARO, OAXACA, TIJUANA
HERMOSILLO	TIJUANA
LA PAZ	GUADALAJARA , TIJUANA
MORELIA	TIJUANA
OAXACA	GUADALAJARA , TIJUANA
PUEBLA	ACAPULCO, HERMOSILLO, TIJUANA
QUERÉTARO	GUADALAJARA , TIJUANA
TEPIC	COLIMA, TIJUANA
TIJUANA	ACAPULCO ,BAJÍO, COLIMA, CUERNAVACA, DURANGO, LA PAZ, MORELIA, OAXACA, PUEBLA, QUERÉTARO, TEPIC, TOLUCA, URUAPAN
TOLUCA	TIJUANA
URUAPAN	BAJÍO, HERMOSILLO, TIJUANA

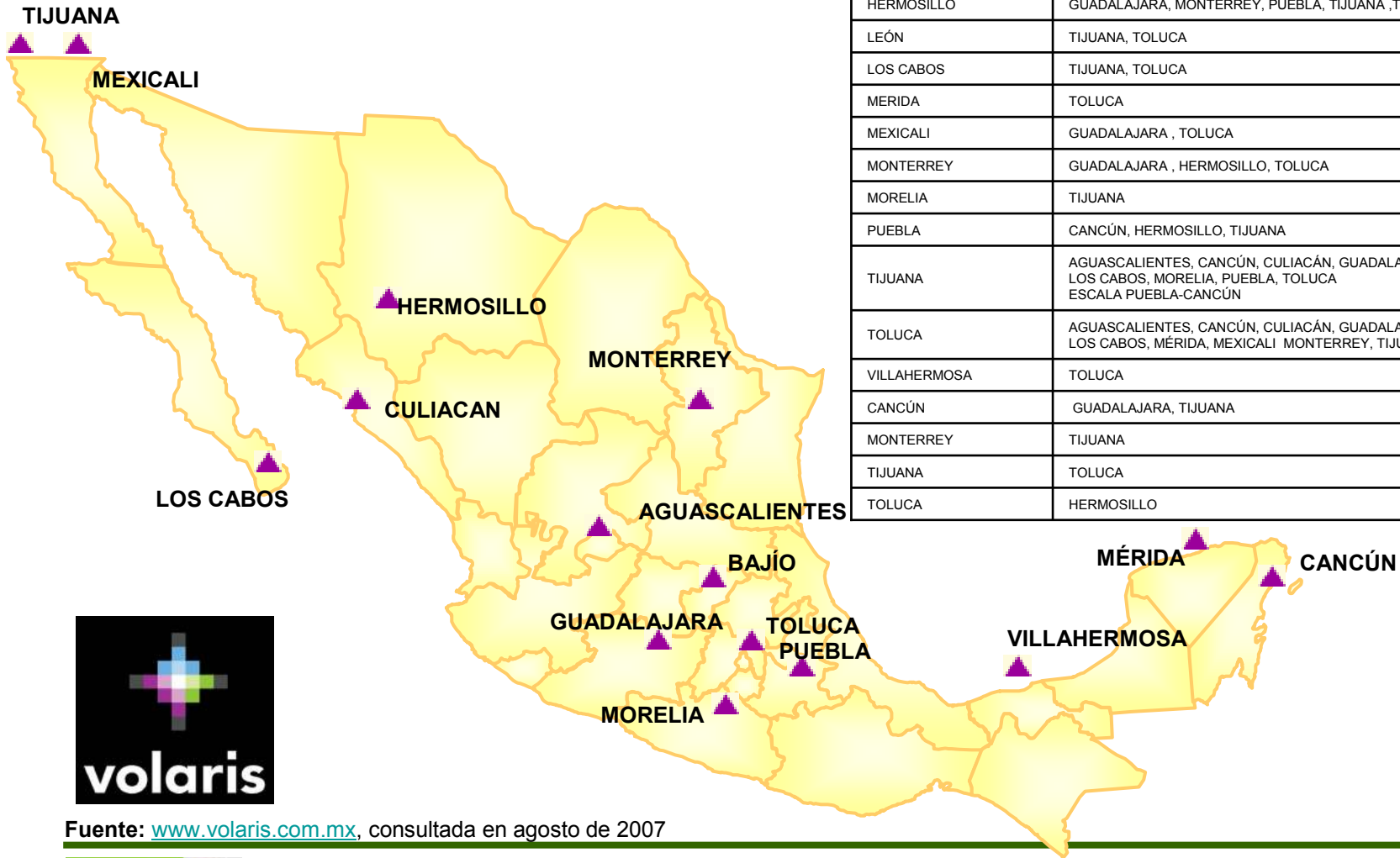


Fuente: [www.avolar.com.mx](http://www.avolar.com.mx), consultada en agosto de 2007



# RUTAS OPERADAS POR VOLARIS

● La ABC Volaris opera 56 rutas.



ORIGEN	DESTINOS
AGUASCALIENTES	TIJUANA, TOLUCA
CULIACÁN	TIJUANA, TOLUCA
GUADALAJARA	HERMOSILLO, MONTERREY, MEXICALI, TIJUANA, TOLUCA
HERMOSILLO	GUADALAJARA, MONTERREY, PUEBLA, TIJUANA, TOLUCA
LEÓN	TIJUANA, TOLUCA
LOS CABOS	TIJUANA, TOLUCA
MÉRIDA	TOLUCA
MEXICALI	GUADALAJARA, TOLUCA
MONTERREY	GUADALAJARA, HERMOSILLO, TOLUCA
MORELIA	TIJUANA
PUEBLA	CANCÚN, HERMOSILLO, TIJUANA
TIJUANA	AGUASCALIENTES, CANCÚN, CULIACÁN, GUADALAJARA, HERMOSILLO, LEÓN, LOS CABOS, MORELIA, PUEBLA, TOLUCA, ESCALA PUEBLA-CANCÚN
TOLUCA	AGUASCALIENTES, CANCÚN, CULIACÁN, GUADALAJARA, HERMOSILLO, LEÓN, LOS CABOS, MÉRIDA, MEXICALI, MONTERREY, TIJUANA, VILLAHERMOSA
VILLAHERMOSA	TOLUCA
CANCÚN	GUADALAJARA, TIJUANA
MONTERREY	TIJUANA
TIJUANA	TOLUCA
TOLUCA	HERMOSILLO



Fuente: [www.volaris.com.mx](http://www.volaris.com.mx), consultada en agosto de 2007



# RUTAS OPERADAS POR VIVAAEROBUS

● La ABC VivaAerobus ofrece 49 rutas directas.



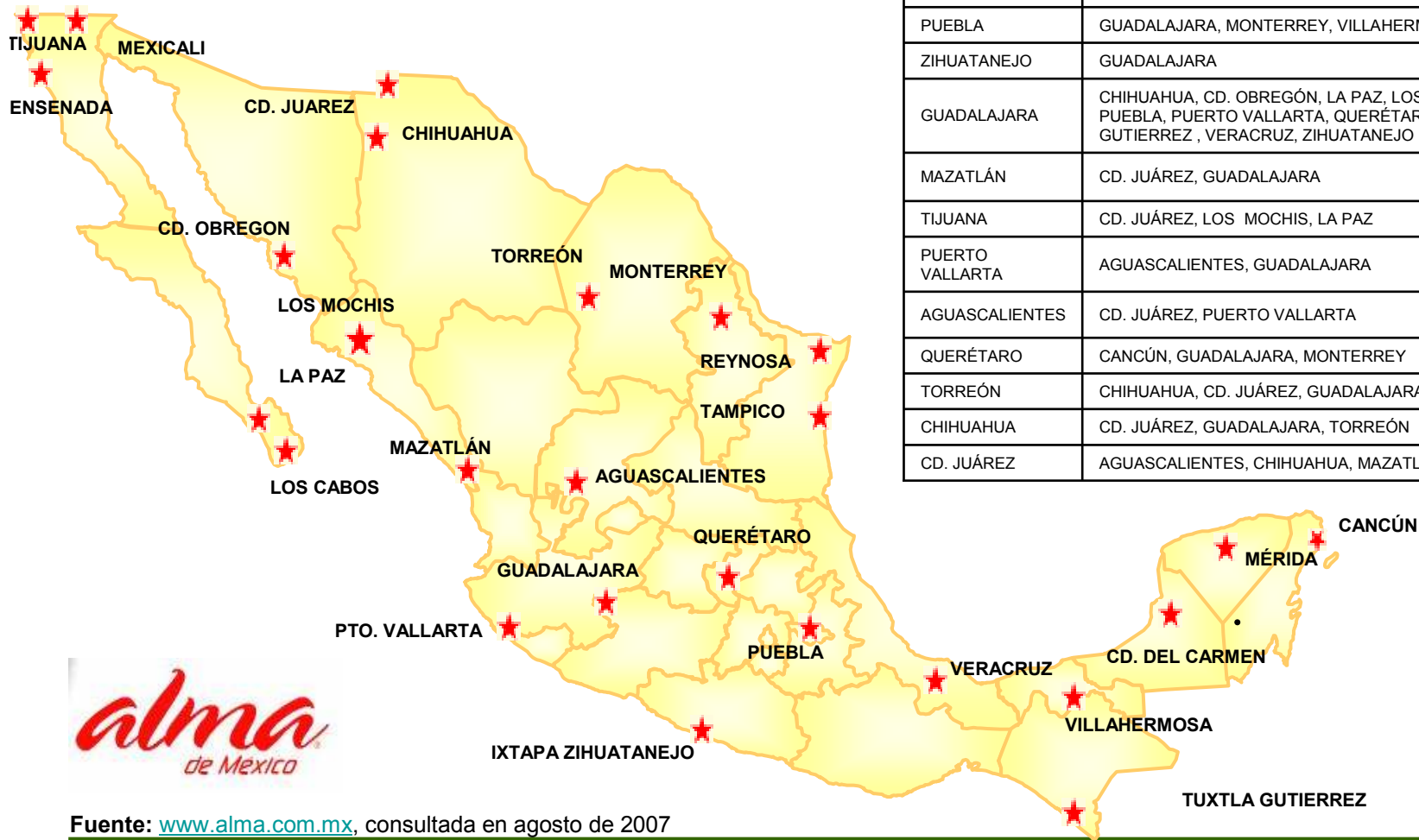
ORIGEN	DESTINOS
MONTERREY	ACAPULCO, AGUASCALIENTES, LEÓN /BAJÍO, CANCÚN, CHIHUAHUA, CD. JUÁREZ, CUERNAVACA, CULIACÁN, DURANGO, HERMOSILLO, IXTAPA / ZIHUTANEJO, MAZATLÁN, MÉRIDA, MEXICALI, MORELIA, PUERTO VALLARTA, QUERÉTARO, SAN LUIS POTOSÍ, TAMPICO, TIJUANA, TORREÓN, VERACRUZ, VILLAHERMOSA, ZACATECAS.
AGUASCALIENTES, CANCÚN, CHIHUAHUA, CD. JUAREZ, CUERNAVACA, CULIACÁN, DURANGO, HERMOSILLO, IXTAPA ZIHUATANEJO, LEÓN, MAZATLÁN, MEXICALI, MORELIA, MÉRIDA, PUERTO VALLARTA, QUERÉTARO, SAN LUIS POTOSÍ, TAMPICO, TORREÓN, VERACRUZ, VILLAHERMOSA, ZACATECAS	MONTERREY
TAMPICO	CULIACÁN



Fuente: [www.vivaaerobus.com](http://www.vivaaerobus.com), consultada en agosto de 2007

# RUTAS OPERADAS POR ALMA

● La ABC Alma opera 48 rutas directas.



ORIGEN	DESTINO DIRECTOS
CANCÚN	MÉRIDA, QUERÉTARO
MÉRIDA	CANCÚN, TUXTLA GUTIÉRREZ
TUXTLA GUTIÉRREZ	MÉRIDA, GUADALAJARA
VERACRUZ	GUADALAJARA, VILLAHERMOSA
PUEBLA	GUADALAJARA, MONTERREY, VILLAHERMOSA
ZIHUATANEJO	GUADALAJARA
GUADALAJARA	CHIHUAHUA, CD. OBREGÓN, LA PAZ, LOS MOCHIS, MAZATLÁN, PUEBLA, PUERTO VALLARTA, QUERÉTARO, TORREÓN, TUXTLA GUTIERREZ, VERACRUZ, ZIHUATANEJO
MAZATLÁN	CD. JUÁREZ, GUADALAJARA
TIJUANA	CD. JUÁREZ, LOS MOCHIS, LA PAZ
PUERTO VALLARTA	AGUASCALIENTES, GUADALAJARA
AGUASCALIENTES	CD. JUÁREZ, PUERTO VALLARTA
QUERÉTARO	CANCÚN, GUADALAJARA, MONTERREY
TORREÓN	CHIHUAHUA, CD. JUÁREZ, GUADALAJARA
CHIHUAHUA	CD. JUÁREZ, GUADALAJARA, TORREÓN
CD. JUÁREZ	AGUASCALIENTES, CHIHUAHUA, MAZATLÁN, TORREÓN, TIJUANA,

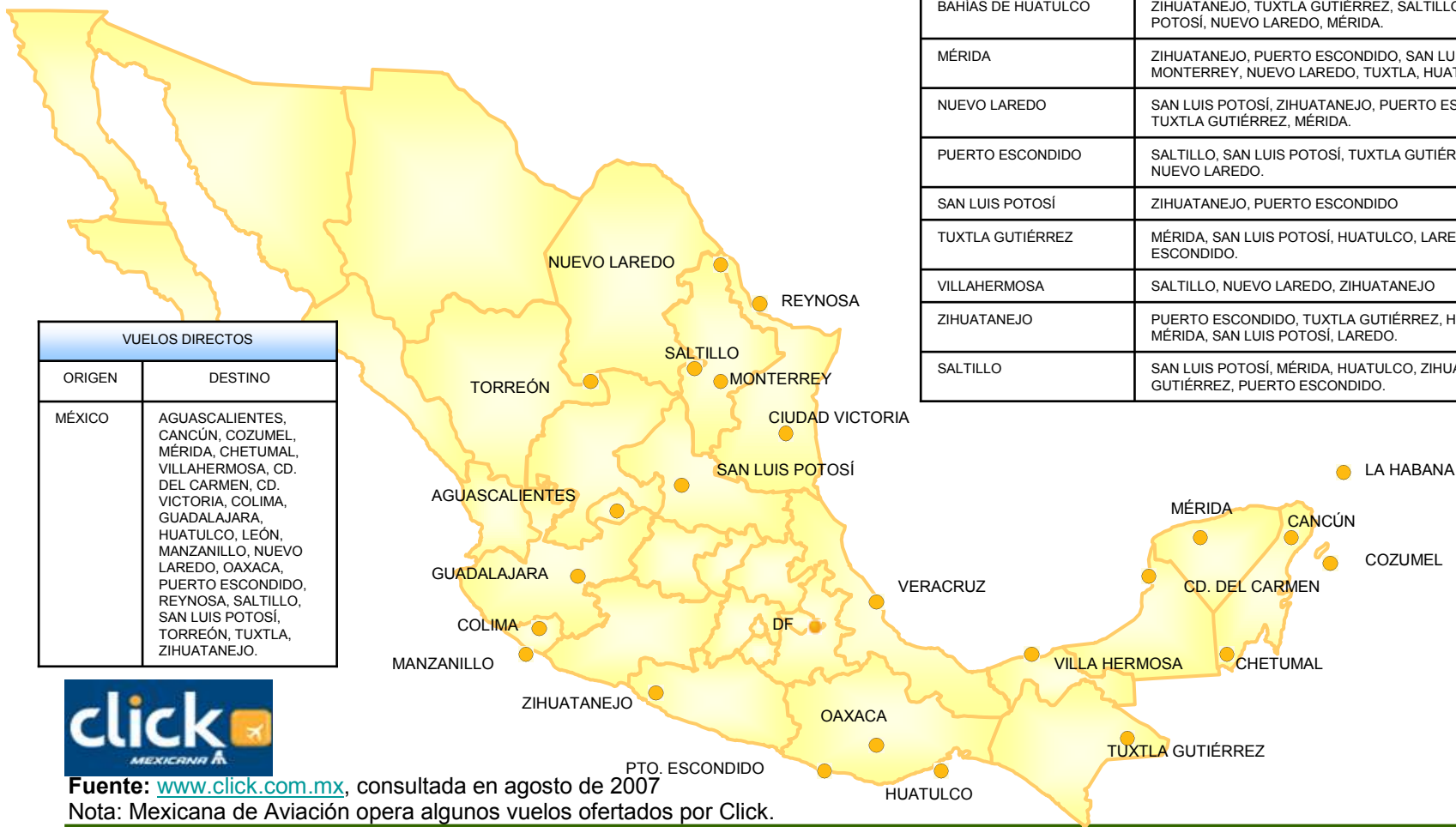


Fuente: [www.alma.com.mx](http://www.alma.com.mx), consultada en agosto de 2007



# RUTAS OPERADAS POR CLICK

La ABC Click opera 22 rutas directas 9 rutas con escala, y 46 con conexión ofreciendo un total de 77 rutas.



VUELOS DIRECTOS	
ORIGEN	DESTINO
MÉXICO	AGUASCALIENTES, CANCÚN, COZUMEL, MÉRIDA, CHETUMAL, VILLAHERMOSA, CD. DEL CARMEN, CD. VICTORIA, COLIMA, GUADALAJARA, HUATULCO, LEÓN, MANZANILLO, NUEVO LAREDO, OAXACA, PUERTO ESCONDIDO, REYNOSA, SALTILLO, SAN LUIS POTOSÍ, TORREÓN, TUXTLA, ZIHUATANEJO.

ORIGEN	DESTINOS CON ESCALA
CANCÚN	VERACRUZ -GUADALAJARA
GUADALAJARA	VERACRUZ-CANCÚN-HABANA
MÉXICO	CANCÚN- LA HABANA
MONTERREY	VERACRUZ-MERIDA
BAHÍAS DE HUATULCO	ZIHUATANEJO, TUXTLA GUTIÉRREZ, SALTILLO, SAN LUIS POTOSÍ, NUEVO LAREDO, MÉRIDA.
MÉRIDA	ZIHUATANEJO, PUERTO ESCONDIDO, SAN LUIS POTOSÍ, MONTERREY, NUEVO LAREDO, TUXTLA, HUATULCO, SALTILLO.
NUEVO LAREDO	SAN LUIS POTOSÍ, ZIHUATANEJO, PUERTO ESCONDIDO, TUXTLA GUTIÉRREZ, MÉRIDA.
PUERTO ESCONDIDO	SALTILLO, SAN LUIS POTOSÍ, TUXTLA GUTIÉRREZ, MÉRIDA, NUEVO LAREDO.
SAN LUIS POTOSÍ	ZIHUATANEJO, PUERTO ESCONDIDO
TUXTLA GUTIÉRREZ	MÉRIDA, SAN LUIS POTOSÍ, HUATULCO, LAREDO, PUERTO ESCONDIDO.
VILLAHERMOSA	SALTILLO, NUEVO LAREDO, ZIHUATANEJO
ZIHUATANEJO	PUERTO ESCONDIDO, TUXTLA GUTIÉRREZ, HUATULCO, MÉRIDA, SAN LUIS POTOSÍ, LAREDO.
SALTILLO	SAN LUIS POTOSÍ, MÉRIDA, HUATULCO, ZIHUATANEJO, TUXTLA GUTIÉRREZ, PUERTO ESCONDIDO.



Fuente: [www.click.com.mx](http://www.click.com.mx), consultada en agosto de 2007  
 Nota: Mexicana de Aviación opera algunos vuelos ofertados por Click.

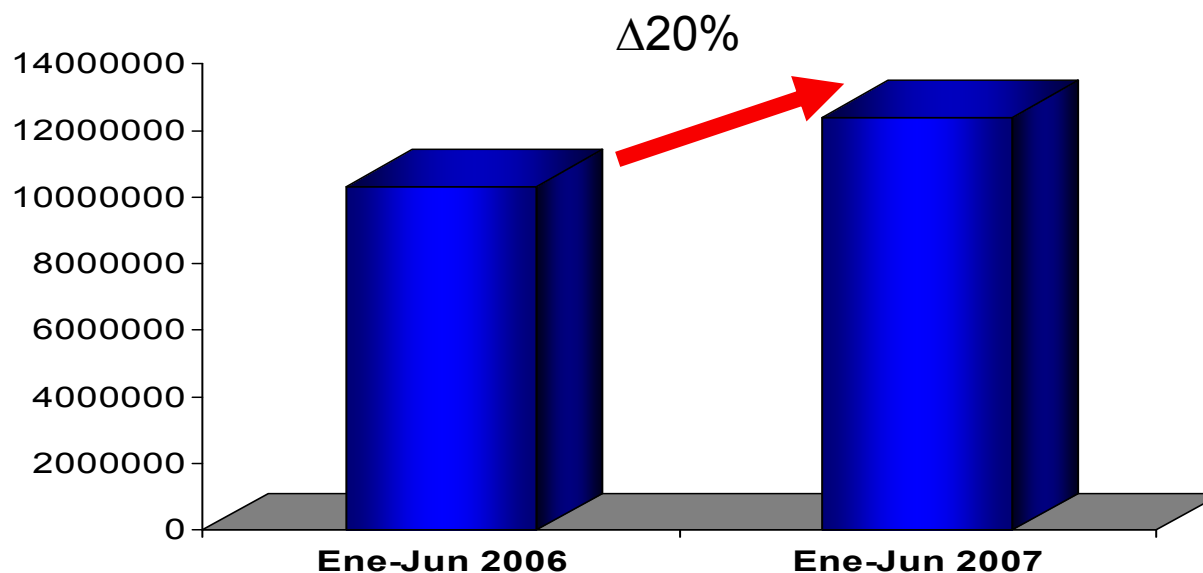


# Operación Aérea de Pasajeros en servicio doméstico

# PASAJEROS TRANSPORTADOS EN SERVICIO DOMÉSTICO

- Durante 2006, el número de pasajeros transportados ascendió a 22 millones 164 mil 708.
- En el periodo enero-junio de 2007 el número de pasajeros transportados en servicio doméstico registró una tasa de crecimiento de 20.1 por ciento con respecto al mismo periodo de 2006, representando un incremento de 2 millones 78 mil 284 pasajeros.

Líneas Aéreas	Anual 2006	Enero-junio		
		2006	2007	Var %
Total pasajeros	22,164,708	10,327,230	12,405,514	20.1



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx). Consultada en Julio de 2007

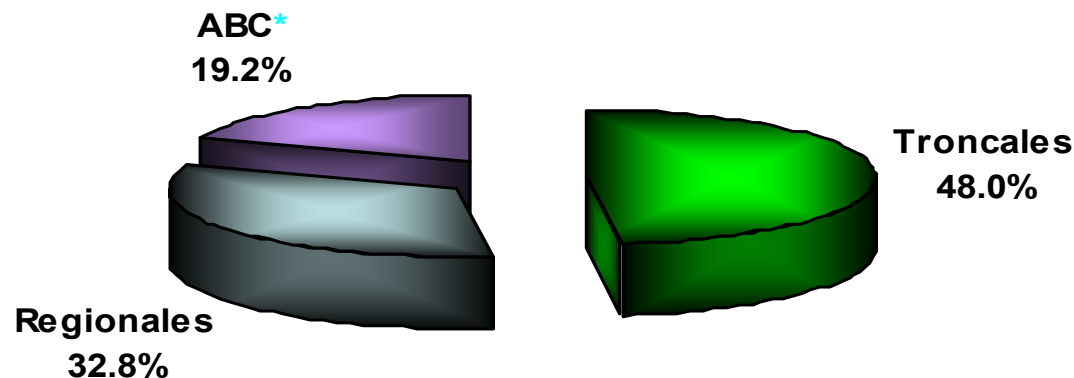
# PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS LÍNEAS AÉREAS SEGÚN PASAJEROS TRANSPORTADOS EN SERVICIO DOMÉSTICO 2006

- En el año 2006, el 48% de los pasajeros fueron transportados por las aerolíneas troncales, el 32.8% por las regionales, y el 19.2% por las ABC.

Líneas Aéreas	Anual 2006	% Total
Troncales	10,641,128	48.0
Regionales	7,260,928	32.8
ABC*	4,262,652	19.2
<b>Total</b>	<b>22,164,708</b>	<b>100</b>

\*Si no incluimos a Click dentro de las ABC, ya que ésta se ha posicionado como tal, pero no compete en las mismas circunstancias, la participación de mercado de las ABC para el 2006 sería de 12.9 por ciento, es decir 6.3 puntos menos que lo reportado en el gráfico.

## Pasajeros Transportados en vuelos domésticos 2006



\*Nota: Incluye a Click

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

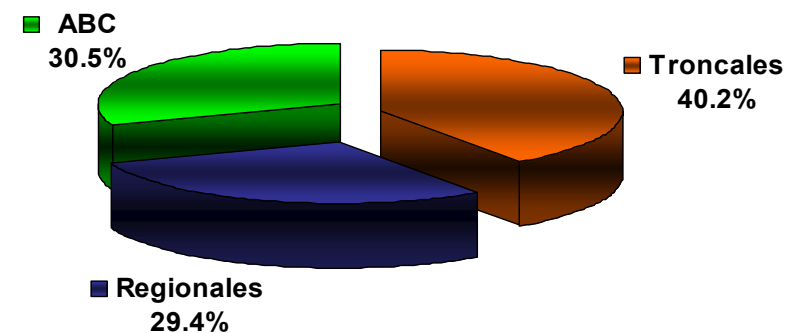
# PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS LÍNEAS AÉREAS SEGÚN PASAJEROS TRANSPORTADOS ENERO-JUNIO 2007 VS 2006

- En el periodo enero-junio de 2006, las empresas troncales -Aeroméxico y Mexicana-, tenían el 53.1 por ciento del mercado y movieron a 5 millones 481 mil 247 pasajeros, pero para el mismo periodo del 2007 les correspondió el 40.2 por ciento del mercado y movieron a 4 millones 984 mil 829 personas; es decir, perdieron 496,418 pasajeros de un periodo a otro.
- De igual forma, las empresas regionales tenían el 32.5 por ciento del mercado, y para el primer semestre de 2007 les correspondió el 29.4 por ciento, es decir 3 puntos porcentuales menos.
- Sin embargo, el comportamiento de los pasajeros transportados por las ABC durante los primeros seis meses del año les permitió tener un crecimiento del 153.9 por ciento respecto de igual período de 2006, que se tradujo en una participación de mercado del 30.5 por ciento, lo que representó un incremento de más del doble de lo que tenían en el primer semestre de 2006 (14.4 por ciento).

Líneas Aéreas	Enero-Junio				Var. % (07/06)
	2006	% Total	2007	% Total	
Troncales	5,481,247	53.1	4,984,829	40.2	-9.1
Regionales	3,357,706	32.5	3,642,361	29.4	8.5
ABC*	1,488,277	14.4	3,778,324	30.5	153.9
Total	10,327,230	100	12,405,514	100	20.1

\*Si no incluimos a Click dentro de las ABC, ya que ésta se ha posicionado como tal, pero no compete en las mismas circunstancias, la participación de mercado de las ABC para el primer semestre de 2007 sería de **22.9** por ciento y no 30.5, es decir, 7.6 puntos menos.

**% de participación de mercado  
Enero - Junio de 2007**



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# Operación Aérea de Pasajeros en servicio doméstico por

- Líneas Aéreas Troncales
- Líneas Aéreas Regionales
- Líneas Aéreas de Bajo Costo

## PASAJEROS TRANSPORTADOS POR LÍNEAS AÉREAS TRONCALES

- Durante el primer semestre de 2007 el número de pasajeros transportados por las líneas aéreas troncales en servicio doméstico tuvo una tasa de crecimiento negativa de 9.1% con respecto a igual periodo de 2006.
- Aeroméxico, fue la línea aérea que más pasajeros perdió presentando una caída del 12.4% de enero a junio de 2007 con respecto a 2006.
- Mexicana, también tuvo una caída del 4.5%, lo que representó una pérdida de 105,312 pasajeros.

Aerolíneas Troncales	2006	Enero-Junio			
		2006	2007	Diferencia	Var. % (07/06)
Aeroméxico	6,068,389	3,158,914	2,767,808	-391,106	-12.4
Mexicana	4,572,739	2,322,333	2,217,021	-105,312	-4.5
<b>Total</b>	<b>10,641,128</b>	<b>5,481,247</b>	<b>4,984,829</b>	<b>-496,418</b>	<b>-9.1</b>

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

## PASAJEROS TRANSPORTADOS EN SERVICIO DOMÉSTICO POR LÍNEAS AÉREAS REGIONALES

- De enero a junio de 2007 el número de pasajeros transportados por las líneas aéreas regionales tuvo una tasa de crecimiento de 8.5% con respecto a igual periodo de 2006, esto debido a que empresas como Aerocalifornia<sup>1</sup>, Aerolitoral, Magnicharter y Aviaca tuvieron un crecimiento positivo en el volumen de pasajeros de 154.2, 22.3, 21.7 y 16.9 por ciento, respectivamente.
- Dentro de las líneas aéreas regionales que perdieron pasajeros en servicio doméstico durante el primer semestre de 2007, se encuentran Aeromar que registró una disminución de 18.7 por ciento en comparación con el mismo periodo de 2006, y Líneas Aéreas Azteca que cerró sus operaciones en marzo de 2007\*.

Aerolíneas regionales	2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var % (07/06)
Aerocalifornia	571,690	239,672	609,185	154.2
Aerolitoral	1,226,930	543,073	664,295	22.3
Magnicharter	624,792	270,164	328,899	21.7
Aviaca	3,104,236	1,421,906	1,662,764	16.9
Aeromar	641,349	324,126	263,645	-18.7
Líneas Aéreas Azteca*	1,091,931	558,765	113,573	-79.7
<b>Total</b>	<b>7,260,928</b>	<b>3,357,706</b>	<b>3,642,361</b>	<b>8.5</b>

<sup>1</sup> Aerocalifornia logró recuperar el mercado, luego de que en marzo de 2006 suspendiera operaciones, regresando a operar tres meses después.

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx) consultada en julio 2007

## PASAJEROS TRANSPORTADOS POR LÍNEAS AÉREAS DE BAJO COSTO

- Entre enero y junio de 2007 las ABC registraron un incremento de pasajeros transportados de 153.9% con respecto a igual periodo del año pasado, pasando de 1 millón 488 mil 277 a 3 millones 778 mil 324 pasajeros transportados en servicio doméstico. Cabe aclarar, que para hacer la lectura de esta información, se debe de considerar que en el primer semestre de 2006 las aerolíneas VivaAerobus, Alma y Volaris no operaron durante el periodo completo.
- Destaca Avolar por su importante incremento en el número de pasajeros transportados de un semestre a otro.

ABC	2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var % (07/06)
Avolar	427,494	108,775	446,687	310.7
Interjet	1,253,133	457,415	671,314	46.8
Click	1,410,359	681,919	936,695	37.4
VivaAerobus*	67,189	0	516,564	NA
Alma**	208,364	3,173	347,732	NA
Volaris***	896,113	236,995	859,332	NA
<b>Total</b>	<b>4,262,652</b>	<b>1,488,277</b>	<b>3,778,324</b>	<b>153.9</b>

\*Si no incluimos a Click dentro de las ABC, ya que ésta se ha posicionado como tal pero no compite en las mismas circunstancias, la tasa de crecimiento de las ABC sería de 252.4 por ciento.

\*Inicio de operaciones en noviembre de 2006

\*\* Inicio de operaciones en junio de 2006

\*\*\*Inicio de operaciones en marzo de 2006

NA No Aplica

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS LÍNEAS AÉREAS SEGÚN NÚMERO DE PASAJEROS TRANSPORTADOS. ENERO-JUNIO 07/06

- En el primer semestre de 2007, Aeroméxico, Mexicana y Aviacsa se mantienen en los primeros lugares de acuerdo al número de pasajeros transportados y las ABC se posicionan dentro del top 10.

Líneas Aéreas	Ene-Jun 2006	% del Total
1. Aeroméxico	3,158,914	30.6
2. Mexicana	2,322,333	22.5
3. Aviacsa	1,421,906	13.8
4. Click	681,919	6.6
5. Líneas Aéreas Azteca	558,765	5.4
6. Aerolitoral	543,073	5.3
7. Interjet	457,415	4.4
8. Aeromar	324,126	3.1
9. Magnicharter	270,164	2.6
10. Aerocalifornia	239,672	2.3
11. Volaris***	236,995	2.3
12. Avolar	108,775	1.1
13. Alma**	3,173	0.03
14. VivaAerobus*	0	0
<b>Total</b>	<b>10,327,230</b>	<b>100</b>

Líneas Aéreas	Ene-Jun 2007	% del Total
1. Aeroméxico	2,767,808	22.3
2. Mexicana	2,217,021	17.9
3. Aviacsa	1,662,764	13.4
4. Click	936,695	7.6
5. Volaris	859,332	6.9
6. Interjet	671,314	5.4
7. Aerolitoral	664,295	5.4
8. Aerocalifornia	609,185	4.9
9. VivaAerobus	516,564	4.2
10. Avolar	446,687	3.6
11. Alma	347,732	2.8
12. Magnicharter	328,899	2.7
13. Aeromar	263,645	2.1
14. Líneas Aéreas Azteca	113,573	0.9
<b>Total</b>	<b>12,405,514</b>	<b>100</b>

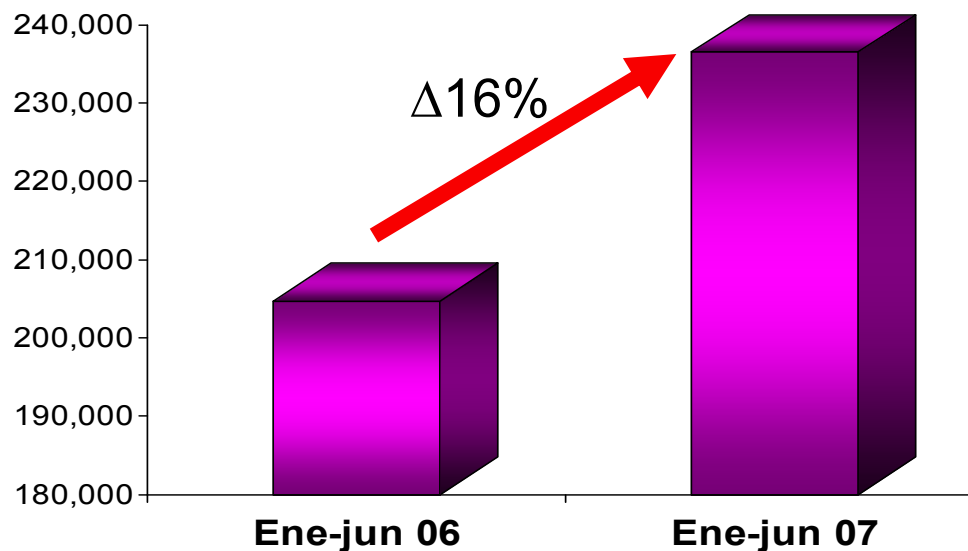
 Líneas Aéreas de Bajo Costo

# Operación Aérea de Vuelos realizados en servicio doméstico

## VUELOS REALIZADOS EN SERVICIO DOMÉSTICO

- Durante 2006, el número de vuelos realizados en servicio doméstico ascendió a 437 mil 664.
- Se observa que en el periodo enero-junio de 2007 el número de vuelos realizados registró una tasa de crecimiento de 16 por ciento con respecto al mismo periodo de 2006.

Líneas Aéreas	Anual 2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var %
Total vuelos	437,664	204,756	236,553	16



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

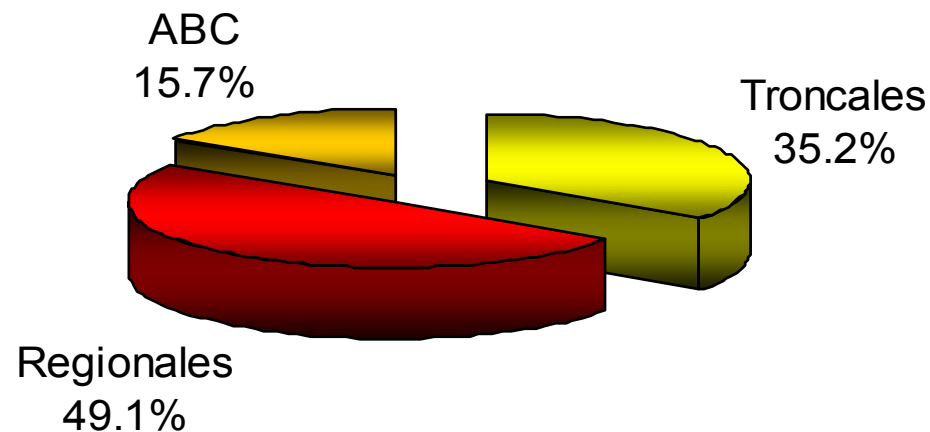
# PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS LÍNEAS AÉREAS SEGÚN VUELOS REALIZADOS 2006

- Durante el año 2006, el 49% de los vuelos fueron operados por las aerolíneas regionales, el 35% por las troncales, y el 16% por las ABC.

Líneas Aéreas	Anual 2006	% Total
Troncales	153,472	35.1
Regionales	215,210	49.2
ABC	68,982	15.7*
<b>Total</b>	<b>437,664</b>	<b>100</b>

\*Al excluir a Click dentro de las ABC, encontramos que la oferta de vuelos de las ABC para el 2006 sería de 9.6 por ciento del total.

Participación en Vuelos realizados en 2006

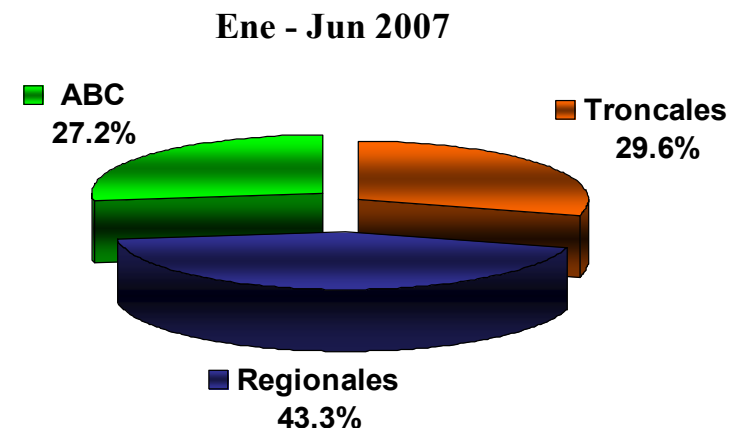


Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS LÍNEAS AÉREAS SEGÚN VUELOS REALIZADOS ENERO - JUNIO 2007 VS 2006

- Las líneas aéreas regionales son las que operaron el mayor número de vuelos durante el primer semestre de 2007, incrementando su oferta en 857 vuelos.
- En el periodo enero-junio de 2006, las empresas troncales -Aeroméxico y Mexicana-, operaban el 38 por ciento de los vuelos, pero para el mismo periodo del 2007 se quedaron solamente con el 29.6 por ciento.
- Y las Líneas Aéreas de Bajo Costo incrementaron el número de vuelos realizados durante el primer semestre de 2007, en más del doble.

Líneas Aéreas	Enero-junio			
	2006	% Total	2007	% Total
Troncales	77,960	38.1	69,911	29.6
Regionales	101,455	49.5	102,312	43.3
ABC	25,341	12.4	64,330	27.2*
<b>Total</b>	<b>204,756</b>	<b>100%</b>	<b>236,553</b>	<b>100%</b>



\*Al excluir a Click dentro de las ABC, encontramos que la oferta de vuelos de las ABC para primer semestre de 2007 sería de 19.9 por ciento.

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

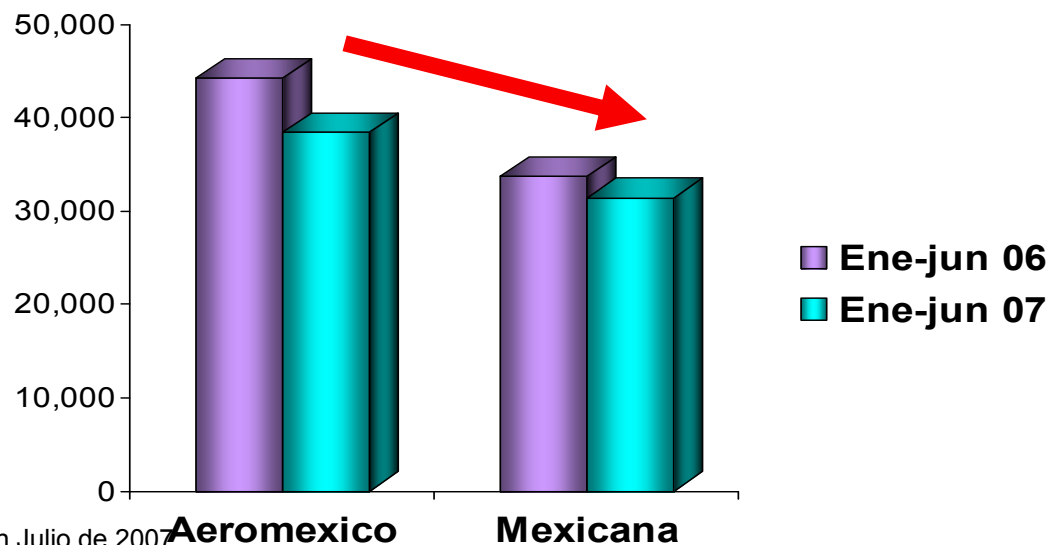
# Operación Aérea de Vuelos realizados en servicio doméstico por

- Líneas Aéreas Troncales
- Líneas Aéreas Regionales
- Líneas Aéreas de Bajo Costo

# VUELOS REALIZADOS EN SERVICIO DOMÉSTICO POR LÍNEAS AÉREAS TRONCALES

- Durante el primer semestre de 2007 el número vuelos realizados por las líneas aéreas troncales tuvo una tasa de crecimiento negativa de -10.3% con respecto a igual periodo de 2006. De esta forma, Aeroméxico y Mexicana disminuyeron sus vuelos en 13 y 6.8 por ciento, respectivamente.

Aerolíneas Troncales	2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var % 07/06
Aeroméxico	85,694	44,237	38,472	-13.0
Mexicana	67,778	33,723	31,439	-6.8
<b>Total</b>	<b>153,472</b>	<b>77,960</b>	<b>69,911</b>	<b>-10.3</b>



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

## VUELOS REALIZADOS POR LÍNEAS AÉREAS REGIONALES

- Durante el primer semestre de 2007 el número de vuelos realizados por las líneas aéreas regionales tuvo una tasa de crecimiento de solo 0.8%, esto debido, entre otros factores, al cierre de Líneas Aéreas Azteca y a la baja operación de Aeromar que dejó de realizar más de 4,000 vuelos. Destaca el comportamiento positivo de Aerocalifornia, que logró recuperar el mercado durante el primer semestre de 2007 después de reanudar sus operaciones.

Aerolíneas regionales	2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var % (07/06)
Aerocalifornia	17,813	7,918	18,626	135.2
Magnicharter	7,022	3,100	3,575	15.3
Aviacsa	61,493	29,039	32,376	11.5
Aerolitoral	57,537	26,515	28,169	6.2
Aeromar	39,651	19,425	15,401	-20.7
Líneas Aéreas Azteca*	31,694	15,458	4,165	-73.1
<b>Total</b>	<b>215,210</b>	<b>101,455</b>	<b>102,312</b>	<b>0.8</b>

<sup>1</sup> Aerocalifornia logró recuperar el mercado, luego de que en marzo de 2006 suspendiera operaciones, regresando tres meses después.

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

## VUELOS REALIZADOS POR LÍNEAS AÉREAS DE BAJO COSTO

- Entre enero y junio de 2007 las ABC registraron un incremento de 153.9% con respecto a igual periodo del año pasado. Cabe aclarar, que para hacer la lectura de esta información se debe de considerar que en el primer semestre de 2006 las aerolíneas Vivaaerobus, Alma y Volaris no operaron durante el periodo completo.
- La línea aérea que tuvo el comportamiento más dinámico, en cuanto a número de vuelos operados se refiere, fue Avolar.

ABC	2006	Enero-Junio		
		2006	2007	Var % (07/06)
Avolar	10,395	2,545	10,550	314.5
Click	27,128	12,869	17,272	34.2
Interjet	16,081	7,334	8,846	20.6
VivaAerobus*	572	0	5,483	NA
Alma**	6,193	97	12,330	NA
Volaris***	8,613	2,496	9,849	NA
<b>Total</b>	<b>68,982</b>	<b>25,341</b>	<b>64,330</b>	<b>153.9*</b>

\*Si no incluimos a Click, la tasa de crecimiento de las ABC sería de 277.3 por ciento.

\*Inicio de operaciones en noviembre de 2006

\*\* Inicio de operaciones en junio de 2006

\*\*\*Inicio de operaciones en marzo de 2006

ND No Disponible

Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# VUELOS REALIZADOS POR LÍNEAS AÉREAS

## ENERO-JUNIO 2007 vs 2006

- Para el primer semestre de 2007, las aerolíneas que operaron el mayor número de vuelos fueron Aeroméxico, seguido por Aviacsa y Mexicana.

Líneas Aéreas	Enero-Junio 2006	% de total
1. Aeroméxico	44,237	21.6
2. Mexicana	33,723	16.5
3. Aviacsa	29,039	14.2
4. Aerolitoral	26,515	12.9
5. Aeromar	19,425	9.5
6. Líneas Aéreas Azteca	15,458	7.5
7. Click	12,869	6.3
8. Aerocalifornia	7,918	3.9
9. Interjet	7,334	3.6
10. Magnicharter	3,100	1.5
11. Avolar	2,545	1.2
12. Volaris***	2,496	1.2
13. Alma**	97	0.05
14. VivaAerobus*	0	0
<b>Total</b>	<b>204,756</b>	<b>100</b>

Líneas Aéreas	Enero-Junio 2007	% de total
1. Aeroméxico	38,472	16.3
2. Aviacsa	32,376	13.7
3. Mexicana	31,439	13.3
4. Aerolitoral	28,169	11.9
5. Aerocalifornia	18,626	7.8
6. Click	17,272	7.3
7. Aeromar	15,401	6.5
8. Alma	12,330	5.2
9. Avolar	10,550	4.5
10. Volaris	9,849	4.2
11. Interjet	8,846	3.7
12. VivaAerobus	5,483	2.3
13. Líneas Aéreas Azteca	4,165	1.8
14. Magnicharter	3,575	1.5
<b>Total</b>	<b>236,553</b>	<b>100</b>

 Líneas Aéreas de Bajo Costo



\*Inicio de operaciones en noviembre de 2006

\*\* Inicio de operaciones en junio de 2006

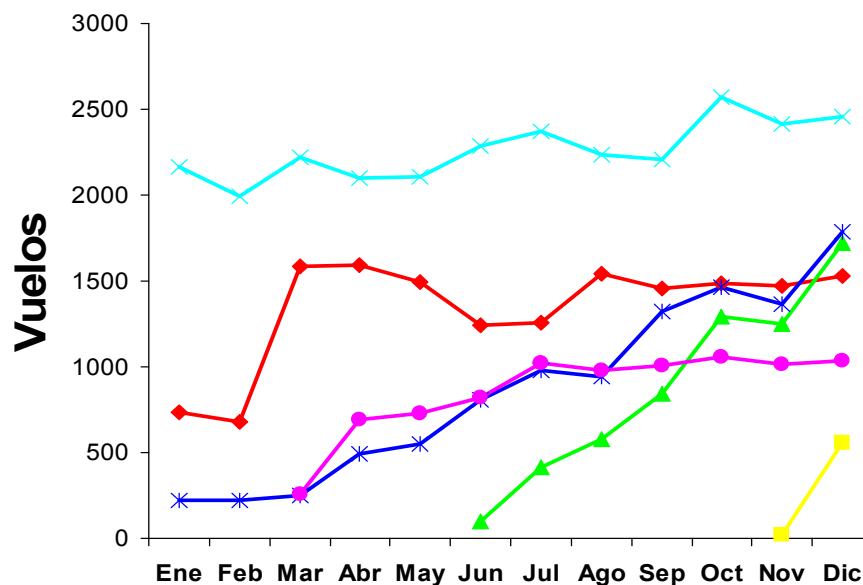
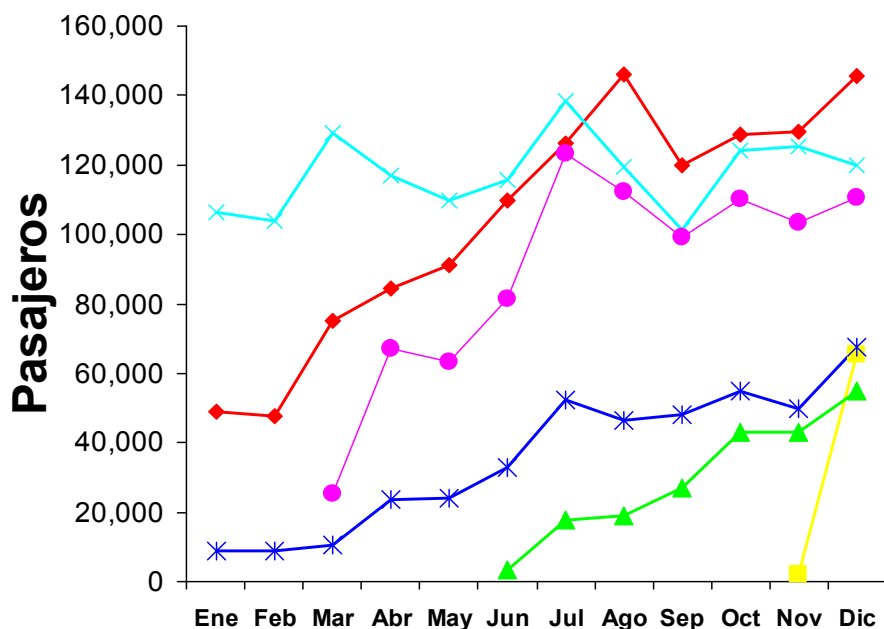
\*\*\*Inicio de operaciones en marzo de 2006

NA No Aplica

Fuente: [www.sct.aob.mx](http://www.sct.aob.mx). consultada en Julio de 2007

# VUELOS REALIZADOS VS PASAJEROS TRANSPORTADOS POR LINEAS ÁEREAS DE BAJO COSTO. ANUAL 2006

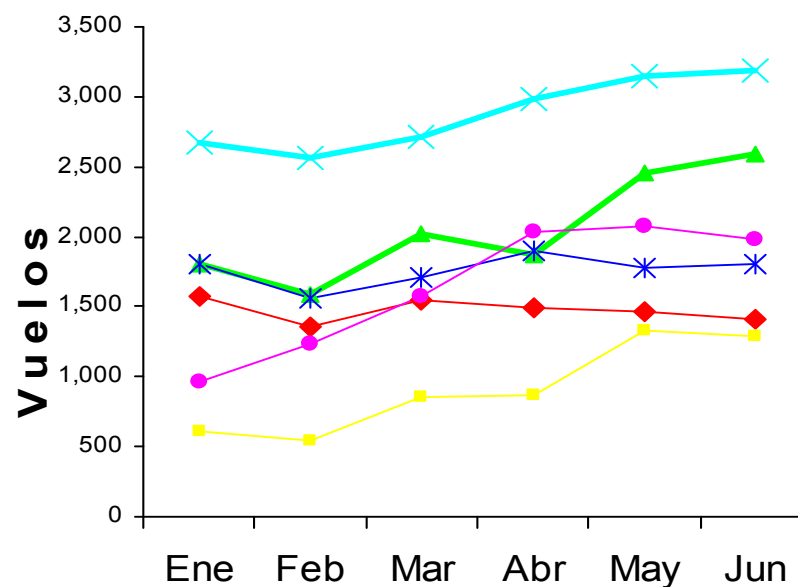
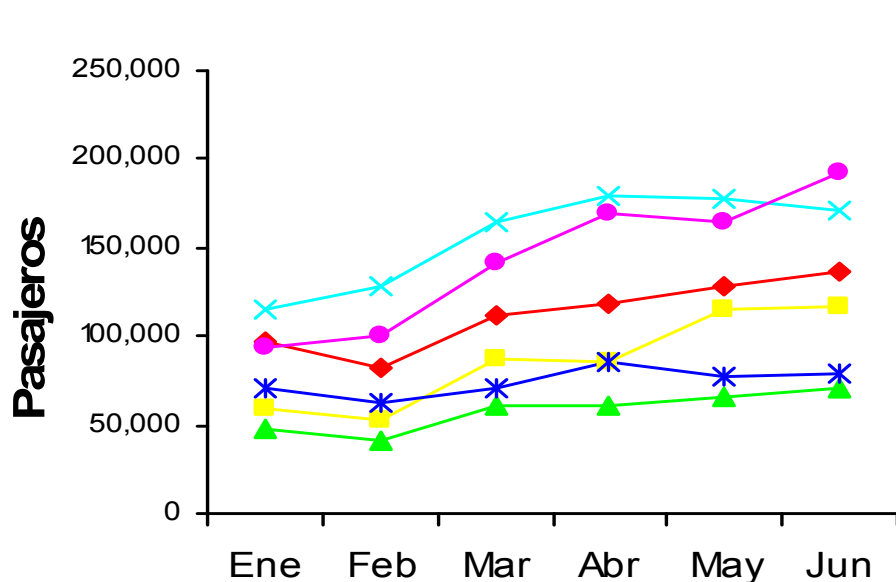
- Exceptuando a la empresa Click, durante el año 2006 Interjet tiene el mayor número de pasajeros transportados, así como de vuelos realizados en servicio doméstico; le siguen Volaris y Avolar.



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# VUELOS REALIZADOS VS PASAJEROS TRANSPORTADOS POR EMPRESAS DE LA NUEVA GENERACIÓN (ABC) ENERO-JUNIO DE 2007

- Exceptuando a la empresa Click, durante el periodo enero-junio de 2007, Volaris presenta el mayor número de pasajeros transportados y Alma tiene el mayor número de vuelos realizados en servicio doméstico.



Fuente: [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx), consultada en Julio de 2007

# PORCENTAJE DE OCUPACIÓN DE VUELOS <sup>/e</sup>

## ENERO-JUNIO DE 2007

- Volaris, es la aerolínea que ha alcanzado la mayor tasa de ocupación de sus vuelos durante el primer semestre de 2007. Para el caso de Avolar, el crecimiento en el número de vuelos, no estuvo compensado por un crecimiento en el número de pasajeros, por lo que el porcentaje de ocupación de sus vuelos es del 32.6%.

Línea Aérea	Asientos Disponibles totales <sup>/1</sup>	Pasajeros Transportados	% de ocupación de vuelos <sup>/e</sup>
Volaris	1,221,276	859,332	70.4
VivaAerobus	745,688	516,564	69.3
Alma	616,500	347,732	56.4
Interjet	1,326,900	671,314	50.6
Click	1,865,376	936,695	50.2
Avolar *	1,371,500	446,687	32.6
TOTAL	7,147,240	3,778,324	52.9

<sup>/1</sup> Vuelos realizados por capacidad de avión disponible

<sup>/e</sup> Estimación propia con base en datos disponibles

\* Promedio ponderado de vuelos realizados por capacidad disponible por tipo de flota.

\* Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

# Mezcla de mercado de las ABC

# CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECEN LAS ABC MEXICANAS

- Los productos que ofrecen las ABC son similares, a excepción de Vivaaerobus cuyo refrigerio es con costo extra.

CARACTERÍSTICAS	ALMA	AVOLAR	CLICK *	INTERJET	VIVAAEROBUS	VOLARIS
<b>TARIFAS</b>	Según Disponibilidad	Según Disponibilidad	Según Disponibilidad	Según Disponibilidad	Según Disponibilidad	Según Disponibilidad
<b>PUNTOS DE VENTA</b>	Aeropuerto, Teléfono, Internet	Aeropuerto, Teléfono, Internet	Aeropuerto, Teléfono, Internet, Oficinas	Aeropuerto, Teléfono, Internet, Oficinas	Aeropuerto, Teléfono, Internet, Oficinas	Aeropuerto, Teléfono, Internet, Oficinas, Sanborns
<b>AGENCIA DE VIAJES (GRUPOS)</b>	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>TIPO DE BOLETO</b>	Boleto Electrónico	Boleto Electrónico Boleto Impreso	Boleto Electrónico	Boleto Electrónico	Boleto Electrónico	Boleto Electrónico
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	Refrigerio Sin Costo Extra	Refrigerio Sin Costo Extra	Botanas, Refrescos, Cerveza Sin Costo Extra	Refrigerio Sin Costo Extra	Refrigerio Con Costo Extra	Botanas Sin Costo Extra
<b>TIEMPO PREVIO PARA ABORDAR</b>	2hrs antes de la salida	2hrs antes de la salida	2hrs antes de la salida	2hrs antes de la salida	2hrs antes de la salida	2hrs antes de la salida y 2hrs 30 min. en Santa Fé.

Fuente: Call-Center de las ABC

\* Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

## PRECIO DE LAS PRINCIPALES RUTAS OPERADAS POR LAS ABC

RUTA	AEROLINEA	TIEMPO DE VUELO PROMEDIO	TARIFA	TARIFA REGULAR
			TEMPORADA ALTA	
BJX-TIJ	Avolar	01:00	\$2,469.23	\$1,327.00
	Volaris	01:05	\$1,146.43	\$740.25
GDL-PVR	Alma	0:50	\$1,042.57	\$1,042.57
GDL-CUN	Alma	04:50	\$2,712.57	\$2,712.57
	Volaris	5:35 * con escala	\$1,299.00	\$1,299.00
	Click	03:30	\$2,360.47	\$2,360.47
MTY-CUN	Click	5:00 * con escala	\$2,102.00	\$2,047.00
	Interjet	02:20	\$1,382.49	\$1,274.23
	Volaris	5:20 * con escala	\$1,304.76	\$1,305.00
	VivaAerobus	02:50	\$1,167.70	\$1,167.70
MEX-MID	Click	02::00 a.m.	\$1,468.33	\$1,046.28
MEX-CUN	Click	02:45	\$1,543.08	\$1,277.43
PBC-GDL	Alma	01:10	\$1,421.57	\$1,421.57
TIJ-ACA	Avolar	03:30	\$3,428.59	\$1,405.47
TIJ-OAX	Avolar	5:00 * con escala	\$2,598.59	\$1,561.09
TIJ-MLM	Avolar	03:00	\$2,442.97	\$1,301.72

Fuente: Paginas de las ABC, consultadas en julio de 2007

•Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

## PRECIO DE LAS PRINCIPALES RUTAS OPERADAS POR LAS ABC

RUTA	AEROLINEA	TIEMPO DE VUELO PROMEDIO	TARIFA	
			TEMPORADA ALTA	TARIFA REGULAR
TLC-CUN	*Interjet	02:00	\$1,785.25	\$1,299.00
			\$1,685.25	\$1,122.29
			\$1,585.25	\$1,033.94
	Volaris	02:10	\$1,379.49	\$1,040
TLC-SJD	Interjet	01:00	\$1,029.15	\$1,005.69
	Volaris	01:05	\$1,238.33	\$1,040.25
TLC-ACA	Interjet	00:50	\$1,149.00	\$1,049.00

Fuente: Paginas de las ABC, consultadas en julio de 2007

\* Precios dependiendo disponibilidad de la demanda

# PUBLICIDAD DE MEDIO IMPRESO DE COMUNICACIÓN (PERIÓDICO) DE ALMA

- La publicidad en periódico de Alma lleva un desarrollo: publicidad preventiva, publicidad pre vuelo, publicidad lanzamiento y publicidad mantenimiento.\*



Fuente: [www.alma.com.mx](http://www.alma.com.mx) , consultada en agosto de 2007

## PUBLICIDAD EN MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN (RADIO) DE ALMA

- La publicidad en radio de Alma está basada en principios como: calidez humana, orgullo, trato amable y tarifas justas. Su publicidad se dirige a residentes en Guadalajara o personas que viajan frecuentemente a Guadalajara. Mencionan como principal punto de venta su call center.



*“Alma ya despegó todos los días a los Mochis y Guadalajara, tu nueva línea aérea, te lleva y te trae de nuevo a casa, jets nuevos, el trato amable que te gusta, tarifas justas y los destinos que realmente necesitas. Vuela como te gusta, vuela con Alma” (publicidad Tijuana)*



*“Alma ya despegó a Puerto Vallarta todos los días, y no solo nuestros jets están volando, nuestro orgullo también está en lo alto, nuestra propia línea aérea que nació en Guadalajara, ya nos lleva directo a Puerto Vallarta el trato amable que te gusta, tarifas justas y los destinos que realmente necesitas. Vuela como te gusta, vuela con Alma “ (publicidad Guadalajara)*

Fuente: [www.alma.com.mx](http://www.alma.com.mx), consultada en agosto de 2007

# INTEGRACIÓN DE PRODUCTOS DE INTERJET

- Los paquetes que ofrece Interjet incluyen hospedaje en hoteles 5 estrellas, transportación y se encuentran programados para determinadas fechas.

Intertours te recomienda los mejores paquetes.

 <p><b>Holiday Inn EXPRESS</b> HOTEL &amp; SUITES MEXICO CITY AT THE WTC <b>México D.F.</b></p>	 <p><b>THE Bel Air</b> COLLECTION <b>Cancún</b></p>
<p><b>Holiday Inn Express and Suites México</b>, es el lugar perfecto para aquellos hombres de negocios que viajan a este destino y que necesitan estar rodeado de comodidad, funcionalidad y buen gusto.</p>	<p><b>Bel Air</b>, una nueva tendencia hotelera Hip-Minimalista, para vivir un romance inolvidable o experimentar un renovador descanso, suites con jacuzzi, Sushi-Martini, Lounge - Bar, gym y Spa, etc.</p>
 <p><b>CROWNE PLAZA</b> HOTEL DE MEXICO <b>México D.F.</b></p>	 <p><b>Holiday Inn</b> CENTRO HISTÓRICO GUADALAJARA <b>Guadalajara</b></p>
<p><b>Crowne Plaza Hotel de México</b>, le proporcionará un servicio personalizado y un punto de contacto para reuniones exitosas.</p>	<p><b>El hotel Holiday Inn Centro Histórico</b>, fue acondicionado en un edificio colonial del hermoso centro histórico de la ciudad de Guadalajara.</p>
 <p><b>CASAMAGNA</b> PUERTO VALLARTA RESORT &amp; SPA Marriott <b>Puerto Vallarta</b></p>	 <p><b>HYATT</b> CANCUN CARIBE RESORT <b>Cancún</b></p>
<p><b>CasaMagna Marriott Puerto Vallarta Resort</b>, ganador del premio AAA cuatro diamantes, es el paraíso en la tierra. Construido al estilo de una mansión del antiguo México, 3a. noche gratis.</p>	<p><b>HYATT Cancun Caribe Resort</b>, es el lugar ideal para relajarse y estimular los sentidos. Ubicación privilegiada, medio kilómetro de playa, vista al mar garantizada, a unos pasos de centros comerciales y áreas de entretenimiento.</p>

Fuente: [www.interjet.com.mx](http://www.interjet.com.mx), consultada en agosto de 2007.

# PUBLICIDAD DE MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN (RADIO) DE VOLARIS



- La publicidad de Volaris está basada en el principio de la puntualidad. Se dirige a todos los segmentos de mercado: niños, jóvenes, adultos, empresarios, personas expertas e inexpertas en el uso del servicio. Menciona como principal punto de venta su sitio en Internet.



*Buenos días bienvenidos al vuelo 600 con destino a Hermosillo, nos estamos preparando estrenamos nuevo vuelo Guadalajara-Hermosillo compra: en [volaris.com.mx](http://volaris.com.mx)*



*Bienvenidos a Volaris si deseas consultar nuestros nuevos destinos, nos estamos preparando. Estrenamos nuevos vuelos desde Toluca a Bajío y Los Cabos, a partir de Febrero. compra: en [volaris.com.mx](http://volaris.com.mx)*

Fuente: [www.volaris.com.mx](http://www.volaris.com.mx), consultada en agosto de 2007

## PROMOCIONES DE LAS ABC

- Las promociones de las ABC están enfocadas hacia destinos turísticos y ciudades principales. Asimismo crean paquetes promocionales para eventos como el Cervantino y fechas especiales como Navidad y Año Nuevo.

### ALMA

**Promociones**

Valido hasta el 31 de Octubre en la ruta:  
**CIUDAD JUÁREZ - TORREÓN**  
**TORREÓN - CIUDAD JUÁREZ**  
**vuelo sencillo \$ 800.-\***

\*Aplica restricciones y disponibilidad. Viaje sencillo. No incluye impuestos ni cuotas. Tarifas sujeto a cambios sin previo aviso.

Guadalajara Torreón Monterrey Puebla Ciudad Juárez Torreón

### VIVAAEROBUS

Comprando los 3 días siguientes después del gol, para volar a partir de Septiembre 2007

### AVOLAR

Gran Remate de Inventarios **desde 1¢**

Ahora de Lunes a Miercoles

**8PM-10PM**

Lunes a Miercoles cantidad limitada aplican restricciones

### \* CLICK

Sólo por Call Center compra del Viernes 29 de Junio al Domingo 15 de Julio 2007

Y APROVECHA EL **3x2** CON CLICK DE MEXICANA

**COZUMEL**

COMPRÁ ÚNICAMENTE AL: 22 82 62 62 O AL 01 800 11 CLICK (25425)

Este es un CLICK de Aniversario Solo de 17 a 18 hrs.

México Huatulco

Desde \$599 \*Impuestos incluidos

Consulta aquí las condiciones

### INTERJET

nuevas rutas, vuelo directo.

Monterrey ⇌ Cancún

**2x1**

Guadalajara ⇌ Los Cabos

Promoción válida para volar del 02 al 15 de julio del 2007.

Compra aquí

### VOLARIS

Antes de checar en otro lado... **Monterrey \$850\*** (Guadalajara, Toluca).

Compra y vuela del 4 al 15 de julio.

\*Todos los cargos e impuestos incluidos.

Esta semana te ofrecemos... **Tijuana - Hermosillo** por sólo **\$599\***

\*Incluye IVA y TUA

Fuente: Páginas de Internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007

\* Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

# PRESENTACIÓN DE LAS PÁGINAS DE INTERNET DE LAS ABC DE LAS ABC

- Las páginas de Internet de las ABC brindan toda la información que el cliente requiere y necesita saber para realizar su viaje, convirtiendo este medio como el principal canal de comercialización y ventas.

**Interjet**



**Avolar**



**Volaris**



**Alma**



**Vivaerobus**



**\* Click**



Fuente: Páginas de Internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007

\* Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

## ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS DE INTERNET DE LAS ABC

- Todas las páginas de Internet de las ABC ofrecen servicios como servicio a clientes, reservaciones, información de la compañía, políticas de viaje, información para pasajeros, así como la obtención del boleto electrónico.

SERVICIOS	ALMA	AVOLAR	CLICK*	INTERJET	VIVAAEROBUS	VOLARIS
Atención a clientes	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Reservaciones	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Promociones	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Información de la compañía	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Boleto electrónico	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Pase de abordar			✈			
Políticas de Viaje	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Publicidad	✈		✈	✈	✈	✈
Contacto con la empresa	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Contacto con Agencias	✈	✈	✈	✈		✈
Información pasajeros	✈	✈	✈	✈	✈	✈
Paquetes				✈		
Prensa	✈			✈	✈	✈
Bolsa de trabajo	✈	✈		✈	✈	✈
Atención a Grupos	✈	✈	✈	✈	✈	✈

**Fuente:** Páginas de Internet de las ABC, consultadas en agosto de 2007

\* Antes Aerocaribe. Implementación de posicionamiento como ABC sin competir en las mismas circunstancias.

# Conclusiones

## CONCLUSIONES

- Las ABC han tenido como consecuencia el crecimiento para la actividad aérea dentro del mercado doméstico del país.
- La inclusión de las ABC en la aviación mexicana ha tenido consecuencias favorables que se reflejan en más diversos servicios, no solo para las ABC sino para el resto de líneas aéreas que compiten en el mercado.
- Las ABC han logrado tener una cobertura regional extensa dentro del territorio nacional, agilizando los flujos y diversificando las rutas.
- Es una oportunidad para el resto de los prestadores de servicios turísticos, el que las ABC integren productos turísticos de calidad a precios accesibles a través de la generación de alianzas estratégicas.
- El crecimiento de las Aerolíneas de Bajo Costo se sustenta en tres factores: El manejo de vuelos en rutas con alta demanda, las tarifas de promoción y la posibilidad de que más personas viajen por avión al disminuir el costo.
- El verdadero impacto de las ABC en la actividad aérea de México se podrá determinar a finales de 2007, en donde se contará con información suficiente para analizar las líneas aéreas de reciente creación.



*Centro de conocimientos  
e información estratégica  
para el sector Turístico  
de México*

Av. Presidente Masaryk 172  
3er Piso Col. Chapultepec Morales  
México, D.F. C.P. 11587  
Tel. : (55) 30 02 63 40  
[cestur@sectur.gob.mx](mailto:cestur@sectur.gob.mx)