

Congreso de AECIT
Vigencia de la Agencia de Viajes y de la Cadena de Distribución
Oportunidades y amenazas en la Distribución de Viajes

Felipe González Abad
Vitoria, noviembre de 2008

amADEUS®
Your technology partner

Oportunidades y amenazas en la Distribución de Viajes

- Contenido
 - Tendencias de la industria y de los mercados
 - Evolución de algunos parámetros
 - Modelo de Negocio de la Distribución
 - Consecuencias de las prácticas gerenciales de los proveedores
 - Evolución del Modelo de Negocio de la Distribución

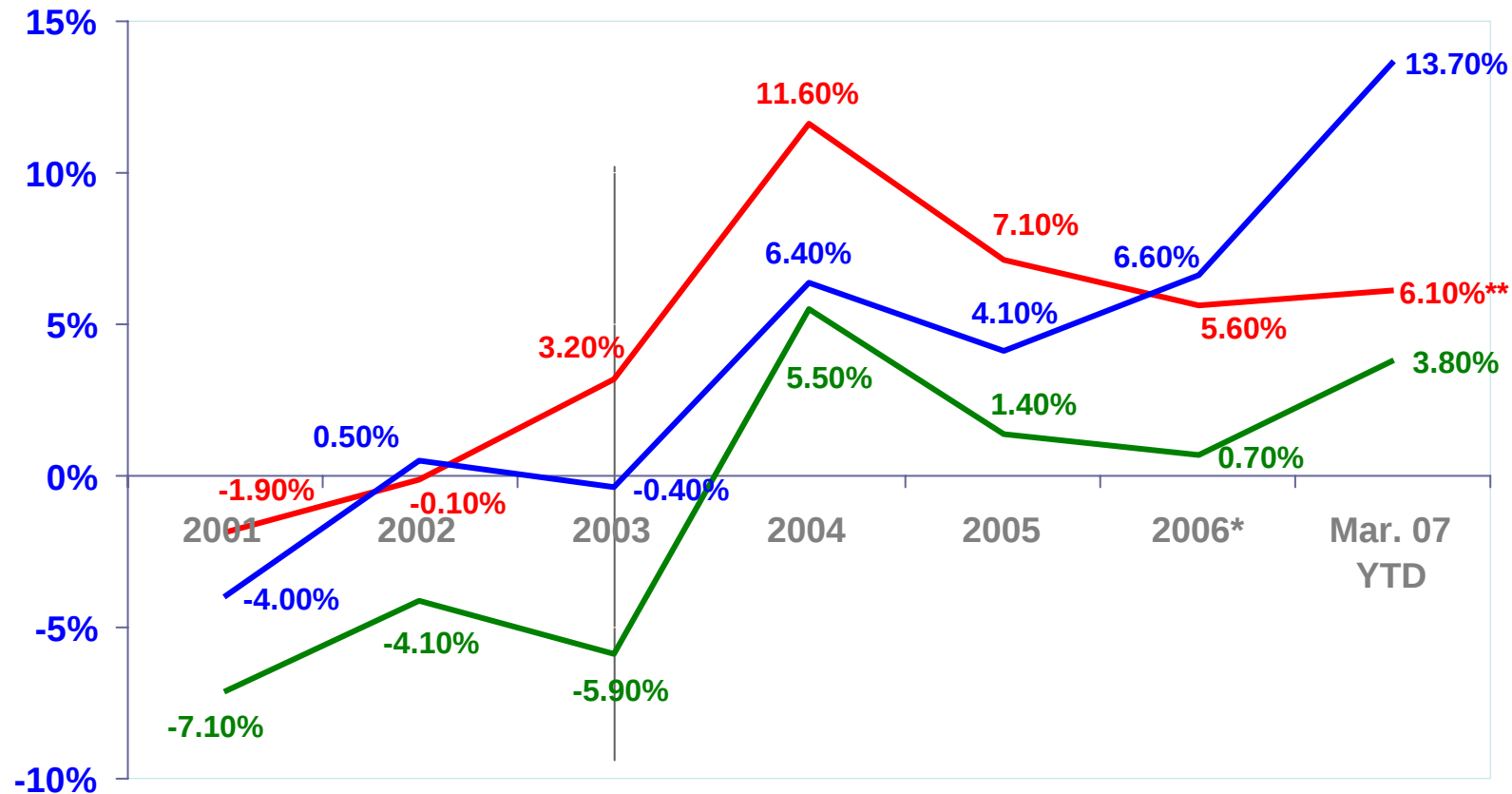
Oportunidades y amenazas en la Distribución de Viajes

- Una sociedad es tanto más desarrollada cuanto mayor y más compleja es la Cadena de Valor de los Productos y Servicios que se entregan al mercado
- Innovación:
 - Ocurrencias.- Hágalo Ud. Mismo. No profesional. Acorta la Cadena de Valor
 - Necesidades.- Ayudan a hacer más compleja la Cadena de Valor. Se justifican en la Cuenta de Explotación

Oportunidades y amenazas en la Distribución de Viajes

- Tendencias
 - La **disminución de la actividad del sector de intermediación** puede ser contra innovadora
 - La **competencia en costes** si se traduce en acortar la Cadena de Valor puede ser contra innovadora
 - La **competencia en precios** si disminuye el margen puede ser contra innovadora
 - Suele ser innovadora la **competencia en valor** que desarrolla y atiende nuevas necesidades
 - Suele ser innovadora la **competencia en desarrollo de mercados**
 - Profundidad: precio/segmentos bajos, valor/segmentos altos
 - Amplitud: geográfica y social

Evolución de las industrias del Transporte Aéreo y de los GDS's (2001 – Mar. 07 YTD)



— Crecimiento del Transporte Aéreo

— Crecimiento de los GDS's

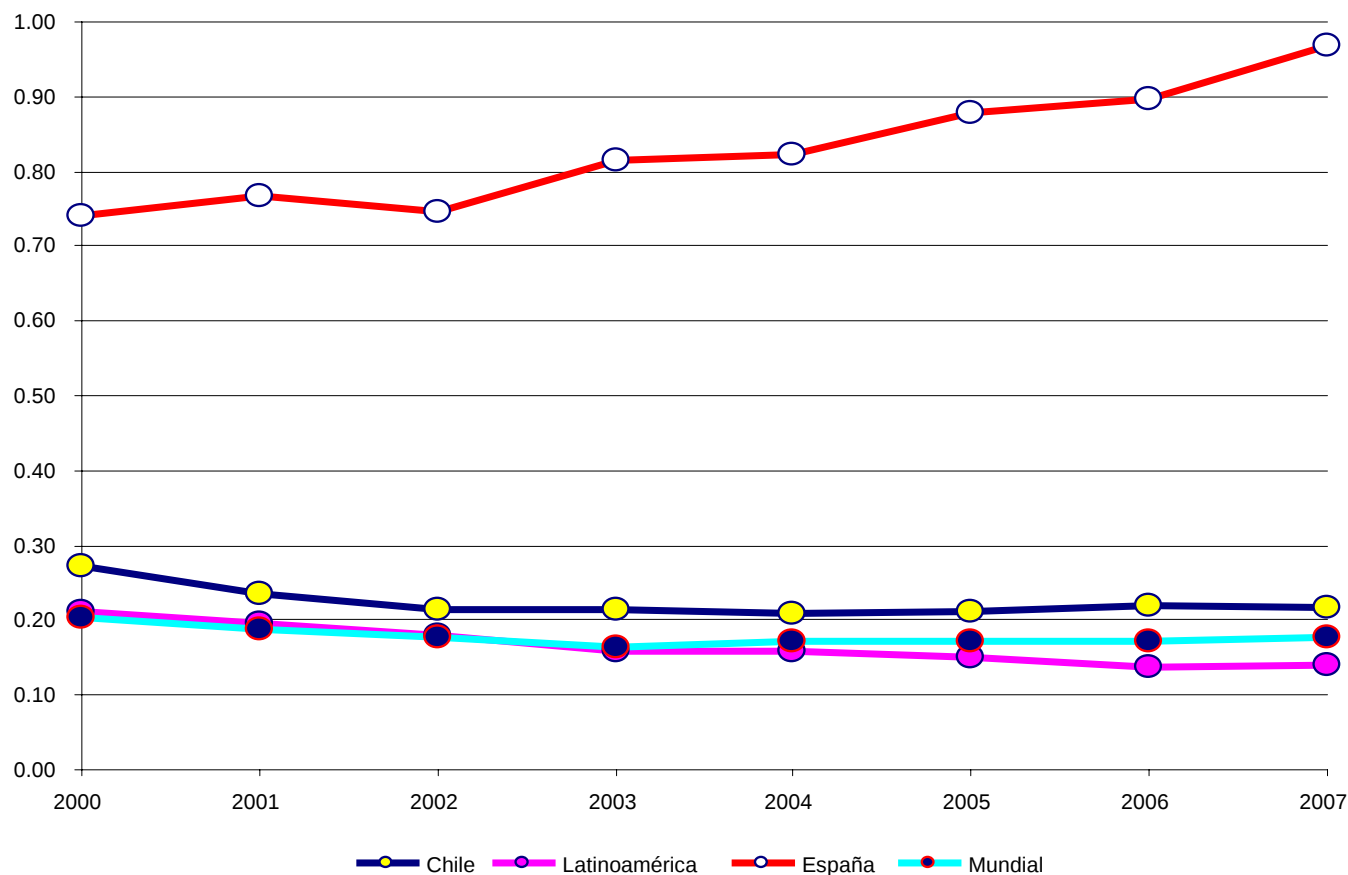
— Crecimiento de Amadeus

Felipe González Abad Industry growth based on ICAO estimations

** Data to Feb.07

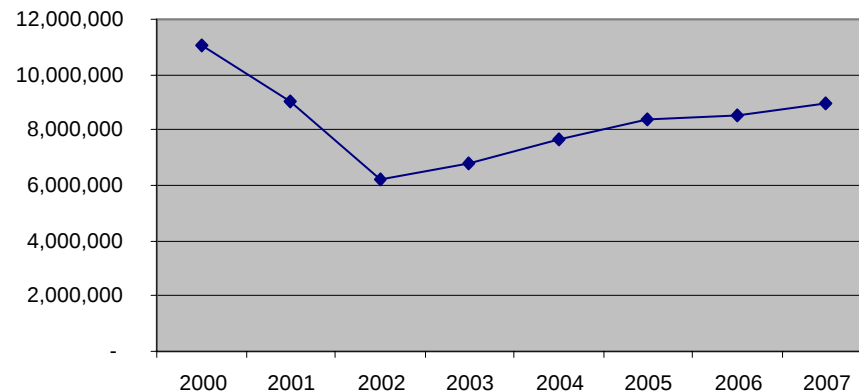
Tendencias de la industria y de los mercados

Reservas por Habitante

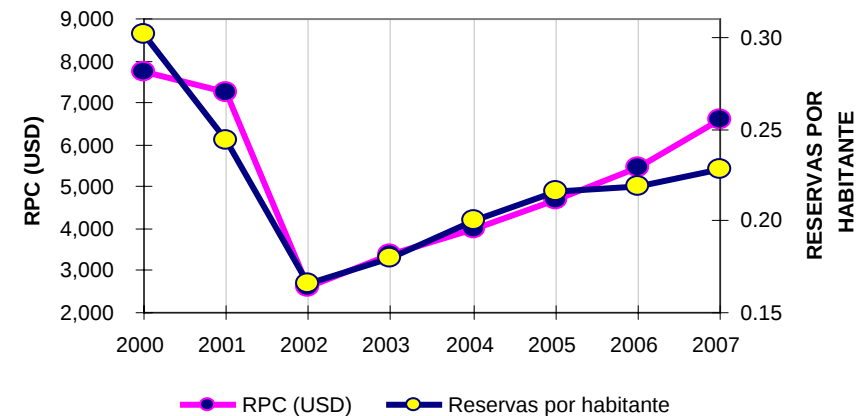


Tendencias de la industria y de los mercados

Evolución de las Reservas Aéreas en Argentina



Evolución de la economía y las reservas aéreas en Argentina

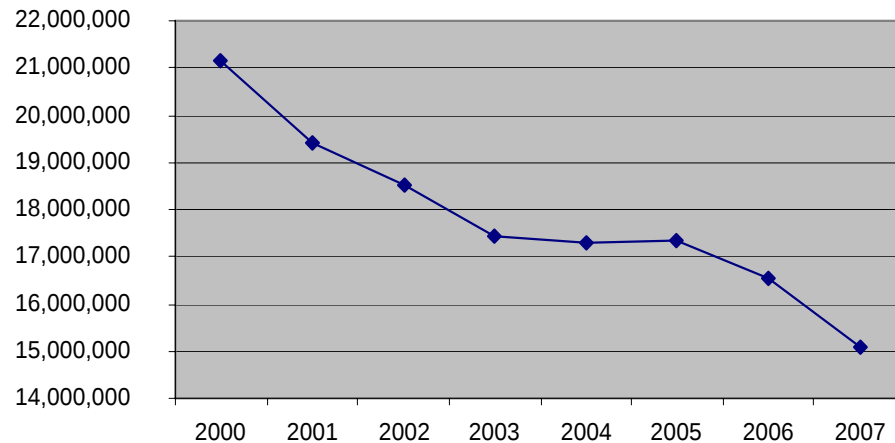


Hay una relación entre la evolución de la economía y la demanda de Transporte Aéreo que se podría medir en función de las reservas aéreas.

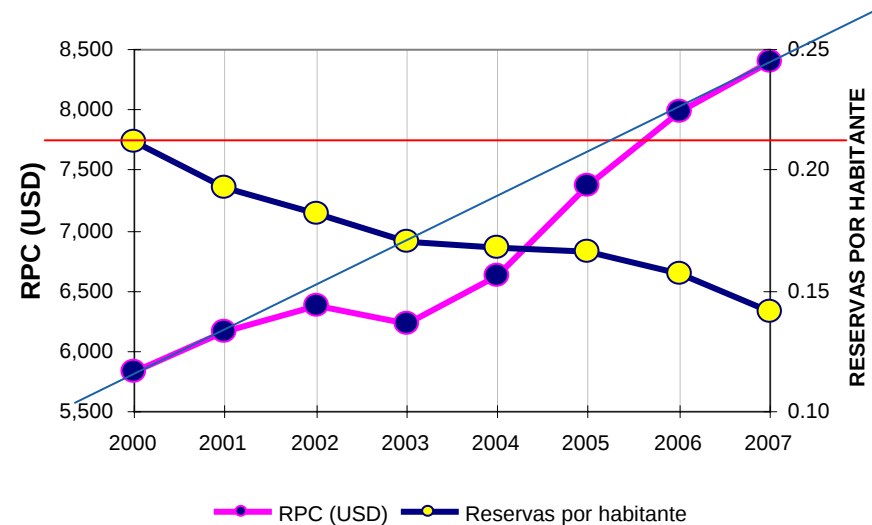
Argentina es un caso en el que la RPC se ve acompañada por los BPC

Tendencias de la industria y de los mercados

Evolución de las Reservas Aéreas en México



Evolución de la economía y las reservas aéreas en México



México está en la media de Latinoamérica pero con una renta mucho mayor

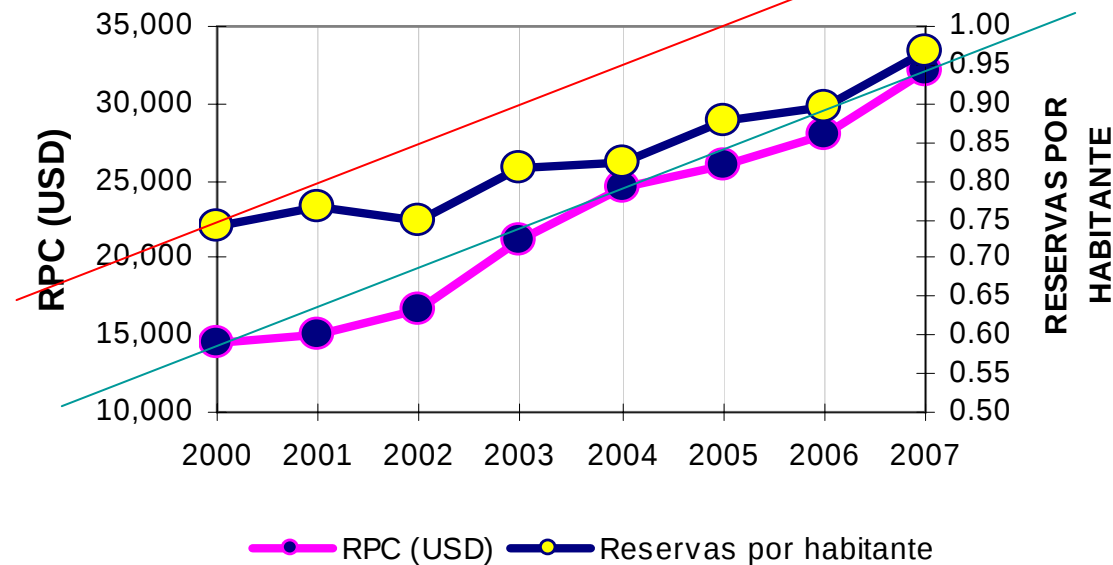
Si se hubiera mantenido en las tasas del 2000, en lugar de **1/7** estaría en **1/4**

Si hubiera seguido la evolución de la renta estaría en **1/3** o lo que es lo mismo sería un mercado de 35 millones de reservas.

Se ha sacado demanda del mercado

Tendencias de la industria y de los mercados

Evolución de la economía y las reservas aéreas en España



Los BPC están vinculados a la economía.

En España se produce una reserva al año por habitante pero de acuerdo con la evolución económica debería ser un 15% mayor

Tendencias de la industria y de los mercados

- Comportamiento rígido del negocio de las Agencias de Viajes. Reacias a las nuevas soluciones de negocio.
- Disminución del número de Agencias de Viaje I.A.T.A. especialmente las de tamaño pequeño y mediano.
- Aumento de la utilización de nuevas herramientas de búsqueda.
- Está mejorando el ratio de conversión de reservas aéreas en viajes.
- Disminuye la utilización de las soluciones de Internet por parte de las Agencias de non-IATA.

Tendencias de la industria y de los mercados

- El Service Fee está disminuyendo y cada vez es menor y en ocasiones no se cobra.
- Las LCC están amenazando la industria de la Distribución por medio de las Agencias de Viaje.
- Aumenta la importancia de las comisiones de los servicios no aéreos en la Cuenta de Explotación de las Agencias de Viaje.
- Las Agencias de Viaje se ven obligadas a acceder a múltiples sistemas para satisfacer a sus clientes.
- Las Agencias de Viaje se sienten amenazadas por la Venta Directa en Internet : Air, Hotel, Car, Leisure

Tendencias de la industria y de los mercados

- Desarrollo del Canal Consolidador para la Distribución de Hoteles, Car, Ocio, ...
- Desarrollo de Grupos de Agencias de Viaje para mejorar su posición negociadora en relación con los grandes proveedores
- También se está produciendo la Consolidación de Agencias de Viaje non-IATA dentro de una Agencia IATA que actúa como emisor de billetes.
- Los Grupos de Agencias de Viaje y los Consolidadores de Agencias de Viaje son negocios diferentes y deben ser considerados de forma distinta

Red de distribución de productos de turismo

Paradoja: la agencia de viajes no vende viajes



La agencia de viajes como intermediario. los proveedores como clientes

ed trademark of

- CLIENTES DEL PRODUCTO INTERMEDIACION:

- COMPAÑÍAS AEREAS
- FERROCARRILES
- CRUCEROS Y FERRIES
- HOTELES
- AQUILERES DE COCHES
- ORGANIZACIONES DE CONGRESOS
- ORGANIZACIONES DEOCIO
- ORGANIZACIONES DE TURISMO LOCAL
- TOUR OPERADORES
- AUTORIDADES DE TURISMO
- COMPAÑÍAS DE SEGUROS
- COMPAÑÍAS FINANCIERAS

- ATRIBUTOS DEL PRODUCTO INTERMEDIACION:

- Control del mercado de clientes finales
- Valor del mercado controlado
- Geografía cubierta
- Numero de puntos de venta
- Tiempo de antelación de la compra
- Forma de pago
- Participación de mercado
- Recursos humanos y materiales disponibles

© 2007 Amadeus



Los GDS's tienen que proporcionar herramientas que satisfagan los requerimientos del producto Intermediación.

amADEUS
Your technology partner

La agencia de viajes como intermediario. Los clientes finales

TIPOS DE CLIENTES DEL PRODUCTO INTERMEDIACION:

INDIVIDUALES: Placer, negocio o motivaciones privadas

COLECTIVOS:

- **EMPRESAS**
- **GRUPOS DE INTERES COMUN:** Profesionales, congresos, exposiciones, comercio, cultural, religioso, étnico, deportivo, estudios, edad, negocio, ...

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO INTERMEDIACION:

- **Accesibilidad:** horario, cobertura y tecnología
- **Gama de proveedores turísticos disponibles**
- **Gama de productos turísticos disponibles**
- **Tiempo y forma de entrega del producto**
- **Conocimiento de las necesidades y características de los clientes**
- **Gestión de cuentas de acuerdo con la política del cliente**



Los GDS's tienen que proporcionar herramientas que satisfagan los requerimientos del producto Intermediación.

amADEUS[®]
Your technology partner

Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.

PROVEEDOR GLOBAL DE
SERVICIOS

VENDE
DIRECTAMENTE

BUSCA MEJOR PRECIO

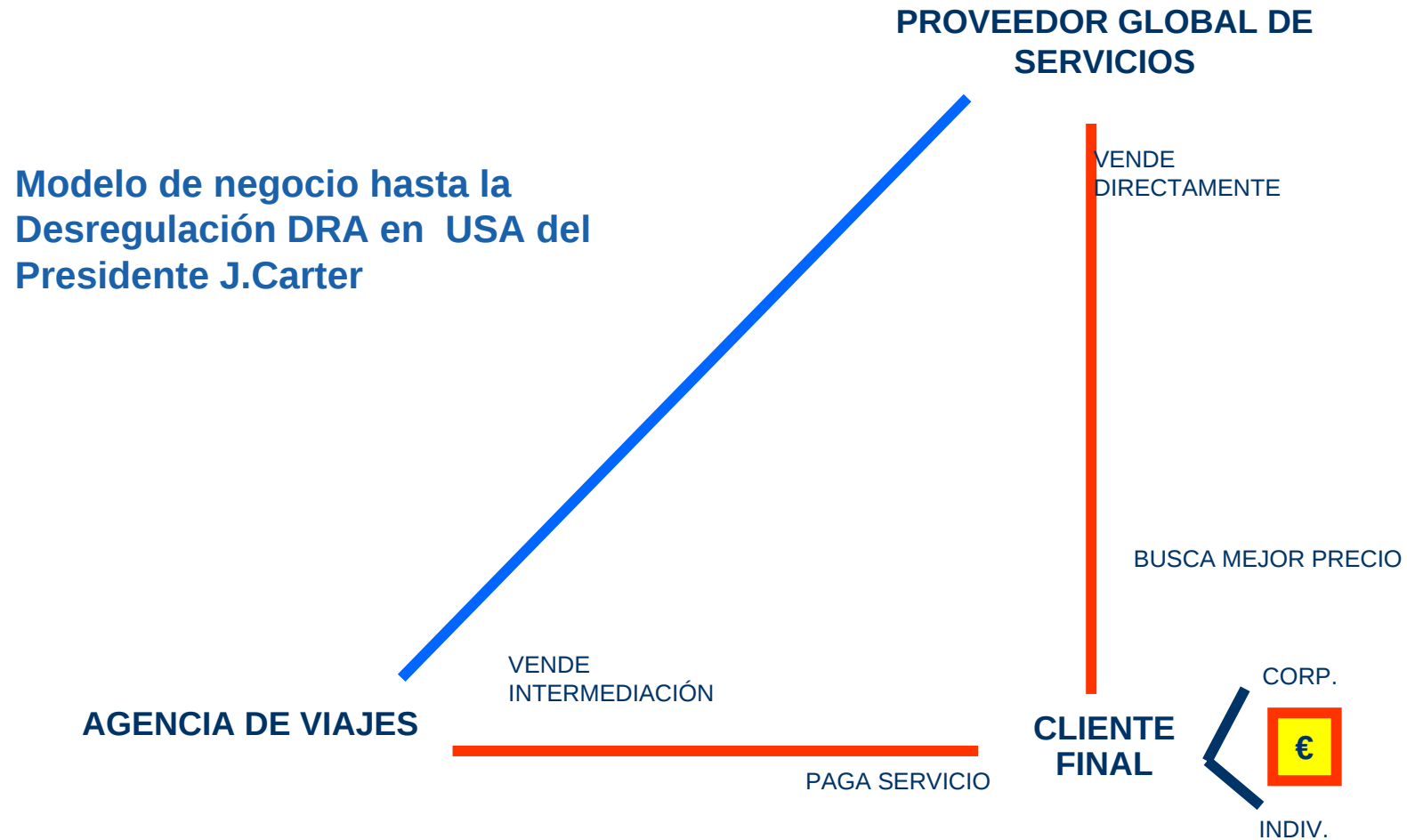
CLIENTE
FINAL

CORP.

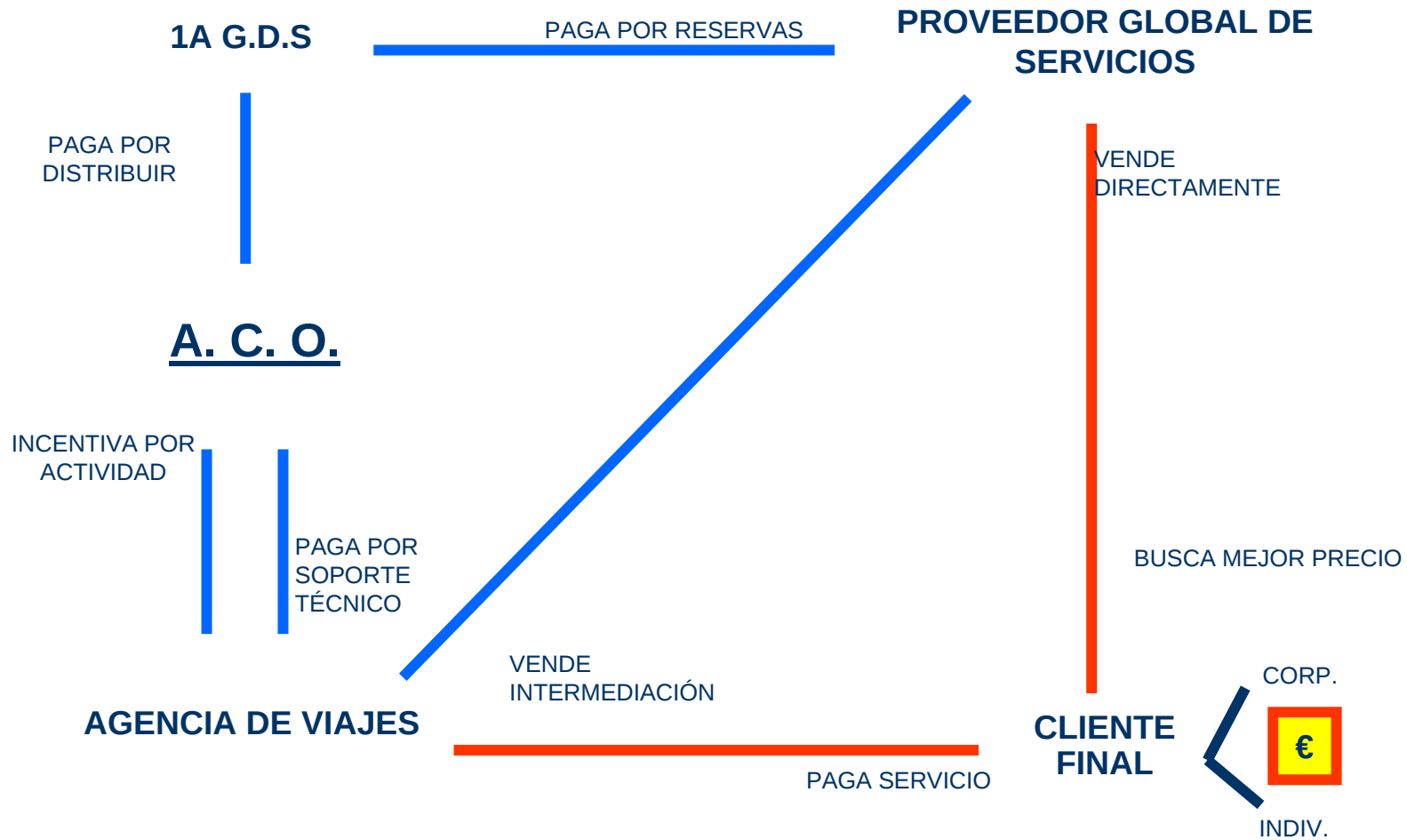


INDIV.

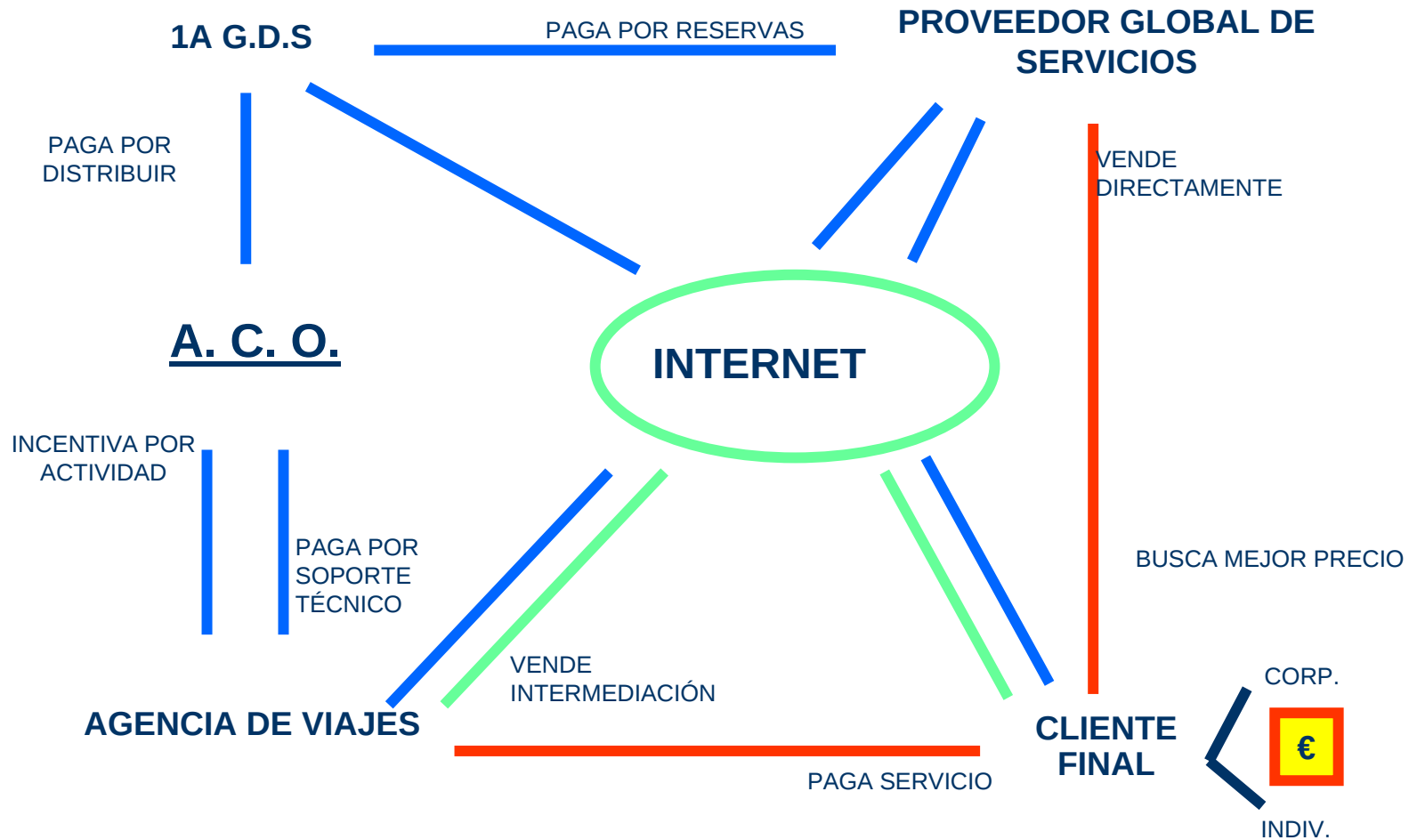
Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



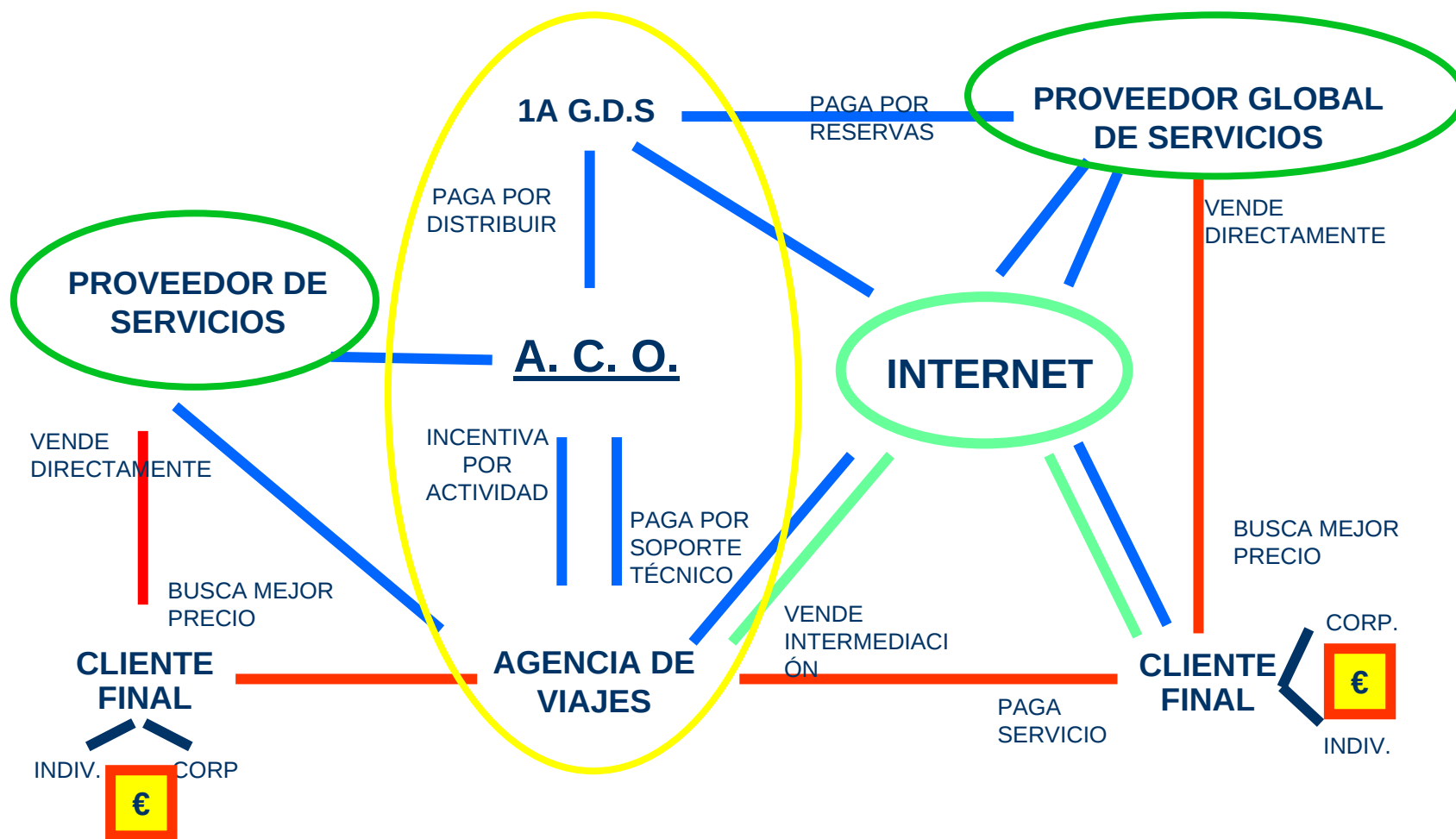
Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



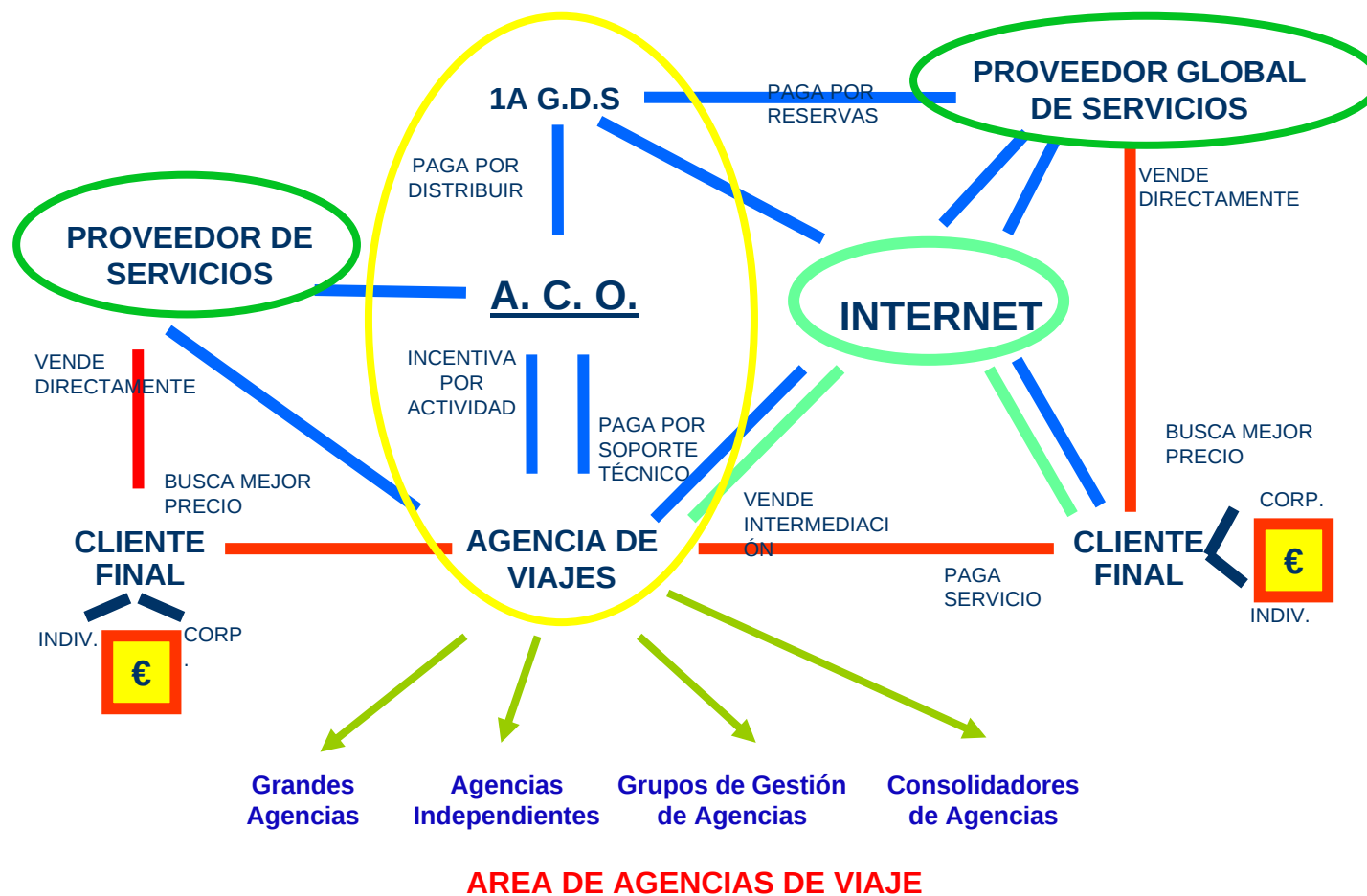
Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.

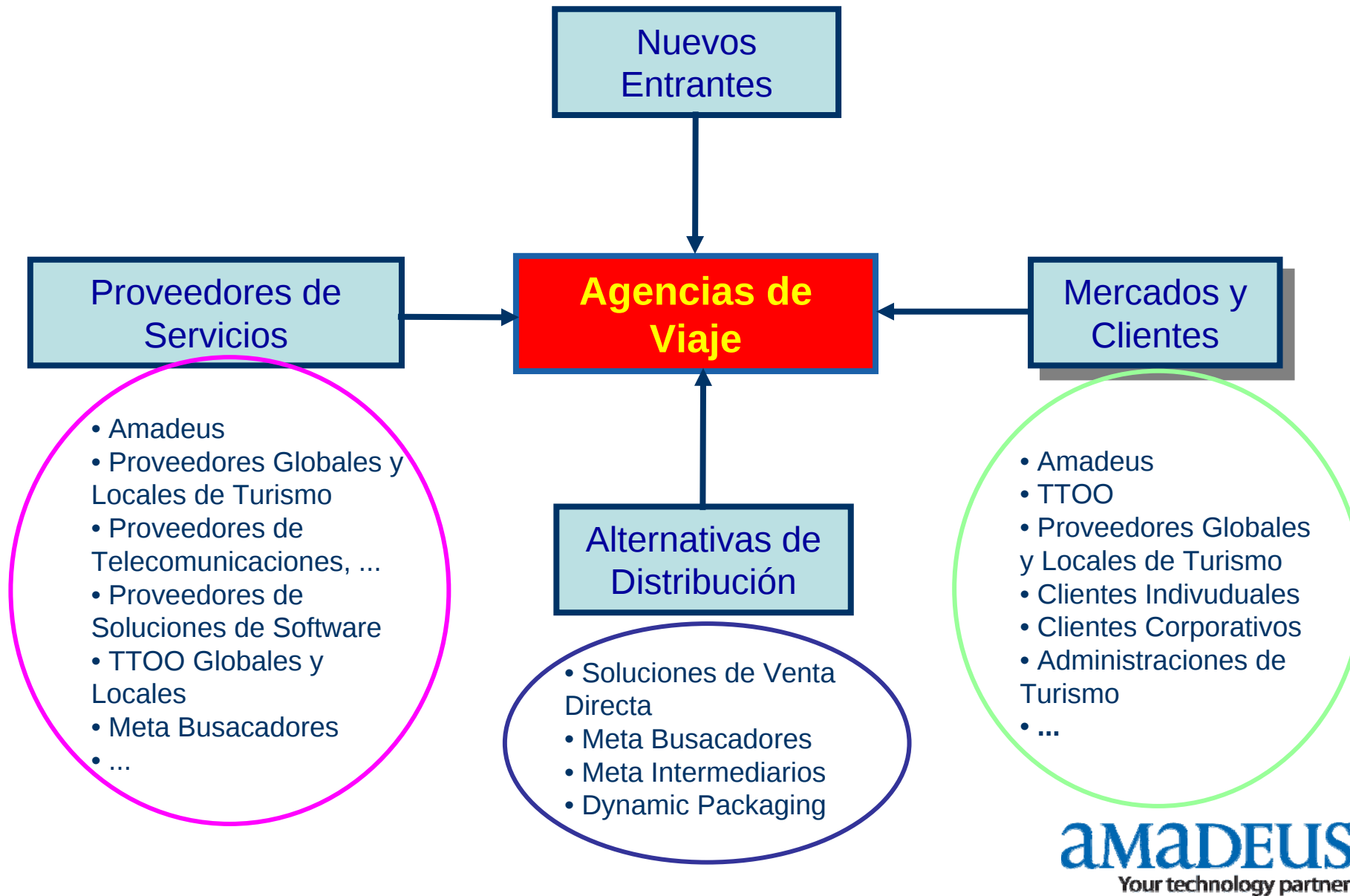


Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



© 2007 Amadeus North America, Inc. All rights reserved. Trademark of Amadeus North America, Inc. and/or affiliates. Amadeus is a registered trademark of Amadeus IT Group S.A. All other trademarks are the property of their respective holders

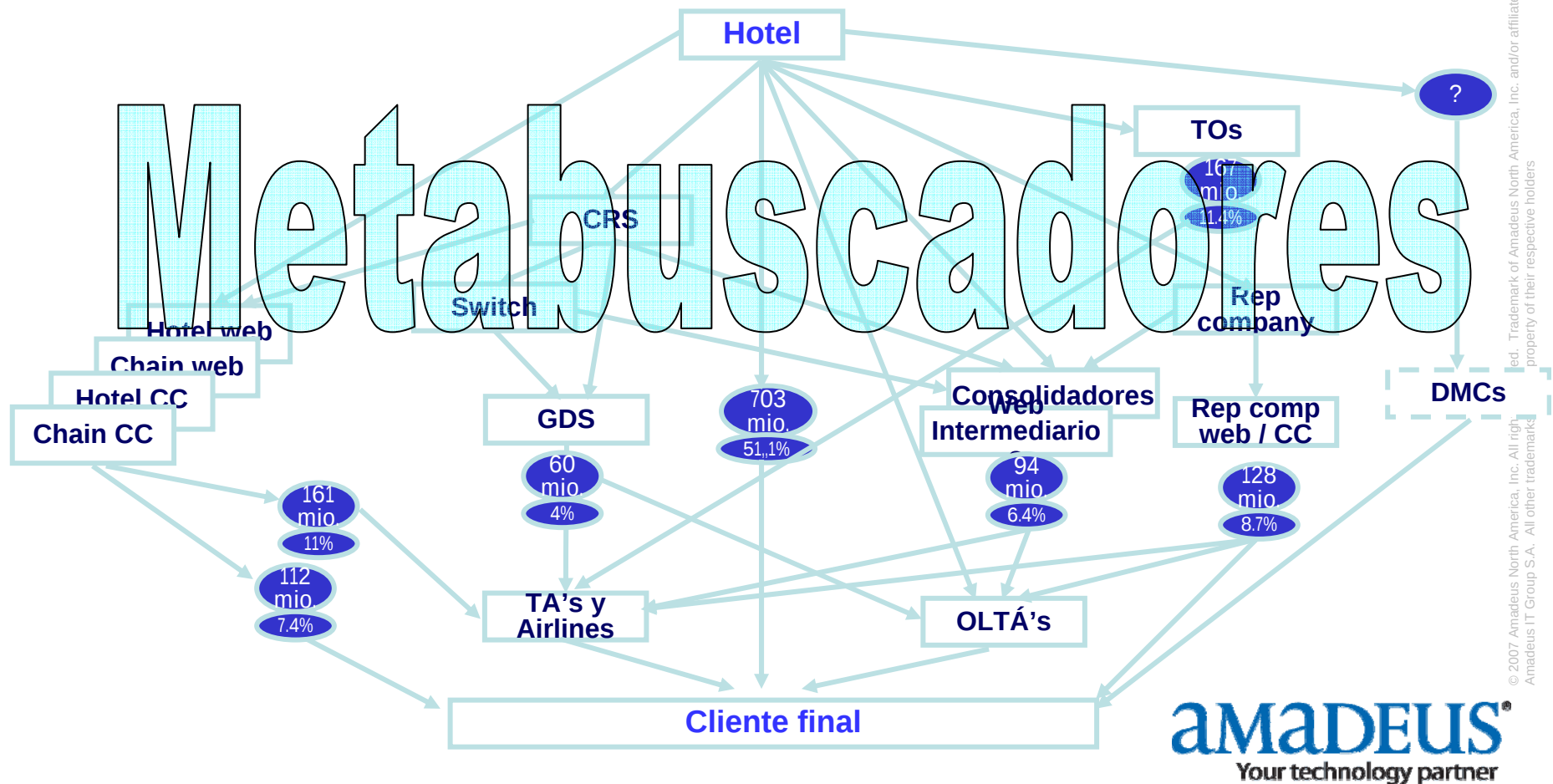
Distribución del producto turismo. Fuerzas competitivas



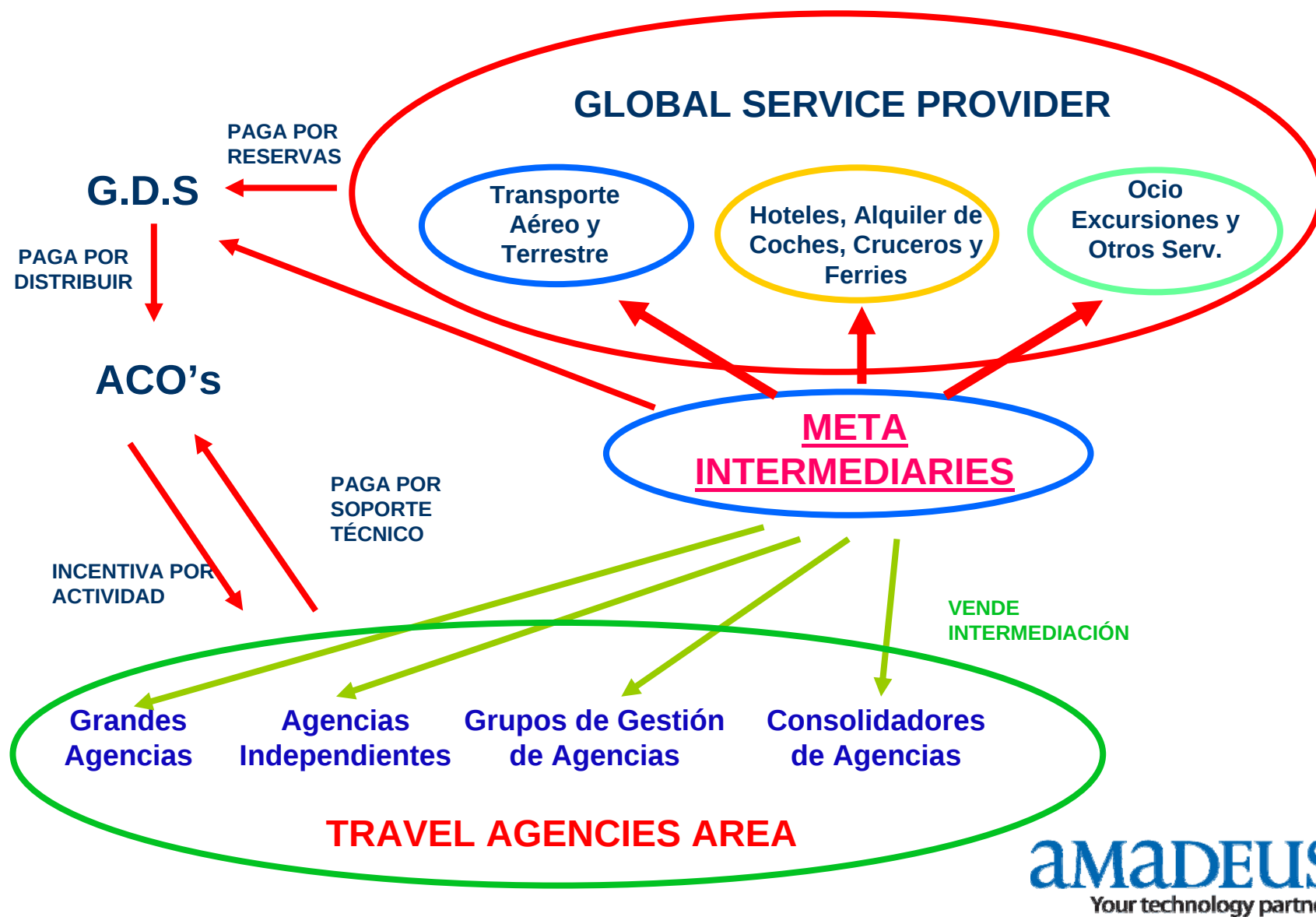
Comercialización de Hoteles por Canales de Reserva

MAS DE 500 OPCIONES: Directo, Local, Call Centre Branded Website, Representantes, Partners, Affiliates, GDS's, Travel Agent , Tour Operators

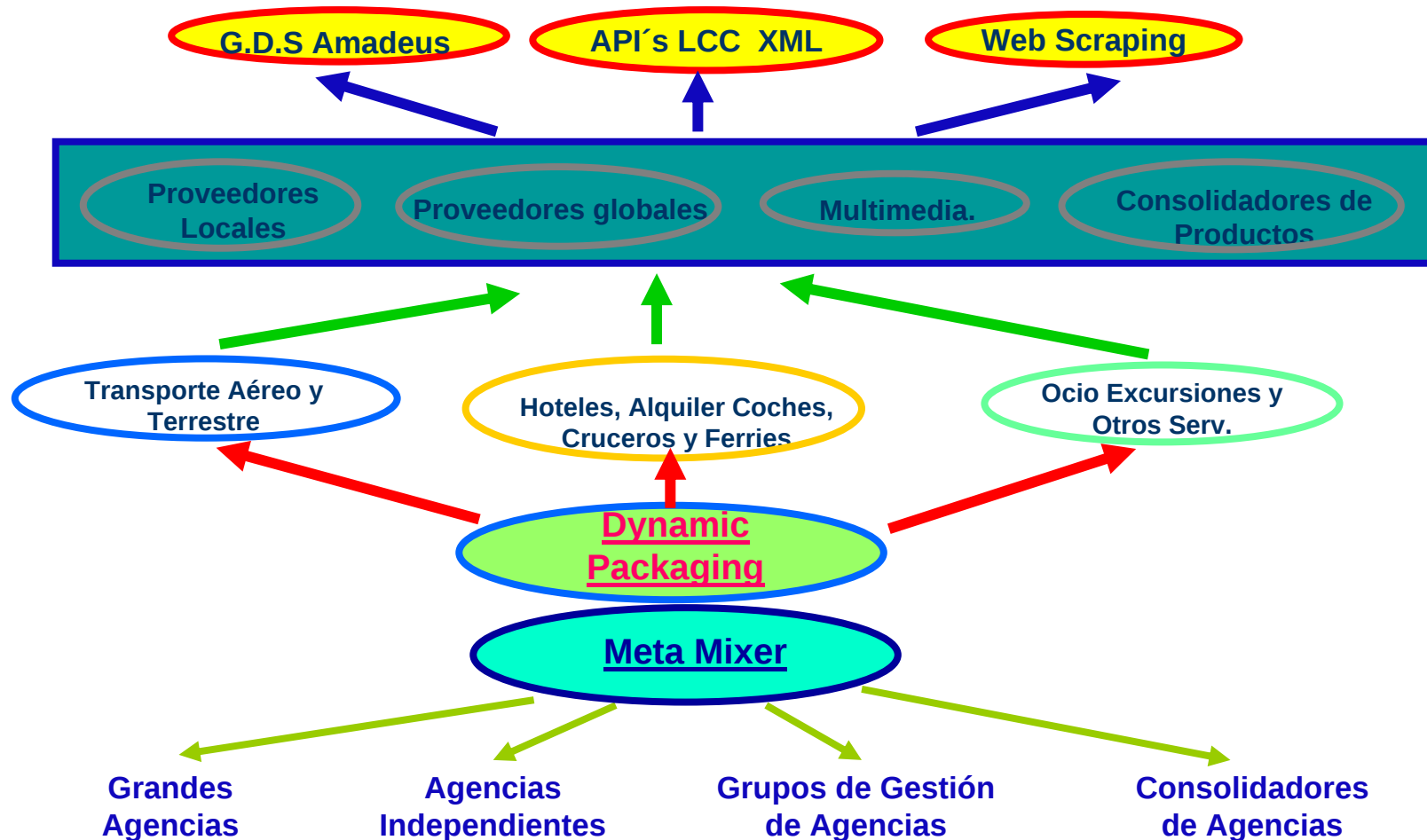
La diversidad de oferta y las prácticas comerciales y de precios obligan a buscar en varios sistemas y web's para garantizar al cliente que las condiciones ofrecidas incluyen todas las posibilidades. Esto ha provocado la aparición de nuevos sistemas: METABUSCADORES B2B y B2C



Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



Modelo económico de la Red de Distribución de Viajes.



© 2007 Amadeus North America, Inc. All rights reserved. Trademark of Amadeus North America, Inc. and/or affiliates. Amadeus is a registered trademark of Amadeus IT Group S.A. All other trademarks are the property of their respective holders

Tendencias de la industria y de los mercados

- Mejorar los procedimientos de reserva de la oferta non-air.
- Mejorar las soluciones de búsqueda de tarifas aéreas GDS y non-GDS
- Integrar las soluciones Hotel, Car, Cruises, Ocio and Self-booking Auto-emisión en las WEBS de las Agencias de Viaje
- Mejorar la oferta de los servicios de Proveedores Locales: Hotel, Ferrocarril, Ocio, espectáculos y Car
- Proporcionar y mejorar las garantías de pago para los servicios de los consolidadores non-air.
- Proporcionar herramientas de Meta Intermediarios.
- Proporcionar herramientas de Dynamic Packaging.