



Departamento de Investigación y
Análisis de Mercados

Tendencias del Turismo post COVID-19

El presente documento ofrece las nuevas tendencias de algunos segmentos turísticos a raíz del COVID-19.



Departamento de Investigación y Análisis de
Mercados
Instituto Guatemalteco de Turismo
-INGUAT-
www.visitguatemala.com



Tendencias por segmento turístico post COVID-19

- Destinos que prioricen la higiene (protocolos de seguridad).
- Existe una reorientación del turista hacia los mercados domésticos (turismo interno).
- Se busca los enclaves domésticos menos conocidos (destinos prístinos).
- El concepto de micro vacaciones es probable que vaya a ser mucho más común (viajes más cortos).
- Se evitarán lugares públicos, por lo que la privacidad en el viaje es más importante.
- El turismo de masas y MICE decae.
- El transporte individual es tendencia, los viajes en buses caravana tomarán impulso.
- La tendencia a viajar se da en grupos familiares o pequeños.
- El turismo de aventura, aviturismo y ecoturismo se despuntan, pues, los turistas van a optar por destinos ubicados en plena naturaleza, actividades como el senderismo, la excursión, ciclismo, actividades al aire libre.
- Según datos de la OMT, al paralizar la COVID-19 el turismo mundial, millones de personas en cuarentena han empezado a buscar experiencias culturales y viajeras desde sus casas. Por esta razón otro de los tipos de turismo que se benefician en gran medida de la crisis, son el turismo rural y el agroturismo.
- Otra de las tendencias muy marcadas con la crisis, aunque ya empezó a tener acogida a nivel global a inicios del año 2012, es el turismo místico o espiritual.
- El turista es un turista más consciente de su entorno y mucho más informado, por lo que el turismo sostenible es clave en el momento actual.
- Se busca la adquisición de servicios a domicilio.
(Entorno Turístico, 2020)

1. Viajes de naturaleza y sostenibilidad:

Centroamérica y República Dominicana se caracterizan por su abundancia natural, ocupan el 1% de la superficie del planeta, pero albergan el 12% de la biodiversidad del mundo, posicionando a la región como un destino completamente ideal para el turismo de naturaleza, conservación y aviturismo.

El 39% de su superficie es boscosa, el 25% de su espacio terrestre está declarado como área protegida. La región forma parte de la segunda barrera de arrecife de coral más grande del mundo. El 22% del área marina de la región tiene calidad de conservación natural y se ubica como el segundo lugar con el mayor avistamiento de aves del hemisferio occidental.



Centroamérica posee uno de los sistemas de protección ecológica más importantes de América. La región tendrá la oportunidad de posicionarse como un destino ideal para los viajeros que desean experimentar contacto directo con la naturaleza.

2. Viajes locales o vivenciales:

Centroamérica ha sido el punto de encuentro para diversas civilizaciones antiguas, fusionada por la herencia indígena, africana y europea. Alberga el promedio de 65 pueblos originarios a lo largo de su territorio quienes ocupan casi el 40% de la superficie terrestre. Los países de la región poseen una profunda riqueza cultural llena de sabiduría ancestral, lo cual representa una oportunidad para la etapa post COVID-19, ya que luego de las medidas de confinamiento, los turistas buscarán experimentar el destino como un local, buscando experiencias auténticas y transformadoras.

3. Viajes de aventura:

Los países están conectados por una cordillera volcánica con más de un centenar de volcanes en su mayoría activos que forman parte del cinturón de fuego del pacífico, esto son ideales para realizar prácticas como sandboarding, senderismo, explorar sus faldas o simplemente contemplar sus cráteres.

Además, las costas de la región son bordeadas por las aguas del mar Pacífico propicias para deportes acuáticos como el surf, y las aguas del mar Caribe perfectas para el avistamiento de vida marina. Los viajeros encontrarán en la región los destinos ideales para realizar turismo activo de aventura acuática o terrestre.

4. Viajes de bienestar:

La porción de la industria turística orientada a los viajeros que desean un verdadero descanso tendrá un valor aún máspreciado entre quienes desean desconectarse de las rutinas impuestas por las medidas de confinamiento. Centroamérica y República Dominicana poseen en el turismo de bienestar o wellness algunos de los mejores hoteles y spa del planeta.

La región tendrá la oportunidad de posicionarse con la oferta turística que combina hospedaje, alimentación, servicios especiales, prácticas espirituales y físicas orientadas a restaurar el cuerpo y la mente. El sitio perfecto para quienes buscan un estilo de vida saludable con actividades como yoga, meditación, caminatas y prácticas saludables.



5. Viajes culinarios:

Una de las motivaciones más importantes para completar un viaje post COVID-19 será la oferta gastronómica de los destinos, si bien en principio no es la razón principal del viaje, será un parte fundamental del mismo. Experiencias que permitan percibir la herencia ancestral plasmada en los sabores de lo local estarán a la orden del día.

La gastronomía de Centroamérica y República Dominicana también tendrá una oportunidad para posicionarse, ya que esta se destaca por la fusión de múltiples culturas.

(Periodico Digital Centroamericano y del Caribe, 2020)

Perfil del visitante post Covid-19

- Es un visitante joven (18 a 25 años).
- Viajes por negocios antes que recreación.
- Estadías cortas.
- Austeridad en el gasto.
- Actividades al aire libre (naturaleza).
- Más cauteloso.
- Más solidario.
- Más cultural.
- Enfocado más en turismo sostenible.
- Conectividad terrestre antes que aérea.
- Desplazamientos cortos.
- Busca destinos con baja concentración de turistas.
- Visitan destinos locales.



a. Segmento de Cultura

- Es un visitante joven (18 a 25 años).
- Abierto a nuevas ideas
- Culto
- Espontáneo
- Curioso
- Respetuoso
- La duración de sus viajes suele ser más larga que la del resto de los turistas.
- Entre más ajena es la cultura visitada, mayor interés general.





- Prefieren las actividades relacionadas con conocer el patrimonio tangible, tradiciones y las costumbres, incluida la gastronomía.

b. Segmento de Naturaleza

- Es un visitante joven (18 a 35 años).
- Iniciará con el desplazamiento de nacionales a entornos naturales cerca de su residencia (local).
- Al inicio buscarán destinos poco explorados o alternos para que exista baja concentración de visitantes.
- Les gusta tener contacto con la naturaleza.
- Se realizaran viajes familiares. Les interesan las áreas protegidas.
- Buscan viajes con sentido y que su visita tenga un impacto positivo con la conservación del destino.
- Los visitantes buscarán que los destinos visitados se encuentren certificados o que fomenten prácticas de sostenibilidad.



c. Segmento de Aventura

- Es un visitante joven (18 a 25 años).
- Iniciará con el desplazamiento de nacionales a destinos cerca de su residencia (local).
- Buscarán destinos con baja concentración de visitantes.
- Se realizaran viajes con amigos.
- Los visitantes buscarán que los destinos visitados se encuentren certificados o que cuenten con prácticas de protocolo de seguridad sanitaria.



d. Segmento de Reuniones (MICE)

- Iniciará actividades durante el mes de septiembre.
- Los primeros eventos en realizarse serán de visitantes nacionales.
- Los eventos tendrán menor número de participantes.
- Solicitaran los mismos espacios, pero con la mitad de participantes que actualmente tienen.
- El visitante internacional reaparecerá durante el segundo semestre del 2021.
- Buscan tecnología personalizada.
- Los eventos híbridos tomarán mayor auge.





- Serán más exigentes en cuanto al número de sillas por fila, la limpieza que se le da al mobiliario.
- Deben existir protocolos en la cadena de turismo de reuniones para dar tranquilidad al visitante.
- Tendrán más exigencia a la calidad del servicio que reciben.

e. Segmento de Bodas de Destino y Luna de Miel

- Iniciarán durante el mes de noviembre y diciembre.
- Las primeras bodas en realizarse serán de nacionales.
- Los novios buscan mayor accesibilidad para los trámites nupciales.
- Realización de charlas pre-matrimoniales en línea.
- Contratación de wedding planners.
- Buscan accesibilidad de los proveedores para poder realizar cambio de fecha.
- Los protocolos de seguridad alimentaria deben ser mayores para brindarle tranquilidad a los novios.
- Como parte del cambio, también se encuentra la organización de despedidas de solteros virtuales.
- Una tendencia es también las lunas de miel en casa, donde el hogar se personaliza como si fuera el destino que tenían inicialmente.



f. Segmento de Cruceros

- Actualmente los visitantes de este segmento son personas jubiladas en su mayoría, después de COVID-19, los cruceros deberán adaptar sus atracciones para viajeros más jóvenes (18 a 35 años).
- La capacidad por barco deberá ser menor.
- Los viajeros querrán garantías sanitarias en cuanto a la limpieza del barco.
- Buscaran cruceros cortos, con estadías de menor tiempo en alta mar.
- Viajaran a puertos que tengan la menor tasa de contaminación.
- Iniciarán a operar en el cuarto trimestre del año.





g. Segmento de Deportes

- Destaca la pesca deportiva y el golf como los deportes que atraerán a más visitantes, esto debido a que no necesita un gran número de participantes para realizarse.
- El visitante que realiza estas actividades es un adulto joven (25 a 35 años).
- Buscará actividades con número limitado de participantes.
- Solicitará garantías sanitarias de los instrumentos a utilizar, así como del medio de transporte a utilizar.
- Deberán tomarse todas las medidas solicitadas por las autoridades del área de salud del país para poder realizar las actividades.
- Los primeros visitantes de este segmento son nacionales que residen en los alrededores de los recintos deportivos donde pueden realizarse estas actividades.



h. Segmento de Salud y Bienestar

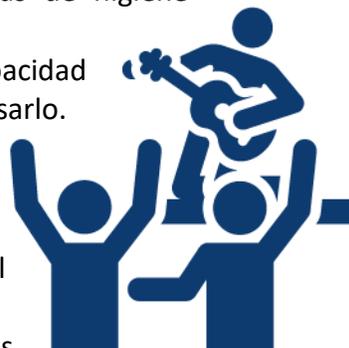
- Es un visitante joven (18 a 25 años).
- Búsqueda de terapias y tratamientos que le ayuden a mantenerse en forma y relajarse. Oferta complementaria: preferencia por experiencias activas y de aventura.
- Búsqueda de terapias y tratamientos preventivos y curativos tanto para la salud física como mental. Oferta complementaria: preferencia por experiencias pasivas y contemplativas.
- Búsqueda de terapias alternativas, tratamientos cosméticos y de bienestar físico y mental. Oferta complementaria: Inmersión en la comunidad local, la cultura, idioma, tradiciones, etc.
- Deberán tomarse todas las medidas solicitadas por las autoridades del área de salud.





i. Segmento de Entretenimiento

- Es un adulto joven (20 a 35 años).
- Les gusta realizar actividades de vida nocturna.
- Principalmente serán nacionales, quienes se desplazará en distancias cortas.
- Solicitarán que los espacios cumplan con las medidas de higiene necesarias para evitar los contagios.
- Los bares y/o discotecas deberán contar con capacidad máxima de personas en el establecimiento y no sobrepasarlo.
- Las mesas deberán estar más separadas de lo que se encuentran actualmente.
- Deben contar con protocolos más estrictos y frecuentes de limpieza en todas las áreas del establecimiento.
- Los visitantes que realizan compras en Centros Comerciales solicitarán protocolos especiales como tener una capacidad máxima por establecimiento, utilización de alcohol en gel a la entrada de cada uno de los locales y capacidad máxima según metros cuadrados del local.



j. Segmento Idiomático

- Es un visitante joven (18 a 30 años).
- Estudiantes universitarios que desean créditos universitarios por el aprendizaje del español como segundo idioma.
- Ejecutivos que realizan negociaciones con países de habla hispana.
- Buscará clases en línea uno a uno previo a la eliminación de las restricciones de viaje por COVID-19.
- Cuando las restricciones de viaje sean retiradas, buscarán garantías sanitarias durante su estadía.
- Son motivados por conocer nuevas culturas (la cultura maya es de gran atracción para el visitante).
- Iniciarán con las clases presenciales en el cuarto trimestre del 2020.
- Los primeros países en enviar estudiantes serán Estados Unidos y Canadá por su cercanía a Guatemala.





k. Segmento de Voluntariado

- Es un visitante joven (18 a 35 años).
- Nivel social medio-alto
- Con estudios de nivel medio o universitario
- Más del 70% son de Norteamérica
- Estudiantes universitarios pertenecientes a una entidad religiosa o estudiantil
- Profesionales de la medicina interesados en realizar voluntariado
- Cuando las restricciones de viaje sean retiradas, buscarán garantías sanitarias durante su estadía.



Según el análisis de DNA Turismo y Ocio destaca que las actividades y experiencias que más rápido se recuperarán son las de turismo rural y naturaleza, al prestar sus servicios en un espacio abierto y natural acorde con los nuevos comportamientos y actitud de la demanda turística donde primará la sensación de soledad, seguridad, contacto con la naturaleza y la no masificación.

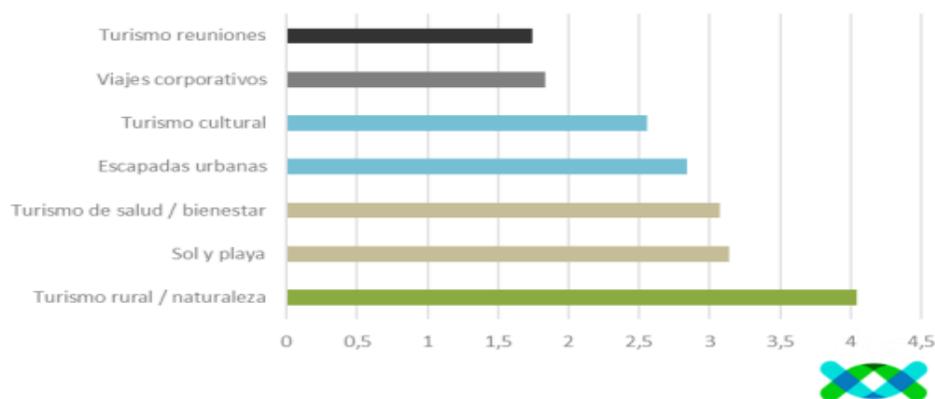
En segundo lugar, el turismo de sol y playa, y el turismo relacionado con el bienestar y la salud, siempre que se tomen medidas tendentes a garantizar la sensación de salubridad. El tercer bloque lo componen las escapadas urbanas y el turismo cultural, para los que se prevé una recuperación más lenta. En último lugar se encuentran el turismo de reuniones y los viajes corporativos. Las empresas prestadoras de servicios relacionados con esta tipología turística se verán seriamente afectadas por la caída brusca de la demanda.

Los subsectores del turismo que saldrán más rápido de la crisis son los relacionados con el turismo de naturaleza y el turismo rural, e incluye a los subsectores de oferta de turismo rural, -con menor capacidad de alojamiento y en entornos rurales y naturales, y los prestadores de servicios vinculados con las actividades en la naturaleza, guías de naturaleza, observación de aves, y todo tipo de actividades de turismo activo relacionadas con la naturaleza. También los parques de naturaleza y jardines, y los restaurantes. Los subsectores que más tarde saldrán de la crisis son el turismo de reuniones, convenciones, incentivos y eventos (MICE), y los cruceros.



¿Qué segmentos serán los primeros en recuperarse?

¿Qué tipologías de turismo serán los primeros en recuperarse?
(Valoración con escala de 1 a 10, siendo 1 una recuperación más lenta y 10 una recuperación más rápida)





Referencias

- CNN en Español (2021). *Aquí es adonde quieren viajar los chinos ahora que el país comienza a levantar las restricciones por coronavirus*. Estados Unidos. Recuperado en línea Marzo 2021 en: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/04/09/aqui-es-adonde-quieren-viajar-los-chinos-ahora-que-el-pais-comienza-a-levantar-las-restricciones-por-coronavirus/>
- Travindy turismo responsable al día (2021). *¿Cómo será el turismo tras la crisis del COVID-19?*. Recuperado en línea el marzo del 2021 en: <https://www.travindy.com/es/2020/04/como-sera-el-turismo-tras-la-crisis-del-covid-19/>
- Viajes National Geographic (2021). *Las Claves del Turismo Post COVID-19*. España. Recuperado en línea el marzo de 2021. https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469