



TARJETA INFORMATIVA

SORTEANDO LA CRISIS

En el marco del covid-19 Webinar CTMásUno & Mabrian. Mayo 07 - 2020

Expositor: Carlos Cendra / Plataforma Mabrian

Menciona que lo que buscan es ayudar al sector turístico a salir de esta crisis, a través del análisis de datos a nivel global, para extraer información acerca de tendencias, dinámicas actuales turísticas para conocer con anticipación esas dinámicas en relación a un destino y lo que está pasando alrededor del mundo.

5 INDICADORES QUE HAN SEGUIDO DE CERCA

Sorteando la crisis:

Indicadores clave para un rumbo de salida

- Impacto turístico de la crisis para el destino - Redes Sociales
- Percepción de Seguridad
- Evolución de la demanda inspiracional - Búsquedas de vuelos
- Evolución de la posibilidad de acceso al destino - Conectividad aérea
- Evolución de la competitividad - Precios hoteleros

MABRIAN

www.mabrian.com

- 1. Impacto turístico** de la crisis para el destino, a través de la interacción de **posibles visitantes en Redes Sociales**
- 2. Percepción de seguridad**
3. Evolución de la demanda inspiracional y aspiración **(los patrones de demanda se reflejan en las búsquedas de vuelos).**
4. Evolución de la programación y oferta de vuelos **(conectividad y precios).**
- 5. Evolución de los precios en la industria de alojamiento.**

Mabrian menciona que la crisis de incertidumbre es altísima a corto plazo, y de ahí la importancia de los indicadores clave para tener información y conocimiento ante la situación (Covid-19) en el mundo.

Fechas clave:

- 16 de marzo se cayeron las consultas de búsqueda de vuelos internacionales (Países: Alemania, Reino Unido, España, Estados Unidos, Italia, Francia, China, etc.)
- 2 de mayo se empieza la búsqueda con mayor número de turismo doméstico en ascenso.
- El patrón de búsqueda en España es de viajar dentro del país. Alemania tiene un patrón de viaje al exterior.

En un resumen de rendimiento como destino (México los últimos 3 meses, 6 de febrero a 6 de mayo), se muestra que la satisfacción en general con el destino es buena 75%. En percepción de inseguridad hay un descenso de 7.7% con relación al mismo periodo del año anterior.

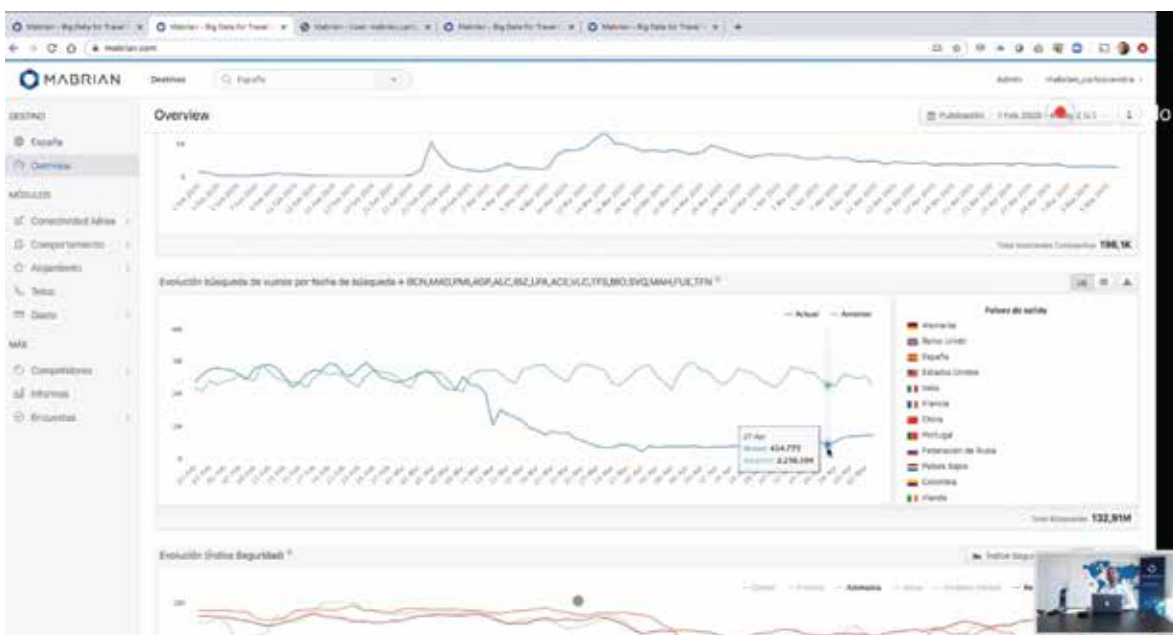
TARJETA INFORMATIVA



- Los mexicanos están más interesados en viajes domésticos este 2020 que lo que estuvieron en el 2019. Resultados hablan de fidelidad y de dirigirse a estos mercados y regiones.
- Destaca Mabrian al mercado de Canadá en específico a Vancouver, como foco de demanda inspiracional, superior a Estados Unidos para visitar México.
- En mayo se ha perdido un 84% de programación de vuelos comparado con el año anterior. Consideran mayo prácticamente perdido.
- A partir del 29 abril se identificó la intensión de viaje 2020 de canadienses, lo ubica como mercado más fiel y con volumen de visita superior al de Estados Unidos.
- En la intención de visita (viaje) ubica al mercado mexicano arriba, al canadiense estable y al estadounidense bajo. Con un apunte en el mercado Alemán.

Mabrian recomienda esperar las reglas exactas que determinen (los gobiernos), para conocer mejor la programación de vuelos en principales aeropuertos internacionales (mayo - julio).

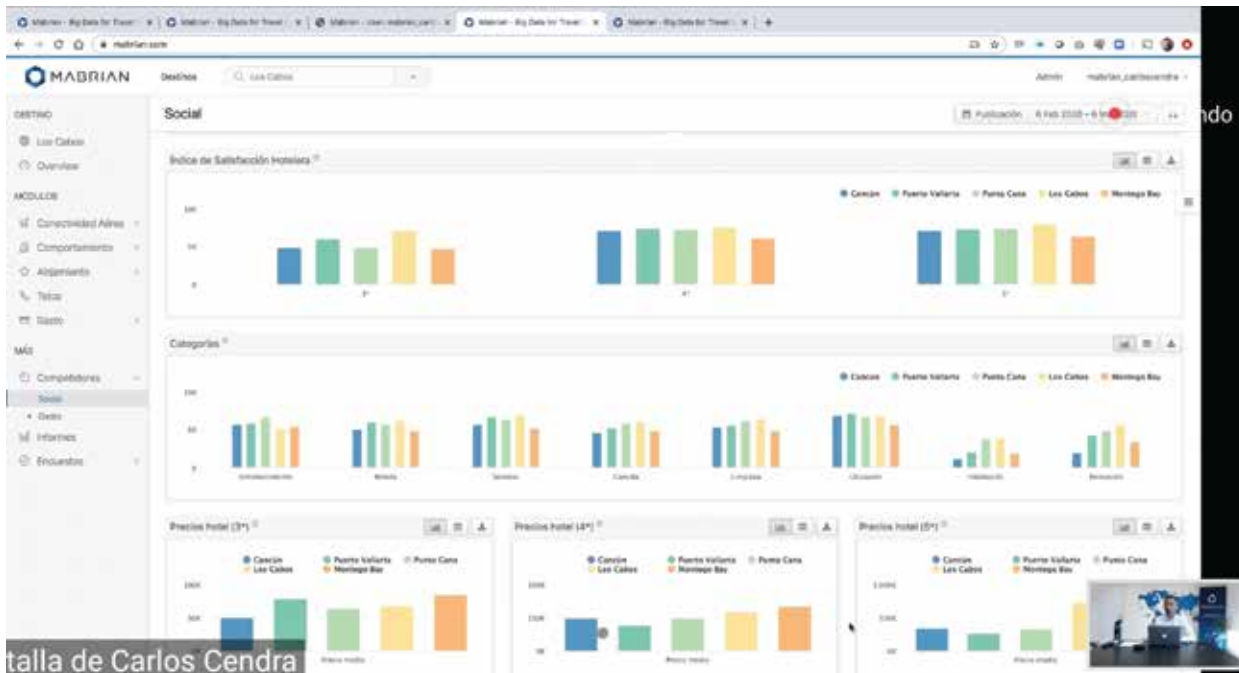
A partir del 27 abril se identifica un repunte en la búsqueda de vuelos:





TARJETA INFORMATIVA

Percepción de tarifas y servicios turísticos / varios Cancún - Puerto Vallarta - Punta Cana - Los Cabos - Montego Bay.



CONCLUSIONES:

- Mabrian recomienda a los destinos :
- Mercado doméstico.
- Mercado canadiense (Vancouver).
- Replanteamiento para abordar al mercado alemán (en el caso de España).
- Prepararse para estar listos cuando las nuevas reglas estén listas para el turismo.

<https://blog.mabrian.com>

SE COMPARTIRÁ GRABACIÓN Y LIGA CON INFORMACIÓN ADICIONAL DE LA VÍDEO CONFERENCIA EN CUANTO CTMÁSUno NOS LA ENVIÉ.