



**Sarape** | **IDEAS**  
**social**® | **CON**  
**CAUSA**

Somos una  
agencia de ideas  
que transforma  
realidades sociales



Todo comenzará desde cero, volveremos a nuestros orígenes, volveremos a nuestras raíces, viajaremos con un nuevo propósito: conectarnos a nosotros mismos, en donde cada espacio será un espacio de inspiración.

## **El turismo, una nueva realidad**

# CONTEXTO ACTUAL

---

El turismo y la economía se transforman

# PANORAMA ECONÓMICO

---

- La visión macroeconómica de Euromonitor International es que habrá una profunda recesión en 2020 de -3.2% seguido de la recuperación al crecimiento positivo del PIB real en 2021, tardando dos años en recuperarse a los niveles anteriores a la crisis.
- En un escenario C19 pesimista, que es el peor escenario a la par con la Gran Depresión de la década de 1930: el PIB mundial se contraería un -9.7%
- Tomando tres años para recuperarse a los niveles anteriores a la crisis en términos de producción económica real.
- A largo plazo, la economía global se pronostica que continuará su crecimiento positivo de más del 3% por año, estimulado por una mayor actividad económica especialmente en mercados emergentes como Asia Pacífico.

PASSPORT FUTURE OF TRAVEL 2040, June 2020

# PANORAMA EN EL SECTOR TURÍSTICO

Después de meses de estar alejados y separados de la cotidianidad, las personas buscarán conectarse con su familia y con ellos mismos, revalorizando el significado de viajar y el sentido de los destinos.

Fuente: Radar Turístico, Junio 2020

## Soñar con viajar

21% de los viajeros se siente seguro de viajar en avión y 20% de quedarse en un hotel (índice de la ansiedad en México, Deloitte). 60% de los viajeros planea realizar un viaje en lo que resta del año, mientras que el 20% lo hará en el primer semestre de 2021; 13% no tiene planeado realizar ningún viaje y 7% se esperará a que llegue una vacuna.

## Buscar destinos nacionales

Las búsquedas en Google en abril de 2020 cayeron 44% al compararlas contra el mismo periodo de 2019 (-1.1 millones). Abril de 2020 versus marzo del 2020 cayó 51% en búsquedas (de 2.8 a 1.4 millones).

## Buscar destinos internacionales

Las búsquedas en Google en abril de 2020 respecto a 2019 aumentaron 37% (de 667 mil a 929 mil); al comparar abril de 2020 respecto al mes anterior disminuyeron 30% (de 1.3 millones a 0.93 millones).

## Relación con agentes de viajes

Respecto a los viajes programados para el segundo semestre del año, 45% de los viajeros están posponiendo sus viajes y 44% los están cancelando, mientras que el 11% los están dejando igual (en la medición anterior 63% pospusieron y 37% cancelaron).

## Buscar paquetes

19% de los turistas están buscando activamente ofertas de viajes (índice de la ansiedad en México, Deloitte). Las búsquedas en Google relacionadas con paquetes de viajes en abril cayeron 74% respecto al año anterior y 52% respecto al mes pasado.

## Visitar portales de venta de viajes

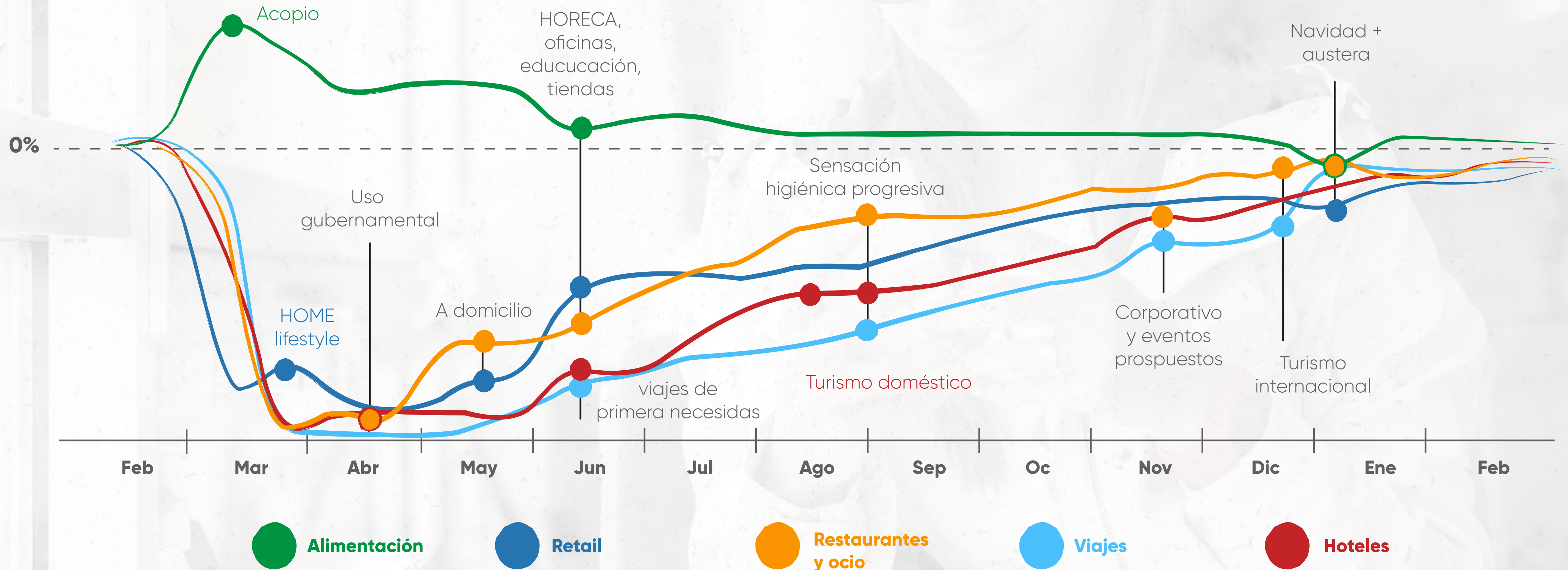
Las visitas a los principales portales de venta cayeron de 7.3 a 2 millones de marzo a abril.

# RACIONAL DE RECUPERACIÓN POR SECTORES

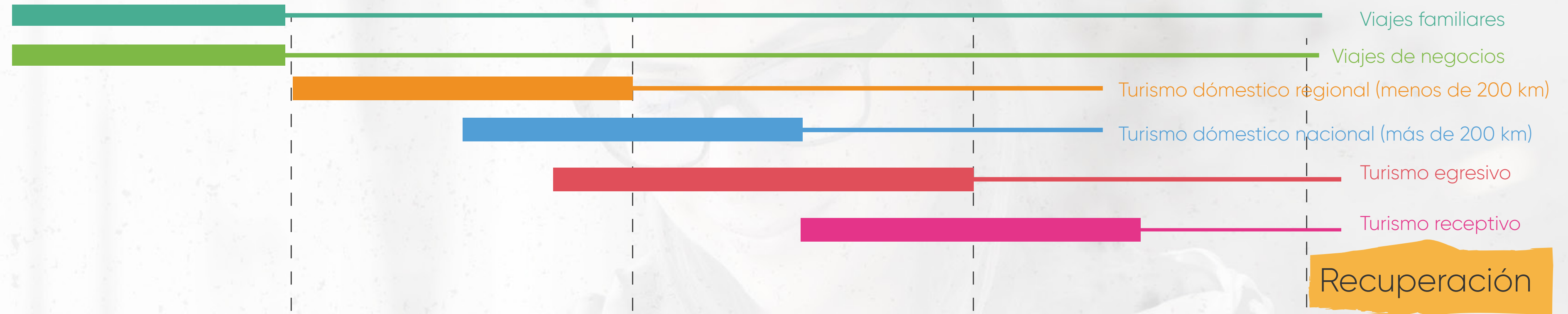
Aislamiento + restricciones

Estabilización

Recuperación



Etapas en las que se reactivará el sector turístico por servicio hasta una recuperación completa.



	2020	2021			
<b>situación</b>	<p><b>junio</b></p> <p>Término del confinamiento sin existir las condiciones sanitarias</p>	<p><b>Julio - Sep</b></p> <p>Vacaciones de verano, septiembre normalmente es temporada baja.</p>	<p><b>Oct-Dic</b></p> <p>Normalmente temporada baja pero con fuerte actividad en el puente de día de muertos y vacaciones de diciembre</p>	<p><b>2021</b></p> <p><b>Ene - Mar</b></p> <p>Puentes en febrero y marzo</p> <p>A finales de marzo Semana Santa</p>	<p><b>abr - jun</b></p> <p>Semana Santa y comienzo del verano</p>
<b>Productos Turísticos</b>	<p>Turismo de negocios estrictos</p> <p>Segundas residencias</p>	<p><b>Los anteriores más:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pueblos Mágicos no concurridos</li> <li>Tiempos compartidos</li> <li>Lujo</li> <li>Lugares cercanos al lugar de residencia</li> <li>Destinos de contacto con la naturaleza</li> <li>Turismo de reuniones: congresos a partir de septiembre</li> </ul>	<p><b>Los anteriores más:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pueblos Mágicos más concurridos</li> <li>Destinos de playa pequeños</li> <li>Turismo de reuniones: convenciones a partir de noviembre</li> </ul>	<p><b>Los anteriores más:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo de reuniones:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>Incentivos a partir de enero</li> <li>Ferias y exposiciones a partir de marzo</li> </ol> </li> </ul>	<p><b>Los anteriores más:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>grandes ciudades</li> </ul>

# NUEVAS REALIDADES

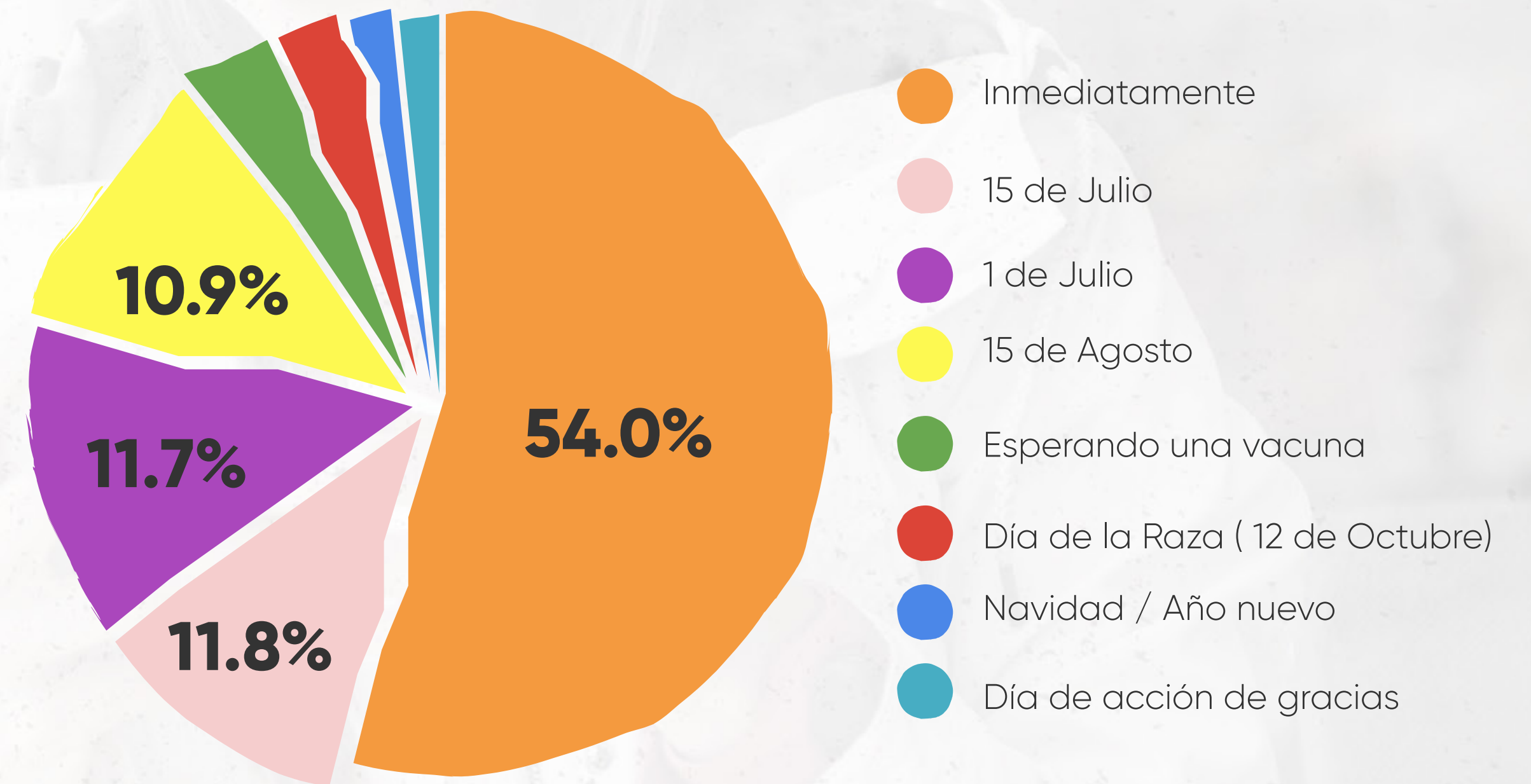
---

Entendimiento de consumo,  
¿hacia dónde van las nuevas experiencias?

# EL TURISMO LOCAL RETOMA SU FUERZA

La agencia Magma Global realizó una serie de encuestas que funciona como un muestreo de consumo para el sector turístico.

Suponiendo que las medidas de prevención se levanten antes del 15 de junio y las personas sean libres de viajar nuevamente, ¿qué tan pronto se tomarían unas vacaciones a un lugar que se encuentra a poca distancia?



1,955 respuestas

**VIAJAREMOS  
DE NUEVO...  
PERO YA NO  
SERÁ IGUAL**

---



# NUEVO PERFIL VIAJERO



Después de una crisis de cualquier tipo la conexión emocional entre las personas se convierte en la clave de la resiliencia, los sentidos humanos se potencializan y los sectores comúnmente comerciales se adaptan a las dinámicas humanas con el fin de brindar un servicio personalizado. El turismo no es la excepción, el sector se convertirá en una clave esencial para el desarrollo humano y la mejor alternativa a escenarios de ansiedad y estrés crónico tras meses de encierro.

**“El turismo es un sector horizontal e interconectado; nuestro éxito depende de la colaboración, es decir, darnos la mano unos a otros, compartir inteligencia y compartir experiencias”.**

-Taleb Rifal, Ex Secretario General de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas

# HACIA LA NUEVA NORMALIDAD

En la inmediatez de la pandemia, preocupaciones de salud y seguridad tiene prioridad, pero la necesidad de negocios sostenibles y resistentes son aún mayor durante la reconstrucción.

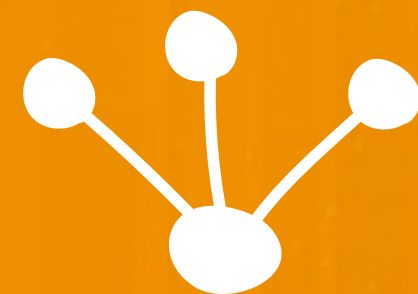
Fuente: Euromonitor International, Junio 2020



# PILARES DE TENDENCIAS

---

Estos son algunos resultados que nos señala nuestra área de inteligencia social como piezas fundamentales en el desarrollo y consumo del sector turístico.



**DIVERSIFICACIÓN  
DE CONSUMO**



**TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL**



**SOSTENIBILIDAD  
Y RESILIENCIA**

# DIVERSIFICACIÓN DE CONSUMO

## PROXIMIDAD

Roadtrips, viajes cortos de fin de semana y visitas a destinos locales.

## MENOS MULTITUDES

Repensar la masividad, las líneas y las multitudes en eventos (conciertos), sitios (museos) y destinos (playas).

Megatendencia: Premiumización

## CONEXIÓN CON LA NATURALEZA

El turismo de naturaleza cobra más sentido al buscar un distanciamiento y experiencias menos masivas.



# TRANSFORMACIÓN DIGITAL

## **DATOS Y ANÁLISIS**

Búsqueda por generar datos del viajero/a constantemente para prever posibles crisis y tomar decisiones anticipadas.

## **TOUCHLESS**

Incorporar medidas que impliquen el menor contacto entre personas (reservaciones, boletaje, etc.)

## **VIAJERO DIGITAL**

Mecanismos que le permitan al viajero/a construir una identidad digital (ID, cartilla de salud, pasaporte, boleto etc)



# SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA

## **TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE, EJE DE DESARROLLO**

Si algo nos ha enseñado esta crisis es el daño que hemos dejado atrás; se buscarán las formas de impactar menos negativamente en la naturaleza y en las comunidades locales.

## **SEGURIDAD SANITARIA E HIGIENE**

Certificados anti COVID-19, nuevas medidas de higiene y seguridad sanitaria para el viajero/a.

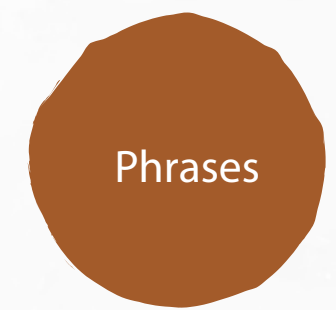
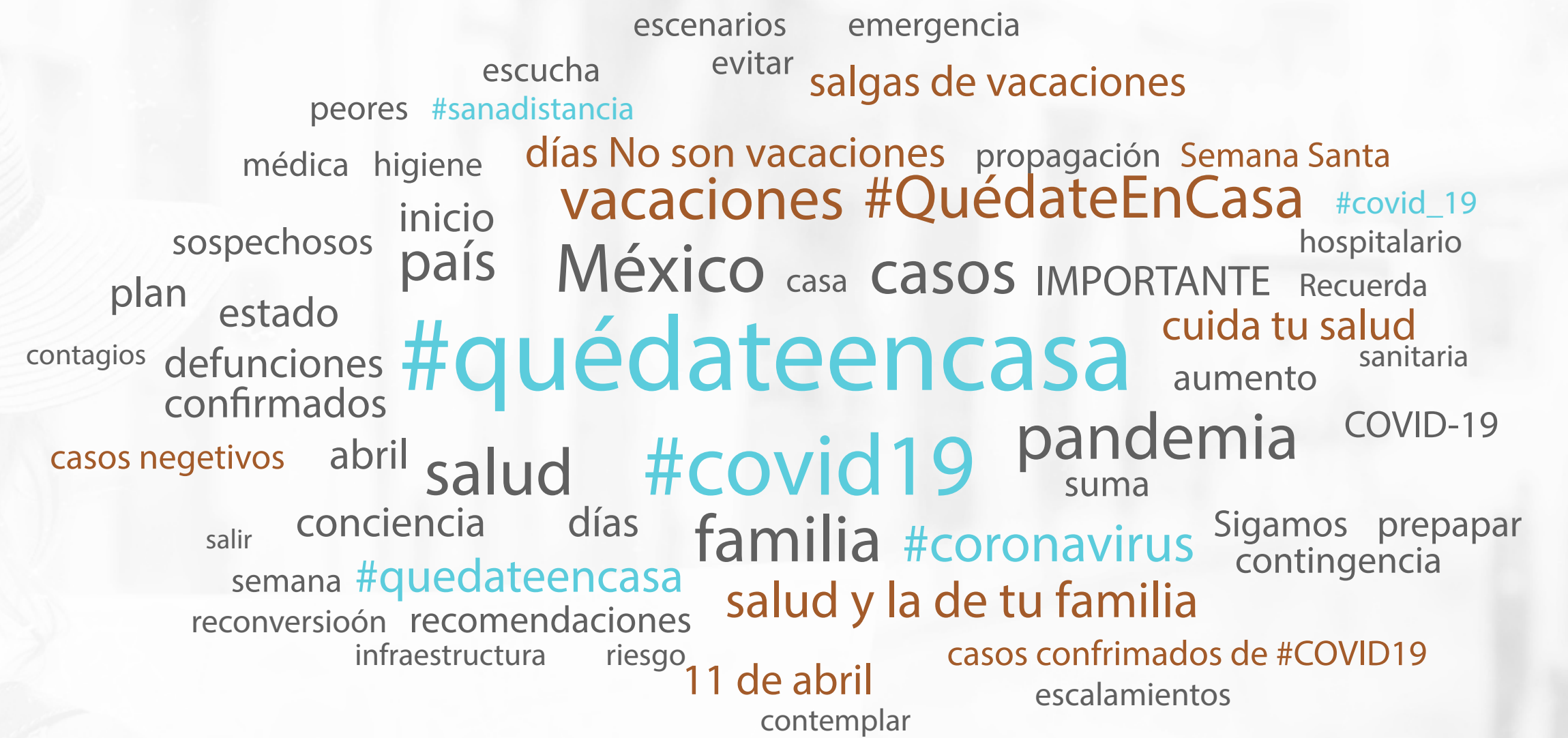
## **RESTABLECER Y RECONSTRUIR LA CONFIANZA**

Estrategias que ayuden a mitigar el miedo y la incertidumbre a viajar.



# CONVERSACIONES Y MENCIONES

De igual manera pudimos identificar que gran parte de las conversaciones giran entorno a las instrucciones preventivas y sanitarias; sin embargo nos resalta un indicativo importante ya que como toda crisis una vez que llega a su extremo o punto máximo comienza un proceso de polarización: del quédate en casa pasaremos al sal de casa.



**“EL TURISMO ES UNA  
INDUSTRIA DEL FUTURO QUE  
NO TEME A LOS CAMBIOS”**

-Michelle Bachelet, Ex Presidenta de Chile

# ANTES DE COMENZAR CON UN PLAN DE ACCIÓN ES NECESARIO TOMAR EN CUENTA LAS 5 R'S

---

## RESOLUCIÓN

¿Qué retos estoy enfrentando en este momento y cómo puedo abordarlos de manera inmediata, ágil y estratégica?

## RESILIENCIA

¿Con qué recursos cuento y qué prácticas estoy llevando a cabo para enfrentar la crisis y la nueva normalidad?

## RETORNO

¿Tengo claras cuáles son mis estrategias y planes de acción ante el retorno de actividades y reactivación económica?

## REIMAGINACIÓN

¿Qué situaciones llegaron para quedarse y cómo las voy a incorporar a mis servicios o productos?

## REFORMA

¿Cómo voy a enfrentar futuras situaciones que puedan afectar el sector?

# ¡CAMINA HACIA LA NUEVA NORMALIDAD Y COMUNICALO!



**REACTIVACIÓN  
ECONÓMICA**

**REACTIVACIÓN  
TURÍSTICA**

**NUEVAS  
REALIDADES**

**“LA MEJOR MANERA  
DE PREDECIR EL FUTURO  
ES CREARLO”**

-Peter Ferdinand



TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS POR PROYECTOS SARAPEROS SAPI DE CV. Los diseños, proyectos, soluciones creadas y propuestas por PROYECTOS SARAPEROS SAPI DE CV que se presentan en el presente documento son propiedad intelectual y exclusiva de PROYECTOS SARAPEROS SAPI DE CV., por lo que queda prohibida la reproducción parcial o total de cualquiera de los elementos o partes que lo componen ya sea por cualquier medio o mediante cualquier tipo de producción sin la autorización previa por escrito de PROYECTOS SARAPEROS SAPI DE CV o bajo previo acuerdo de colaboración establecido entre las partes. Así mismo, PROYECTOS SARAPEROS SAPI DE CV accede a prestar a su cliente los servicios de diseño de proyectos para el elemento mostrado en este documento de una manera competente y profesional, siempre y cuando no utilice por ningún medio electrónico, de impresión, de producción o cualquier otro aquí presentado o partes o variantes del mismo



# GRACIAS

---

contacto:

**ABRAHAM@SARAPESOCIAL.COM**

**SARAPESOCIAL.COM**



 /sarapesocial

 @sarapesocial

 @sarapesocial

 /sarapesocial