



Boletín de Noticias OTS UPSE No 5, viernes 20 de septiembre, 2018

Índice

1. Quito es el "Destino Líder de Sudamérica" y, por segundo, el "Destino Líder de Reuniones y Conferencias"
2. La aerolínea francesa Air France ofrecerá una nueva ruta entre París y Quito.
3. El peligro evidente de la caída de la llegada de turistas a Cancún.
4. Las motivaciones que impulsan las decisiones de viaje de los europeos

Síntesis

Quito es el "Destino Líder de Sudamérica" y, por segunda ocasión, el "Destino Líder de Reuniones y Conferencias"

Por sexto año consecutivo, Quito ha obtenido el premio como "Destino Líder de Sudamérica" con lo que la capital ecuatoriana se ha alzado con los tres galardones más importantes de los World Travel Awards Líder de Sudamérica y, en segunda ocasión, ha sido elegido el "Destino Líder de Reuniones y Conferencias"; mientras que, por primera vez, ha recibido el reconocimiento como **"Destino Ciudad Cultural 2018"**.

La decisión sobre los ganadores fue anunciada el pasado sábado, en el Palacio de Cristal de Guayaquil, Ecuador, durante la ceremonia de gala en la que participaron representantes de la industria del turismo, del sector hotelero y prensa especializada internacional. Adicionalmente al 'destino Quito', también la capital ecuatoriana se llevó premios por varias de sus infraestructuras e instalaciones: el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, **"Aeropuerto Líder de Sudamérica 2018"**; el hotel Wyndham Quito, **"Hotel Líder de Aeropuerto de Sudamérica 2018"**; el Swissotel Quito, **"Hotel Líder en Conferencias de Sudamérica 2018"** y **"Hotel Líder de Sudamérica 2018"**; el Hotel Carlota, **"Hotel Líder en Diseño de Sudamérica 2018"**; el Mashpi Lodge, **"Eco Lodge Líder en Sudamérica 2018"**; el JW Marriott Hotel Quito ganó el **"Suite Líder de Hotel en Sudamérica 2018"**; Cultura Manor como **"Hotel Boutique Líder de Ecuador"**; y, Molino de San Juan como **"Hotel Patrimonio Líder de Ecuador"**.



Quito es una ciudad multifacética, con riqueza natural, arquitectónica, cultural, patrimonial y gastronómica, que está marcando el paso en el desarrollo turístico de la región

Quito como Destino Líder de Sudamérica es el reconocimiento más prestigioso de la industria del turismo a nivel mundial y junto a los galardones en Turismo de Reuniones y Conferencias y la próxima inauguración del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, *“la ciudad se enfoca en el desarrollo de la industria de eventos, esperando mantener el liderazgo en turismo sostenible y accesible durante los siguientes años”*. Como ganadora de estos reconocimientos en Sudamérica, Quito pasa a ser ahora una de las ciudades finalistas que competirán en los World Travel Awards a nivel mundial. *HOSTELTUR 18-09-2018*

Según los últimos datos oficiales de Migración y análisis de Quito Turismo, entre enero a agosto de 2018, la llegada de turistas nacionales y extranjeros ascendió a 3 millones.

La aerolínea francesa Air France ofrecerá nueva ruta entre París y Quito.

La aerolínea francesa Air France anunció este 13 de septiembre del 2018, que a partir del próximo 14 de mayo del 2019 ofrecerá una nueva ruta entre París y Quito operada por su marca de bajo coste Joon con Airbus A340, en una nueva oferta que complementa la de KLM Royal Dutch Airlines, que opera un vuelo diario a Quito y Guayaquil desde Ámsterdam.



Una nueva ruta entre París y Quito operada por su marca de bajo coste Joon con Airbus A340,

El grupo Air France-KLM eleva a 27 los destinos que tendrá disponibles en América Latina y el Caribe el próximo verano. Air France detalló que habrá vuelos los martes, jueves y sábados, entre mayo y octubre de 2019.

Un representante de la aerolínea añadió que, para viajar desde España, los clientes de Air France/Joon y de KLM pueden hacerlo desde los aeropuertos de Madrid, Barcelona, Bilbao, Málaga, Valencia, Palma de Mallorca, Alicante e Ibiza y enlazar a Quito a través de una conexión en las terminales de París-Charles de Gaulle y Ámsterdam.

El ministro de Turismo de Ecuador, Enrique Ponce de León, muy complacido con la noticia, manifestó: *“La apertura de operaciones de Air France con Joon en el Ecuador es una muestra de la confianza que tiene la empresa privada en el país y confirma nuestra potencia turística. Contar con esta nueva ruta Quito-París contribuirá a elevar el flujo de visitas y se suma a los esfuerzos del Ministerio de Turismo por mejorar la promoción y la conectividad del Ecuador en el mundo, abriendo nuevas rutas aéreas”*.

Este desembarco de Joon en Hispanoamérica se suma al de otras low cost de largo radio desde Europa, como Level (IAG, la matriz de Iberia), que vuela entre Barcelona y Buenos Aires, o Norwegian, que prevé hacerlo también a la capital argentina desde Londres, o de Eurowings (Lufthansa), a destinos vacacionales del Caribe, como ha venido informando. *REPORTUR.co*. 17 de septiembre de 2018

El peligro evidente de la caída de la llegada de turistas a Cancún. OTS.UPSE 17 de septiembre de 2018

Cancún registra una caída del 18 por ciento en la demanda de pasajeros para 2019, por lo no se puede tapar el sol con un dedo y dar solo cifras alegres de las autoridades, aseveró el CEO de Apple Leisure Group, Alex Zozaya, quien enfatizó, según Quadratin, que Quintana Roo vive una crisis.

En este sentido, indicó que no hay que ver ni los números de 2018, sino que para 2019 hay una caída del 18 por ciento en la demanda de pasajeros a Cancún. Cada vez que señala que todo va bien, cuando evidentemente no sólo se está cayendo la afluencia de turistas, sino que se está cayendo la tarifa promedio, porque se está sustituyendo a los clientes buenos por los más baratos, como había revelado REPORTUR.mx (Confirmado el temor de hoteleros en QRoo: baja la estancia media).

“Claro que hay un problema y queremos decir que aquí no pasa nada”, resaltó Alex Zozaya, al tiempo que precisó que el turista de mayores ingresos no viene al destino si hay problemas de inseguridad ni aunque se le regale el cuarto, lo que está generando la llegada de turistas con menor poder adquisitivo y se está sacrificando la tarifa promedio.

**TENDENCIAS DEL FLUJO TURÍSTICO DE LOS MERCADOS EUROPEOS A MÉXICO
(% VARIACIÓN ABSOLUTA)**

Variación (%) 2016/2007	Variación (%) 2016/ 2013	Variación (%) 2013/2007	Variación (2013-2016) -(2007-2013)
47,5	20,2	22,7	-2,5

Fuentes: OTS.UPSE. Flujo turístico de los a mercados europeos destinos turísticos de Latinoamérica

En el 2017 respecto al 2016, los mercados emisores europeos crecieron el 4,4 % en destinos turísticos mexicanos, crecimiento muy inferior al logrado por destinos de la competencia que fue de 10,5 %. En turismo lo importante es conocer cómo está la competencia y qué tendencia tienen nuestros mercados.

Las motivaciones que impulsan las decisiones de viaje de los europeos

Una investigación realizada por IPSOS para eDreams ODIGEO que se llevó a cabo en los mercados emisores de España, Reino Unido, Alemania, Italia, Portugal y Suecia con la participación de 3.681 personas, representativas de la población europea de entre 18-65 años y ambos sexos, han viajado al menos una vez en los últimos dos años, excluyendo viajes de trabajo y segunda residencia. El margen de error es +/- 1.6%. Los resultados ayudan a identificar qué productos y servicios pueden encajar mejor para los seis perfiles de viajeros.



Motivaciones que impulsan las decisiones de viaje

Hedonismo (23%)

Buscan maximizar el placer personal, la diversión y la espontaneidad. Quieren sentirse vivos y se dejan llevar, a veces de forma impulsiva, sin pensar en las consecuencias. Viajar significa aventura, ya sea en pareja o con amigos.

Conexión personal (23%)

Viajan para pasar tiempo de calidad en familia y sentir que sus lazos interpersonales se fortalecen. Buscan relajarse y escapar de la rutina del día a día. Siempre viajan en familia, con su pareja y sus hijos.

Singularidad y originalidad (15%)

Viajan para probarse a sí mismos, romper límites y vivir nuevas aventuras más allá de su zona de confort, lo que les hace sentirse únicos. Viajar les permite sentirse socialmente reconocidos. Prefieren destinos exóticos y singulares y así ejercer un efecto positivo sobre su comunidad. Viajan solos o con amigos, pero rara vez en familia.

Sentimiento de pertenencia (14%)

Quieren formar parte de un grupo. Viajan para sentirse integrados en el destino, viviendo como un local para experimentar la cultura y la vida cotidiana del lugar. Se dejan llevar y prefieren destinos urbanos o rurales donde poder interactuar con la gente local. Viajan solos o en pareja, pero raramente con niños.

Relax (13%)

Buscan desconectar de su rutina y olvidarse del estrés. Necesitan sentirse seguros en todo momento, y buscan la comodidad lejos de cualquier obligación. Viajan en pareja, especialmente a destinos de playa y bienestar.

Control (12%)

Buscan desconectar de su rutina... pero con una nueva rutina. Planean el viaje de una forma muy racional, como una disciplina que se debe seguir con rigor y orden. Su objetivo es sentirse totalmente seguro y controlar la situación, intentando no mostrar su lado emocional.