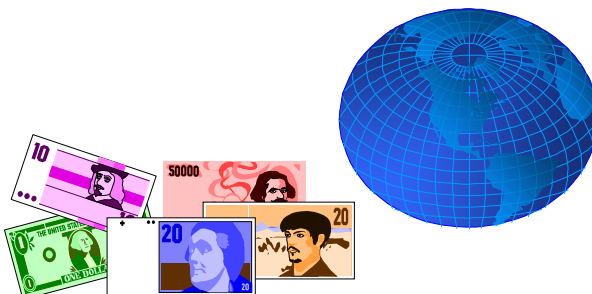


# Internet y Turismo: Combinación Ganadora



Juan José Solorio  
EXP Program Director  
[juan.solorio@gartner.com](mailto:juan.solorio@gartner.com)

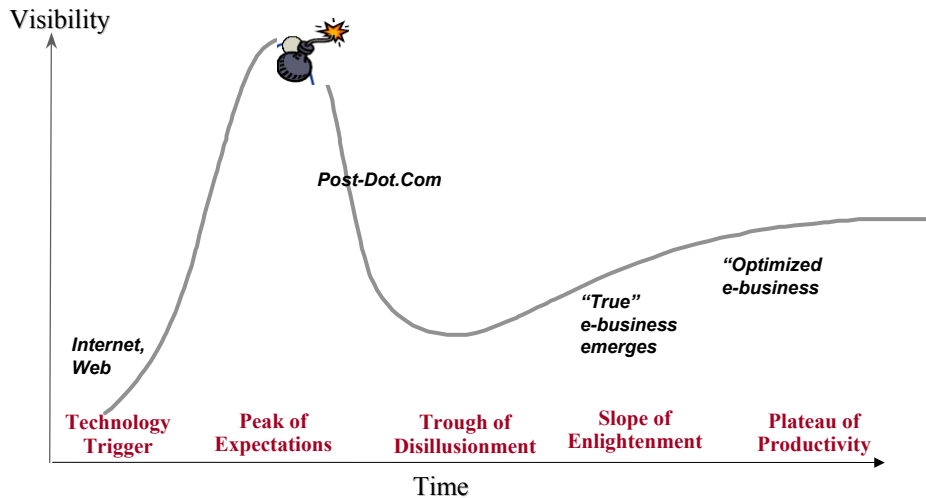
Gartner

## La Internet

- ★ La internet ha creado un nuevo orden económico, transformando los negocios, infraestructuras, procesos y la sociedad
- ★ Interconexión de miles de redes públicas o privadas, que no es propiedad de nadie
- ★ Iniciada en los 60s por razones de seguridad nacional, evoluciona hasta su “boom” del 2002
- ★ Ha cautivado la imaginación de una generación entera,... y es herramienta común para las nuevas

Gartner

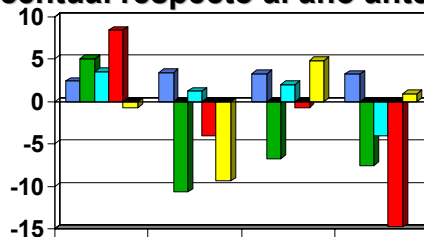
# La Internet y su "Hype"



Gartner

# Turismo Internacional en Problemas, casi para todos

Cambio porcentual respecto al año anterior



	2000	2001	2002	2003 (Q1)
■ España	2,4	3,4	3,3	3,2
■ EEUU	5	-10,7	-6,7	-7,6
■ Francia	3,5	1,2	2	-4,1
■ México	8,4	-4	-0,7	-14,8
■ Reino Unido	-0,7	-9,4	4,8	0,9

Fuente: World Tourist Organisation

Gartner

# Uso de Internet, turismo entre los más populares

	<u>Navegaron/Buscaron</u>		<u>Reservaron/Compraron</u>	
	Accesos	%	Accesos	%
Vuelos personal/familiar	59,548,893	41.0	32,056,353	22.1
Vuelos de negocio	14,849,806	10.2	9,819,387	6.8
Hotel personal/familiar	55,638,700	38.3	26,108,987	18.0
Hotel de negocio	13,364,765	9.2	8,962,609	6.2
Renta auto Pers/Fam	25,091,019	17.3	12,856,736	8.8
Renta auto negocio	6,961,148	4.8	5,088,549	3.5
Viajes dentro USA	51,109,149	35.2	19,440,895	13.4
Viajes fuera de USA	11,097,086	7.6	3,235,114	2.2
Ninguno anterior	59,273,860	40.8	70,319,880	48.4
No especificado	4,088,126	2.8	29,186,228	20.1
<b>Total personas en línea</b>	<b>145,351,630</b>		<b>145,351,630</b>	

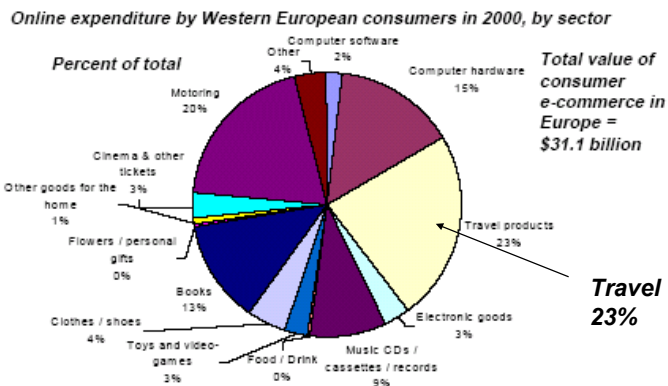
Personas que han utilizado la internet para buscar y reservar/comprar en los últimos 12 meses (Base = Total de personas en línea el último mes, de cualquier lugar)

Fuente: Investigación Gartner (2003)

Gartner

# Compras en Internet, la industria del turismo sobresale

European Business-to-Consumer E-Commerce, by Sector



Note: Percentages may not add to 100 percent due to rounding  
Source: Gartner (October 2000 Estimates)

Gartner





## Uso de Internet en líneas aéreas en México

<b>Ventas "on line"</b>	<b>10% Promedio</b>
<b>Crecimiento últimos dos años</b>	<b>32% Promedio</b>
<b>Expectativas crecimiento</b>	<b>40% Promedio</b>
<b>México vs. exterior</b>	<b>37% México 63% USA y Otros</b>
<b>Distribución Ventas</b>	<b>70% Portal propio 7% Socios 23% Terceros</b>

Fuente: Encuesta Gartner (Dic 2003)

Gartner

## Turismo en la Internet

-  Viajes es uno de los productos más populares visitados y comprados en la Internet
-  La Internet es ideal para la compra de viajes
-  Está cambiando la estructura de la industria de turismo
-  El comportamiento de los compradores difiere por país o geografía

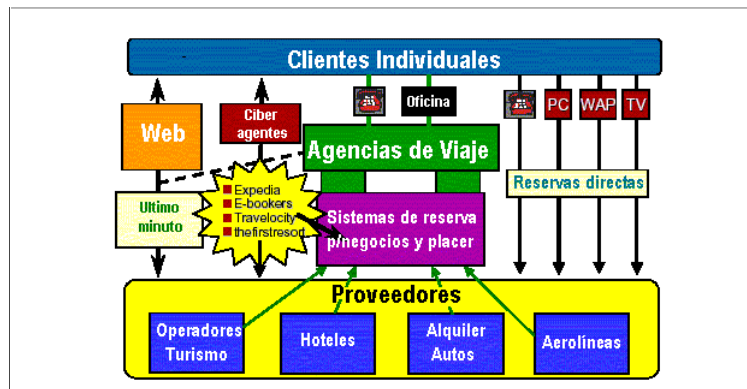
Gartner

## Tendencias y Desafíos Presentes y Futuros

- La Internet es una plataforma eficaz y eficiente para que los gobiernos promuevan el atractivo turístico y la industria del turismo.
- Los agentes de servicios turísticos están entre los escasos sobrevivientes de la explosión de la burbuja.
- Las ventas de viajes por Internet crecen en el mundo aprovechando las eficiencias provistas por la virtualidad.
- Las alianzas entre aerolíneas, agencias de viajes y hoteles crecen y se fortalecen sobre el canal electrónico.

Gartner

## Estructura Cambiante en la Distribución de la Industria



Gartner

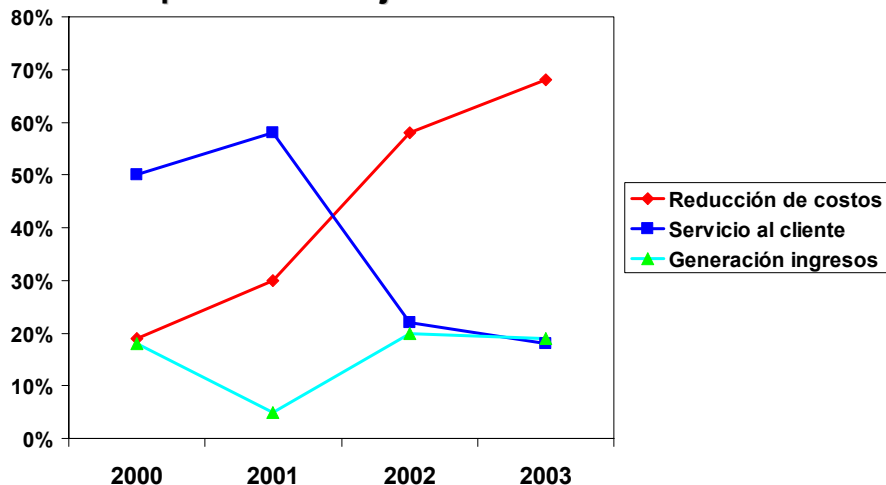
## Inversiones en TI estratégicas para las aerolíneas. Alternativas

- Proveer una plataforma que dé ventaja competitiva sobre los próximos 3 años enfocándose en:
  - Desarrollar un “sistema nervioso empresarial” para promover el flujo en tiempo real de la información
  - Automatizar las interacciones con los clientes:
    - ✓ Automatizar ventas, no sólo por Internet sino también por telefonía automatizada. Los tickets electrónicos son una palanca probada para reducir costos.
    - ✓ Desviar las consultas telefónicas. Preguntas frecuentes en la Web, información detallada de los pasajes por e-mail y los mensajes a celulares (alertas de demoras, equipaje recuperado, avisos de reserva) ayudan a eliminar llamados caros y reducen la presión sobre los agentes.
    - ✓ Procesos tipo auto-servicio para pasajeros.

Gartner

## Temas Clave en los Proyectos de TI de las Aerolíneas

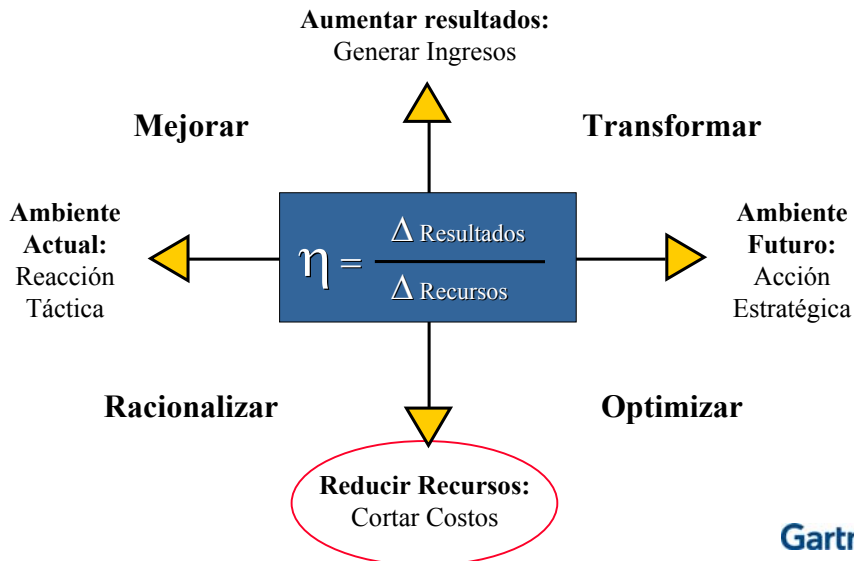
Lo que dicen los ejecutivos de las aerolíneas



Fuente: SITA / Airline Business

Gartner

## No tan solo reduciendo costos se crea valor

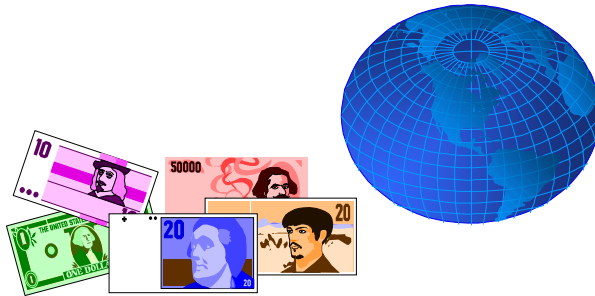


## Recomendaciones

- Gobiernos:** Para impulsar el turismo, hay que desarrollar y extender la Internet y la generación de contenidos aprovechando los esfuerzos de conectividad
- Gobiernos:** Seguir enfocando las políticas de seguridad en la Internet así como las de fomento, promoción y regulaciones adecuadas
- Aerolíneas:** Procesos en tiempo real. Proteger los programas de largo plazo para actualización de infraestructura
- Hotelería:** Usar la TI para facilitar la presencia virtual, además de eficientizar los procesos internos e inventarios, y consolidar alianzas para complementar productos y servicios



# Internet y Turismo: Combinación Ganadora



Juan José Solorio  
EXP Program Director  
[juan.solorio@gartner.com](mailto:juan.solorio@gartner.com)

**Gartner**