



# Los servicios de hospitalidad y el comercio electrónico

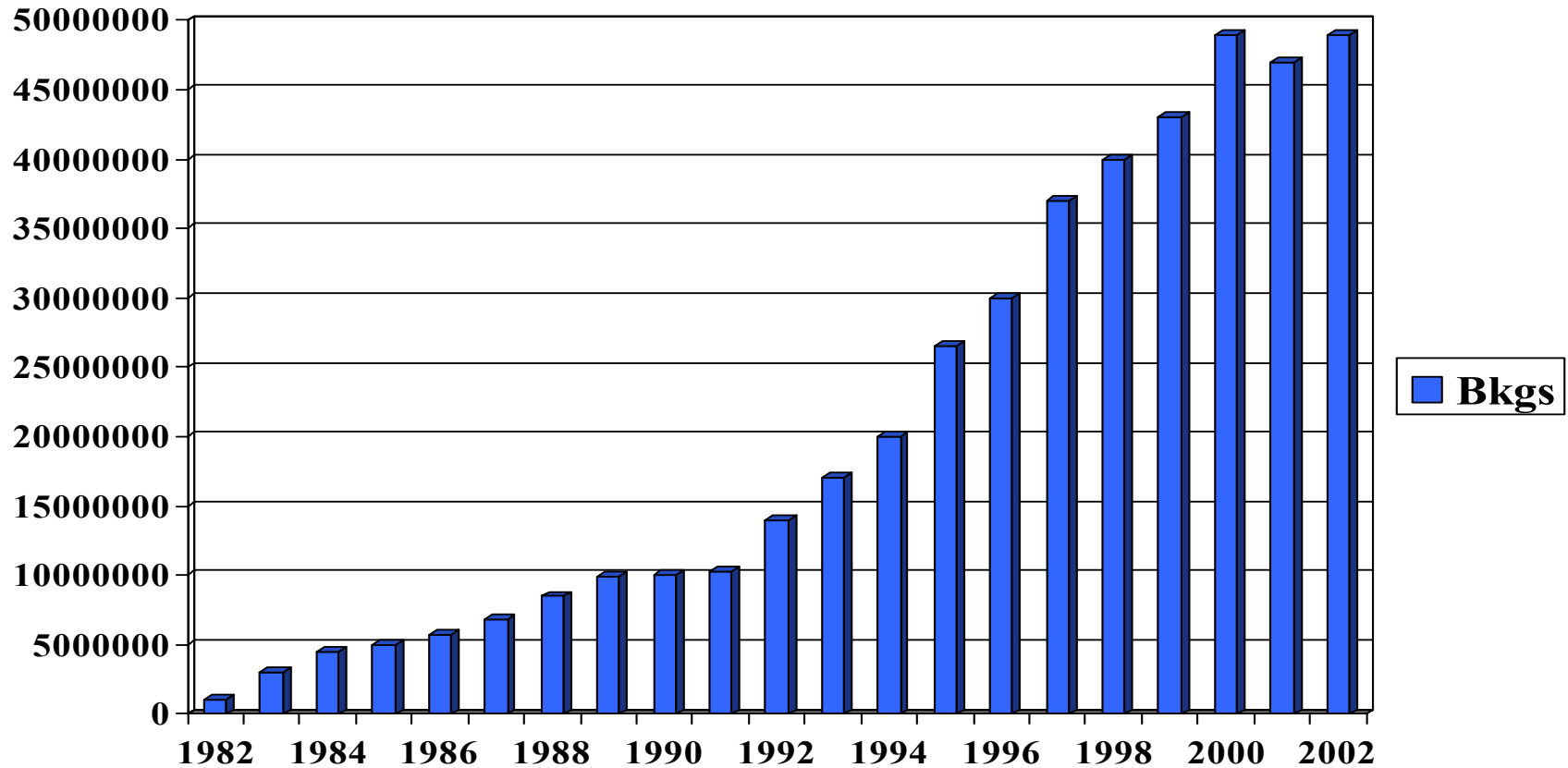


# Nacimiento de e-commerce

- 1960's....Las líneas aéreas desarrollaron sistemas para manejar reservaciones telefónicas
- 1970's...Sabre (AA), Apollo (UA) y otros sistemas se instalaron en las agencias de viajes
- 1980's....Avances en yield management, tarifas descontadas, reservaciones de autos y hoteles ayudaron a los GDS para mantenerse como líderes en comercio electrónico. Se seguían requiriendo actualizaciones manuales y faxes
- 1989 THISCO (ahora Pegasus) y WizCom proveen switches a GDS para inventario de hoteles
- 1993 – Conectividad Seamless implantada en Galileo, seguida por los otros GDSs para 1996. Las agencias de viajes tienen información del sistema de reservaciones central



# En números (industria)...



Fuente : Hedna

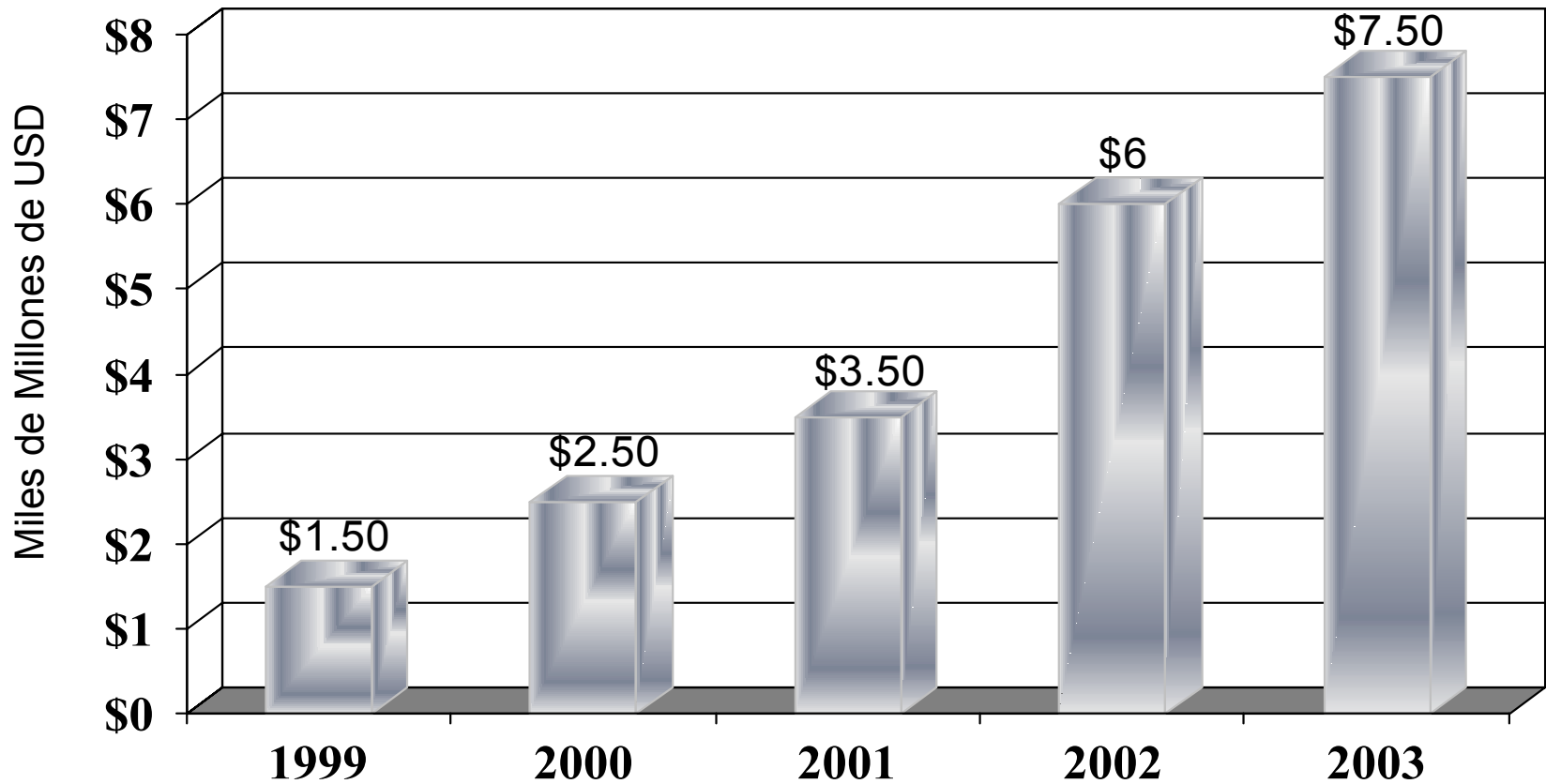


# Internet despega, GDS se mantiene

- 1995 – Los usuarios de internet pueden reservar en línea. Los mayoristas ponen tarifas netas en línea
- 1998.... Agresividad de agencias con tarifas netas: HRN y Expedia
- 1999....Despegue de sitios opacos de internet (Priceline y Hotwire)
- 2000-2002...El Merchant Model se convierte en el método de distribución dominante de agencias virtuales. Uso de extranets y faxes
- 2003 Se desarrollan Interfases para tarifas de agencias virtuales



# Gasto en línea de consumidores (hoteles)

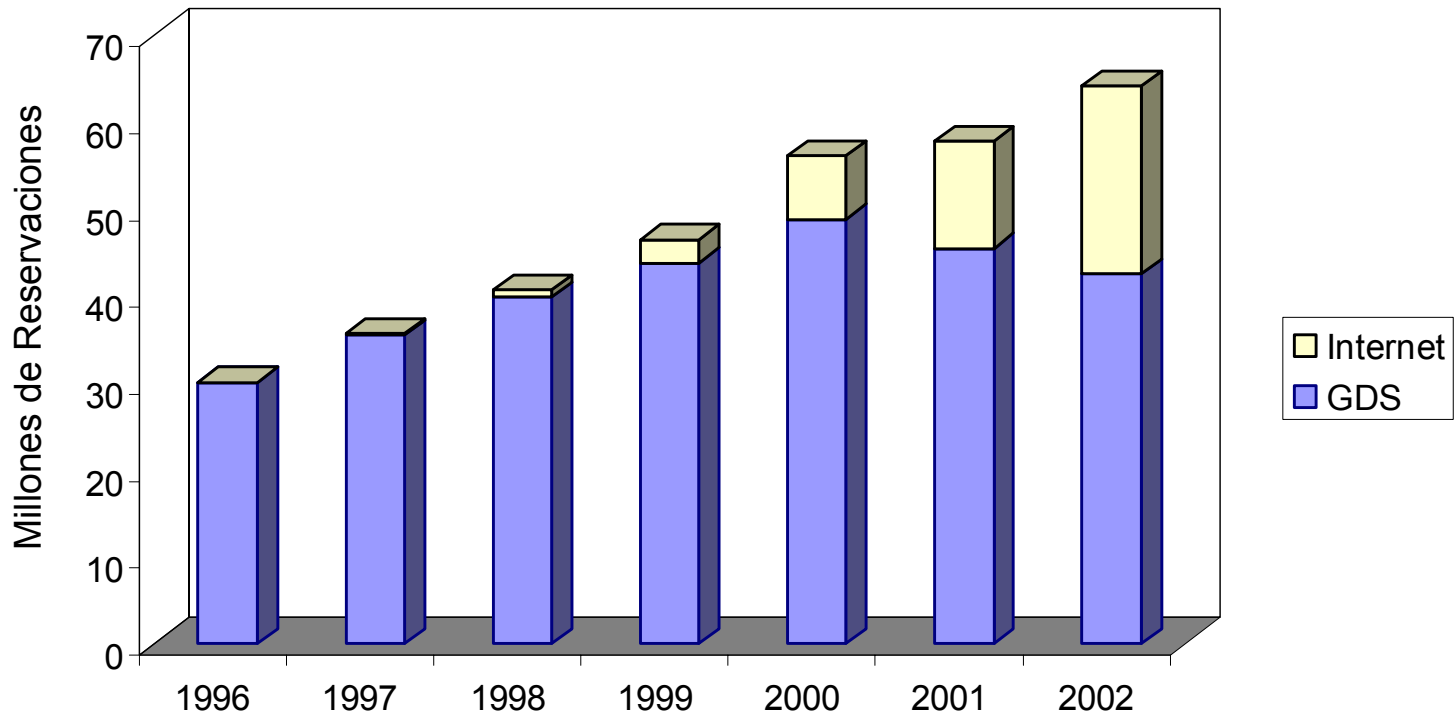


Fuente: Travelclick



# La industria está migrando a reservaciones electrónicas

Reservaciones electrónicas

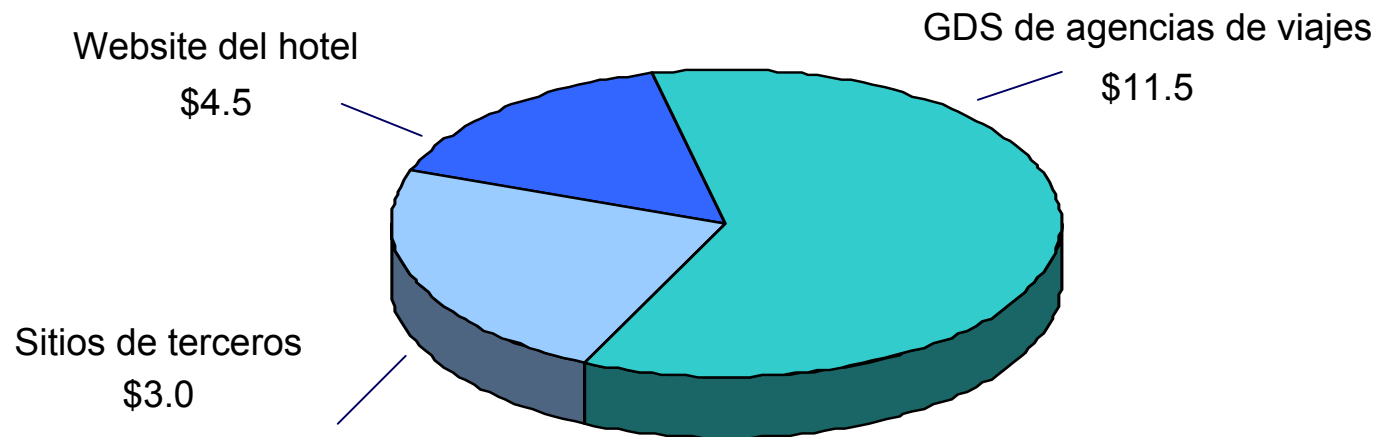


Fuente: 2001 ChannelTRAK Survey, 2002 eTrack Survey



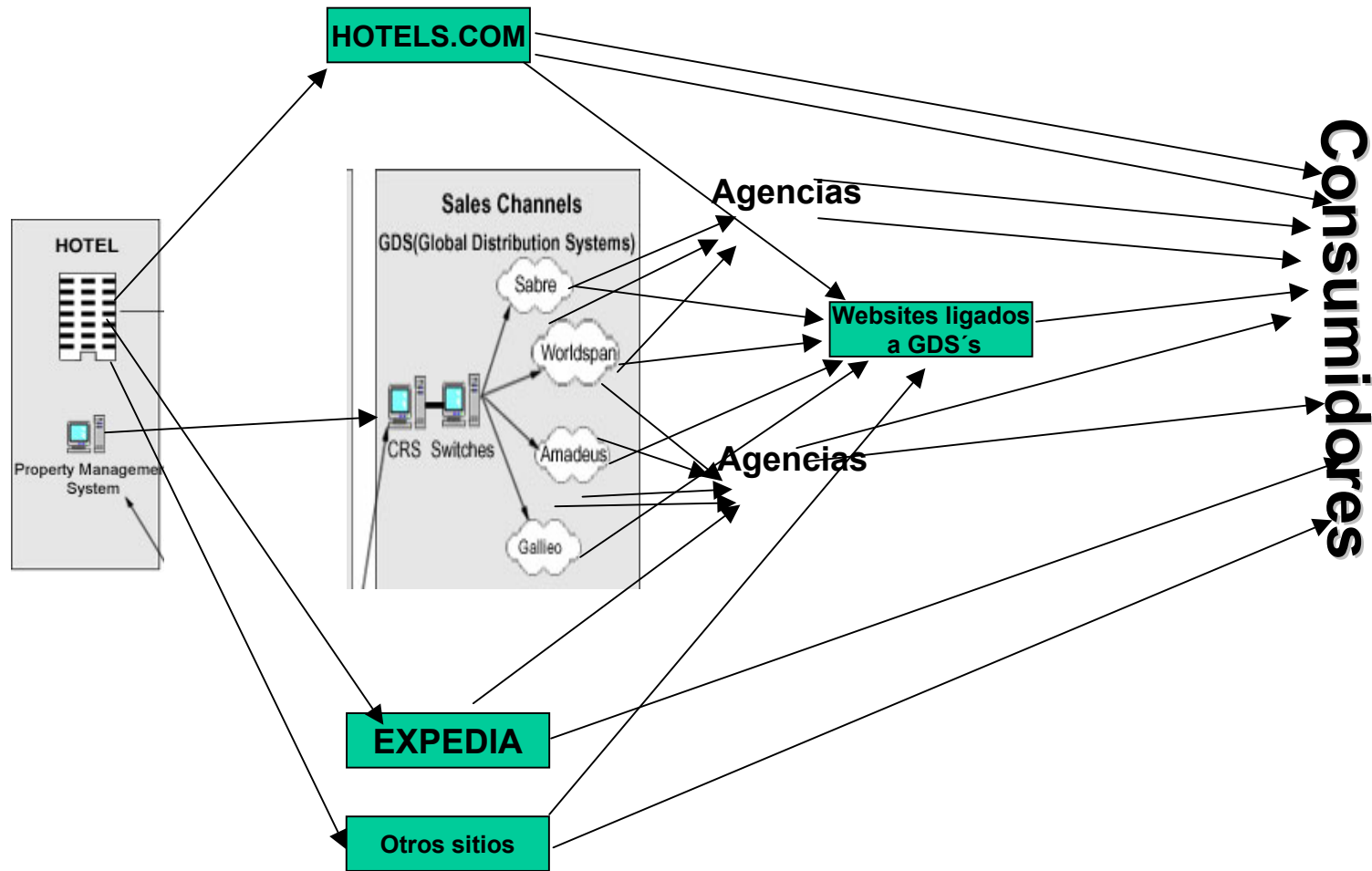
# E-Commerce para hoteles: Mercado de 19 mil millones de USD

**Pronóstico 2003 distribución electrónica**  
miles de millones de USD





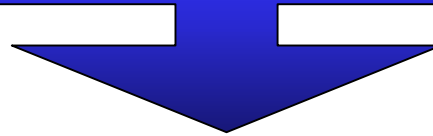
# La distribución se complica



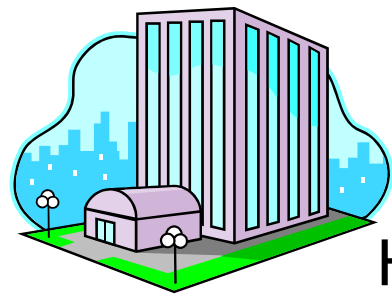


# Los intermediarios de distribución se están consolidando e integrando

GDS (4)	Switch (2)	Proveedores Serv. Reserv. (10)	Mayoristas Tour Oper. (100)	Consortios (15)	Agencias Virtuales (20)
------------	---------------	--------------------------------------	-----------------------------------	--------------------	-------------------------------



Consolidador: Cendant, Sabre, Expedia, Pegasus, .....



Hotel



# Riesgos de la distribución electrónica

- Pérdida de consistencia en precios
  - ☑ Clientes molestos
  - ☑ Pérdida de ingresos
  - ☑ Márgen ganado por el intermediario
  
- Administración compleja de tarifas y disponibilidad
  - ☑ Allotments
  - ☑ Manejo de extranets
  - ☑ Reservaciones enviadas por fax



# ¿Qué ha hecho Posadas?

- Revenue Management Centralizado
- Desarrollo de Inventario Central – Integración de PMS, CRS, RMS, S&C
- Relación centralizada con agencias virtuales
- Base de datos centralizadas
- Website integrado a Inventario Central



# Objetivos sitios web Posadas

- *Reforzar la identidad en línea* para cada una de las marcas y programas.
- Proveer *soluciones a necesidades de viaje y apoyo en toma de decisiones* a sus audiencias principales: viajeros de negocio, viajeros de placer, organizadores de eventos y agencias de viaje
- *Incrementar la contribución* de este canal en la venta de cuartos noches totales.
- *Fomentar la lealtad* de los usuarios.



# Cómo incrementar la conversión

- Generar *tráfico calificado*.
- Mejorando *funcionalidad y contenido* exigido por los usuarios en línea: motor de reservaciones rápido y confiable, información completa del hotel, guías de viaje de la plaza, pronóstico clima, mapas.
- *Migrando a este canal los segmentos* de mayor frecuencia de compra : *socios* de programas de frecuencia, *convenios y grupos*.
- *Premiando a los usuarios* por la compra en línea (tarifas especiales, puntos por reservación)