

Boletín de Noticias OTS UPSE No 3, jueves 6 de septiembre, 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. Festivales, una motivación importante a la hora de elegir un destino turístico
2. Conectividad para el turismo: el reto pendiente
3. Factores que determinan la efectividad de la investigación científica en el turismo
4. Potencial del Turismo Emisor de Colombia

Síntesis

Festivales, una motivación importante a la hora de elegir un destino turístico

En el 2017 se realizaron 11,156 eventos internacionales a nivel mundial, con crecimientos superiores al turismo de ocio, entretenimiento y vacaciones. El turismo de festivales se ha convertido en un importante competidor del tradicional modelo de sol y playa; además, de un dinamizador de la ocupación hotelera en muchos destinos, con el correspondiente impulso a la economía local y al empleo, por ende, ha impulsado un crecimiento del 10% en ventas de la agencias de viajes.

Número de eventos por países de América del Sur

	# Eventos 2017	# Eventos 2012	Variación (%) 2017/2012
1 Brasil	237	360	-34,2
2 Argentina	199	202	-0,5
3 Colombia	142	138	+2,9
4 Chile	119	101	+11,9
5 Perú	96	51	+88,9
6 Uruguay	58	56	+3,5
7 Ecuador	39	36	+8,3
8 Paraguay	28	20	+40
9 Bolivia	19	20	-5
América del Sur	937	984	-4,7
Mundo	12,563	11.156	+12,6

La gran oportunidad radica en que la región latinoamericana sólo participa con el 7,4% del mercado global. Brasil, Argentina, Colombia y Chile organizan el 81,4% de los eventos en América del Sur

Fuentes: OTS.-UPSE a partir de cifras de la International Congress and Convention Association (ICCA) 12 jun. 2018

Si logramos ser exitosos en este mercado, estaremos contribuyendo a dinamizar la economía, disminuir la estacionalidad de los destinos y convertir a los participantes en las reuniones y festivales, en promotores de nuestro país. Alcanzar estos objetivos requiere de un plan estratégico integral para el desarrollo del turismo de *eventos festivos* en Ecuador, que permitirá:

- ✚ Promover la cooperación público-privada de los diferentes agentes del sector turístico y, de todos los sectores con capacidad de generar eventos.
- ✚ Ser coherentes con los grandes ejes de la estrategia del Gobierno de Ecuador, tanto en el ámbito cultural como el turístico.
- ✚ Contribuir a la renovación de las estrategias de desarrollo y promoción del turismo cultural de Ecuador.
- ✚ Mejorar el posicionamiento de Ecuador como destino de turismo cultural y creativo.

Conectividad para el turismo: el reto pendiente

Con la participación de destacadas personalidades del sector se llevó a cabo la 16ª edición del Congreso Internacional del CNET, con el tema "Conectividad para el turismo: el reto pendiente".

La Ciudad de Panamá lidera la lista de las capitales latinoamericanas mejor comunicadas por vía aérea. En Ciudad de Panamá se puede tomar un vuelo directo hacia todas las capitales de la región, con la excepción de La Paz, lo que la convierte en el principal centro de conexiones de América Latina. La lista de las ciudades mejor conectadas las encabezan: Ciudad de Panamá, Ciudad de México, Lima, Bogotá, La Habana.

La Alianza del Pacífico, la asociación comercial conformada por México, Colombia, Perú y Chile, es el único grupo de la región en el cual todas sus capitales están plenamente conectadas entre sí, por vía aérea.

Factores que determinan la efectividad de la investigación científica en el turismo

Alcanzar el éxito en turismo implica estar abierto a nuevas ideas, cambiar ciertos hábitos que se tienen, prepararse para la gestión empresarial competitiva. Para lograr estos objetivos resulta imprescindible conocer a tiempo qué iniciativas emprender, se debe anticipar a lo que las personas u otros negocios turísticos podrían aspirar. Esto significa, que se debe encontrar una necesidad que todavía no esté satisfecha en el mercado y, satisfacerla.

La innovación es la base del éxito de las empresas turísticas, independiente del tamaño de las mismas. La innovación implica novedad y soluciones a problemas que no se han superado antes. Estas y muchas otras características reducen las posibilidades de competencia y facilitan el posicionamiento en el mercado turístico.

Razones para la innovación al crear una empresa turística:

- ❖ Mejora la relación con el cliente al presentarle nuevos productos que le generen un beneficio más alto.
- ❖ Permite nuevos argumentos de venta y comercialización hacia los clientes.
- ❖ Aumenta el nivel de ventas al presionar sobre el índice de sustitución de productos.
- ❖ Mejora la imagen de la empresa en un mercado turístico, presentándola como activa y moderna.
- ❖ Se posiciona a la empresa como un rival fuerte para la competencia.

Según ha revelado Hosteltur (05.09.2018), en una investigación de la Universidad de Surrey, Reino Unido, se han identificado los cinco errores más frecuentes, que se sintetizan a continuación:

1.- Desconocimiento del turismo

Contrariamente a lo que muchos emprendedores pudieran pensar, el turismo es una industria muy compleja, con diferentes mercados y tipos de operaciones múltiples; es más, algunos subsectores dentro del turismo tienen fama de ser tradicionales, con aversión al riesgo y con poco apetito para la innovación.

2.- Exceso de optimismo

Muchos emprendedores diseñan innovaciones que no siempre corresponden a las necesidades reales de los consumidores. Dan por sentado que su idea es tan buena y los beneficios tan obvios que no hacen estudios de mercado previos, ni llevan a cabo comprobaciones fiables y acaban descubriendo, muy tarde, que los consumidores no comparten su visión sobre el valor de esa innovación porque es la solución a un problema que en realidad nunca tuvieron.

3. Infravalorar los riesgos

Emprendedores demasiado confiados pueden prestar poca atención a estos cambios pero pueden percibir todo tipo de riesgos psicológicos, de seguridad, inversión en tiempo y dinero, así como los riesgos asociados a confiar en una compañía desconocida. Todo esto puede llevar a una fuerte resistencia del mercado.

4.- Innovación demasiado compleja

Suele ocurrir que los emprendedores no pongan tanto el foco en los problemas reales del consumidor sino en aquellos en lo que son buenos. Y esto sucede, sobre todo en las innovaciones tecnológicas, donde se van añadiendo más y más funcionalidades a un producto

para que sea perfecto, pero que pueda resultar de uso muy complejo o con características innecesarias para las necesidades del consumidor.

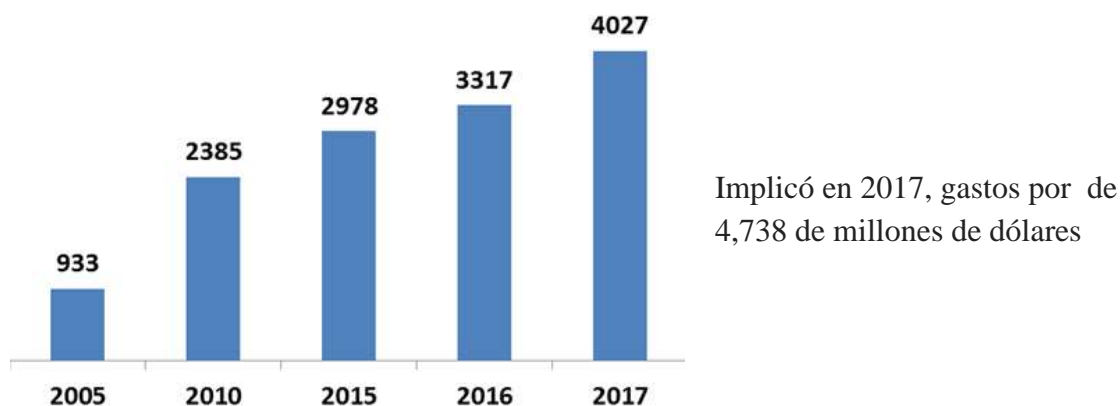
5.- Incorrecta gestión de los recursos humanos

Es importante que el nuevo proyecto tenga un equipo humano adecuado, con las habilidades requeridas, pero de nuevo aquí los fallos son muy frecuentes. A veces se contrata personal en fases muy tempranas; o, se recluta gente con insuficiente experiencia porque cobran menos; se fichan cargos con sueldos que la nueva empresa no se podrá permitir, entre otros aspectos.

Potencial del Turismo Emisor de Colombia

En el 2017, 4.016.098 colombianos viajaron al extranjero como turistas, lo que implicó el gasto de 4.738 millones de dólares.

Mercado emisor Colombia 2005-2017



Fuentes: World Tourism Barometer Volume 16 (2) • March/April 2018

Destinos turísticos de los colombianos con mayores crecimientos

En los últimos 5 años se ha presentado una importante tendencia de crecimiento en destinos como Perú, que con una variación del 47%, registró en 2013 la salida de 109.000 colombianos y en 2017 alcanzó un total de 161.000 salidas.

Por su parte, Canadá también ha registrado un aumento en este rubro, pues en 2013 fueron reportadas 40.542 salidas de colombianos hacia ese país, cifra que en 2017 ascendió a 56.608, mostrando un crecimiento de 40%.

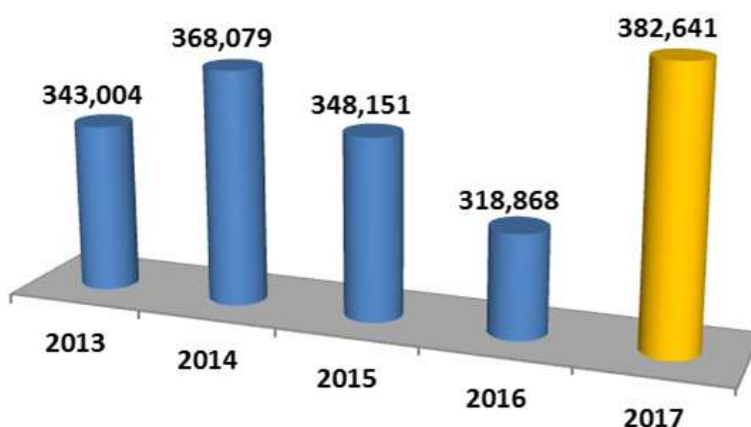
Estos dos países son solo un reflejo de una tendencia general también presentada en otros destinos, en los cuales se alcanzó el mayor número de salidas en los últimos 4 años. Es el

caso de España, con 361.000 registros en 2017 frente a los 190.218 de 2013, con un crecimiento de 90%.

Costa Rica recibió 36.390 visitas en 2017 frente a 27.400 en 2013 y una variación de 32,4%; finalmente, Alemania con 32.964 registros en 2017, frente a 27.500 en 2013, para un aumento de 19,8%.

Por su parte, Ecuador recibió 382,641 visitas en 2017 frente a 343.004 en 2013 para un aumento de 11,6%, revirtiendo la tendencia negativa de este mercado, al crecer en 19,9% respecto al 2016

Llegadas de turistas colombianos a Ecuador 2013-2017*



*Estimado OTS,-UPSE

Tras el estancamiento experimentado en los 3 últimos años, las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras. De acuerdo con datos de la OMT, en el 2017 llegaron a destinos turísticos de Ecuador 1.617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016. *World Tourism Barometer Volume 16(2) • March/April 2018*

Entre las estrategias y acciones para incrementar el aporte del turismo a la economía ecuatoriana, resulta imprescindible nuevas estrategias de promoción, diseño de productos que permitan captar segmentos de turistas colombianos con altos índices de gasto *per cápita*. (Estudio del mercado emisor Colombia OTS,-UPSE)

Fuentes

International Congress and Convention Association ICCA 12 jun. 2018.

Rodríguez, I, Williams A, The innovation journey of tourism entrepreneurs: evidence from the UK and Spain and policy implications (INNOVATE) Universidad de Surrey. Reino Unido.

Rodríguez J. L. Una mirada a la investigación formativa en América Latina Editorial: Fundación Latinoamericana para la Promoción de la Ciencia. Colombia 2016.