

Distribución Turística

Distribución Turística – Temario

- © Un poco de teoría
- © Principales actores a nivel global
- © El impacto de internet en los canales de distribución
- © Un modelo ideal: Multicanal
- © Un nuevo actor: los GNE

Distribución Turística – Principios Fundamentales

Definición:

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo.

Distribución Turística – Principios Fundamentales

Canales de Distribución:

Son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor.

Tipos:

Canales Directos o B2C (*Business to Consumer*):

- Agencia a la calle
- Sitio Web
- Contact Center
- Venta por catálogo
- Vending Machines

Canales Indirectos o B2B (*Business to Business*):

- Agencias Intermediarias (Tour Operadores / Minoristas)
- CRS / GDS
- GNE

Distribución Turística – Principios Fundamentales

Canal	Ventajas	Desventajas
Directo		
Indirecto		

Distribución Turística – Principios Fundamentales

Funciones del canal de Distribución en Turismo:

- **Trasnporte:** Llevar el producto de la fábrica al Consumidor
- **Adecuación:** Preparar al producto para ser presentado en el Punto de Venta
- **Fraccionamiento:** Armar en lotes adecuados al transporte y al usuario
- **Conexión:** Facilitar el acceso al producto al consumidor
- **Información:** Sumistrar datos del mercado

Fuente: N Braidot

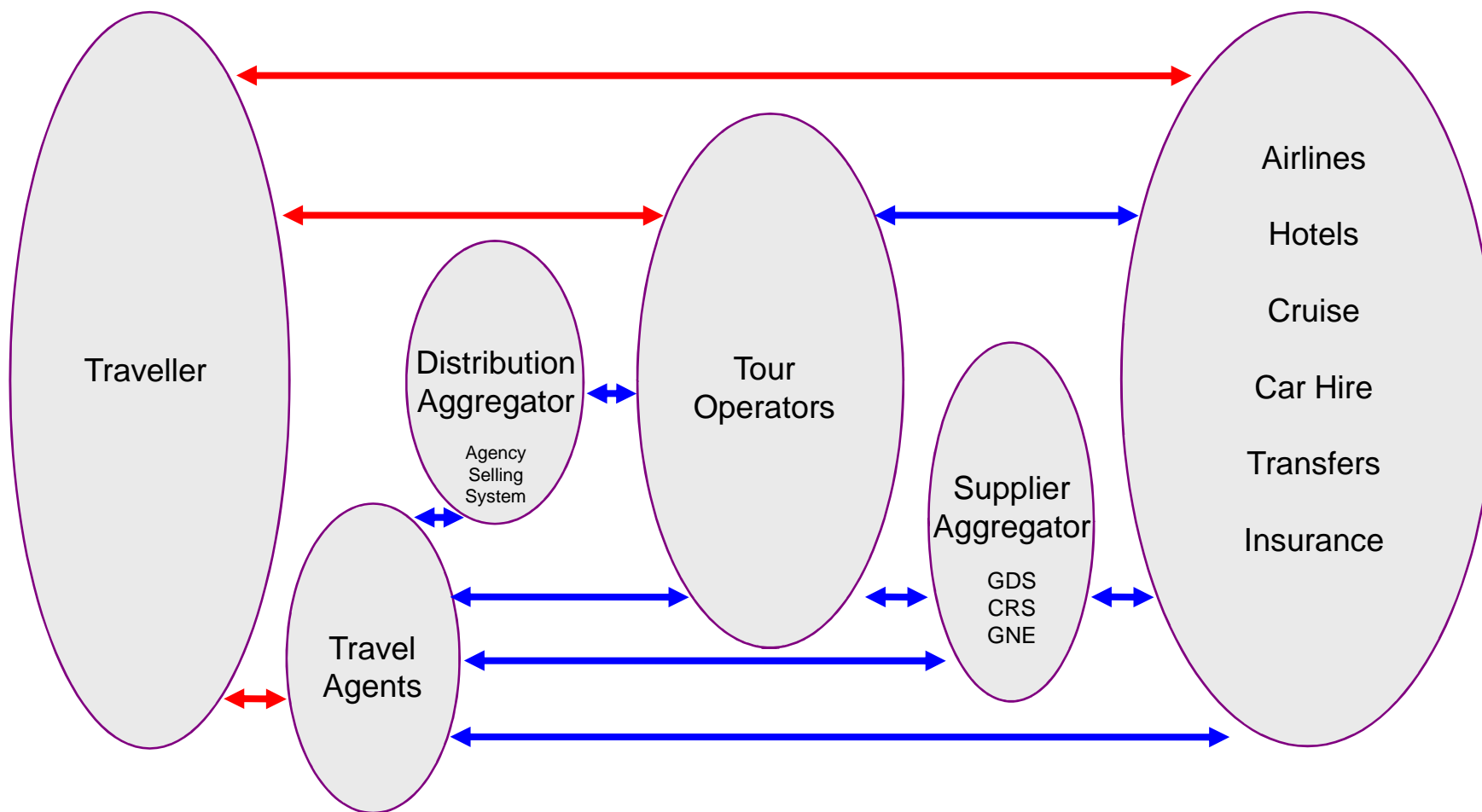
Distribución Turística – Principios Fundamentales

Importancia de la Distribución:

- Si la distribución es ineficaz los productos no estarán en el lugar adecuado donde el consumidor los pueda comprar.
- Los servicios Turísticos son “productos Perecederos”
- Una correcta estrategia de distribución maximiza utilidades.
- El Feedback de los canales, proporciona herramientas de mejora continua

Distribución Turística – Principales actores a nivel global

Consumer Distribution Operators Aggregator Supplier



Distribución Turística – Principales actores a nivel global

Consumer	Distribution	Operators	Aggregator	Supplier

Distribución Turística – El impacto de Internet

Evolución de las herramientas de distribución Global

Años 70	Años 80	Años 90	Actualidad
Sistemas de Reservas			
<ul style="list-style-type: none">• Call Center• Telex• Correo?	<ul style="list-style-type: none">• Terminales X.25• Fax	<ul style="list-style-type: none">• MQ Series• Redes Punto a Punto• email	<ul style="list-style-type: none">• Web Services XML• Portales B2B/B2C• White Label• VoIP• Chat• 2.0• Blogs• Geoposicionamiento• Móviles

Muchas continúan utilizándose a través del tiempo...

Distribución Turística – El impacto de Internet

El arribo de internet trajo:

- Acceso estándar a la información a través de los Navegadores Web (Browsers)
- Acceso a bajo costo a través de redes TCP/IP
- Gestión de contenido dinámico (Textos, multimedia, precio y disponibilidad)
- Proporcionar al Cliente herramientas de búsqueda

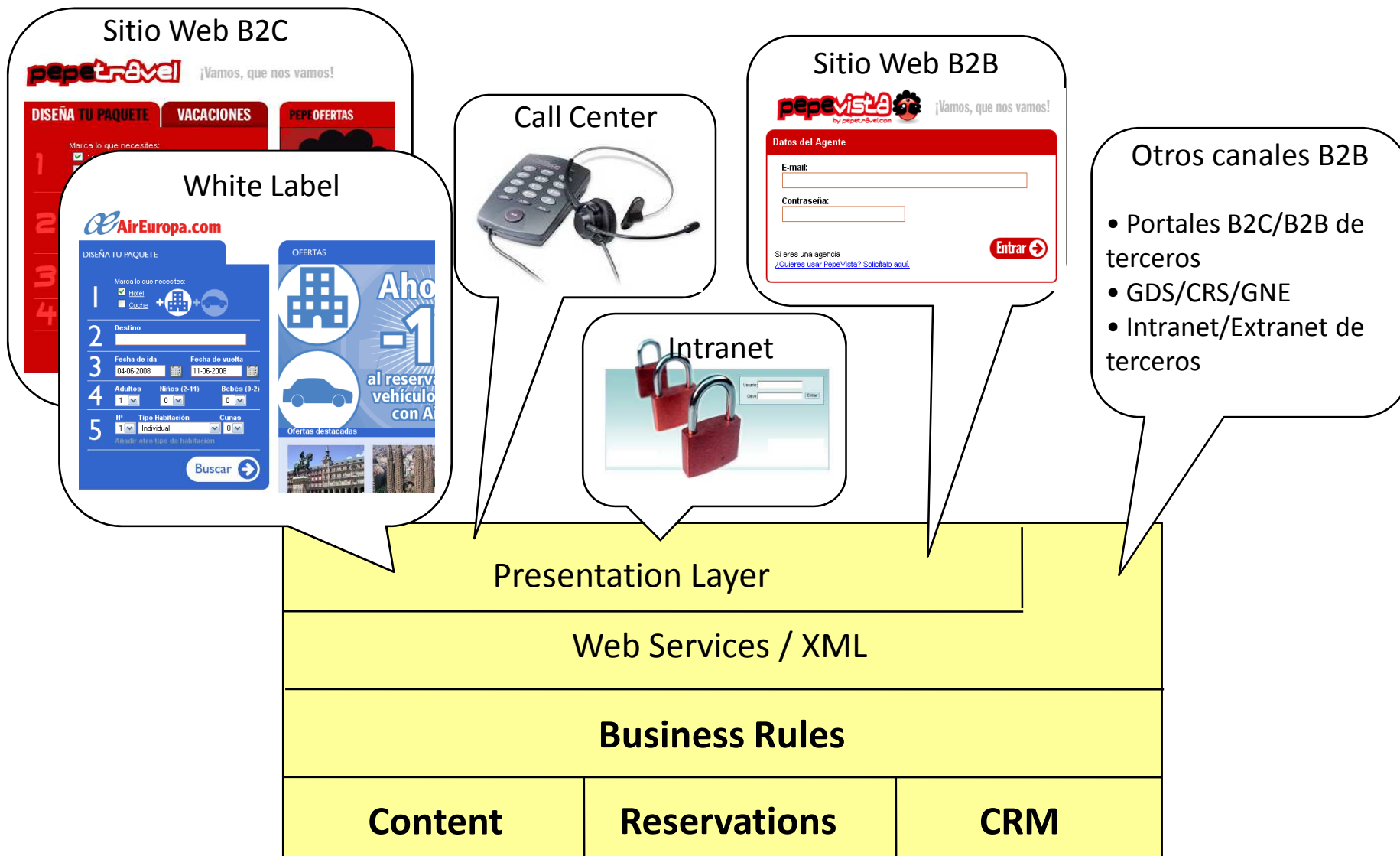
El consumidor cuenta con una herramienta que le permite:

- Buscar³
- Seleccionar una lista opciones y elegir la de su conveniencia
- Comparar precio y disponibilidad.
- Compartir, Opinar y Escuchar (2.0)

¿Y mi folleto o catálogo?

- Queda desactualizado apenas lo imprimo!
- Si ponemos toda la info se transforma en un libro!
- Buscar?

Distribución Turística – El Modelo Multicanal



Distribución Turística – El Modelo Multicanal

Una plataforma común permite:

- Distribución por canales simultáneos; B2B, B2C y Call Center
- Vista única del cliente a través de todos los canales (CRM)
- Vista única del contenido: Textos, multimedia, precios y disponibilidad
- Separación de la Vista y la Lógica de Negocios
- Reglas de Negocios generales y específicas de productos o específicas del canal.
- Control centralizado del inventario.
- Gestión centralizada de las reservas.

Distribución Turística – GNE

Definición:

Siglas de Global Distribution System New Entrant (GDS de nueva entrada): Sistema de distribución alternativo al GDS, basado en la no utilización de intermediarios, por lo que se realiza la conexión directamente del proveedor con la agencia de viajes y viceversa. Esto permite un ahorro de costes de distribución. También se les llama GDS de bajo coste y a su actividad distribución low cost.

Distribución Turística – GNE

Características:

- Aprovechan Internet como red de bajo coste
- Menores requerimientos de ingreso para la agencia (No requiere ser IATA)
- Alternativa para los Proveedores para lograr un considerable ahorro de costes en comparación con los GDS.
- Con la desregulación de los GDS, no está garantizado la totalidad del inventario en cada uno.
- Utilizan los estándares de la industria XML OTA, Web Services, etc.

Distribución Turística – GNE

Ventajas del GNE versus el Canal Directo:

- Un Proveedor en si mismo no puede generar toda la oferta requerida
- El Canal B2C requiere un gran esfuerzo de Marketing
- El canal directo con miles de clientes y con una gran dispersión geográfica genera una alta carga administrativa
- Alianzas con Intermediarios agrega valor a los productos.

Distribución Turística – Conclusiones

- ⊙ El consumidor es y será el Cliente de nuestros productos, las Agencias y Tour Operadores son Intermediarios.
- ⊙ La red de interrelaciones entre los distintos actores del canal de distribución del Turismo, están bajo la presión de costos más bajos.
- ⊙ La comercialización directa a través de internet representa costos más bajos y la capacidad de alcanzar directamente a los clientes, pero todo lo que brilla no es oro: Existe una alta tasa de Fraude y toneladas de cancelaciones.
- ⊙ Los agentes de viajes: deben encontrar nuevas maneras de agregar valor al contenido para así proteger su fuente de ingreso. “Que el cliente disfrute el proceso de compra”
- ⊙ Los proveedores turísticos: buscan alternativas de menor costo a los GDS

Concluimos!
Muchas gracias