

DE TRANSPORTADORES DE PASAJEROS A GENERADORES DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

- SANDRA HOWARD TAYLOR
- EDUARDO OSORIO LOZANO

Viveajar

- Medellín, Septiembre 13 de 2019

¿Por qué mi negocio debería
mirar hacia el turismo?





Porque hoy NO transportamos
sólo pasajeros,
transportamos VIAJEROS.



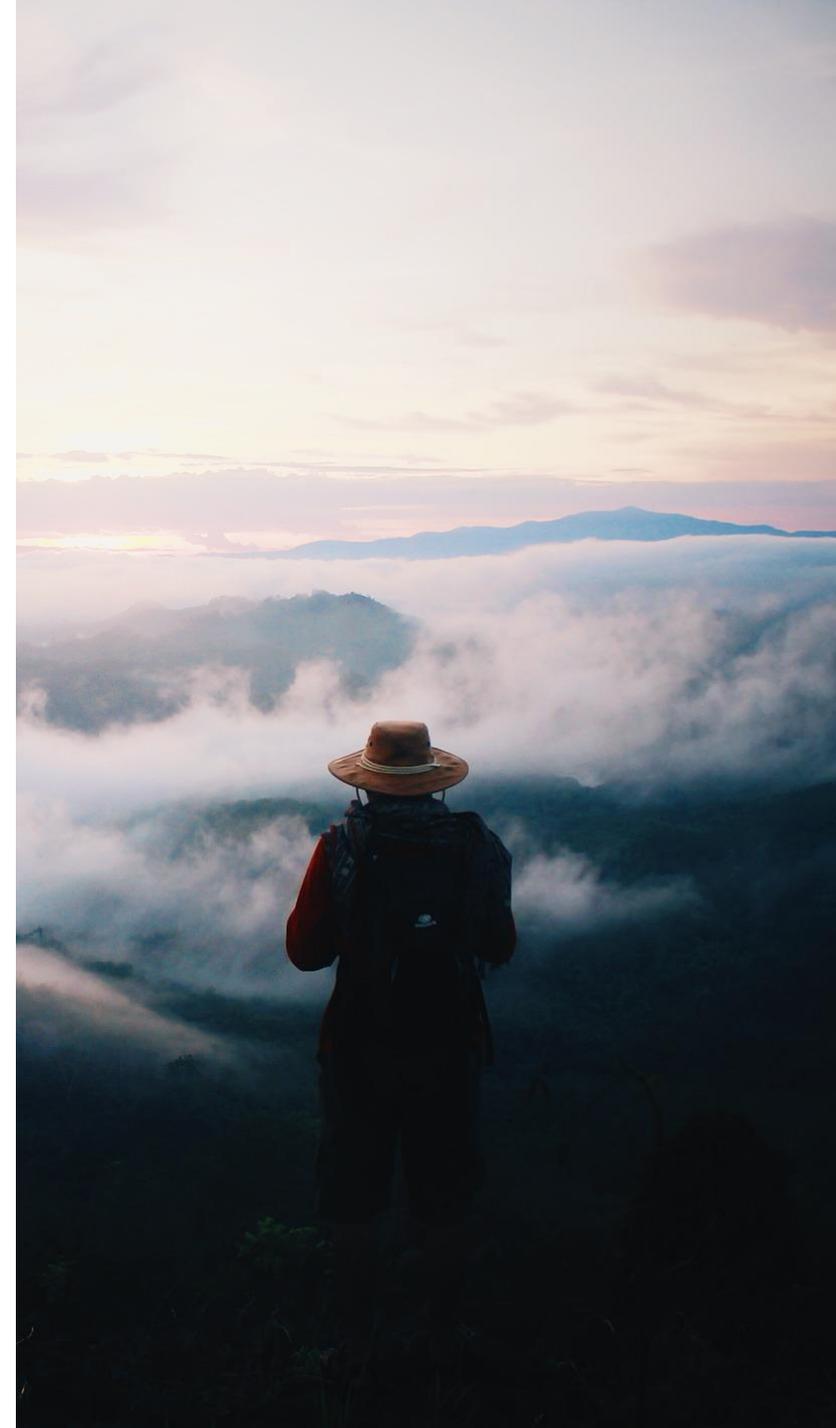
Y los viajeros
mueven una
de las
industrias
más
importantes
del mundo

¿Están ustedes aprovechando todas sus OPORTUNIDADES?

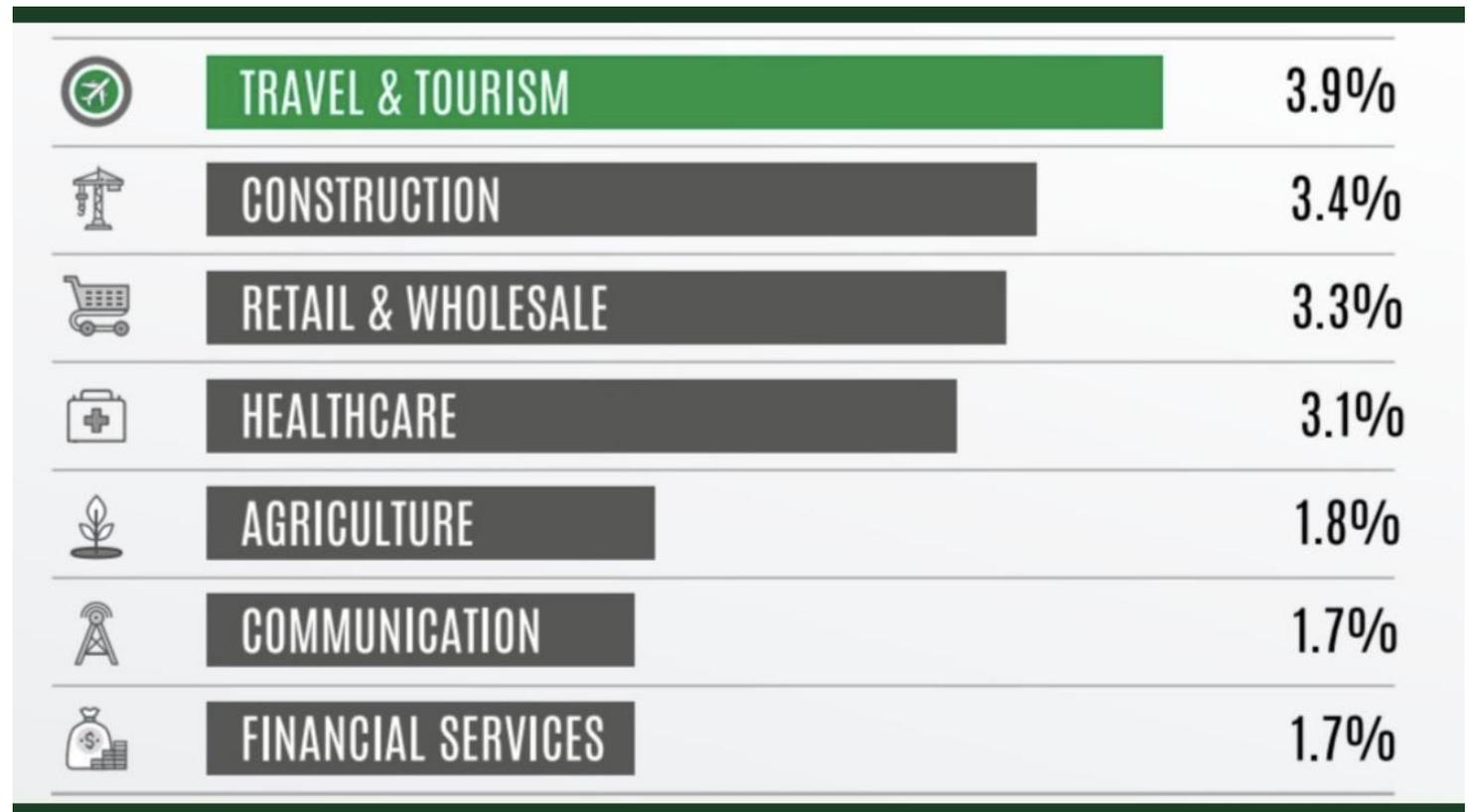


Veamos algunas cifras

- **En el 2018 más de 1.400 millones de personas viajaron a otro país. (OMT)**
- **El turismo interno es responsable de generar el 73% del gasto global. (WTTC)**
- **En el 2018 llegaron a Colombia 4.276.146 visitantes extranjeros (MCIT)**
- **El turismo generó 1.974.000 empleos directos e indirectos (DANE)**
- **2018 ingresaron US\$ 6,630 millones en la cuenta de viajes y transporte (Ban República)**



Las industrias que más crecieron en el mundo - 2018



LA IMPORTANCIA DEL TURISMO



El turismo es mucho más de lo que se imagina

Qué pasa en nuestras carreteras?

En 2018,

- 538 empresas del transporte terrestre de pasajeros movilizaron 190 millones de pasajeros.
- El transporte aéreo movilizó 37,8 millones de pasajeros.



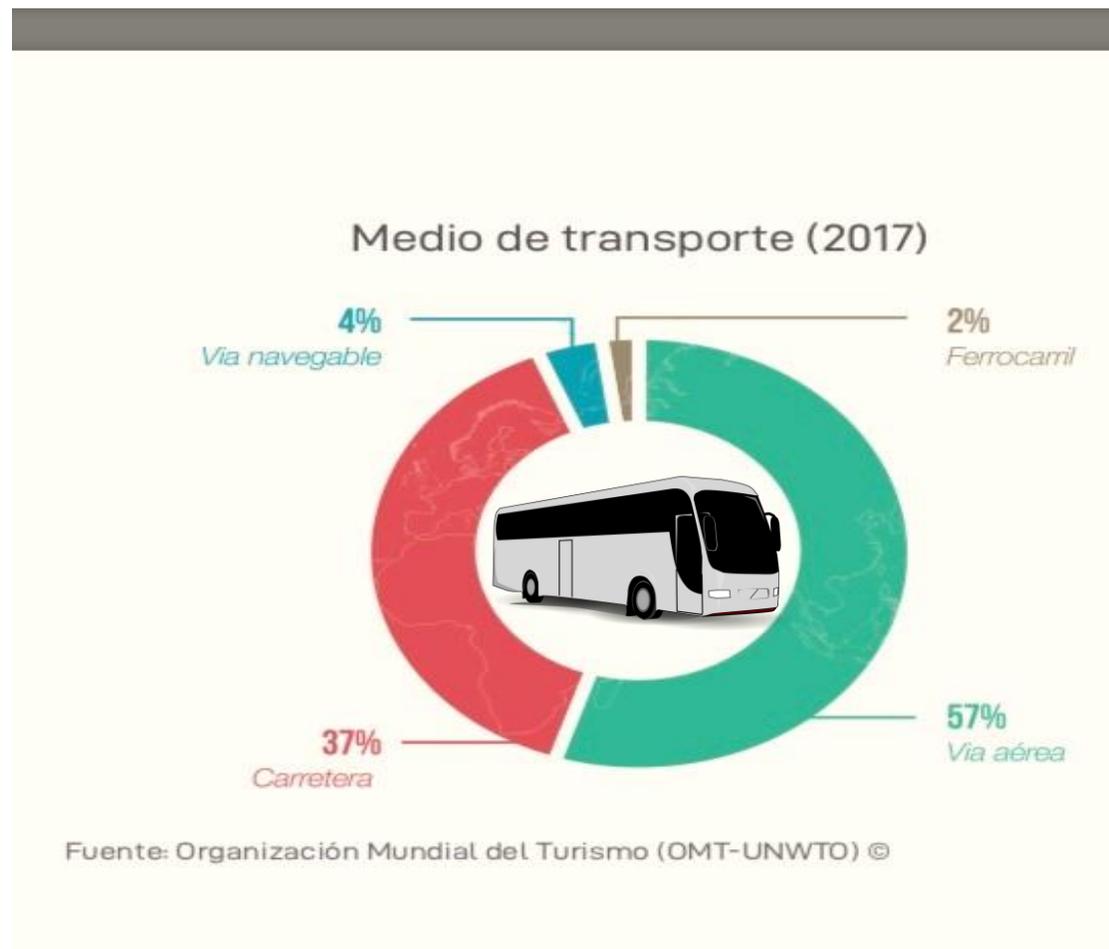
El servicio de transporte terrestre intermunicipal moviliza el 87% de pasajeros, con respecto al transporte aéreo.

En Colombia la mayoría de las personas viajan en buses.

A su vez, los turistas los usan para llegar a la oferta turística y cultural de las regiones.



Participación del transporte terrestre en el mundo





Política turística en Colombia

Plan Sectorial de Turismo 2018-2022,

“Turismo: El Propósito que Nos Une”:

Objetivo: Mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir del:

Fortalecimiento de la productividad.

Generación de valor.

Corresponsabilidad entre los actores del sector turismo.

Posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

Líneas estratégicas del Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022

- 1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo: i) Fortalecimiento institucional; ii) Gestión de recursos económicos; iii) Turismo Responsable y Sostenible.**
- 2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país: i) Planificación y ordenamiento territorial; ii) Productos turísticos diferenciados y de alto valor.**
- 3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo: i) Atracción de la inversión para construcción de infraestructura; ii) Más y mejor conectividad; iii) Desarrollo de infraestructura sostenible.**
- 4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo. i) Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos, iii) Empleabilidad; iv) Innovación Turística.**
- 5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo. i) Capacidades para el talento humano.**
- 6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad. i) Promoción turística efectiva.**

¿Cuál es la posición del transporte terrestre en este negocio?

Es esencial en la cadena productiva del turismo interno (turismo doméstico + visitantes extranjeros en el territorio) para conectar los 12 corredores turísticos, pueblos patrimonio, parques nacionales naturales, territorios ricos inexplorados.

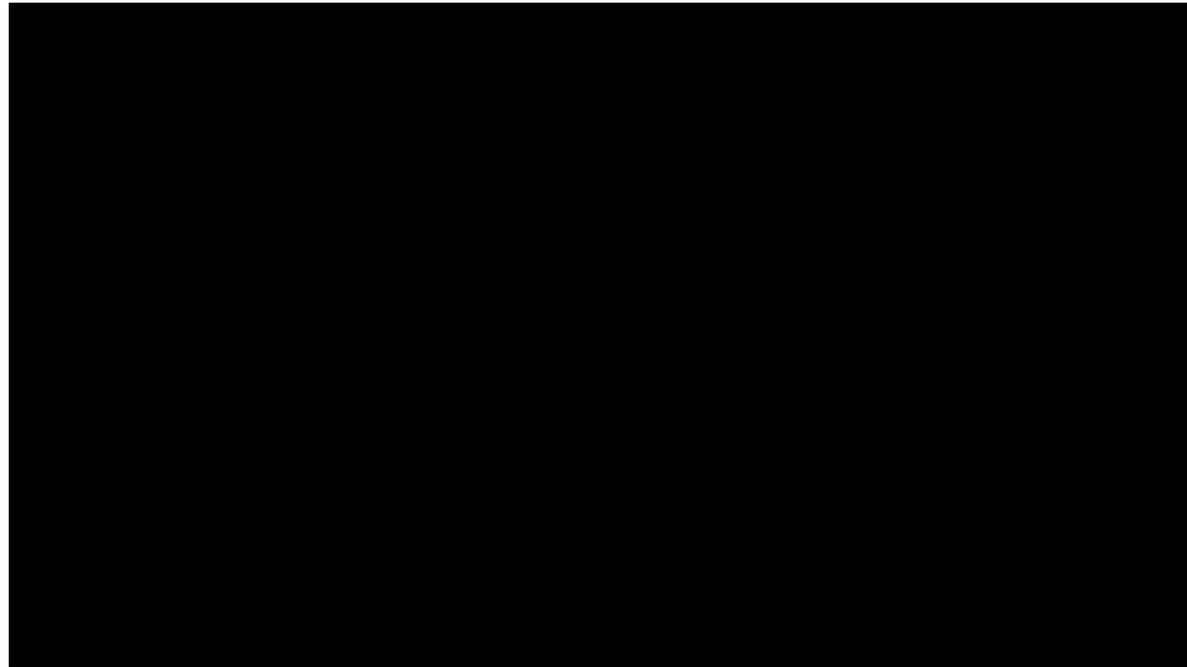
1. Transportadores articulados con Prestadores de servicios turísticos
2. Conversión a Prestadores de Servicios Turísticos
 - + COMPETITIVIDAD
 - + PRODUCTIVIDAD



El transportador es un agente fundamental en la experiencia de viaje



El Paseo



SIEMPRE hay 3 momentos de verdad
que definen todo viaje:



ANTES
IMAGINARLO
(mente)



DURANTE
SENTIRLO
(cuerpo y corazón)



DESPUÉS
EVOCARLO
(alma)



Momentos de verdad

Soñar

Disfrutar

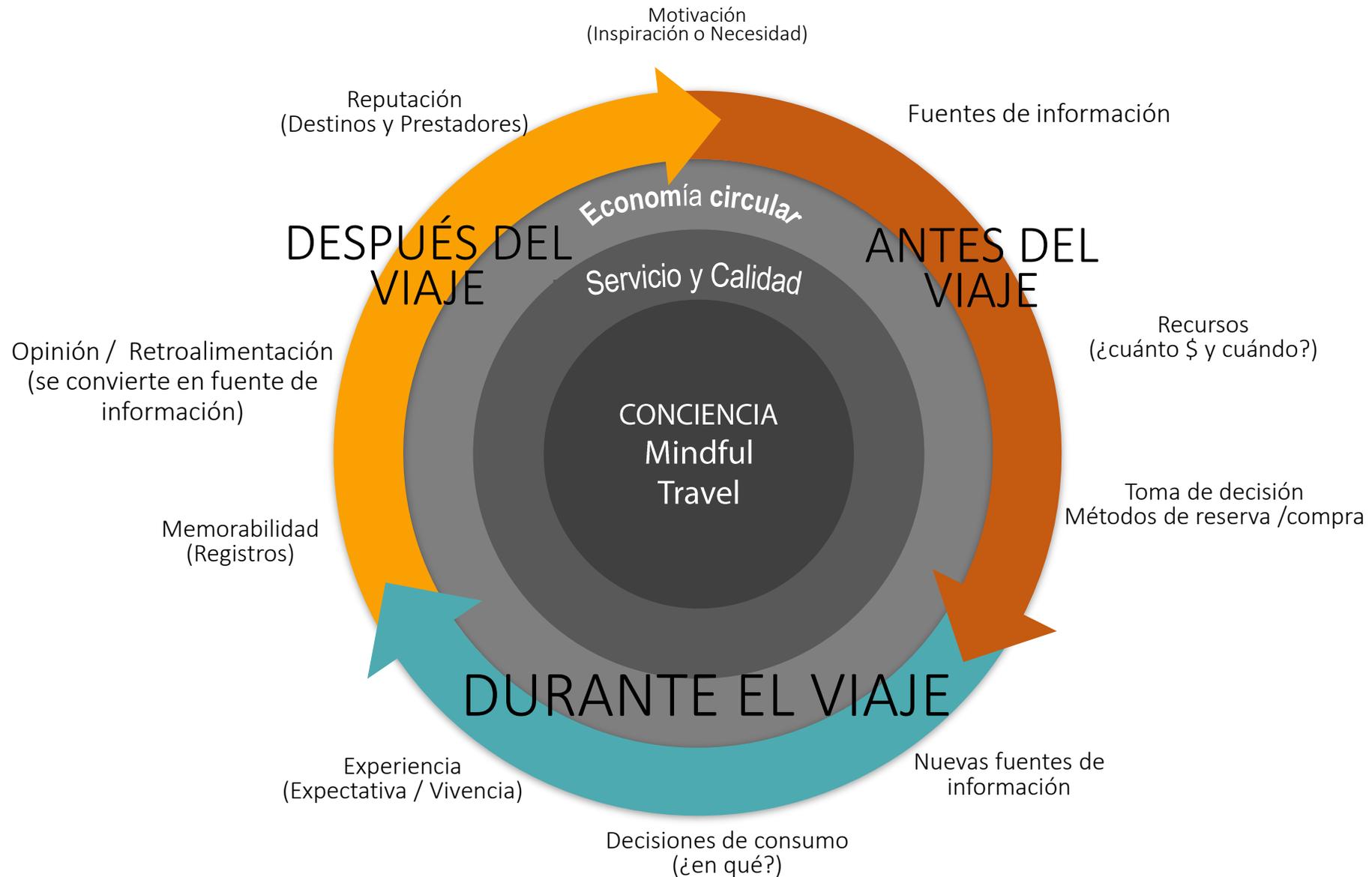
Planear

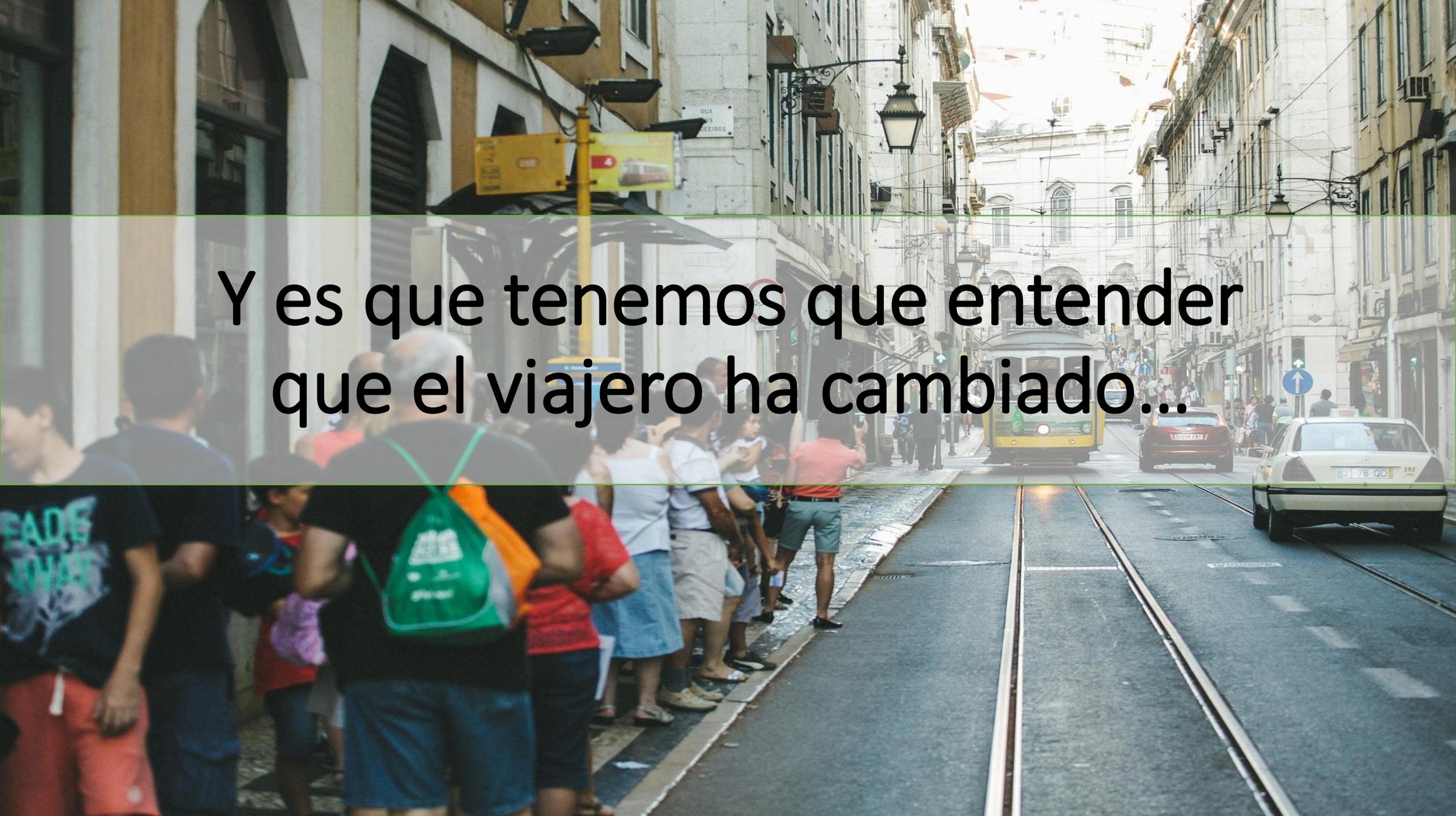
Recordar

Reservar

Compartir

Nuestro Modelo para el Análisis del Nuevo Viajero



A vibrant street scene in Lisbon, Portugal, showing a yellow tram moving along tracks in the center of the road. To the right, a white taxi and a red car are visible. On the left, a large group of people is waiting on the sidewalk. The street is lined with historic buildings and street lamps. A semi-transparent green banner is overlaid across the middle of the image, containing the text.

Y es que tenemos que entender
que el viajero ha cambiado...



POR GENERACIONES

Baby Boomers
(1946-1964)

Generación X
(1965-1980)

Generación Y /
Millenials
(1981-1994)

Centennials /
Generación Z
(1995-2010)



PERSONALIDADES

Mochilero / Back packer o Drifter...

Turista explorador...

Aficionados al **turismo** activo...

Amantes del arte...

Viajes de Sol y playa...

Aventurero...

Clásico...

Viajes de relax



NUEVOS VIAJEROS

- ✓ Buscan experiencias transformadoras.
- ✓ Quieren conocer gente nueva.
- ✓ Desean compartir momentos.
- ✓ Prefieren perderse en la ciudad.
- ✓ Comen donde los locales comen.
- ✓ Quieren vivir por unos días en el lugar que visitan.
- ✓ Todo esto no debe costar demasiado, para poder realizar al menos 3 viajes al año.

**Un viaje implica mucho más que un trayecto, una comida, un hospedaje,
un sitio icónico, una foto, etc...**

Un viaje es una conexión entre mundos:

EL VIAJERO

EL DESTINO
(comunidad, cultura, etc)

EL VIAJERO

LOS PRESTADORES
Y OPERADORES

EL VIAJERO

SU PROPIA VIDA
(compañeros de viaje, él mismo)



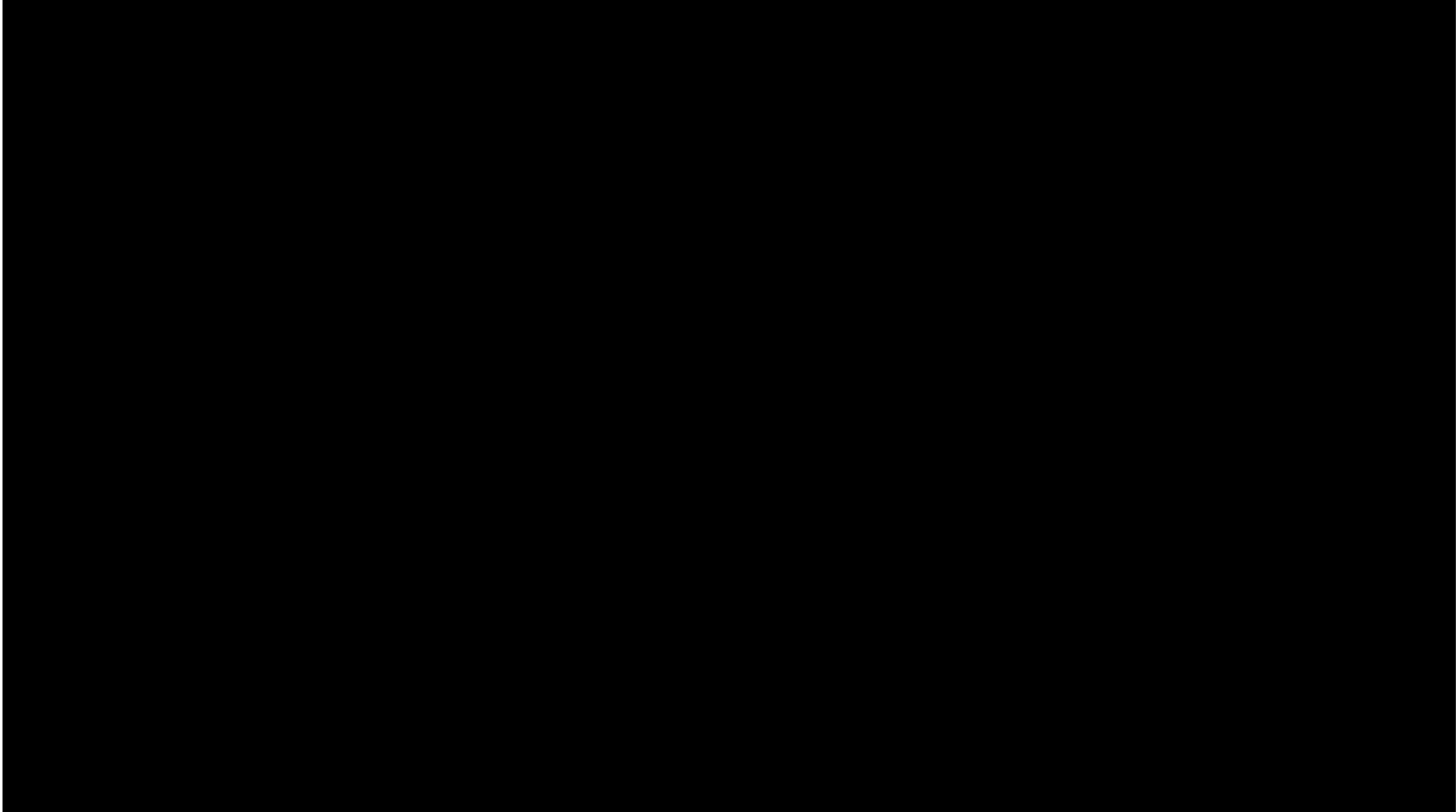
¿Cómo desde nuestro rol podemos crear una experiencia para dicho viajero, que nos genere nuevas oportunidades de negocio?

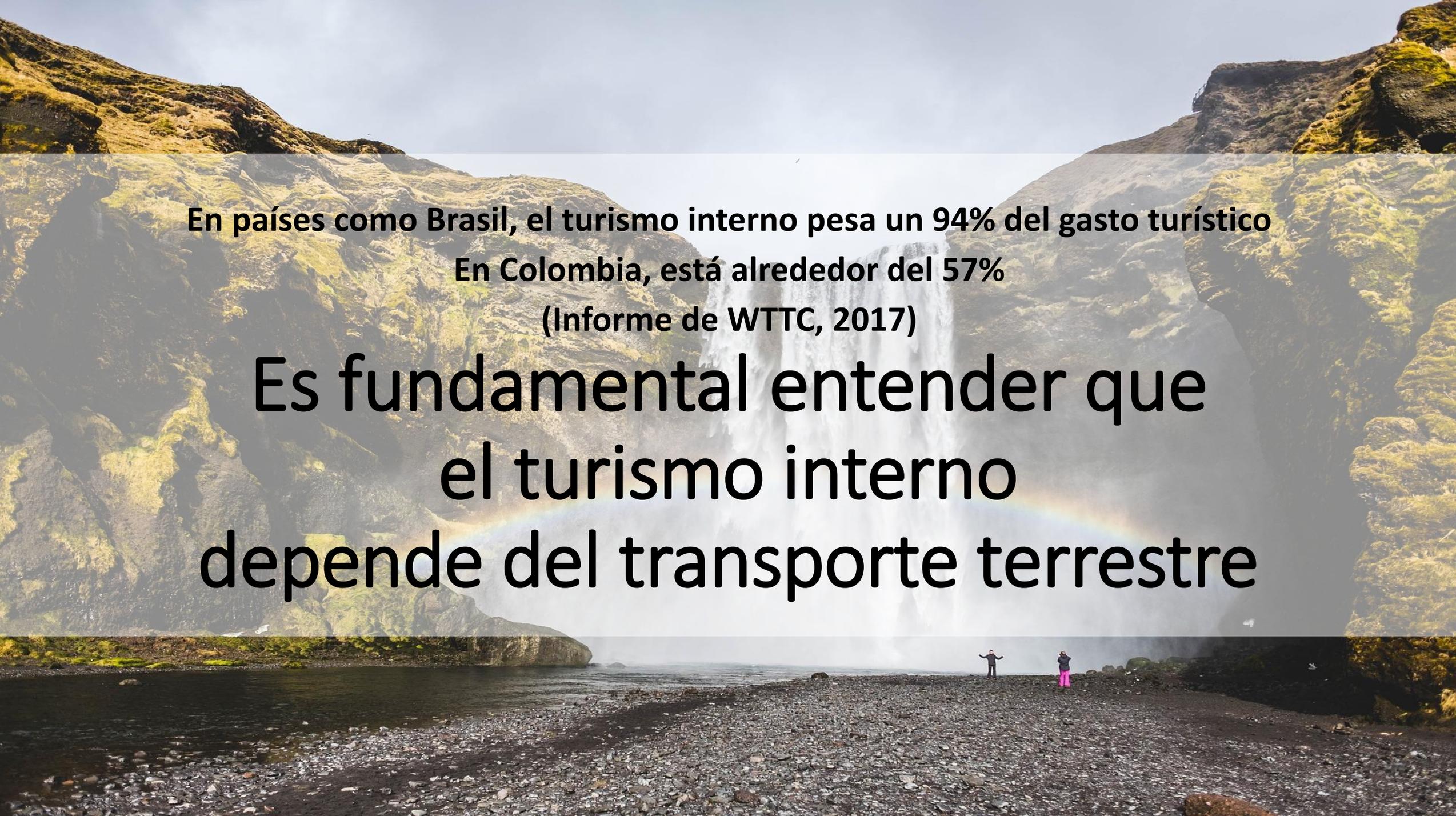




- Público cautivo
- Comodidad y Servicios
- Información
- Tecnologías
- Sostenibilidad ambiental
- Encadenamiento productivo con otros sectores

¿Hacia dónde vamos ?





**En países como Brasil, el turismo interno pesa un 94% del gasto turístico
En Colombia, está alrededor del 57%
(Informe de WTTC, 2017)**

**Es fundamental entender que
el turismo interno
depende del transporte terrestre**

Por tanto, el turismo es una gran oportunidad para los transportadores, así como los servicios de los transportadores son una valiosa oportunidad para mejorar la experiencia del viajero





Transporte Terrestre es motor para el desarrollo turístico

- Eleva el autoestima nacional; da a conocer y mejora atractivos locales y el bienestar de las comunidades
- Estimula inversión en infraestructura nacional
- Distribuye y dispersa el gasto turístico en las comunidades
- Ayuda a combatir la estacionalidad
- Crea oportunidades de empleo y genera inclusión social
- Permita soportar mejor los vaivenes del mercado (dólar, crisis regionales, etc)

A photograph of an airport waiting area. In the foreground, a red suitcase with a silver handle stands on the floor. To its right, a black bag sits on a white plastic airport-style bench. The background shows a long row of similar benches and a person sitting in the distance, all under a cool, blue-toned light.

Así, el mejor aporte que le podemos hacer al país,
es pasar de transportar pasajeros
a transportar VIAJEROS.

No están solos en esta tarea...



Fortalecemos los destinos, atractivos y actores de la cadena de servicios de la industria turística, a través de la investigación, la formación, la comunicación y la gestión sostenible del turismo, para mejorar la experiencia del viajero e impulsar la productividad de las comunidades y los empresarios.



Invertir en VIAJAR es Invertir en VIVIR

“No podemos pasar por la vida como simples turistas, cuando tenemos la oportunidad de ser VIAJEROS, exploradores de nuevas sensaciones.”

Viveajar

Gracias



sandrahowardt@viveajar.com



@sahowardt



eduardoosorio@viveajar.com

@edosoriolozano

