



Sesión 1.

# Utilidad del dato para la planificación del servicio **SPEGC**

15 de septiembre, 2021

## AGENDA

- Introducción
- El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)
- Datos, indicadores y su utilidad
- Preguntas a responder
- Q&A

## AGENDA

- **Introducción**
- El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)
- Datos, indicadores y su utilidad
- Preguntas a responder
- Q&A



**+20 años de carrera profesional**

## **Sonia Huerta Decodes** **Head of Customer Success**

soniahuerta@mabrian.com

+34 646 08 40 18

mabrian.com



**+10 años de experiencia en consultoría de marketing para destinos y empresas turísticas**

**LOS DATOS Y LO QUE NOS DICEN HA FORMADO SIEMPRE PARTE DE MI DIA A DIA**



Galardonados como la mejor herramienta de Marketing y Ventas en los Smart Destinations Awards en FITUR 2018.



### 2018

Sin límites a la vista, nuestro equipo crece para hacer frente a los retos que nos ofrece el mercado. Las continuas mejoras de nuestra herramienta nos hacen cada vez más completos y a la vez más concretos en nuestras soluciones prácticas. Más en camino!



Última ronda de financiación cubierta. Alcanzamos punto de equilibrio, entramos en beneficios.



### 2017

Tras años de trabajo duro, hemos creado y comercializado la plataforma de Inteligencia Turística más completa del mundo. Firmamos acuerdos de distribución con compañías internacionales líderes a nivel global.



Galardonados como la mejor herramienta de investigación de mercados por las Autoridades Turísticas de las Islas Baleares.



### 2016

SocialVane es ahora Mabrian

Nueva versión de la plataforma que marca un antes y un después en la industria turística. Es la primera en cubrir el 100% del ciclo del viaje.

**MAKING - BRIGHT - ANALYTICS**

Movidos por una inagotable motivación, nuestro equipo forma una familia llena de talento. La receta es simple, nos encanta lo que hacemos y como lo hacemos. Nada puede desviarnos de pensar en GRANDE.

### Nuestra misión

Desarrollar la herramienta analítica más completa para la industria turística a través de la integración y el análisis cruzado de diferentes y representativas fuentes de datos. Mostraremos al sector turístico que las decisiones basadas en datos son una realidad. La era de la intuición ha acabado.

Creemos que la industria turística debe ser sostenible y repercutir en las economías locales en todos los niveles. En nuestro caso, no hay mejor manera que conseguir esto que creando una empresa internacional y puestos de trabajo especializados en Menorca, reteniendo así el talento local alrededor del negocio turístico.

# Mabrian da respuesta a través del Big Data a preguntas clave en 4 ámbitos de la gestión y el marketing de destinos



1. Demanda y targeting

2. Conectividad

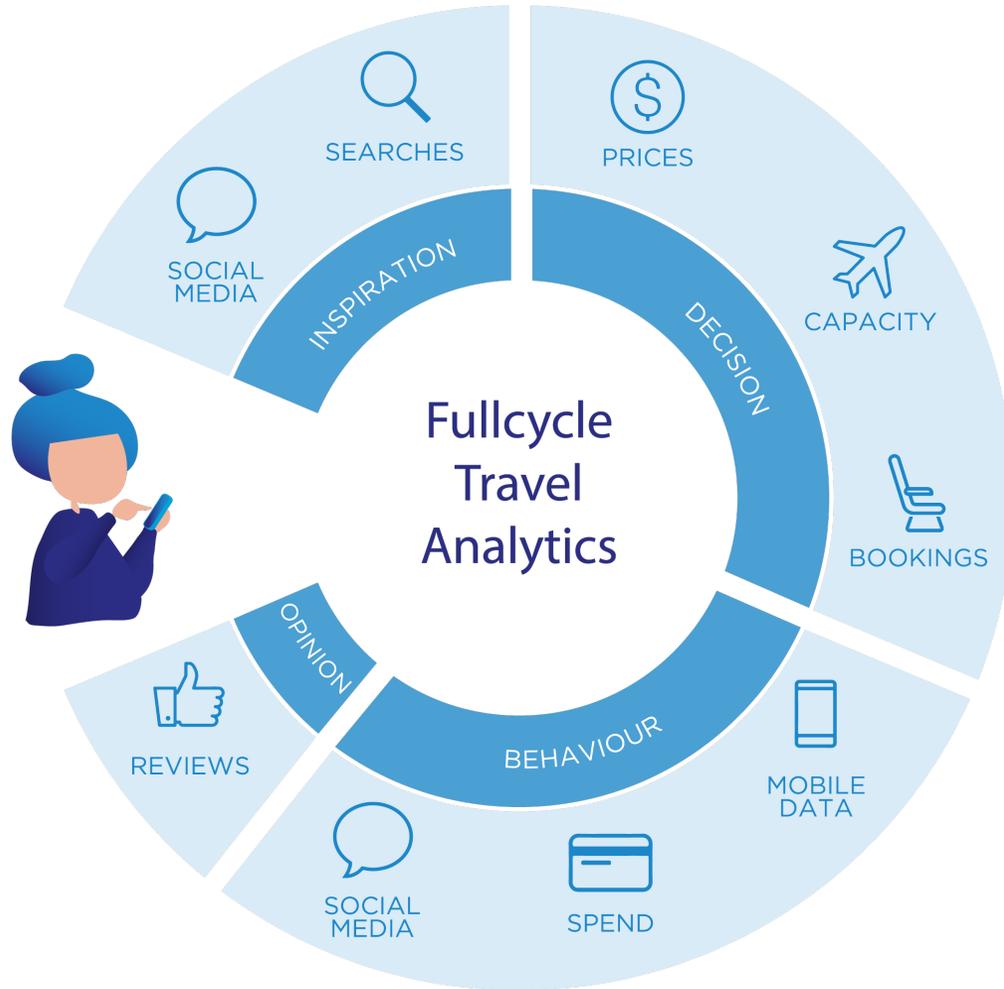
3. Branding & Comunicación

4. Experiencia del cliente

Planificación estratégica  
y operativa

Seguimiento de resultados

# La plataforma de Mabrian integra datos transaccionales y de comportamiento, estructurados en 5 módulos, cubriendo todo el ciclo de vida del viaje



1. Conectividad aérea

2. Comportamiento

3. Alojamiento

4. Gasto

5. Movilidad

# Formación: 3 sesiones

## Independientes, pero muy relacionadas

Sesión 1: 15 de Septiembre

**Utilidad del dato para la planificación del servicio**

Sesión 2: 29 de Septiembre

**Utilidad del dato para la planificación del precio y la comunicación**

Sesión 3: 6 de Octubre

**Utilidad del dato para mejorar la experiencia de mis clientes**

## Utilidad del dato para la planificación del servicio

- 1.** Familiarizarse con indicadores relativos a las búsquedas de vuelos, capacidad aérea, etc. y tener una buena perspectiva de la situación histórica y a corto plazo de Gran Canaria vs. competidores
- 2.** Entender cómo estos indicadores pueden ayudar a modular las operaciones para adecuarse lo mejor posible a la demanda que llegará
- 3.** Detectar posibles cambios en patrones de demanda que nos permiten conocer estos indicadores

## AGENDA

- Introducción
- **El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)**
- Datos, indicadores y su utilidad
- Preguntas a responder
- Q&A



El objetivo de SMARTDEST es impulsar la cooperación entre las islas de Azores, Cabo Verde, Madeira y Gran Canaria para transformar estos territorios en Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), entendiendo los DTI como

“un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente” (Definición Informe DTI de Segittur)

El proyecto SMARTDEST se articula a través de los siguientes 3 objetivos específicos:

- **OE1.** Mejorar la cooperación público-privada, el desarrollo de vínculos y sinergias entre las empresas y los centros de investigación, para el desarrollo de DTI mediante la creación de un Plan Director para cada uno de los destinos turísticos.
- **OE2.** Mejorar la inteligencia del espacio de colaboración con la implantación de soluciones de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) para evolucionar hacia un Destino Turístico Inteligente. **(El PIAT y la presente formación se enmarcan dentro de este segundo objetivo)**
- **OE3.** Impulsar iniciativas empresariales orientadas al desarrollo de soluciones tecnológicas aplicables a la transformación de las islas como Destinos Turísticos Inteligentes.

Datos Históricos:  
de 2018 a 2020



Overview



Overview



Conectividad  
Aérea



Capacidad  
aérea



Precios  
vuelos



Búsquedas  
vuelos



Reservas  
vuelos



Comportamiento



Orígenes



Productos



Atractivos



Satisfacción



Alojamiento



Reviews  
de hoteles



Precios  
de hoteles



Disponibilidad



Telco



Perfil Visitante



Pernoctaciones



Gasto



Orígenes



Categorías



Gasto Estimado



Importe medio

# Datathon, la competición de analítica de datos sobre uno de los principales destinos turísticos, Gran Canaria (<https://www.spegc.org/formacion-y-eventos/datathon/>)

Conócenos Empresas y emprendedores Formación y eventos Noticias Transparencia Newsletter

## DATATHON

Apúntate a la competición de analítica de datos turísticos sobre el destino

### Gran Canaria

17-19 de septiembre

Organiza



spegc

Entidad de Promoción Económica



MAC 2014-2020  
Cooperación Territorial



PROYECTO COFINANCIADO  
POR LA UNIÓN EUROPEA  
Investigación e Innovación

Colabora



ULPGC  
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

PLACAN  
Plataforma Océánica de Canarias



## AGENDA

- Introducción
- El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)
- **Datos, indicadores y su utilidad**
- Preguntas a responder
- Q&A

La utilidad de los datos se multiplica cuando estos se cruzan:  
Ej. Demanda y Capacidad



### Demanda "Inspiracional"

#### Indicadores clave:

- Búsquedas de vuelos
- Índice de búsquedas de vuelos
- Antelación de búsqueda
- Estancia media



### Demanda confirmada

#### Indicadores clave:

- Reservas de vuelos
- Antelación de reserva
- Estancia media



### Capacidad aérea

#### Indicadores clave:

- Asientos directos programados
  - i. Totales, regular y bajo coste
  - ii. Mercado, aeropuerto y aerolínea



### Comportamiento en redes sociales

#### Indicadores clave:

- Interés (número de menciones)
- Satisfacción (sentimiento)
- Percepción (seguridad y clima)



### Demanda "Inspiracional"

#### Indicadores clave:

- Búsquedas de vuelos
- Índice de búsquedas de vuelos
- Antelación de búsqueda
- Estancia media

#### Utilidad:

- Identificar **con mucha antelación** la necesidad de **estimular la demanda**: Conocer la **fortaleza** de la demanda y el **interés** que genera nuestro destino en un mercado concreto, y comparar esto con otros períodos anteriores
- Identificar **potenciales cambios en la estacionalidad de la demanda**, en cuanto a fechas de búsqueda y fechas de llegada
- Detectar **nuevos focos de demanda**
- **Planificar/medir la comunicación**: Momentos clave de la comunicación de marca y seguimiento del impacto de las campañas



### Demanda confirmada

#### Indicadores clave:

- Reservas de vuelos
- Antelación de reserva
- Estancia media

#### Utilidad:

- Establecer **con antelación** si existe una necesidad de **actuar sobre la demanda** con acciones de marketing.
- Determinar en **qué mercados** priorizar las acciones.
- Identificar la necesidad de **actuar sobre la estancia media**, en caso de detectar una tendencia a la baja.
- Identificar la **ventana de oportunidad para la conversión** del cliente potencial con acciones de marketing



### Capacidad aérea

#### Indicadores clave:

- Asientos directos programados
  - i. Totales, regular y bajo coste
  - ii. Mercado, aeropuerto y aerolínea

#### Utilidad:

- **Negociar con aerolíneas** la mejora de la conectividad (+ frecuencias / rutas)
- **Gestionar con tiempo cambios en la conectividad** que pueden alterar el patrón de llegadas
- **Identificar oportunidades** (brechas demanda - conectividad): Demanda latente sin conectividad, necesidad de aumentar la conectividad, necesidad de estimular la demanda
- **Priorizar mercados** de origen donde el destino es más competitivo



### Comportamiento en redes sociales

#### Indicadores clave:

- Interés (número de menciones)
- Satisfacción (sentimiento)
- Percepción (seguridad y clima)

#### Utilidad:

- **Diseñar la marca y la comunicación:** Aporta conocimiento acerca de intereses y satisfacción, así como presencia de mercados en destino
- **Adaptar la comunicación:** Identifica diferencias en los intereses entre mercados
- **Identificar productos - oportunidad**
- Establecer directrices de mejora de la **competitividad de la experiencia en destino**
- **Gestionar a tiempo el impacto negativo en la percepción & experiencia** del visitante a causa de fenómenos / sucesos

# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## La plataforma PIAT (DEMANDA INSPIRACIONAL)

Fecha de viaje **Fecha de búsqueda**

**Fechas periodo**

Personalizado

1 May 2021 - 30 Sep 2021

**Comparar con**

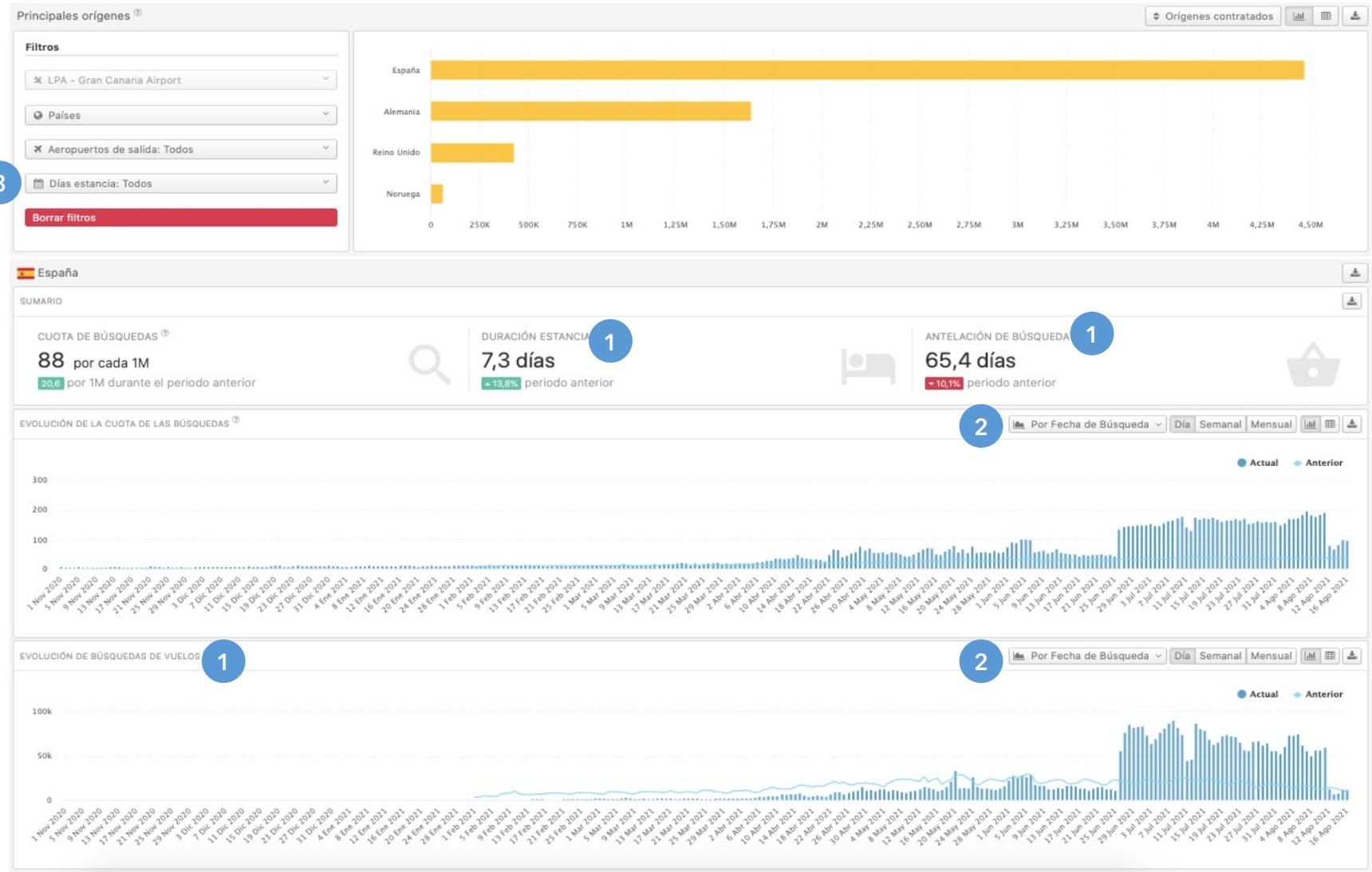
Dos años atrás

1 May 2019 - 30 Sep 2019

Cancelar **Aplicar**

3

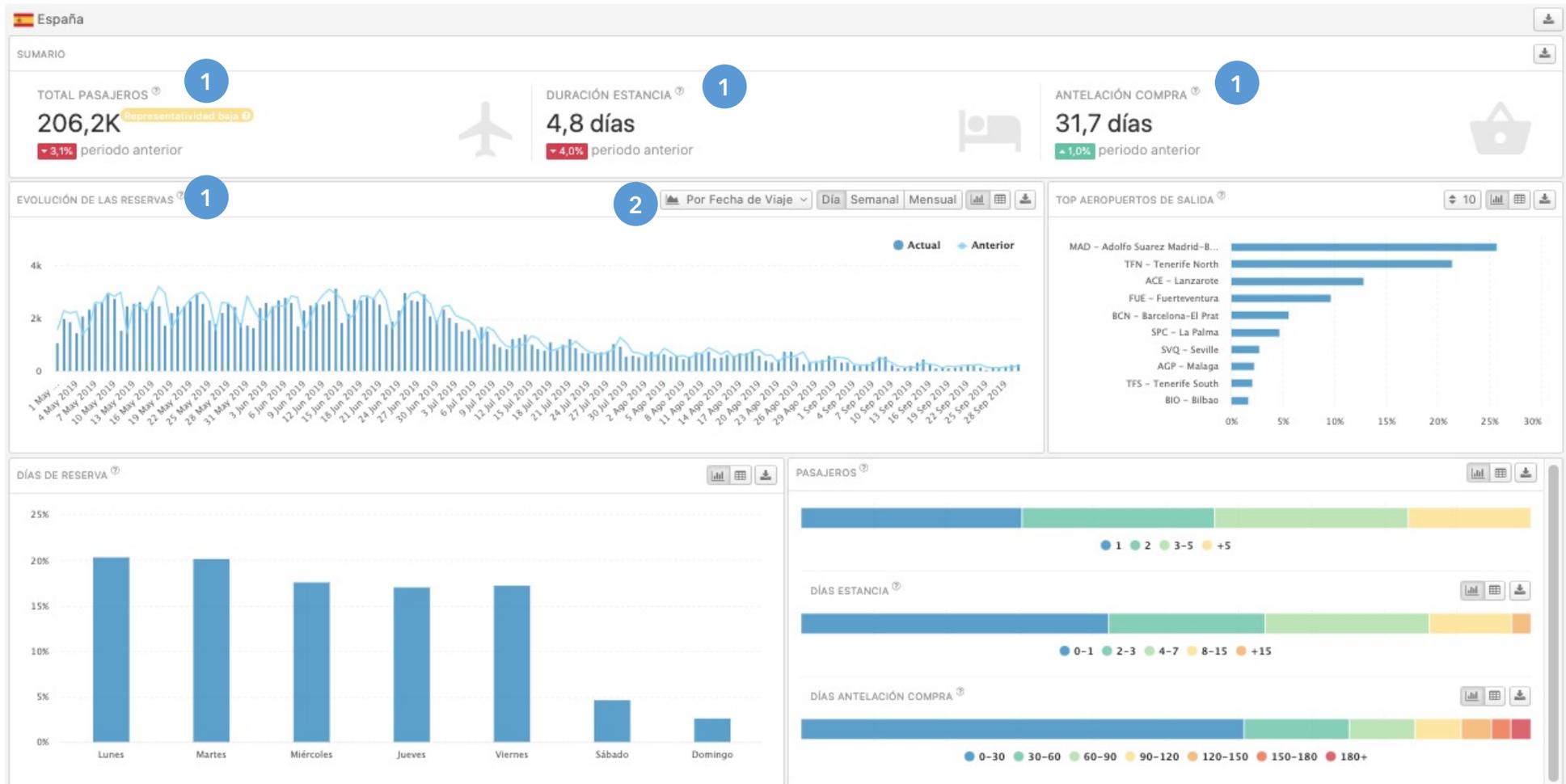
- 1 Se puede ver para un origen en particular o a nivel agregado.
  - 2 Información disponible por fecha de búsqueda y por fecha de viaje.
  - 3
- Selecciona: Todos / Ninguno / Invertir
- Limpiar
- 0-1
  - 2-3
  - 4-7
  - 8-15
  - +15
- Aplicar**



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## La plataforma PIAT (DEMANDA CONFIRMADA)

- 1 Disponible a nivel origen y a nivel agregado.
- 2 Información disponible por fecha de reserva y por fecha de viaje.



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## La plataforma PIAT (CONECTIVIDAD)

- DESTINO
  - 🌐 Gran Canaria
  - 🔄 Overview
- MÓDULOS
  - ✈️ Conectividad Aérea
    - ▼ Capacidad aérea
      - Evolución interanual
      - Comparativa de programaciones
    - Precios de vuelos
    - Búsquedas de vuelos
    - Reservas de vuelos
    - Tráfico aéreo
  - 👤 Comportamiento >
  - ★ Alojamiento >
  - 📞 Telco
  - 💰 Gasto >
- MÁS
  - 🔄 Competidores >
  - 📊 Informes
  - 🗓️ Encuestas >

Fecha de viaje

**Fechas periodo**

Personalizado

1 Jun 2021 - 30 Sep 2021

Año

- Año anterior
- Dos años atrás
- Tres años atrás

1 Jun 2019 - 30 Sep 2019

Cancelar Aplicar

CAPACIDAD TOTAL <sup>®</sup>

**1,81M**

▼ 20,3% periodo anterior

CAPACIDAD LEGACY <sup>®</sup>

**293,5K**

▼ 38,1% periodo anterior

CAPACIDAD LOW-COST <sup>®</sup>

**1,51M**

▼ 15,8% periodo anterior

Evolución de la capacidad total <sup>®</sup>

Día Semanal Mensual 📊 📅 📄

Descarga los gráficos

- 📄 Descargar imagen PNG
- 📄 Descargar archivo Excel
- 📄 Descargar archivo CSV

Principales orígenes <sup>®</sup> ↕ Orígenes contratados 📄

**Filtros**

✖ LPA - Gran Canaria Airport

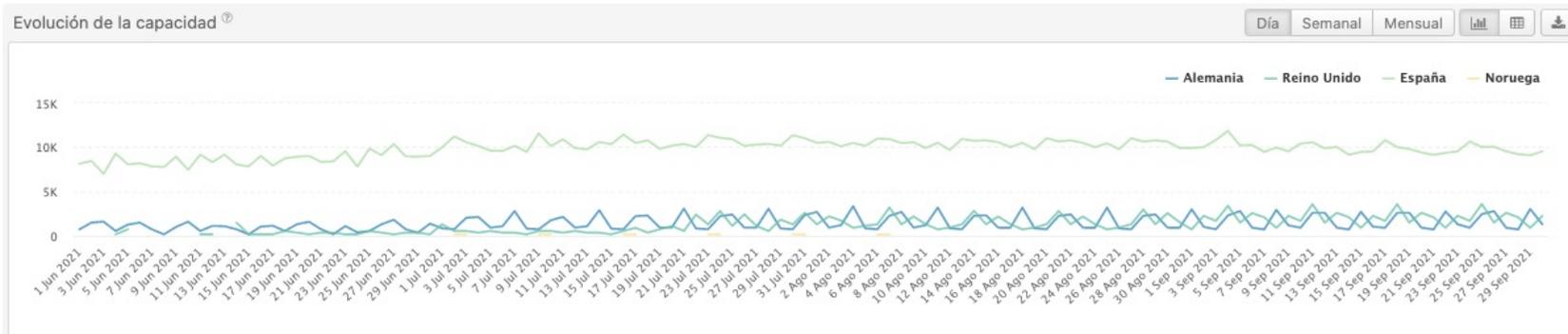
🌐 Países de salida

✈️ Aeropuertos de salida: Todos

✈️ Aerolíneas: Todos

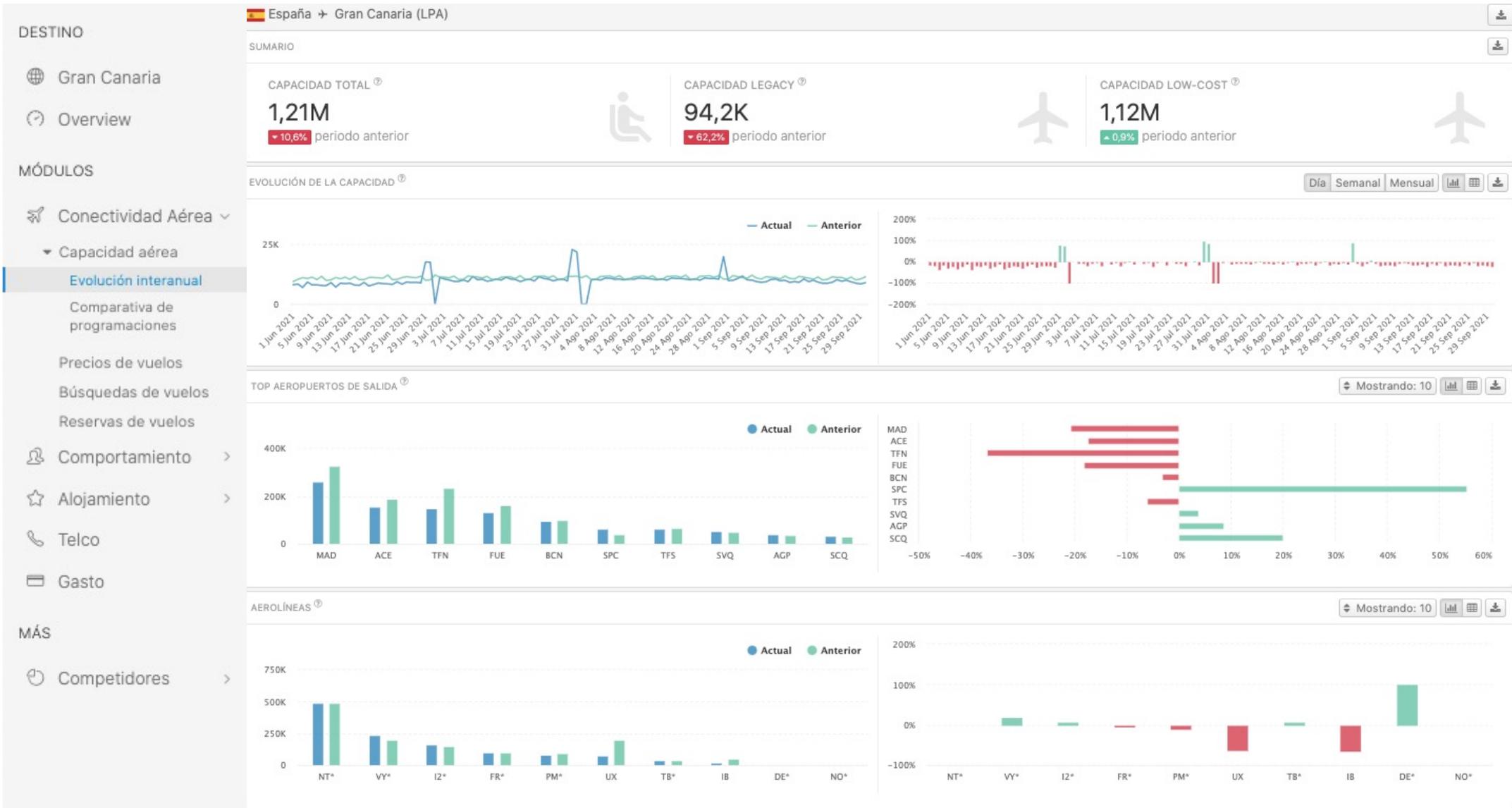
Borrar filtros

	Total	%Total	%YOY
<span>🇪🇸</span> España	1,20M	66,5%	-11,4 % ▼
<span>🇩🇪</span> Alemania	179,1K	9,9%	-16,7 % ▼
<span>🇬🇧</span> Reino Unido	149,3K	8,3%	-51,2 % ▼
<span>🇳🇴</span> Noruega	8,6K	0,5%	-76,3 % ▼
Otros	269,4K	14,9%	-23,9 % ▼



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## La plataforma PIAT (CONECTIVIDAD)



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## DESTINO

Gran Canaria

Overview

## MÓDULOS

Conectividad Aérea >

Comportamiento >

### Orígenes

Por país

Por región

### Productos

Atractivos

Geolocalización

Parques Nacionales

Alojamiento >

Telco

Gasto >

## MÁS

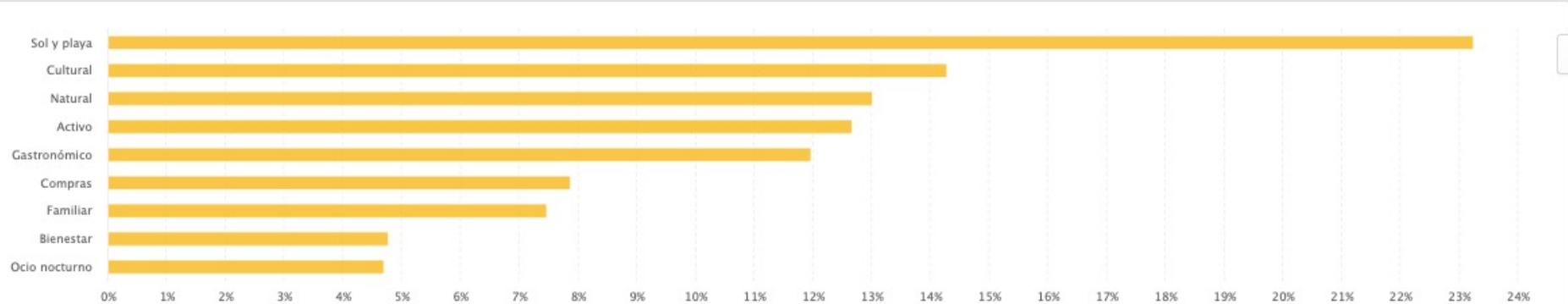
Competidores >

Informes

Encuestas >

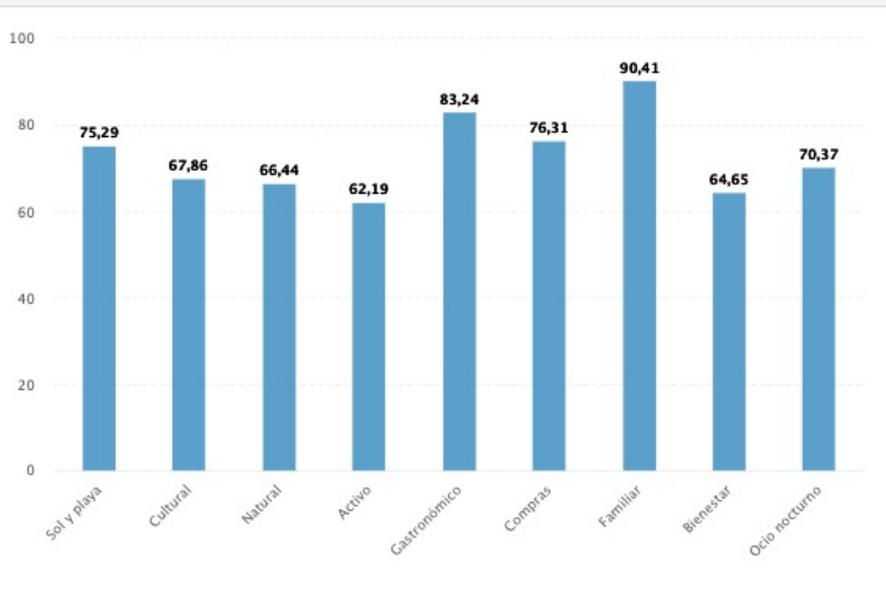
## Interés en los productos turísticos <sup>?</sup>

Selecciona productos



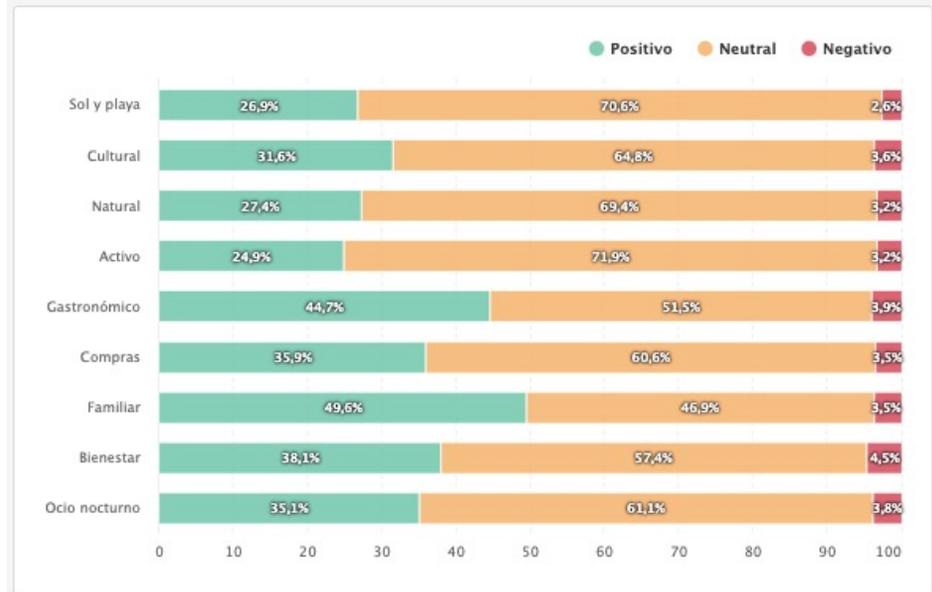
## Índice de satisfacción con el producto turístico <sup>?</sup>

Visualización de datos



## Distribución del sentimiento <sup>?</sup>

Visualización de datos



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

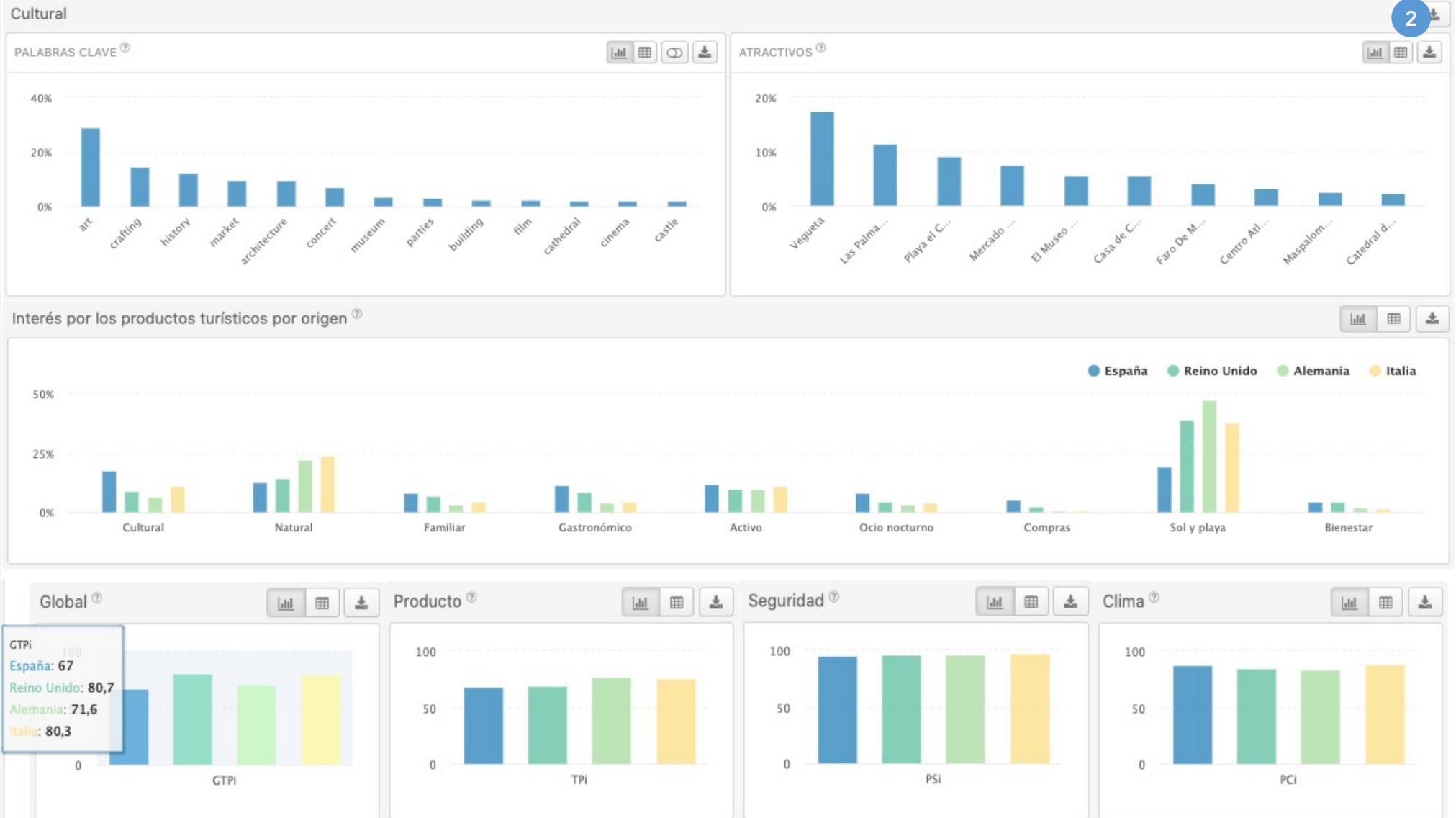
## La plataforma PIAT (COMPORTAMIENTO)

1

Se puede ordenar por interés o por satisfacción

2

Se puede ver o en formato tabla o en formato gráfico



# Utilidad de los datos para la planificación del servicio / actividad del negocio

## Otros potenciales indicadores de fuentes externas (no exhaustivo)



Turistas nacionales e internacionales entrados por islas según meses por años (Datos Frontur)

- Según lugares de residencia
- Por número de pernoctaciones
- Por tipos de alojamiento
- Por motivos de estancia
- Por contratación de paquete turístico

Predicción de turistas según meses por años y por islas (no tienen en cuenta COVID)

Etc.



- Entrada de pasajeros (actualización mensual y anual)
- Datos y previsiones: Plazas aéreas, precios y grado de ocupación del alojamiento turístico, búsquedas de vuelos, percepción turística, reviews hoteleras e interés en los productos turísticos
- Datos Frontur (mismo ISTAC)
- Informes de coyuntura (Encuesta de gasto ISTAC / Frontur) Estacionalidad, estancia media, estancia en hotel, etc
- Perfil del turista (ISTAC)
- Reservas de viajes a GC (ISTAC)
- Informe anual de las transacciones realizadas con tarjetas extranjeras en España (Turespaña)
- Informes por mercado
- Estadísticas turísticas por zonas
- Etc.,



- Estadísticas de pasajeros por aeropuerto
- Evolución del tráfico
- Estadísticas principales destinos
- Información por compañía aérea
- Información por aeropuerto y destino
- Etc.,

Estas y otras fuentes se deben complementar con datos internos (reservas, huéspedes, ratios de personal, etc.)



**Conozco  
estas fuentes?  
Las aprovecho?**



**PATRON DE ESTACIONALIDAD**

**INTERÉS DE LA DEMANDA EN VIAJAR AL DESTINO**

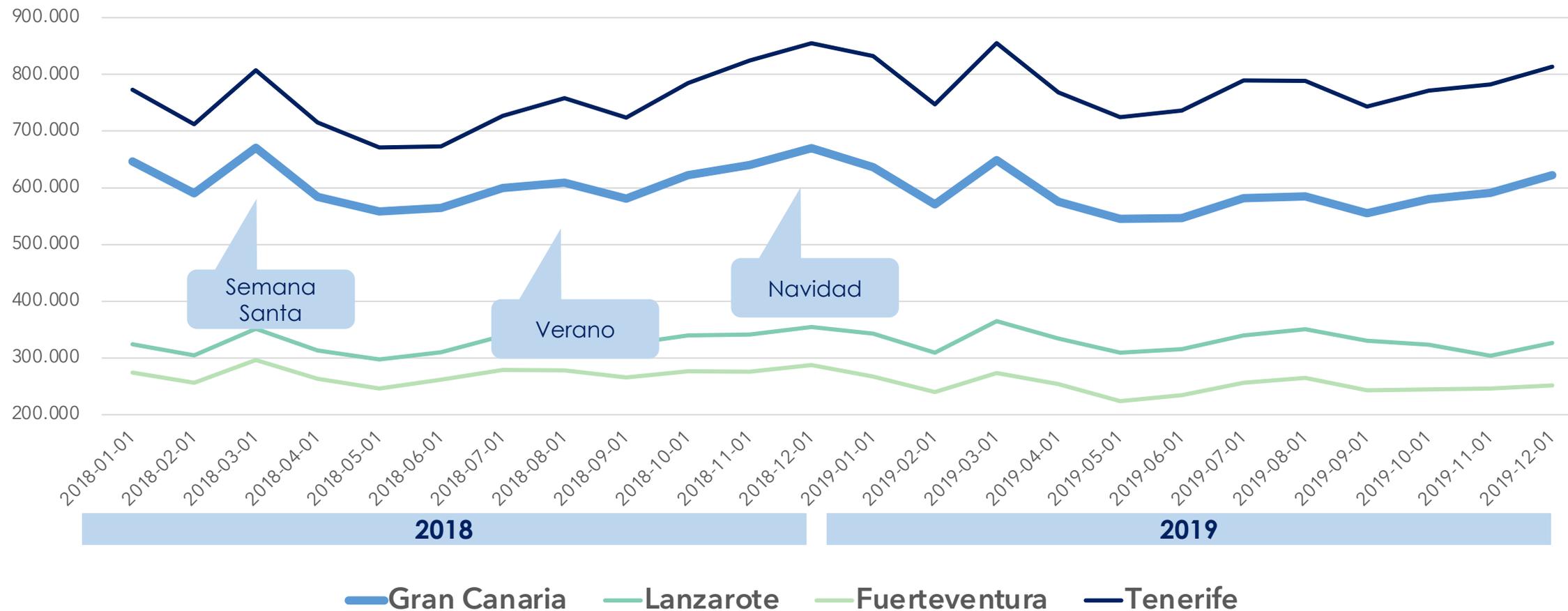
**FORTALEZA PREVISTA DE LA DEMANDA Y LA CONECTIVIDAD**



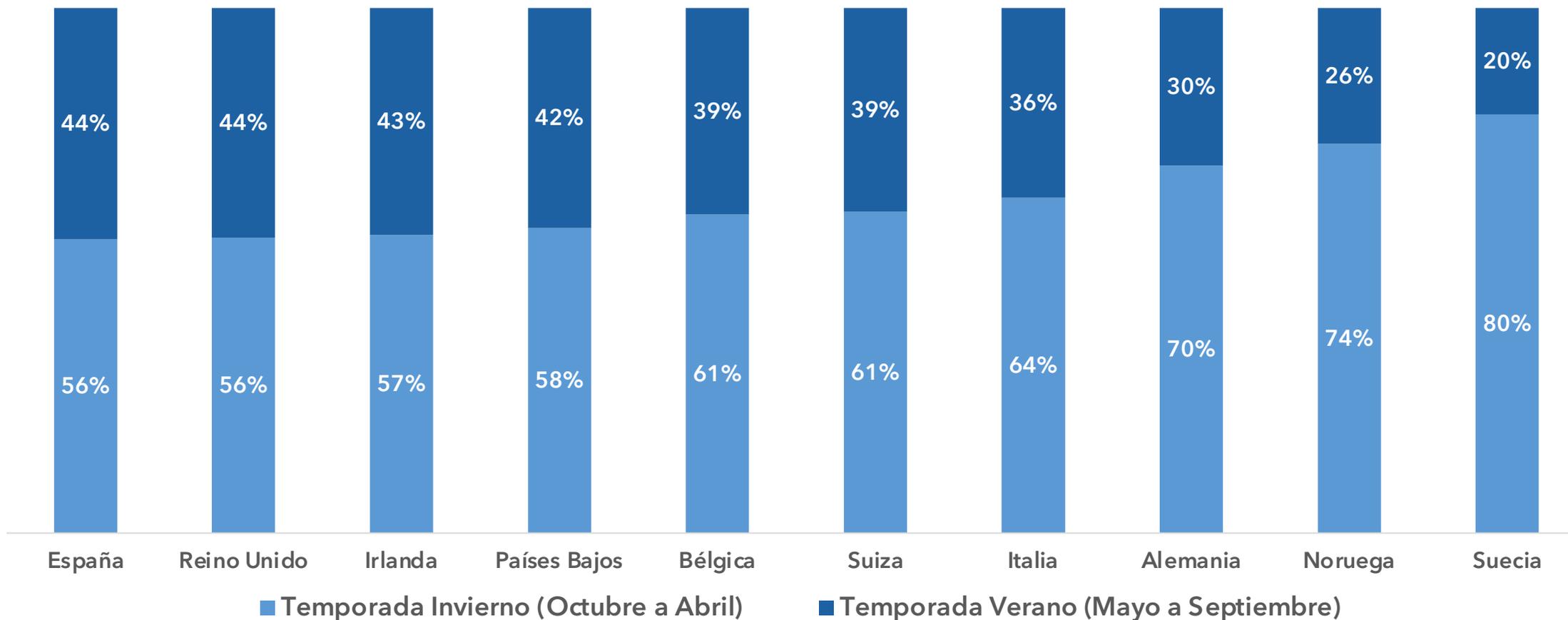
## PATRON DE ESTACIONALIDAD

# ESTACIONALIDAD Gran Canaria vs. islas del archipiélago Canario

## Capacidad mensual programada (asientos) 2018 y 2019

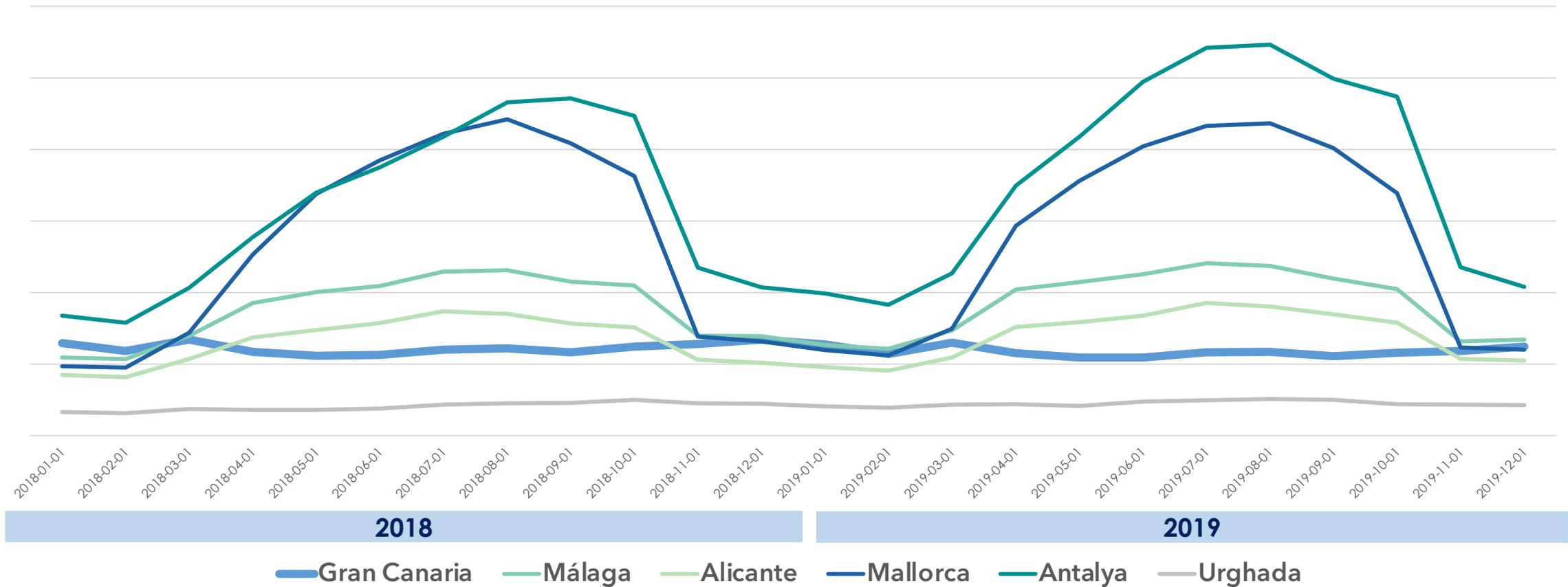


## Capacidad programada (asientos) por temporadas. Año 2019



# ESTACIONALIDAD Gran Canaria vs. otros competidores

## Capacidad mensual programada (asientos) 2018 y 2019



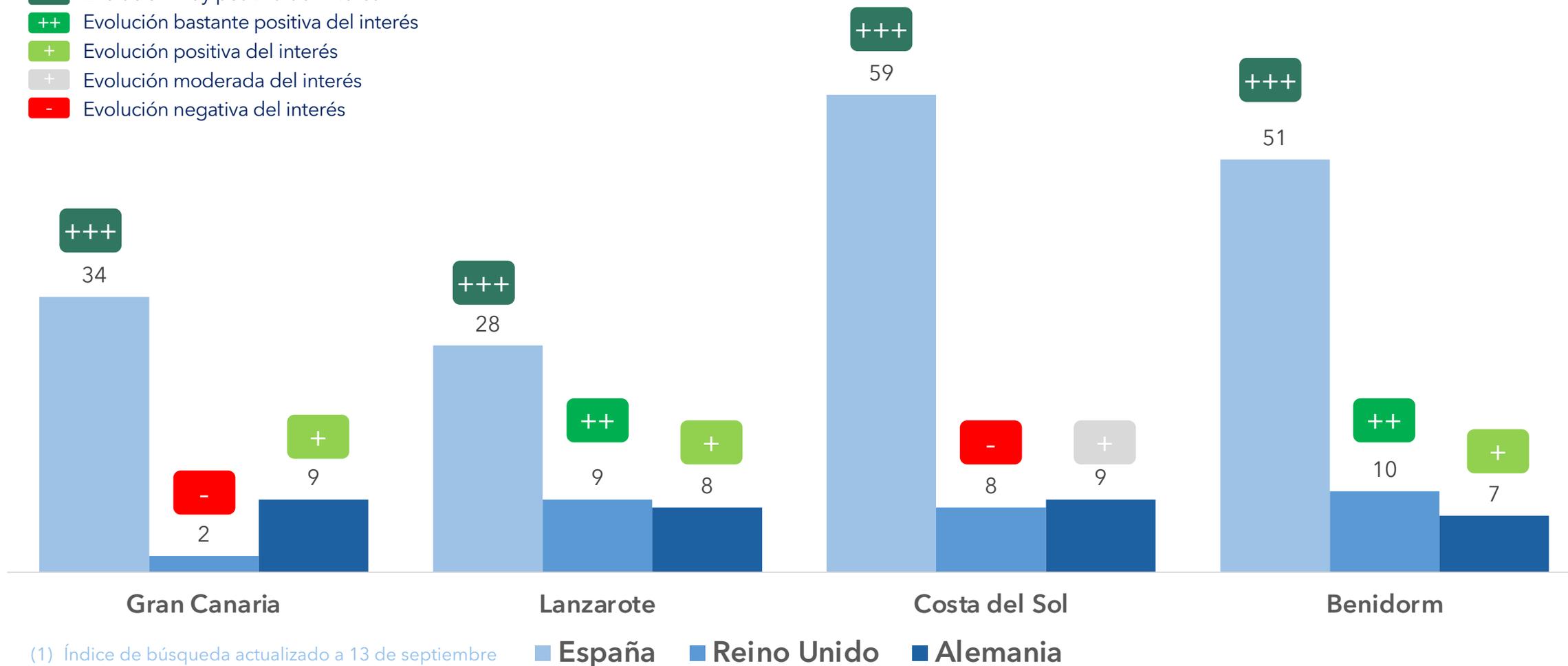


## INTERÉS DE LA DEMANDA EN VIAJAR AL DESTINO

# INTERÉS PREVISTO DE LA DEMANDA EN VIAJAR a Gran Canaria vs. competidores (sept. a dic. 2021)

Índice de búsqueda <sup>(1)</sup> desde 3 mercados emisores: España, Reino Unido y Alemania  
Septiembre a diciembre 2021 y evolución vs. 2019

- +++ Evolución muy positiva del interés
- ++ Evolución bastante positiva del interés
- + Evolución positiva del interés
- + Evolución moderada del interés
- Evolución negativa del interés



(1) Índice de búsqueda actualizado a 13 de septiembre

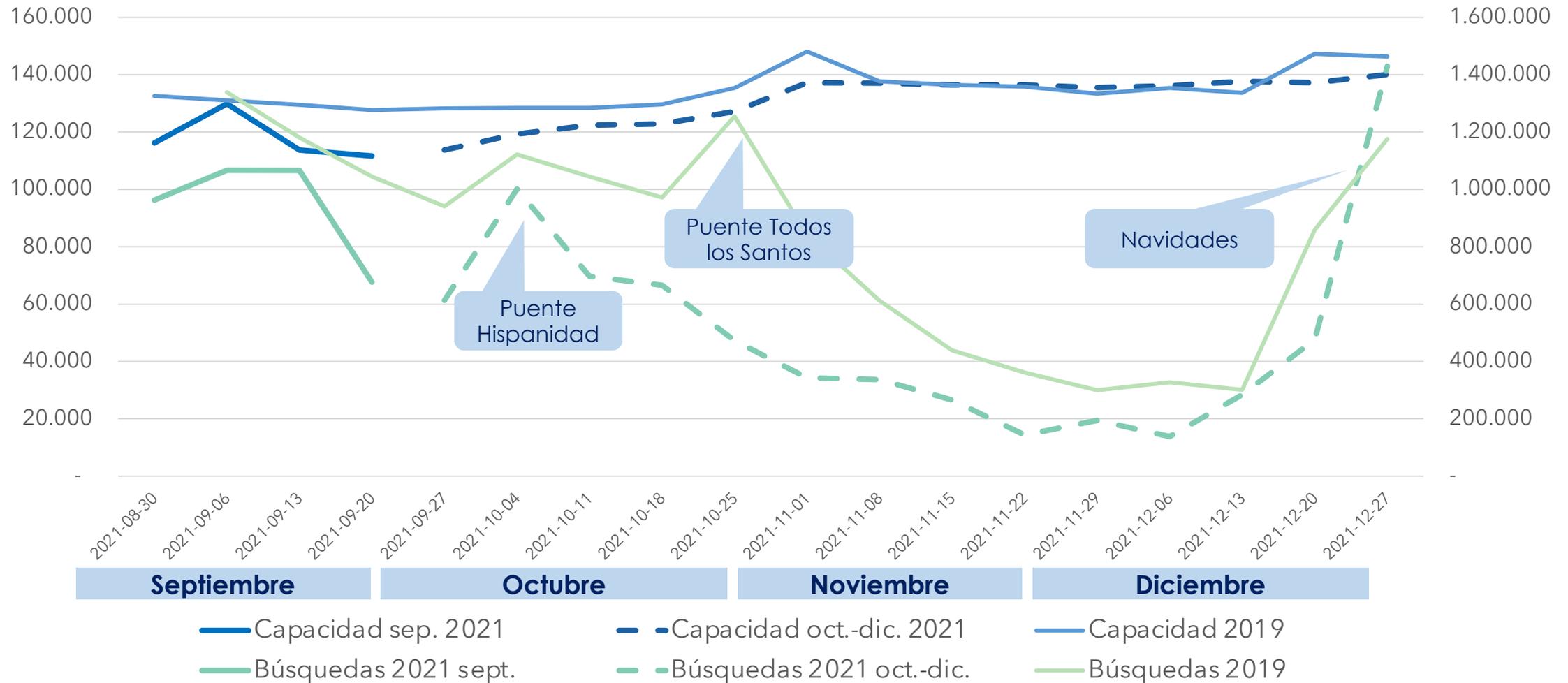
■ España ■ Reino Unido ■ Alemania



## FORTALEZA PREVISTA DE LA DEMANDA Y LA CONECTIVIDAD

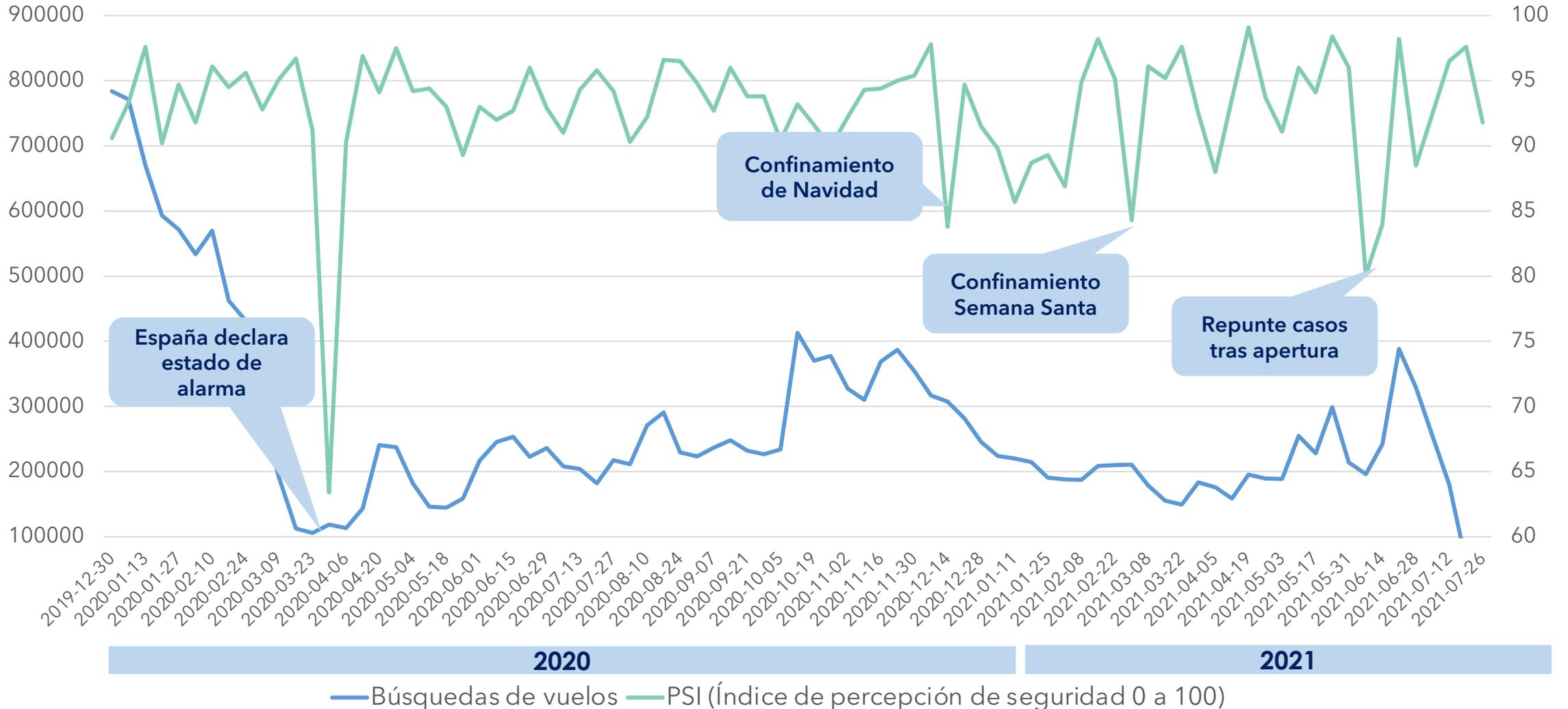
# FORTALEZA DE LA DEMANDA y la CAPACIDAD PREVISTA a Gran Canaria

Búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos y capacidad <sup>(2)</sup> semanal programada para viajar de Septiembre a Diciembre 2021



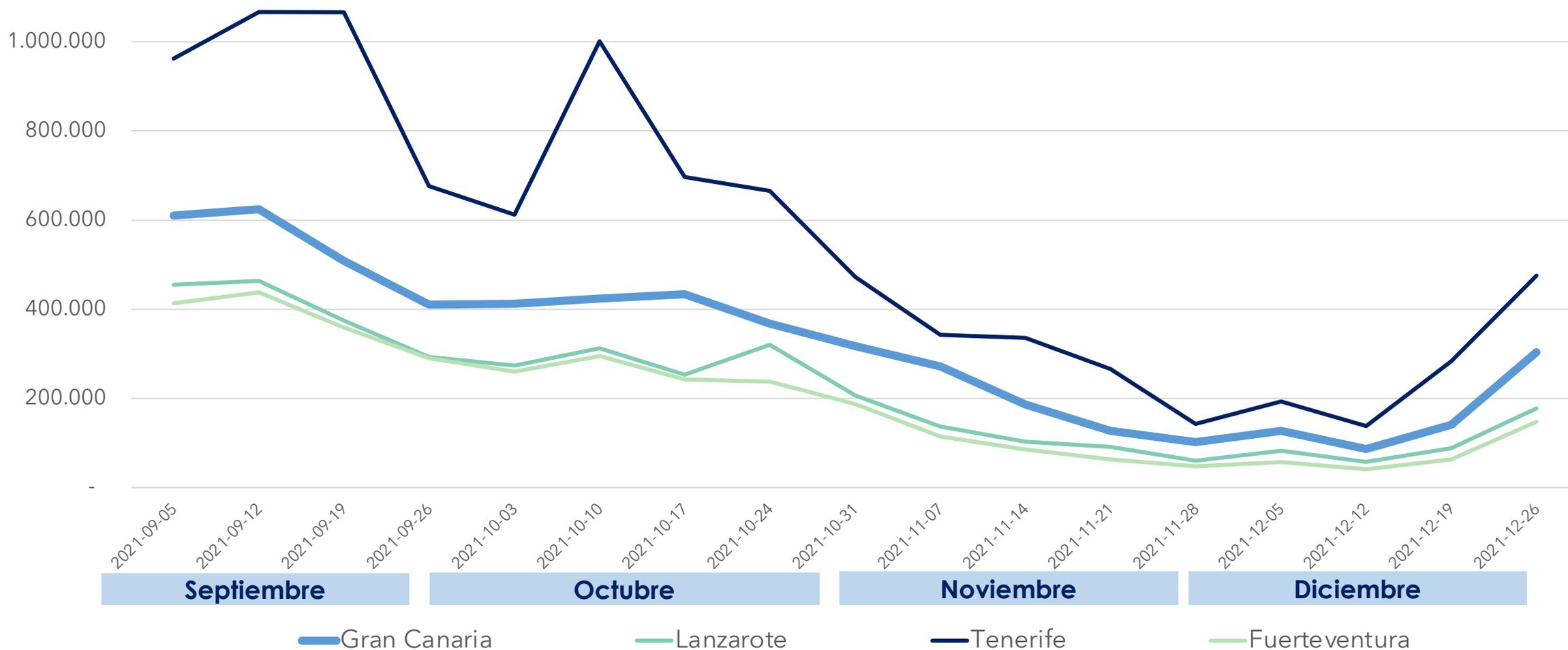
(1) Las búsquedas (actualizadas a 7 de septiembre) incluyen los siguientes mercados: España, Alemania, UK, Países Bajos, Suecia, Francia, Italia, Suiza, Noruega y Dinamarca  
 (2) Capacidad actualizada a 13 de septiembre incluye todos los mercados

## Búsquedas de vuelos semanales y Percepción de Seguridad en Gran Canaria Enero 2020 - Julio 2021



# Fortaleza de la demanda prevista a Gran Canaria vs. otras islas del archipiélago

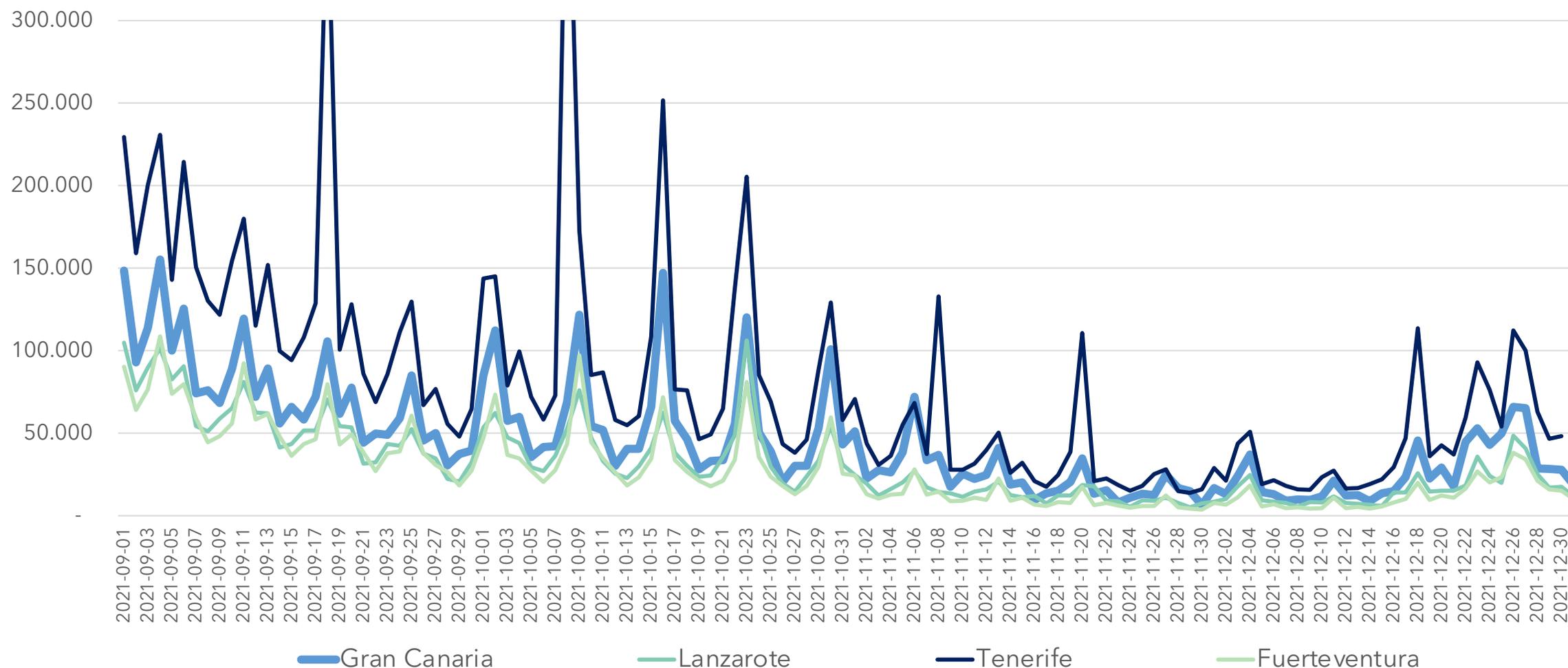
## Búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos semanales para viajar de septiembre a diciembre 2021



(1) Las búsquedas (actualizadas a 7 de septiembre) incluyen los siguientes mercados: España, Alemania, UK, Países Bajos, Suecia, Francia, Italia, Suiza, Noruega y Dinamarca

# Fortaleza de la demanda prevista a Gran Canaria vs. otras islas del archipiélago

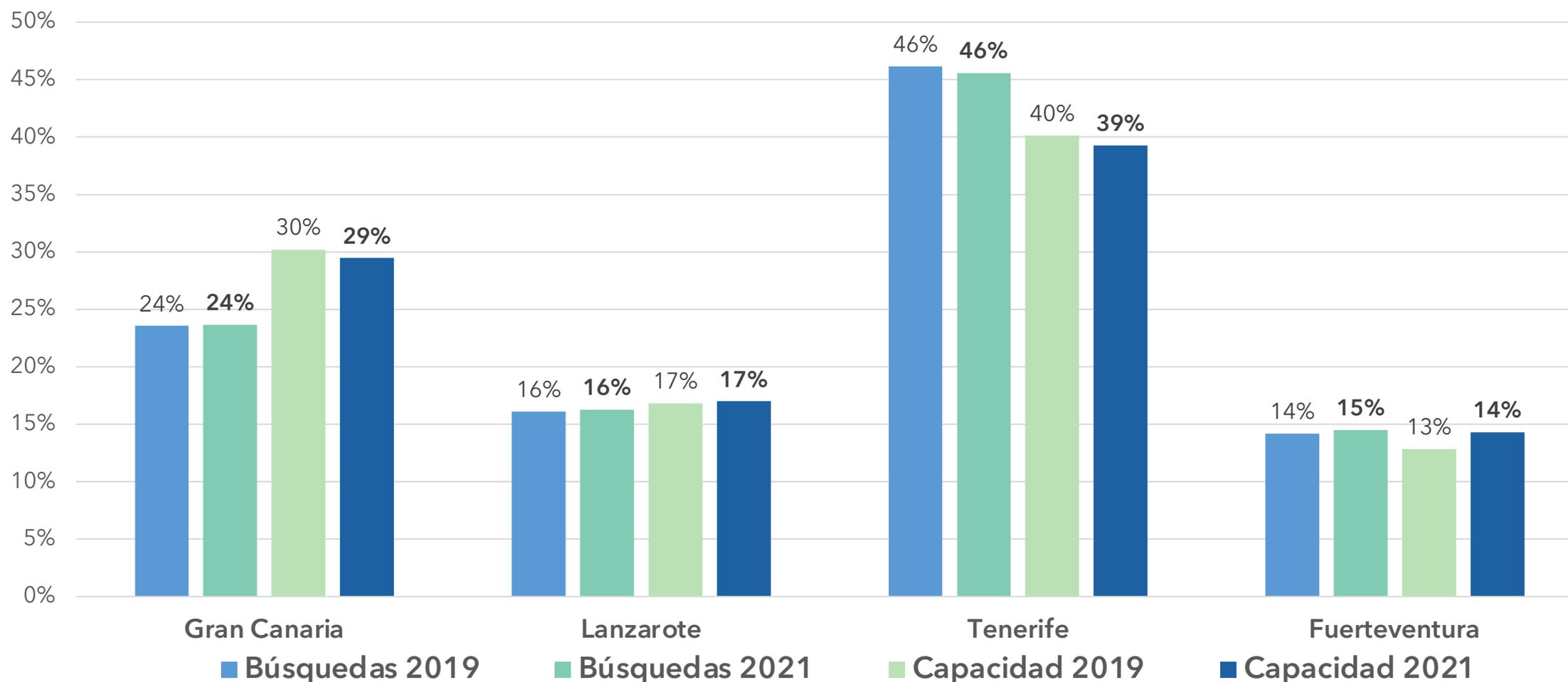
## Búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos diarios para viajar de septiembre a diciembre 2021



(1) Las búsquedas (actualizadas a 7 de septiembre) incluyen los siguientes mercados: España, Alemania, UK, Países Bajos, Suecia, Francia, Italia, Suiza, Noruega y Dinamarca

# Fortaleza de la demanda y la capacidad prevista de Gran Canaria vs. islas del archipiélago Canario

Cuota (%) de búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos y capacidad <sup>(2)</sup> programada para viajar de septiembre a diciembre 2019 y 2021



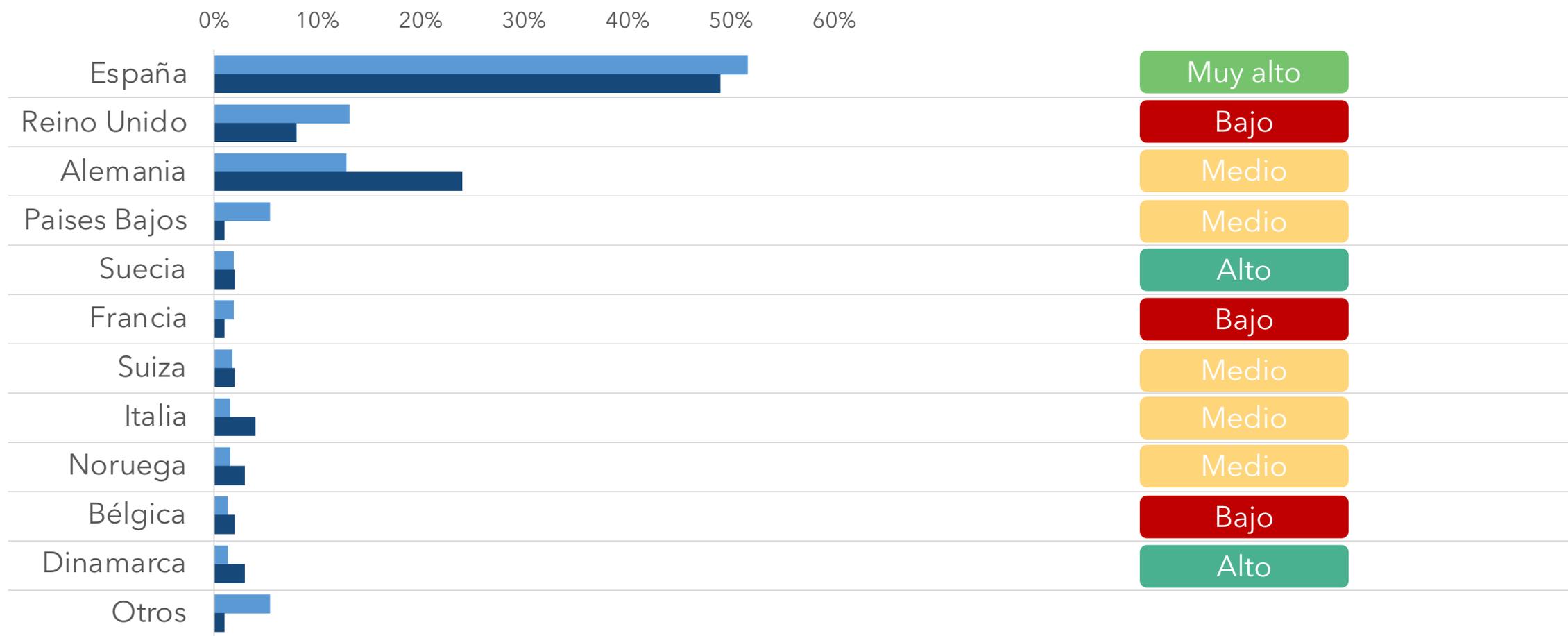
(1) Las búsquedas (actualizadas a 7 de septiembre) incluyen los siguientes mercados: España, Alemania, UK, Países Bajos, Suecia, Francia, Italia, Suiza, Noruega y Dinamarca

(2) Capacidad actualizada a 13 de septiembre incluye todos los mercados

# Previsión peso de los mercados para Gran Canaria en viajes de septiembre a diciembre 2021

## Peso en la capacidad y la demanda por mercado

## Evolución del interés en viajar a Gran Canaria <sup>(1)</sup>

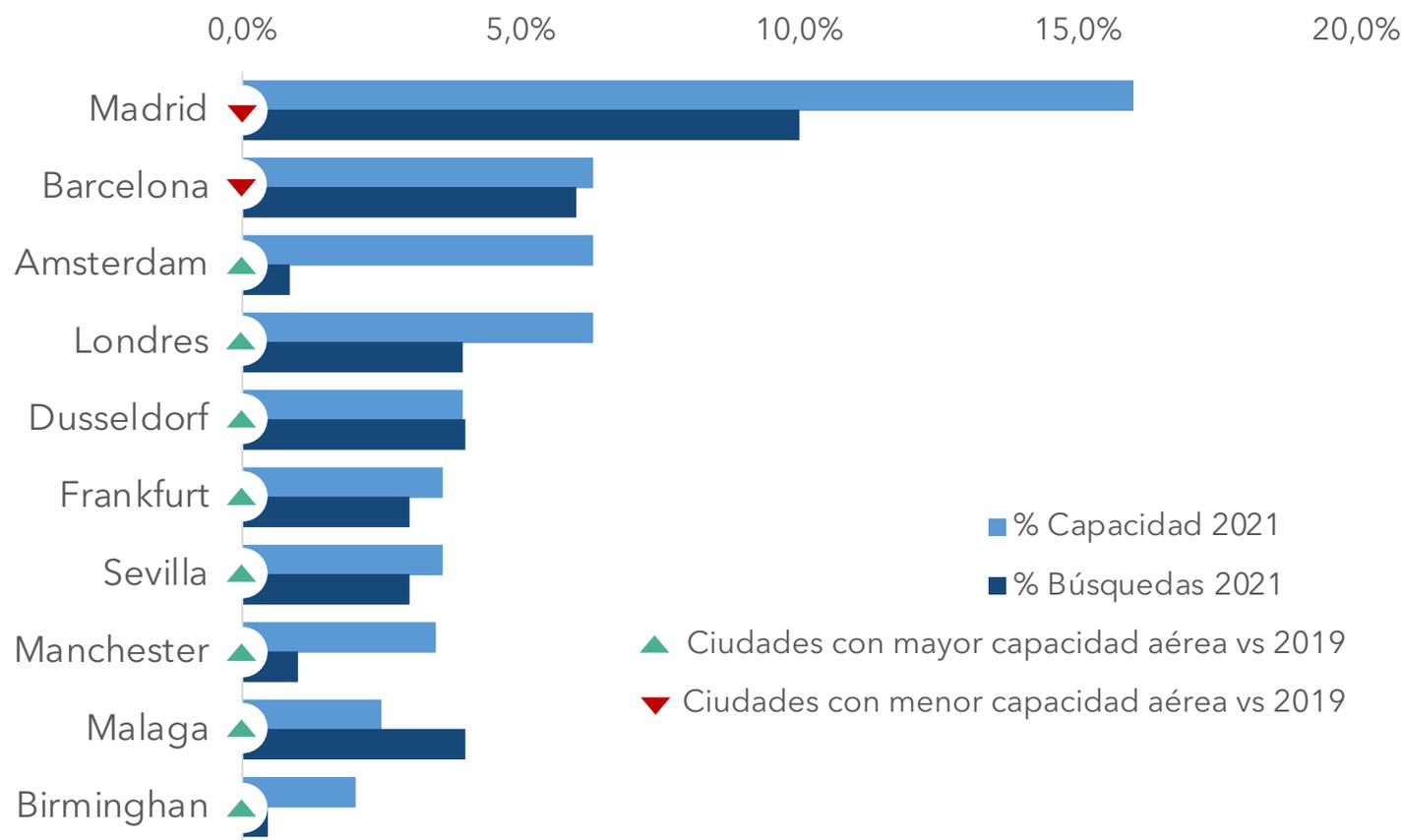


■ % Capacidad 2021 ■ % Búsquedas 2021

(1) Índice de búsquedas

(1) Búsquedas y capacidad actualizadas a 13 de septiembre

## Peso en la capacidad y la demanda por ciudad de origen <sup>(1)</sup>



## Ciudades que figuran en el top 10 de búsquedas pero no en capacidad

- Stuttgart
- Cologne
- Munich
- Bilbao

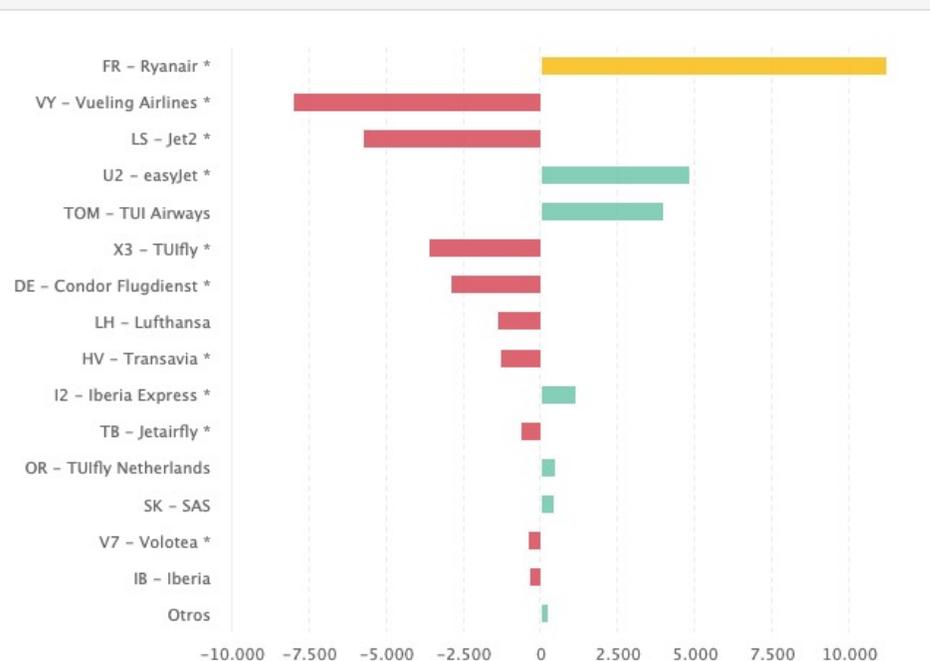
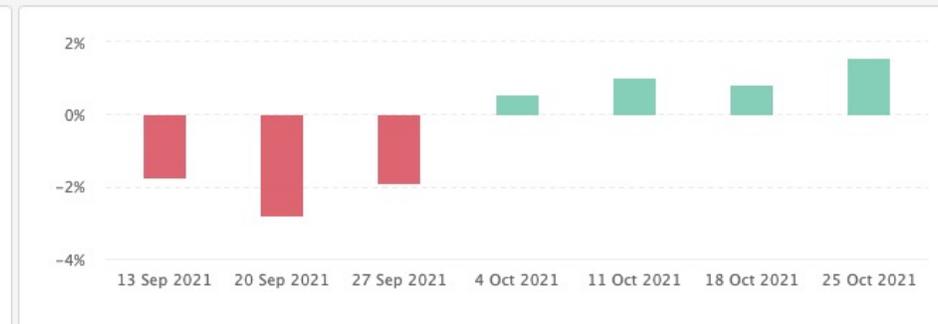
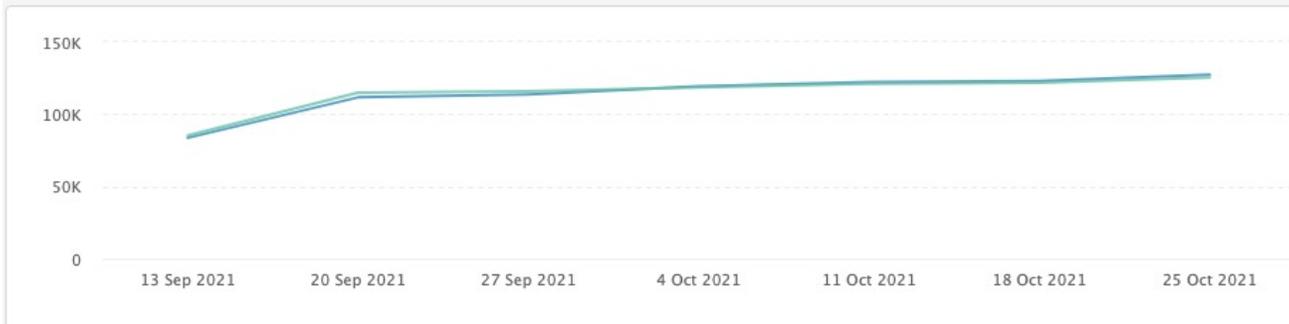
(1) Ciudades de origen de las Islas Canarias excluidas

(2) Búsquedas y capacidad actualizadas a 13 de septiembre

# Fortaleza de la capacidad. Revisión de las programaciones de las aerolíneas para viajar de 15 sept. a 31 oct. (fecha de programación 7 sept. vs. 3 ago.)

Comparación de la evolución de la capacidad total entre programaciones <sup>?</sup>

Día Semanal Mensual



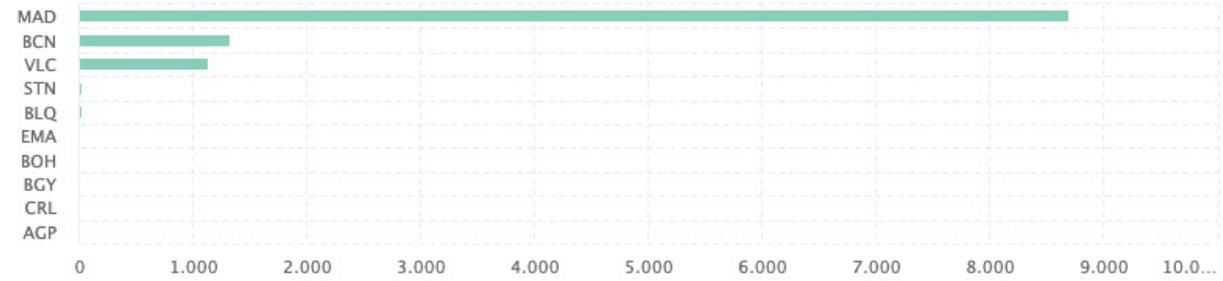
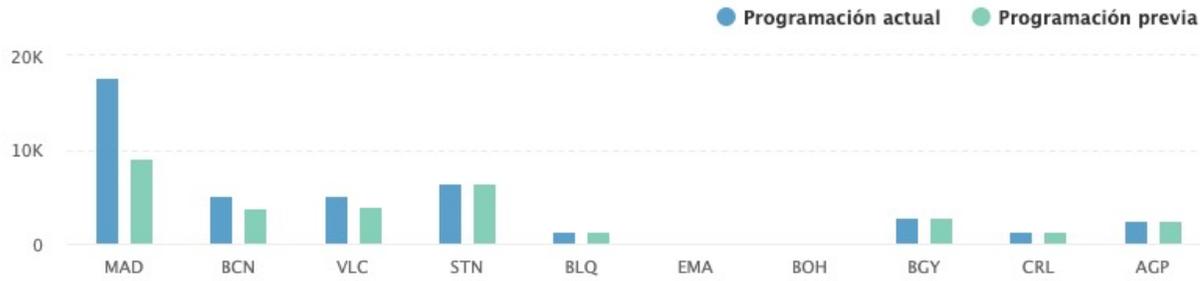
Aerolínea	Variación %
FR - Ryanair *	11,2K +16,2% ▲
VY - Vueling Airlines *	-8K -7,6% ▼
LS - Jet2 *	-5,8K -13,2% ▼
U2 - easyJet *	4,8K +26,0% ▲
TOM - TUI Airways	4K +15,2% ▲
X3 - TUIfly *	-3,6K -11,3% ▼
DE - Condor Flugdienst *	-2,9K -10,5% ▼
LH - Lufthansa	-1,4K -14,6% ▼
HV - Transavia *	-1,3K -8,3% ▼
I2 - Iberia Express *	1,2K +2,3% ▲
TB - Jetairfly *	-638 -3,0% ▼
OR - TUIfly Netherlands	499 +2,2% ▲
SK - SAS	443 +5,7% ▲
V7 - Volotea *	-414 -14,1% ▼
IB - Iberia	-355 -26,6% ▼
Otros	269 +16,0% ▲

# Fortaleza de la capacidad. Revisión de las programaciones de las aerolíneas para viajar de 15 sept. a 31 oct. (fecha de programación 7 sept. vs. 3 ago.)

FR - Ryanair \*

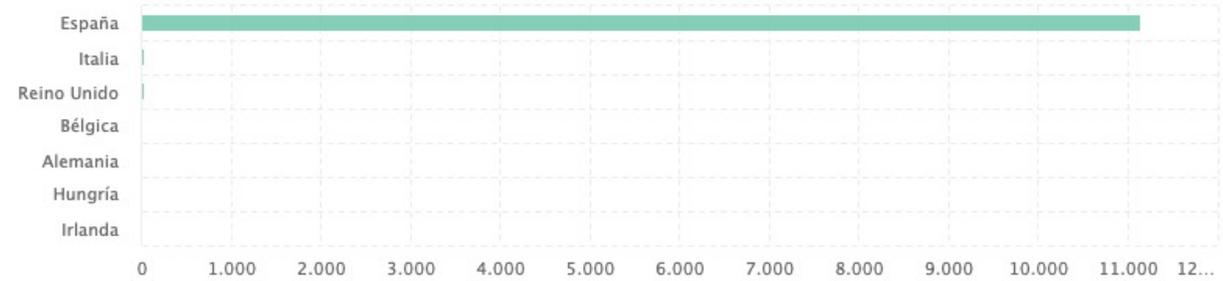
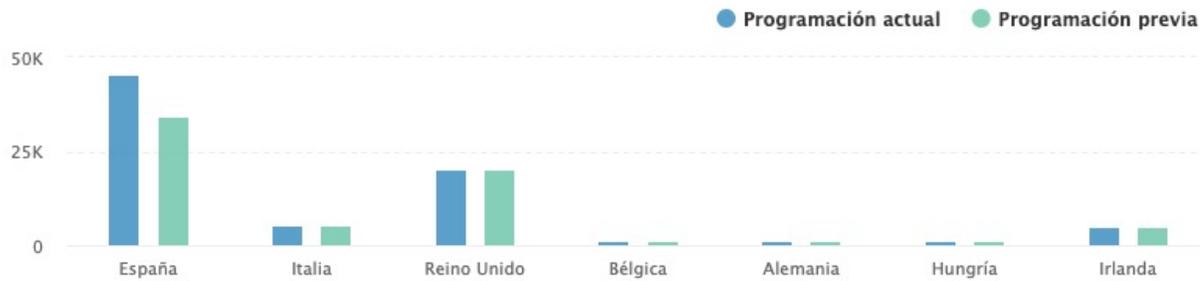
## TOP AEROPUERTOS DE SALIDA

Mostrando: 10



## PRINCIPALES MERCADOS DE ORIGEN

Mostrando: 10



## AGENDA

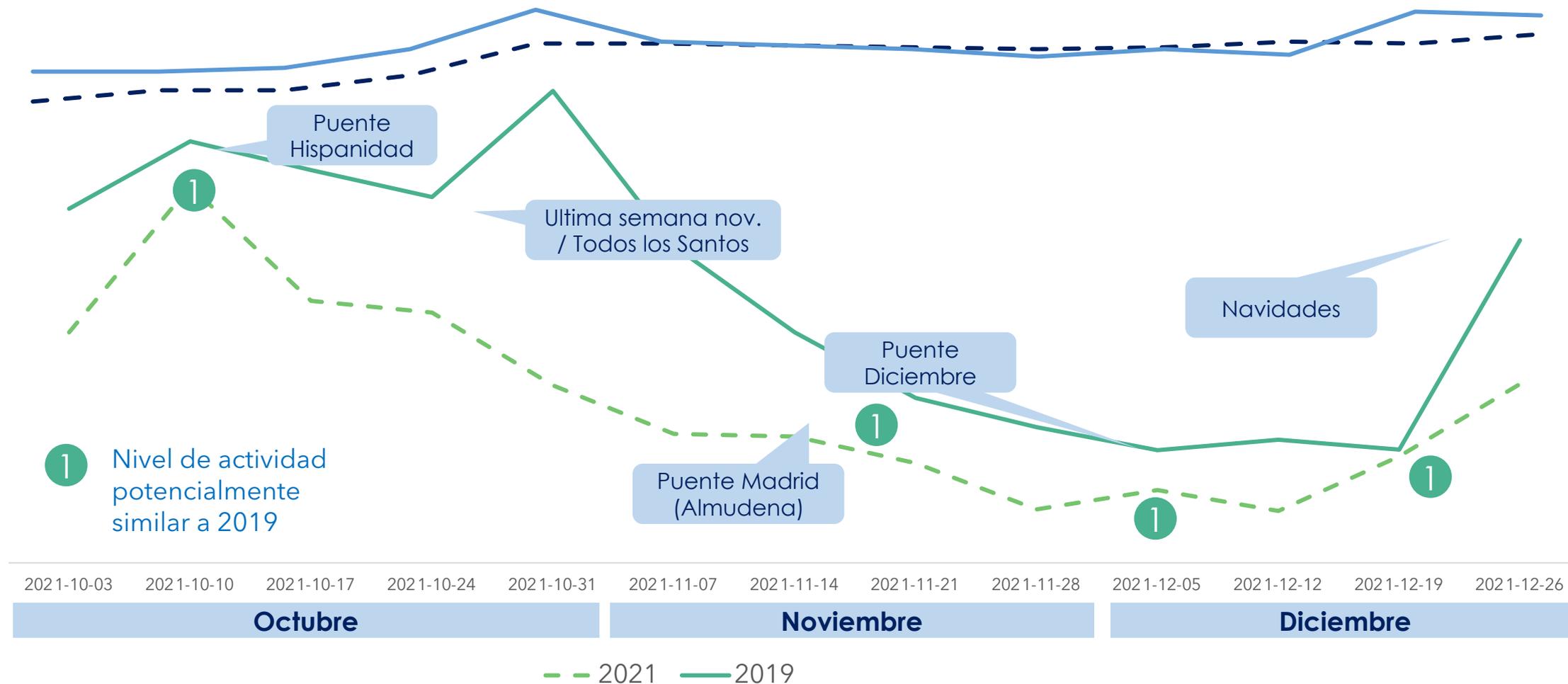
- Introducción
- El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)
- Datos, indicadores y su utilidad
- Preguntas a responder
- Q&A



1. **¿Cuándo debería abrir mi negocio?**
2. **¿Cómo adecuar mi personal al volumen esperado de clientes?**
3. ¿Cuándo debo incorporar personal que hable un determinado idioma?
4. ¿A cuántos idiomas debería traducir mi carta este año?
5. ¿Cuál parece que será el mix de segmentos que debo esperar, de forma que pueda adaptar mi producto a sus necesidades?

# Gran Canaria: Comportamiento previsto de la demanda y la capacidad de Octubre a Diciembre

Búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos semanales de octubre a diciembre 2021 vs. 2019



(1) Las búsquedas (actualizadas a 7 de septiembre) incluyen los siguientes mercados: España, Alemania, UK, Países Bajos, Suecia, Francia, Italia, Suiza, Noruega y Dinamarca



1. ¿Cuándo debería abrir mi negocio?
2. ¿Cómo adecuar mi personal al volumen esperado de clientes?
3. ¿Cuándo debo incorporar personal que hable un determinado idioma?
4. ¿A cuántos idiomas debería traducir mi carta este año?
5. ¿Cuál parece que será el mix de segmentos que debo esperar, de forma que pueda adaptar mi producto a sus necesidades?

### % Incremento semanal en asientos programados Octubre 2021 a Diciembre 2021

— Periodo en el cual la capacidad es más elevada

Asientos programados por mercado	s - 1 Oct	s - 2 Oct	s - 3 Oct	s - 4 Oct	s - 1 Nov	s - 2 Nov	s - 3 Nov	s - 4 Nov	s - 1 Dic	s - 2 Dic	s - 3 Dic	s - 4 Dic
Reino Unido 225.556	7%	4%			6%	-2%	-2%			2%		
Alemania 206.552	11%			13%	37%							2%
Países Bajos 65.303	21%	7%		6%	6%				-5%		3%	10%
Francia 29.504			7%	6%							6%	7%
Italia 24.093				-1%	76%							-22%
Suecia 37.287			172%	71%	40%	12%	-4%				4%	11%
Noruega 29.143		-33%		50%	185%					6%	6%	

(1) Capacidad actualizada a 13 de septiembre

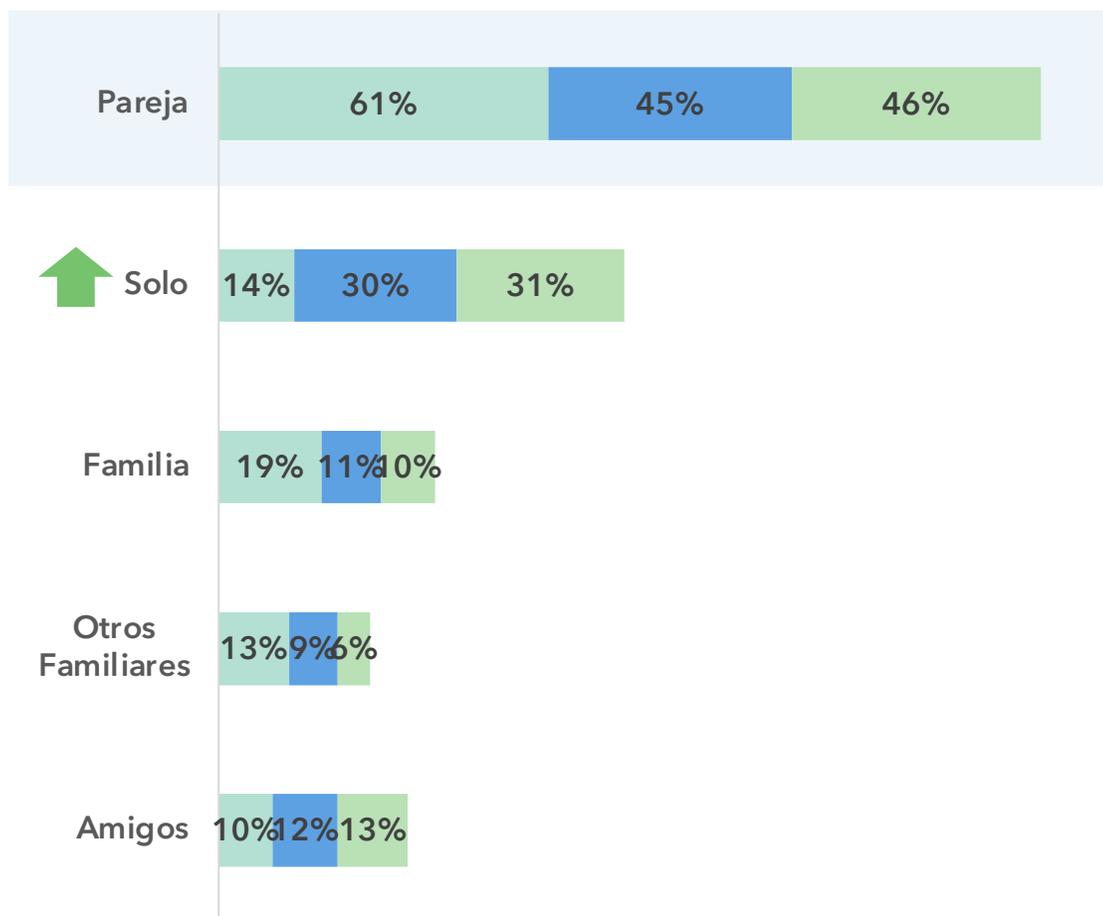


1. ¿Cuándo debería abrir mi negocio?
2. ¿Cómo adecuar mi personal al volumen esperado de clientes?
3. ¿Cuándo debo incorporar personal que hable un determinado idioma?
4. ¿A cuántos idiomas debería traducir mi carta este año?
5. **¿Cuál parece que será el mix de segmentos que debo esperar, de forma que pueda adaptar mi producto a sus necesidades?**

# Gran Canaria: Segmentos por grupo de viaje

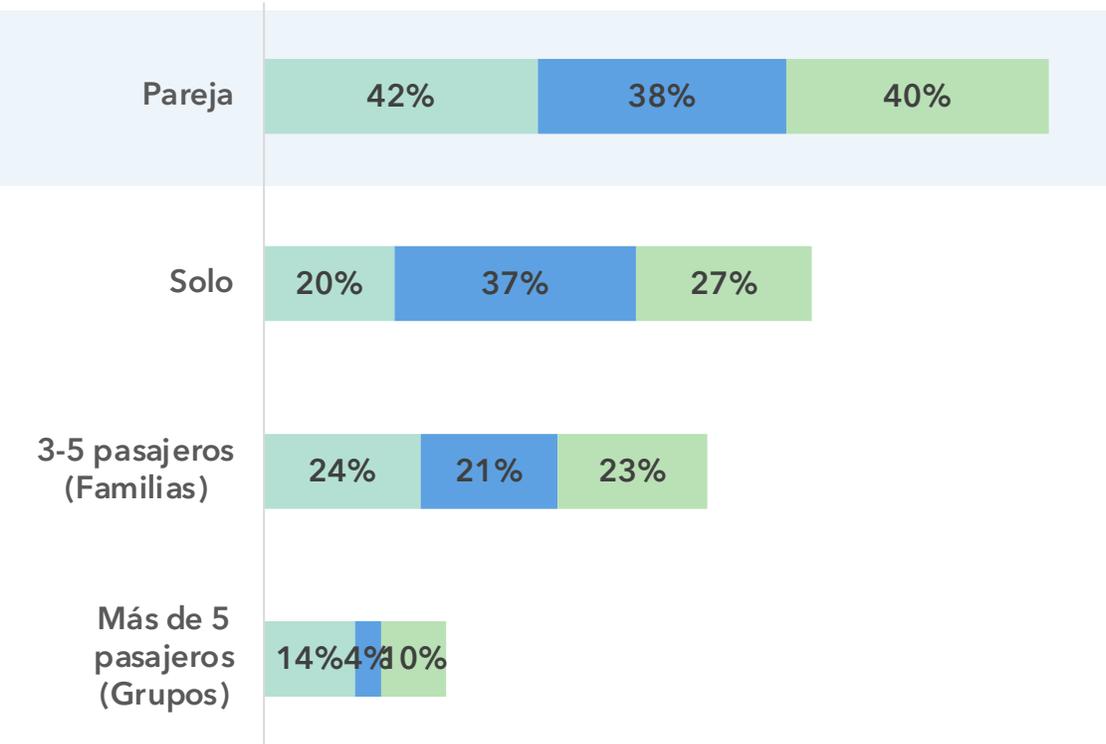
## Turistas en Gran Canaria. Datos ISTAC (Respuesta múltiple)

■ Oct - Dic 2019 ■ Oct - Dic 2020 ■ Enero - Junio 2021



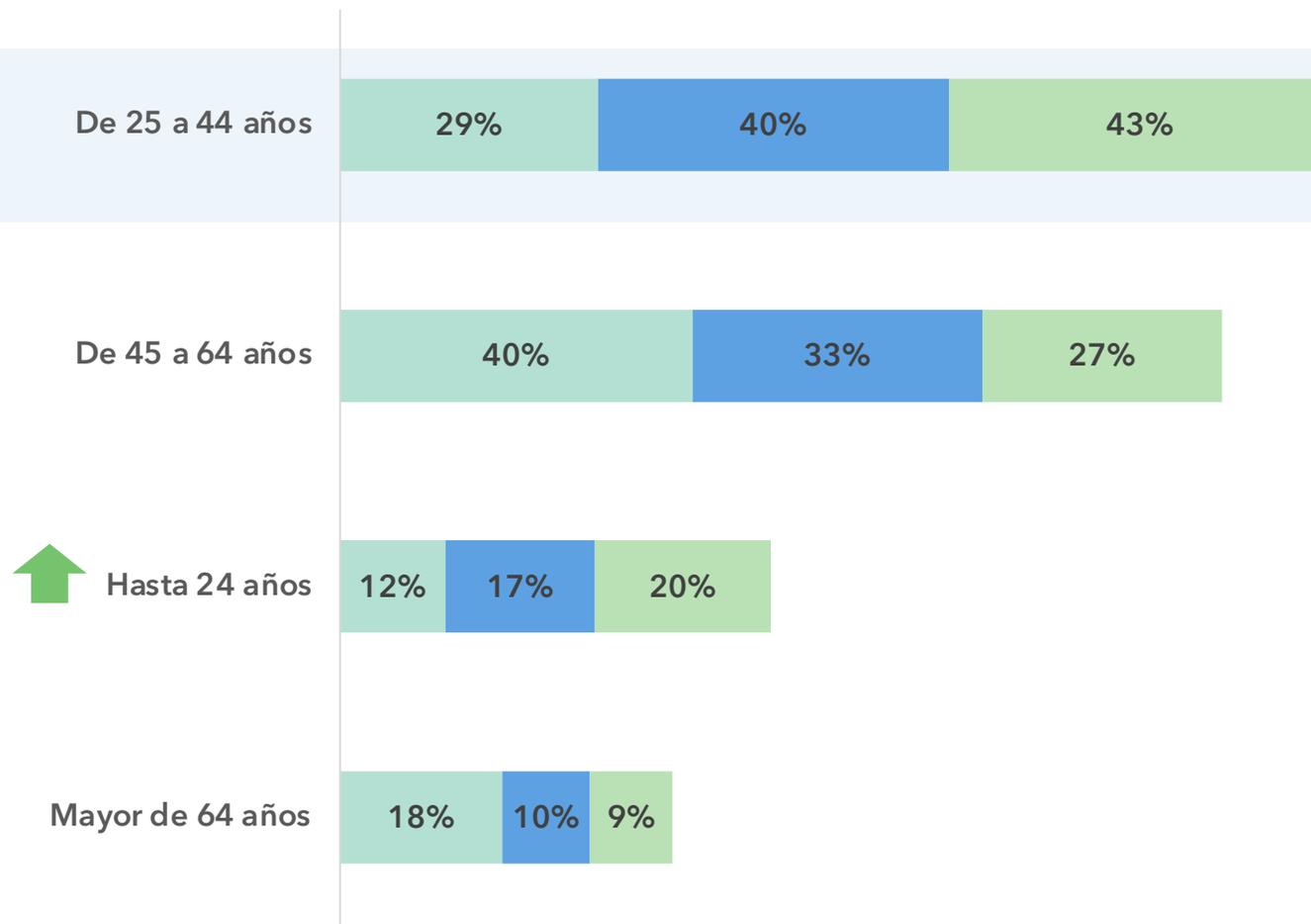
## Reservas de vuelos para Gran Canaria. Datos PIAT (Mabrian)

■ Oct - Dic 2019 ■ Oct - Dic 2020 ■ Enero - Junio 2021



## Turistas en Gran Canaria. Datos ISTAC

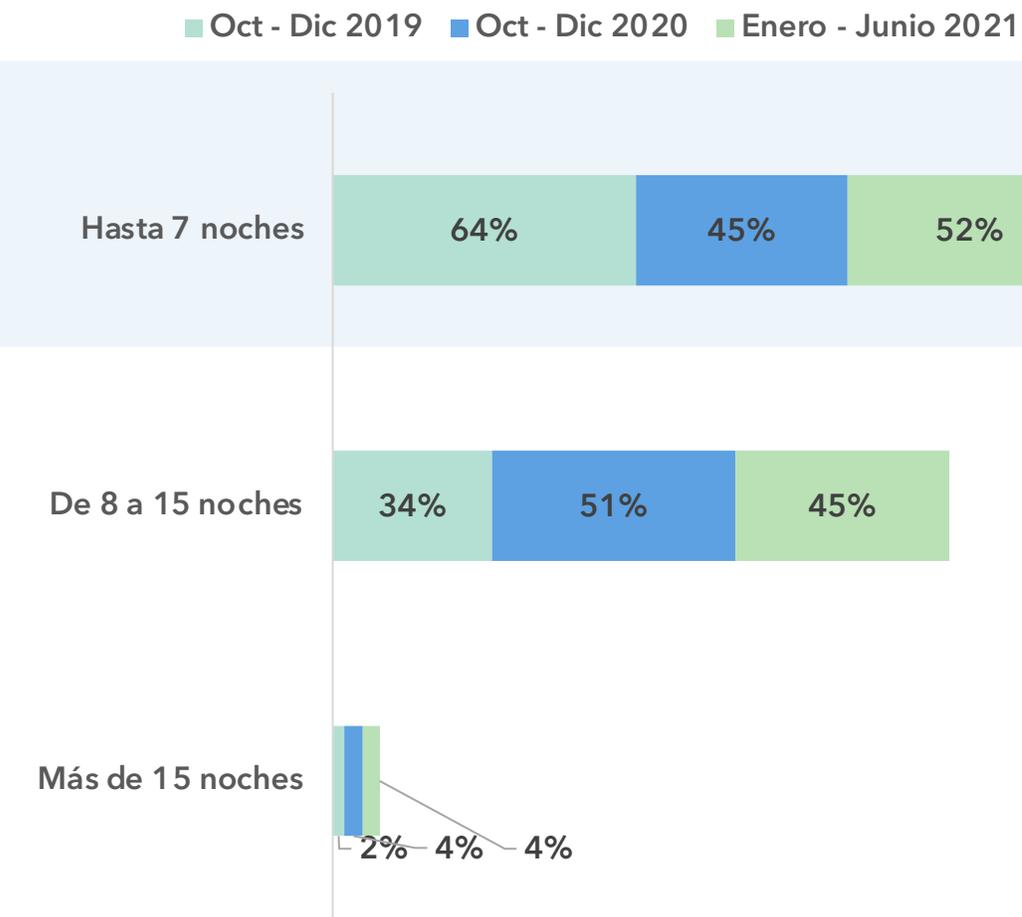
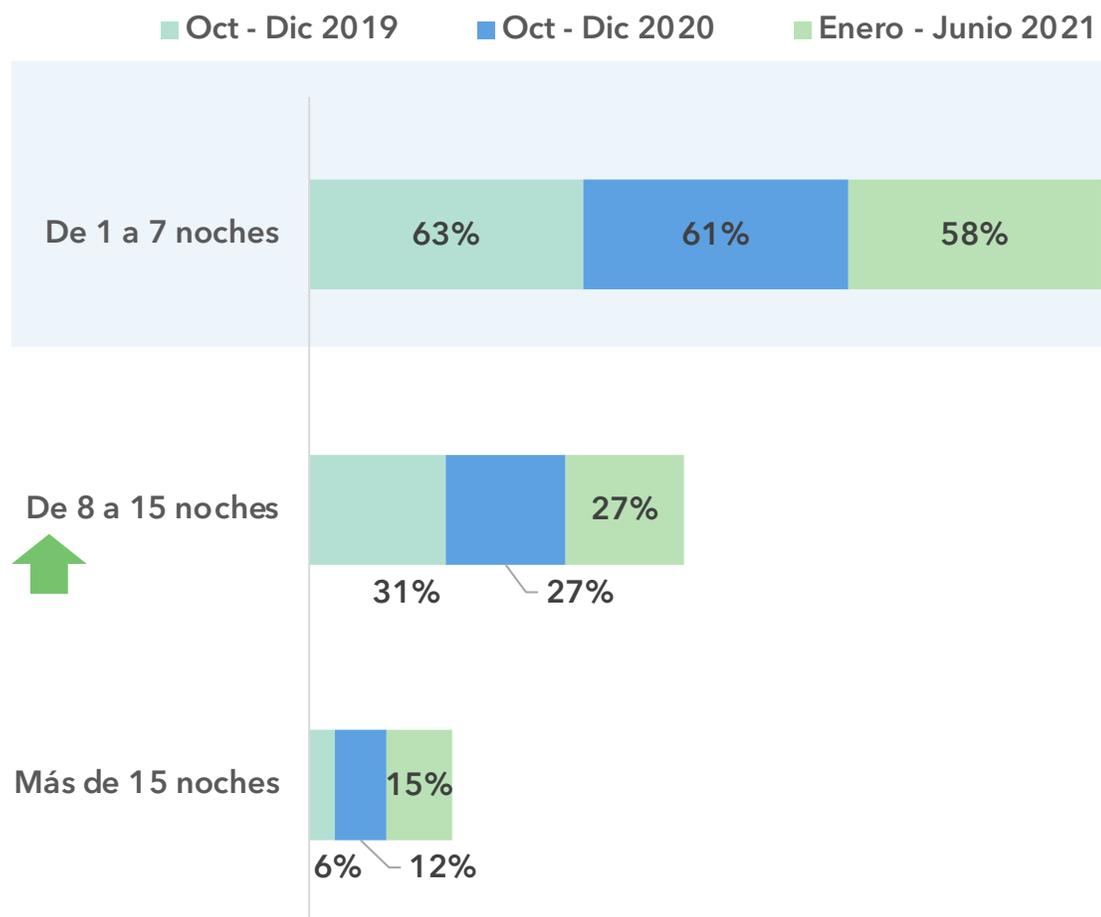
■ Oct - Dic 2019 ■ Oct - Dic 2020 ■ Enero - Junio 2021



# Gran Canaria: Segmentos por duración de la estancia

## Turistas en Gran Canaria. Datos ISTAC (Respuesta múltiple)

## Búsquedas de vuelos para Gran Canaria. Datos PIAT (Mabrian)



Estancia media prevista en base a búsquedas <sup>(1)</sup> de vuelos para viajar a Gran Canaria de sept. a dic. 2021

	Estancia media (días)	% Variación vs. 2019
España	6,8	6,9%
Alemania	10,8	7,8%
Reino Unido	8,5	15,5%
Italia	8,5	16%
Dinamarca	9,8	8,4%
Noruega	10,8	6,1%
Suecia	10	8,8%
Suiza	8,9	0,7%
Bélgica	8,1	15%
Francia	8,4	2,8%

(1) Búsquedas actualizadas a 13 de septiembre

## AGENDA

- Introducción
- El proyecto SMARTDEST y la Plataforma de Inteligencia y Análisis Turístico (PIAT)
- Datos, indicadores y su utilidad
- Preguntas a responder
- **Q&A**



**THANK  
YOU!**