

## La comercialización y los negocios en turismo dentro del marco de la tecnología y las comunicaciones electrónicas

Daniel Mordecki  
Cali, 19 de mayo de 2006  
daniel@concreta.com.uy

Concreta

## Internet es el mayor avance en infraestructura para el turismo desde la invención del Jet.

Vincent Vanderpool-Wallace  
Secretario general de la Organización de Turismo del Caribe  
4 de abril de 2006

Concreta

## ¿Cuál es la diferencia con lo que hicimos hasta hace unos años?

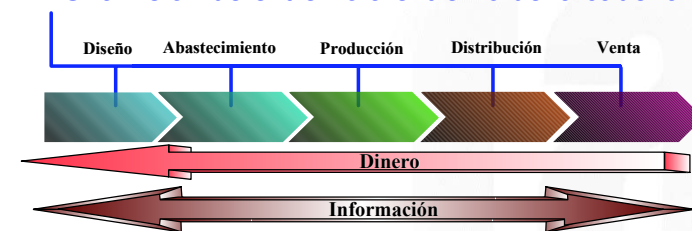


*La clave está en que antes los sistemas de información eran una herramienta para trabajar sobre la realidad, ahora son la realidad*

Concreta

## e-business y la cadena de Valor

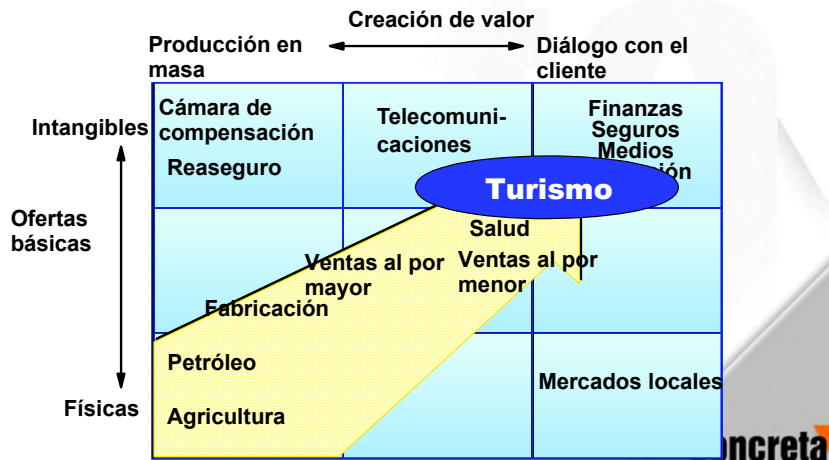
### ■ Una visión de extremo a extremo de la cadena



- ¿Qué Mercados?
- ¿Qué productos?
- ¿Cómo hacerlos?
- ¿Dónde compra?
- ¿Cuánto producir?
- ¿Cuándo producir?
- ¿Quién está comprando?
- ¿Cuánto podemos vender?
- ¿Cuál es el mejor precio?

Concreta

## Las industrias según su potencial digital



## Algunas Citas - I

Galileo es un verdadero socio para las agencias, ofreciendo herramientas únicas, que eliminan la necesidad de llamadas costosas y desperdicio de papel, mejorando así la eficiencia generar de sus procesos

Fernando Olivera Rocha  
Director General de Galileo México, Cendant TDS  
27 de abril de 2006

Concreta

## Algunas Citas - II

Amadeus cree que la distribución a través de agencias es la forma más eficiente de ofrecer servicios y agregar valor a los pasajeros

Angel Gallego  
Vicepresidente de Amadeus, Latin América  
18 de abril de 2006

Concreta

## Algunas Citas - III

Nosotros somos los defensores de las agencias, hemos probado nuestro compromiso una y otra vez a través del tiempo

Jay Jones,  
Vicepresidente Senior de Sabre Travel Network  
Latin America & Caribbean Division  
8 de mayo de 2006

Concreta

## Los hechos - I

La facturación total de Amadeus creció 17% en 2005. El total de reservas creció 4.2%.

Las reservas OnLine crecieron 34.1% en el mismo período, el **doblo** que el promedio

Previsiones para 2005-2006

**Concreta**

## Los hechos - II

Sabre Holdings Corporation espera un crecimiento aproximado del 15% en 2006

Para Travelocity.com espera un crecimiento de más del 40%, lo que significa casi el **triple** que el promedio del holding

Informe de Sabre Holdings a los analistas de mercado, 2006

**Concreta**

## Los hechos - III

El 34.6% de las reservas llegaron desde los sistemas de reservas (GDS) mientras que los sitios de Internet contribuyeron 35.2% durante 2005

Las reservas a través de los sitios propios de los operadores crecieron 33.4% frente a los datos de 2004

TravelCLICK's 2005 full-year eTRAK results

**Concreta**

## Los líderes mundiales en Internet

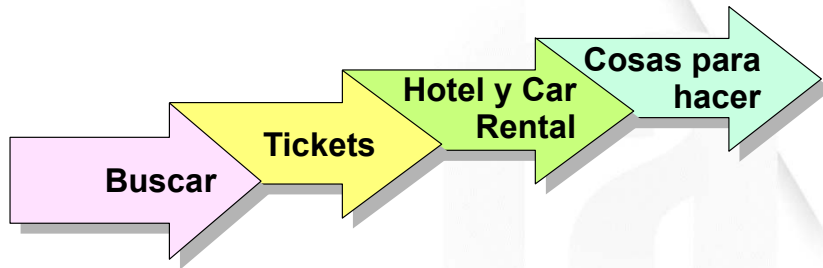


Crecieron su facturación un 11.3% durante 2005.

Fuente HitWise ([www.hitwise.com](http://www.hitwise.com))

**Concreta**

## La evolución desde el punto de vista de los clientes



- Buscar
- De buscar a comprar tickets
- De tickets a Hotel y Car Rental
- De allí a "cosas para hacer"

**Concreta**

## Un nuevo actor, los Travel Search Engines

- Son buscadores especializados en productos turísticos
- Son en general independientes
- Su trabajo está focalizado en conseguir el menor precio para el cliente
- Están creciendo a buen ritmo

**Concreta**

## Que hacer

1. Consolidar (o crear) nuestra presencia en Internet
  - ▶ Sitio 100% actualizado
  - ▶ Reservas OnLine
  - ▶ Calidad de navegación y facilidad de uso de clase mundial
2. Controlar y manejar todos los medios de contacto electrónico, en particular el email
3. Poner foco en las reservas/ventas directas

**Concreta**

## Que hacer (continuación)

4. Marketing electrónico personalizado
5. Vincularse a los canales OnLine indirectos para comercializar SOLO el exceso de Inventario.
6. Es mejor invertir en publicidad OnLine (Google AdWords, Yahoo Overture) que perder margen con distribuidores: se conserva la relación con el cliente final
7. Medir, controlar y volver a medir y volver a controlar.

**Concreta**



*La partida la gana  
quien controle la  
relación con el  
cliente final.*

*¡Como siempre!*

**Concreta**