

**Tecnicatura Universitaria en Gestión Aeronáutica**

# **Billeteaje y Reservas**

## **Examen parcial 1**

**Director:** Dr. Enrique Pagniez

**Profesor Titular:** Facundo Villafañe

**Profesora Ayudante:** Josefina Casaccia

**Año/ Nivel / cuatrimestre:** 3<sup>er</sup> año, 5Q

**Inicio de Clase:** 07/03/2025

# Introducción

En este examen parcial, cada grupo asumirá el rol de una aerolínea (real o ficticia) y deberá diseñar una estrategia para maximizar los ingresos en una de sus rutas aéreas.

Como miembros de su aerolínea, deberán tomar decisiones clave para optimizar la ocupación de los vuelos, ajustar precios estratégicamente y competir con otras compañías en el mercado.

## Objetivo

Seleccionar una ruta aérea y desarrollar una estrategia efectiva para maximizar ingresos, aplicando las herramientas de Revenue Management vistas en clase.

Al ponerse en el lugar de una aerolínea, deberán considerar:

- Quiénes son sus competidores en la ruta elegida.
- Qué factores afectan la demanda (temporadas, eventos, días de la semana, etc.).
- Cómo pueden diferenciarse para atraer más pasajeros y optimizar la ocupación de sus vuelos.

## Fases del trabajo

### 1. Investigación y análisis del mercado

- Seleccionar una aerolínea (real o ficticia) y definir su perfil (*red de rutas, tipo de flota, público objetivo*).
- Analizar la ruta aérea elegida:
  - Competencia (otras aerolíneas que operan la misma ruta).
  - Factores de demanda (*temporadas, eventos especiales, días de la semana*).
  - Tarifas históricas y estrategias de precios de la competencia.

### 2. Desarrollo de la estrategia

- Aplicar herramientas de Revenue Management para maximizar los ingresos:
  - Precios dinámicos (ajustes según la demanda y la anticipación de compra).
  - Descuentos por anticipación (ofertas para compras tempranas).
  - Segmentación tarifaria (diferentes precios para distintos tipos de pasajeros).
  - Precios diferenciados según la capacidad del avión y la ocupación proyectada.

### 3. Presentación de resultados y toma de decisiones

- Explicar la estrategia aplicada y justificar sus decisiones.
- Evaluar cómo las acciones implementadas impactan en la rentabilidad de la aerolínea.

## Criterios de Evaluación

- Aplicación efectiva de los conceptos de Revenue Management.
- Calidad del análisis de la ruta y la competencia.
- Creatividad y solidez en la estrategia desarrollada.
- Presentación clara y bien estructurada de los hallazgos.
- Capacidad para justificar las decisiones tomadas.

### Aspectos clave a considerar

Factores de demanda:

- Estacionalidad (temporadas altas y bajas).
- Eventos o festividades que impacten la demanda.
- Días de la semana y frecuencia de vuelos.
- Comparativa con la misma fecha en años anteriores (*no considerar el período de inactividad por la pandemia de Covid-19*).

Estrategias de ocupación:

- Diferencias entre vuelos desde Aeroparque (*AEP*) o Ezeiza (*EZE*).
- Posibles incentivos para aumentar la ocupación en aeropuertos de menor preferencia.

## Formato de entrega

Tipo de documento: Informe en formato **PDF**.

Formato institucional: Se encuentra adjunto en la unidad.

Fecha límite de entrega: **30/04/25 a las 18:00 hs.**