

# Trasformación Digital

Santiago Alvarez

# Transformación Digital

Nuevo Modelo de Negocio

FLiXBUS

Uber

Google

airbnb

Spotify®

amazon

NETFLIX

Digitalizar el "Core"

Walmart 

IBERIA 

AVIATUR

LATAM  
AIRLINES

Bancolombia 

DELTA 

MARRIOTT 

# FlixBus

## Sobre FlixBus

- 2013: Se lanzó en **Alemania** como un **servicio de bus intermunicipal** privado
- 2015: Se expandió **en Europa**
- 2018: Lanzamiento **Flix USA**



**100 millones** de pasajeros



**1.700** destinos  
en **28** países

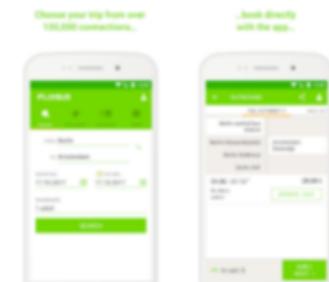
## Modelo de Negocio

- **Servicio de bus** con proceso de compra similar a Uber
- Buses de terceros que utilizan marca **FlixBus**

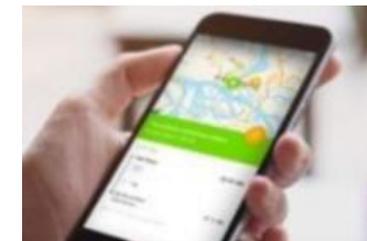


## Soluciones Digitales

Proceso de **compra online**

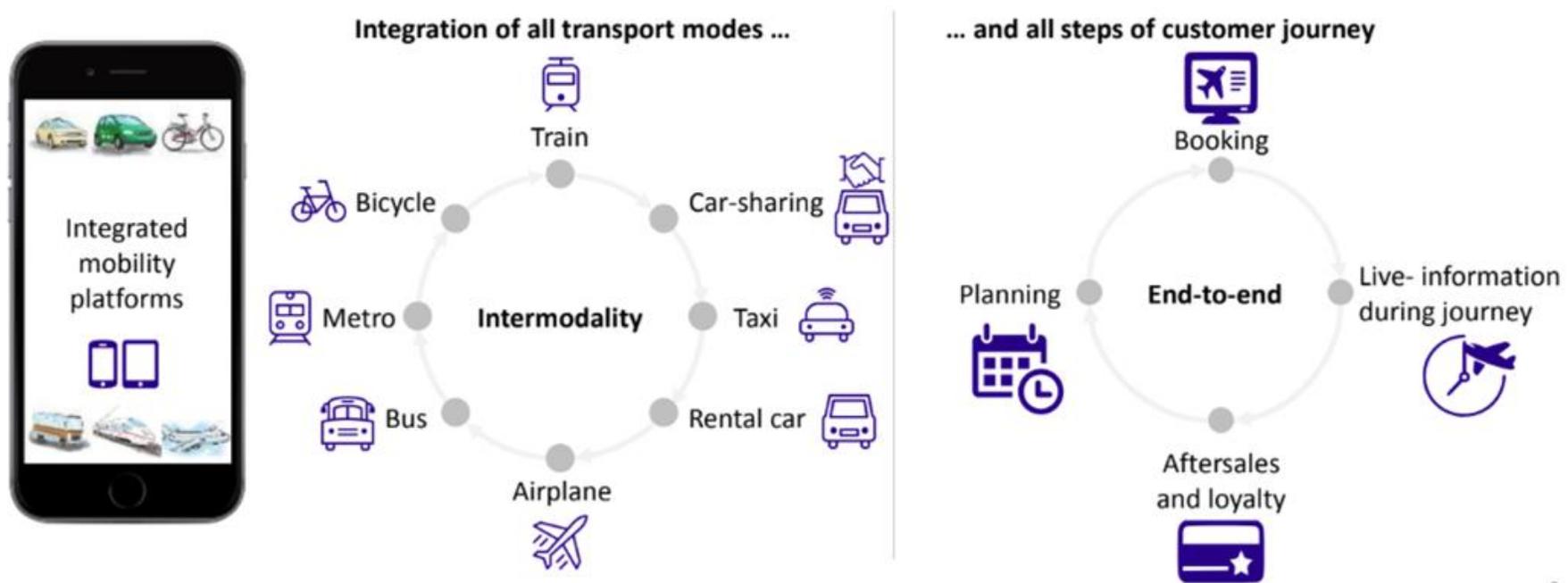


Seguimiento en **tiempo real**



# Para donde va la industria?

Plataformas que agregan distintos medios de transporte y operadores transversalmente en el proceso de compra y de viaje del pasajero



# Mercado de transporte en Colombia



**26**

Millones PAX

103 aviones



**190**

Millones PAX

38.000 buses

TM \$172.500 pesos por trayecto con impuestos

# El Internet cobra gran importancia en nuestra industria...

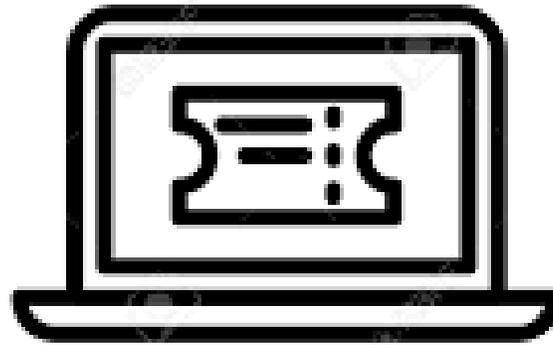


Planeación



Compra

# Penetración venta Digital



**65%**  
de pasajeros



**12%**  
de pasajeros



# Barreras para la digitalización

- Acceso a Internet
- Bancarización limitada
- Confianza y comportamiento del consumidor
- Fraude, medios de pago
- Infraestructura tecnológica

# ¿Qué se logra digitalizando?

Predictibilidad

Simplicidad

Velocidad

Conectividad

Pilares para que la Digitalización tenga  
éxito

# Digitalización en el negocio aéreo

## Proceso de venta

- Marketing y segmentación: **Data**
- Proceso de **Compra y facturación**
- Medios de **Pago**
- Servicio de **devolución**

## Día de viaje

- Mail **Pre-vuelo**: alistando el viaje
- Proceso **Check-in** y asignación de asiento
- Venta **servicios adicionales**: asientos y maletas
- Aeropuertos: **Bag Tag** y **Bag Drop**
- **Embarque**: Identificación del pasajero
- Servicio de **entretenimiento a bordo**



Procesos



Equipo



Tecnología

# Prácticas del sector aéreo

- Revenue management
- Sistemas globales de distribución
- Múltiples canales de ventas
- Foco en proceso del día de viaje

# Revenue Management

Proceso de optimización de ingresos maximizando tarifa media y ocupación, con tarifarios diferenciando temporadas y horarios, utilizando herramientas tecnológicas de “machine learning”

Avión:  
100 pax



Clase\*  
tarifaria

Y \$110 / 5 pax

M \$90 / 15 pax

G \$70 / 55 pax

A \$50 / 15 pax

Venta total

**\$6.500** / 90 pax

90% Ocupación

Tarifa media \$72

vs

\$70 / 80 pax

Venta **\$5.600**

80% Ocupación

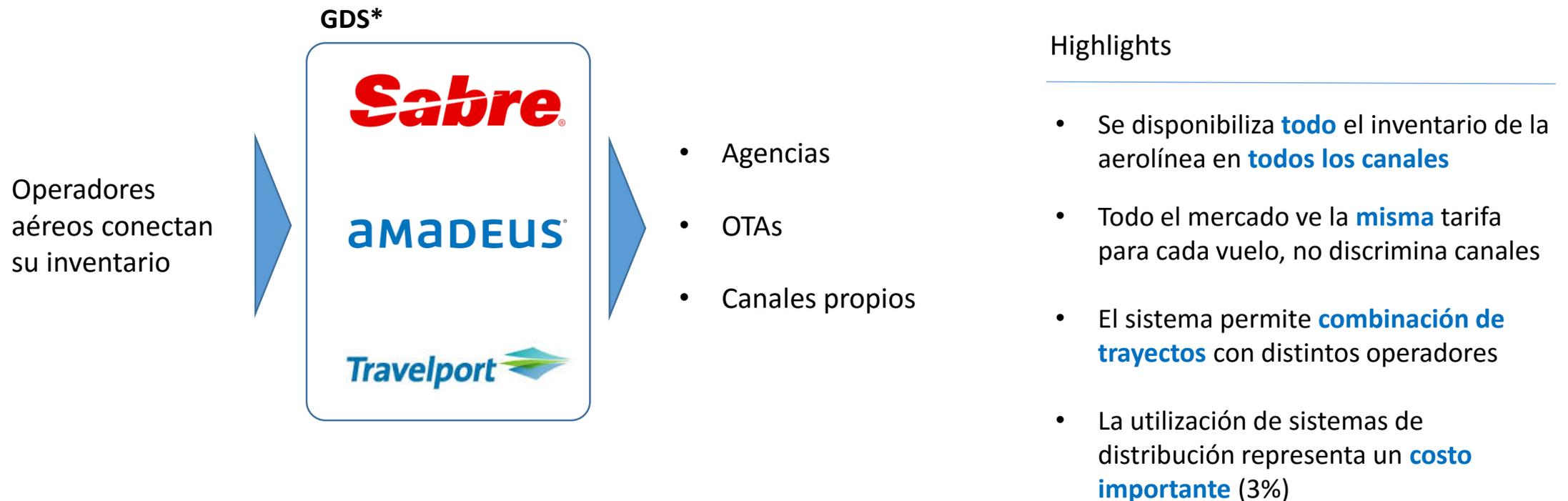
## Highlights

- Se debe respetar el principio de revenue management → a menor tiempo para el día de viaje, mayor tarifa
- Se aumentan los ingresos y la ocupación
- Se segmentan los pasajeros
- Se logra un cambio de comportamiento de compra del cliente (anticipación)

\* Cada clase es un producto distinto en términos de flexibilidad, las clases más bajas se abren con mayor anticipación

# Sistemas globales de distribución

Intermediarios tecnológicos entre las compañías aéreas y las agencias de viajes que venden los boletos al consumidor final



# Múltiples canales de venta

El ecosistema digital permite utilizar distintos canales de venta con el fin de aumentar el alcance del inventario en todo el mercado

## Página Web/App - Operador



## OTAs – Agencias Online



## Agregadores y buscadores



## Highlights

- La página web del operados participa con **35%** de penetración
- Las agencias online participan con un **30%** adicional
- Utilizar más canales representa **mayor cobertura** de mercado
- Nuestras energías y presupuestos se consumen principalmente en la **operación**

# Foco en proceso del día de viaje

Las nuevas herramientas digitales han permitido ofrecer mejor servicio al pasajero y menor fricción en los procesos de aeropuerto – autoservicio

## Check-in



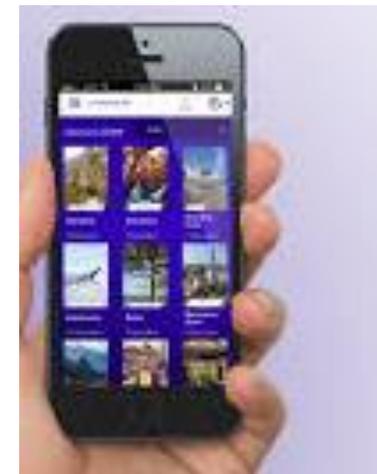
## Bag Tag



## Boarding Pass



## Entretenimiento



Web



App



Kiosko

Una sola plataforma

# Factores de éxito

- IT – Sistemas de inventarios y reservas
- Plataformas tecnológicas – UX y baja fricción
- Medios de pago
- Infraestructura (terminales)
- Precios – revenue management / predicción de demanda
- Procesos intuitivos para el cliente
- Calidad de servicio (puntualidad, limpieza, notificación)
- Seguridad

Preguntas...



# Gracias

Santiago Alvarez

CEO – LATAM Airlines Colombia

