



## **Boletín de Noticias OTS UPSE No. 12, jueves 8 de noviembre, 2018**

Con el aporte de contenido de valor a nuestra comunidad online, mejoramos y mantenemos una comunicación directa y personalizada sobre el turismo y otros acontecimientos, que puedan influir en el comportamiento del turismo.

### **Índice**

1. Tendencias de los turistas que viajan a Latinoamérica.
2. La gastronomía se factor decisivo en la elección del destino.
3. Tendencias del turismo internacional.

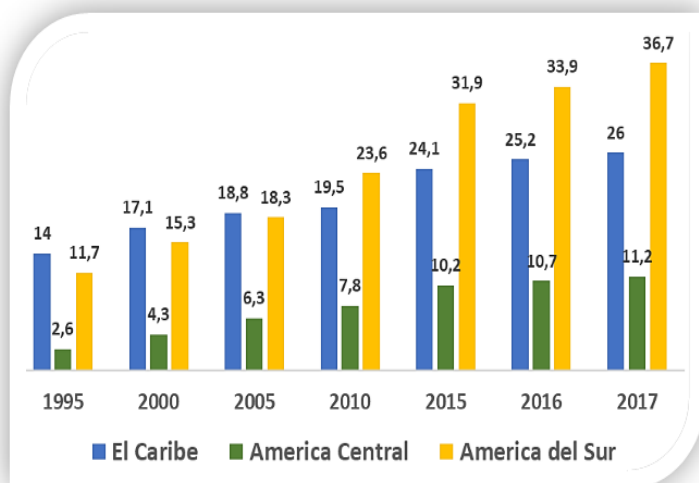
### **Tendencias de los turistas que viajan a Latinoamérica**

Los viajeros de hoy en día tienen más expectativas durante sus viajes y están cada vez más conectados. Se observan nuevas tendencias, viajeros enfocándose a experiencias y la adaptación de las compañías a las motivaciones y estilo de vida del viajero. Solo aquellas empresas que logran adaptarse permanentemente a las nuevas reglas del juego resultan exitosas.

El crecimiento de inteligencia artificial (IA) en el sector turístico, ha creado requisitos diferentes en términos de atención al cliente, conocimiento del cliente, planificación de viajes, y más. La *salud y el bienestar* es lo que aspiran los turistas, buscando mantenerse en forma y continuar mientras viajan. Según diferentes estudios sobre los hábitos de consumo, el 30% de las entidades encuestadas, registran una disminución en la solicitud de gaseosas, siendo ahora reemplazadas por jugos orgánicos, agua o batidos. Además, los menús dietéticos más solicitados son sin gluten (61%) y vegetarianos (32%). Esto aplica no solo a viajeros individuales, sino también para grupos y reuniones.

Llevar a los niños o a los abuelos será una de las tendencias más importantes en 2019. Se ha visto un incremento en viajeros multigeneracionales en el último año y estudios han revelado que las familias continúan viajando en busca de experiencias que crean vínculos y recuerdos duraderos. Las cinco principales tendencias de viajes multigeneracionales son: resorts o complejos de playa, viajes de aventura, viajes para celebraciones, viajes de madre e hija o padre e hijo (y viceversa), y vacaciones guiadas o privadas.

## Llegadas de turistas internacionales (millones)



Las llegadas internacionales a Latinoamérica se han incrementado 7%. La OMT, anticipa que recibirá más de 78.2 millones de turistas en 2027

Fuente: Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018

Latinoamérica se identifica para el turista de otras regiones como una vuelta a la naturaleza, es una estrategia exitosa de moda para atraer a turistas europeos y norteamericanos que buscan el contacto con la naturaleza. Costa Rica ha sido pionera y a destinos como Colombia o Ecuador siguen estos pasos y se desarrollan como destinos de naturaleza en base a principios de sostenibilidad.

### La gastronomía se factor decisivo en la elección del destino

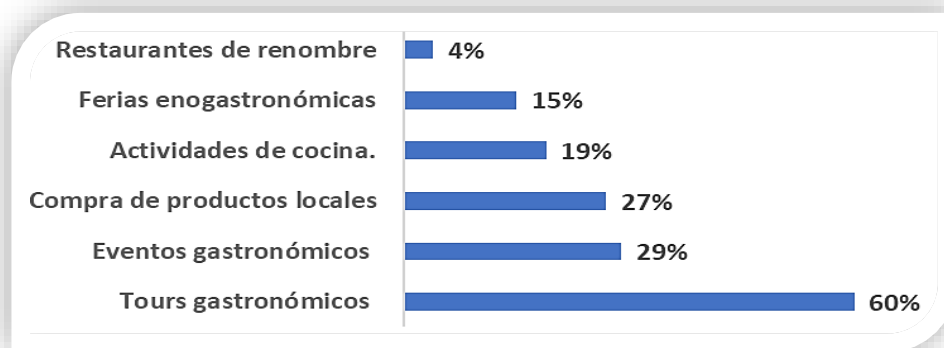
Las experiencias culinarias son determinantes a la hora de elegir un destino e influyen en la imagen del mismo. Así lo reconoce el 80% de los profesionales del turismo españoles consultados para en la primera edición *del 'Estudio sobre Turismo Gastronómico'* realizado por The Blueroom Project. Sin embargo, el 14% cree que la gastronomía no condiciona al turista a la hora de viajar. Asimismo, el 40%, el mayor porcentaje, considera que el factor culinario contribuye a aumentar el atractivo del destino hasta un 50%, mientras que el 20% afirma que este porcentaje es incluso más del 50%.

El canal de comercialización más exitoso es la venta cara a cara a los clientes (43%). El sector también promociona sus productos a través de internet y sus redes sociales, según lo indica el 41%. El 33% utiliza folletos y revistas del sector, y el resto se divide entre el uso de expositores o la organización de eventos B2C, entre otros.

La mayoría de los expertos coincide en destacar que las visitas a destinos y sus alrededores son las más demandadas por el gastro turista junto a itinerarios culturales.

A continuación, las actividades wellness y los eventos organizados en los destinos suelen ser las opciones más populares en segunda posición mientras que la oportunidad para comprar se prefiere en tercer lugar.

### **Actividades más atractivas para el turista aficionado a la gastronomía**



El tour gastronómico se caracteriza por, visitas a mercados, fábricas, granjas y productores de comida.

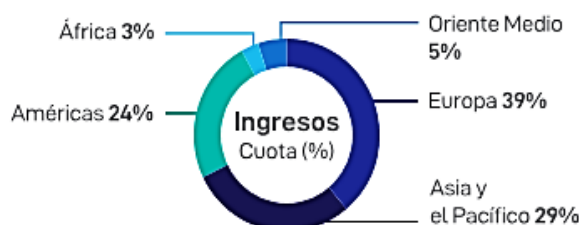
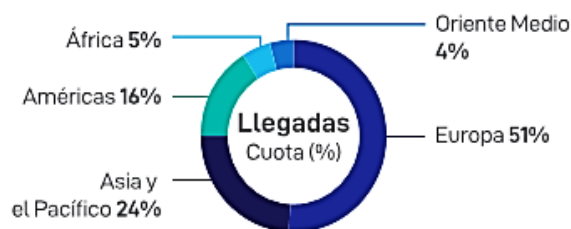
Fuente: Estudio Turismo Gastronómico [www.blueroom.es/observatorio/estudios-tbp/](http://www.blueroom.es/observatorio/estudios-tbp/)

### **Tendencias del turismo internacional**

En el 2017 la llegada de turistas alcanzó el mayor crecimiento en llegadas de turistas internacionales en siete años, desde 2010. La recuperación de destinos que habían sido afectados por temas de seguridad en los últimos años. La recuperación de la economía ha fortalecido la demanda de viajes en los principales mercados emisores. En particular el restablecimiento de la demanda en los mercados emisores emergentes de Brasil y la Federación de Rusia tras algunos años de declive.

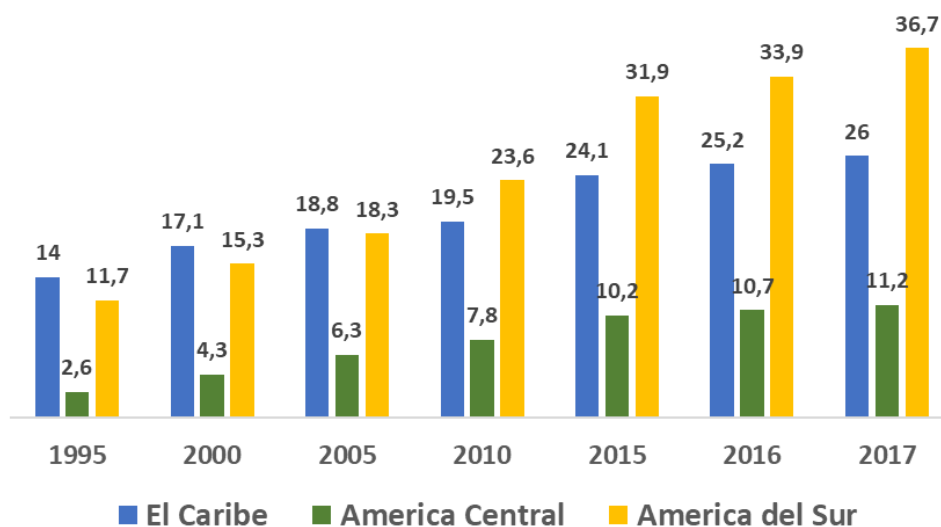
Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 7,0% en 2017, el mayor aumento desde la crisis económica mundial de 2009 y muy por encima de la previsión a largo plazo de la OMT de 3,8% al año para el periodo de 2010 a 2020.

Se registraron un total de 1.326 millones de llegadas de turistas internacionales en destinos de todo el mundo, en torno a 86 millones más que en 2016



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

### Llegadas de turistas internacionales, a las Américas



**La mayor parte de los viajes internacionales se producen dentro de la propia región de los viajeros (turismo intrarregional).**

1. Tradicionalmente, las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico han sido los principales mercados emisores de turismo internacional en el mundo.
2. Sin embargo, economías emergentes de Asia, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África y América Latina han registrado un mayor crecimiento en los últimos años, gracias al aumento del nivel de renta disponible.
3. Europa sigue siendo la región de turismo emisor más importante del mundo, fuente de casi la mitad de las llegadas internacionales a nivel mundial.

4. Entretanto, la cuota de Asia y el Pacífico ha aumentado rápidamente. En la actualidad, uno de cada cuatro viajes tiene su origen en Asia y el Pacífico.



**4 de cada 5 turistas  
viaja dentro de su propia región**

### **Los principales mercados emisores por gasto en turismo internacional**

1. China sigue al frente del mercado emisor a escala mundial en lo que respecta a gasto.
2. El gasto en turismo de los Estados Unidos, el segundo mayor mercado emisor del mundo, aumentó en 13.000 millones de \$ EE.UU. con respecto a 2016 (+9%), lo que supone la mayor subida en términos absolutos entre los principales mercados emisores por gasto.
3. La Federación de Rusia repuntó de forma decidida (+30%), tras algunos años de descensos, y escala tres posiciones para situarse de nuevo en la lista de los 10 primeros, en el número 8.
4. El resto de los mercados emisores de entre los diez principales registraron incrementos, con resultados especialmente robustos en lo que respecta a la República de Corea, Italia y Canadá.

Fuente: A partir de cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), actualizadas en septiembre de 2018, OTS. UPSE