

# Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	6
3. Oferta – Análisis de competidores	9
3.1. GDS, Sistemas de Distribución Global	9
3.1.1. Tecnología GDS	11
3.1.2. PPS (Passenger Service System)	11
3.1.3. PMS (Property Management System)	12
3.1.4. GDS, API (Application Programming Interface)	12
3.2. OTA, Agencias de viajes online	15
3.2.1. OTAs en EE.UU.	16
3.3. Metabuscadores y Gatekeepers	20
3.3.1. Metabuscadores en EE. UU	21
4. Precios	26
4.1. Mercado GDS	26
4.2. Mercado OTAs	29
4.3. Mercado Metabuscadores	29
4.4. Ingresos por publicidad online	30
5. Evolución, canales de distribución	32
5.1. Evolución de los participantes	32
5.1.1. Sistemas de distribución, nuevos enfoques	33
5.1.2. OTAs, nuevos servicios	35
5.1.3. Metabuscadores, integración tecnológica	36
5.1.4. Travel Software, soluciones específicas	37
5.2. Evolución, interacciones	40
5.2.1. Distribución de vuelos	40
5.2.2. Distribución alojamientos	42
6. Demanda	45
6.1. Demanda en cifras	45
6.2. Comportamiento del consumidor	46
6.3. Impacto de la publicidad Online	48
7. Percepción del producto español	50
7.1. GDS español, Amadeus	50
7.2. OTAs y Metabuscadores españoles	51
7.3. Tecnología de viajes española	52





<b>8. Acceso al mercado – Barreras</b>	<b>53</b>
<b>9. Perspectivas del sector</b>	<b>55</b>
<b>9.1. Nuevos modelos de negocio</b>	<b>56</b>
9.1.1. Mega distribuidores de viajes online	56
9.1.2. Turoperadores digitales	56
9.1.3. Distribuidores de viajes Mobile	56
<b>9.2. Nuevas tecnologías</b>	<b>57</b>

icex