

unicoc
Colegio Administrativo

PERFIL DEL TURISTA ASIÁTICO

Proyecto de grado
Negocios Internacionales

Sebastián Espitia - Diana Zambrano.

Directora: Mónica Alejandra Pachón Rodríguez-Ms Finanzas



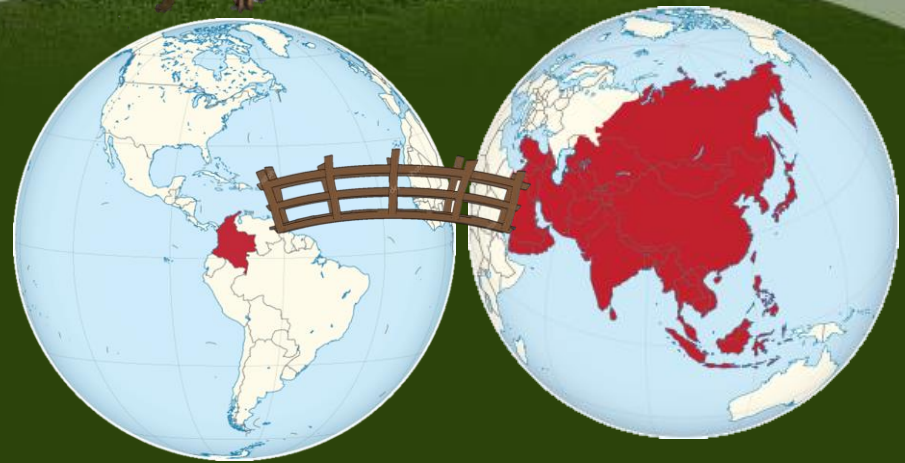
TEMA

Turismo de Naturaleza

Turismo Rural

Turismo De
Aventura

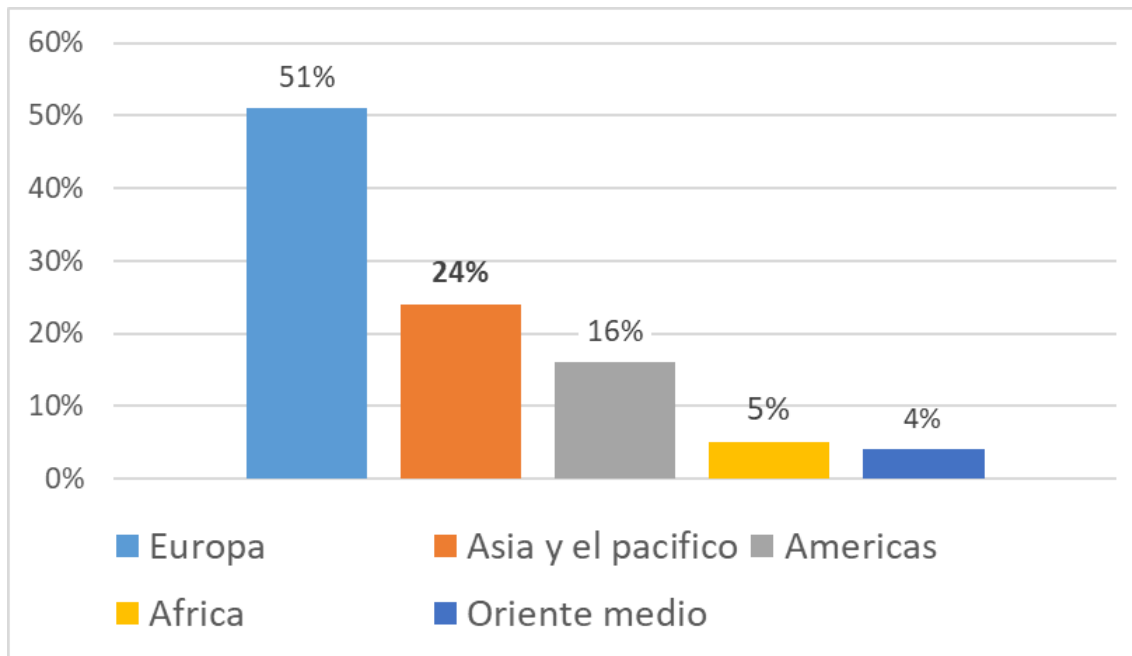
Eco-Turismo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2018).
<https://images.app.goo.gl/NDG9b4uardhJr6267> -
<https://images.app.goo.gl/95zWtew1hYe9Carx6>
<https://images.app.goo.gl/WEQiE14UyTpHspR36->
<https://images.app.goo.gl/jovHEHhTzNNRBx4B8>
<https://images.app.goo.gl/iQLs3gWV537dMmSVA->
<https://images.app.goo.gl/mhbnoiLu1aTnvfRJ7>

PROBLEMA

PARTICIPACIÓN DE TURISMO INTERNACIONAL



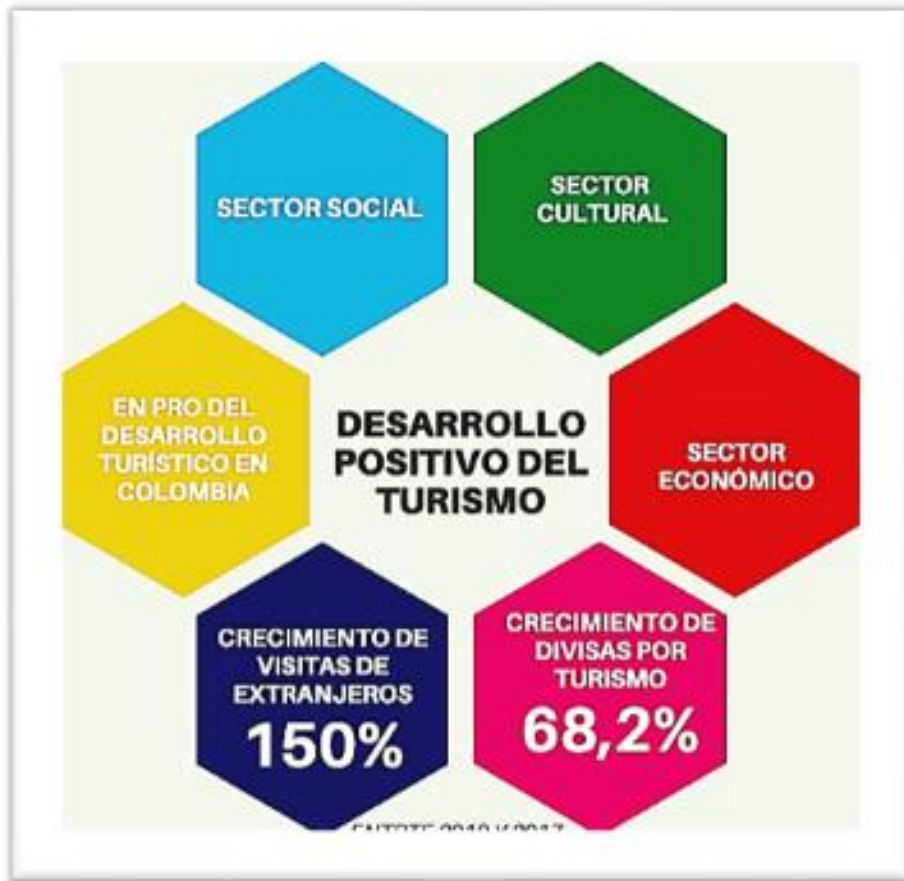
Elaboración Propia : Datos tomados de (OMT,2018)



<https://images.app.goo.gl/fXgpHpgvN3mfa5GKA>

**¿CUALES SON LAS PREFERENCIAS Y PERFILES
DE LOS CONSUMIDORES DE SERVICIOS
TURÍSTICOS PROCEDENTES DEL CONTINENTE
ASIÁTICO, EN TÉRMINOS DE TURISMO DE
NATURALEZA?**

JUSTIFICACIÓN



Fuente : (Dinero,2018)



✓ **7.500** millones de habitantes en el mundo.(2017).

OBJETIVOS

Objetivo General

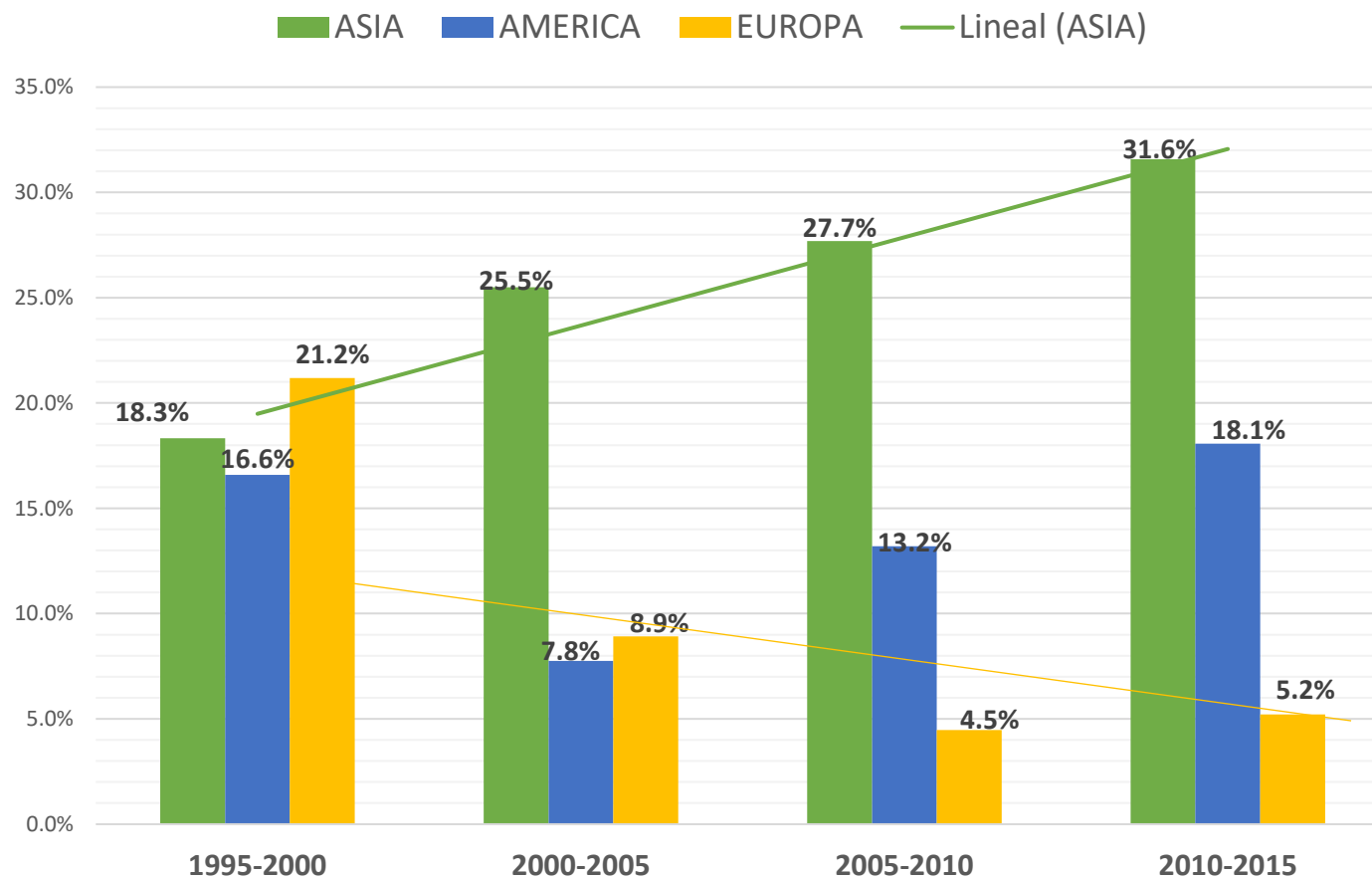
Determinar el perfil del turista asiático

Objetivos Específicos

- ✓ Comparar la tendencia del turismo internacional asiático en Colombia según el patrón global.
- ✓ Determinar el perfil del turista asiático y de los principales países emisores de turismo del continente asiático

REFERENTES

VARIACIÓN PORCENTUAL DE SALIDAS DE TURISMO



Fuente : Elaboración propia. Datos tomados de : (Banco Mundial, 2018)



MERCADO DEL TURISMO ASIÁTICO

- ✓ Según OMT, 2030
1800 millones de personas.
- ✓ Banco mundial, 1990-2013
pobreza(920)
- ✓ Casa Asia & OMT 5%
1995-
2015.
(chia –India ASEAN)



CONTINENTE ASIÁTICO



SUBREGIONES



- ❑ **VARIACIÓN EN TURISMO :** Primer lugar
- ❑ **SUPERFICIE:** 44'579,000 kilómetros cuadrados.
- ❑ **POBLACION :** 4.000 millones Aprox (2017)
- ❑ **PAISES:** 48
- ❑ **PIB:** 25.218 mil millones de dólares (Banco Mundial, 2018)
- ❑ **PIB PER CAPITA:** 3.190 dólares en el año 2005 a los 5.960 dólares (2017)
- ❑ **MONEDAS:** 48

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio: Revisión de literatura


Fuentes: 31 documentos y 9 Entidades

NIVEL	DATOS	DOCUMENTOS ()
Global	Banco Mundial	Banco Mundial (8)
	World Travel & Tourism Council The International Ecoturims Society	Organización Mundial del Turismo (11) Pacific Asian Travel Association(4) Ministry of tourism Goverment of India (2)
Asia	PATA (Pacific Asia Travel Association)	Casa Asia (5)
Colombia	Conpes 3397 Migración Colombia MINCIT(Ministerio de Industria y Turismo) PROCOLOMBIA	(Consejo Nacional de política Economica Y social) (1) Alcaldia Mayor de Bogota (1) Diagnostico de Naturaleza de turismo en el mundo (2)

RESULTADOS

1. TENDENCIAS DEL TURISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA

MOTIVOS DE VIAJE A COLOMBIA



TURISMO	3.271.654
NEGOCIOS	313.028
EVENTOS	93.462
CAPACITACION	54.076
TRABAJO	48.189
RESIDENTE	39.524
TRATAMIENTO MEDICO	23.735
ESTUDIOS	19.131
CORTESIA	18.321
BENEFICIARIO	17.693
TEMPORAL CONYUGE	17.322
OTROS	235.430
TOTAL	4.151.565

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de: (Migración Colombia, 2018)

ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN PUESTOS DE CONTROL MIGRATORIO

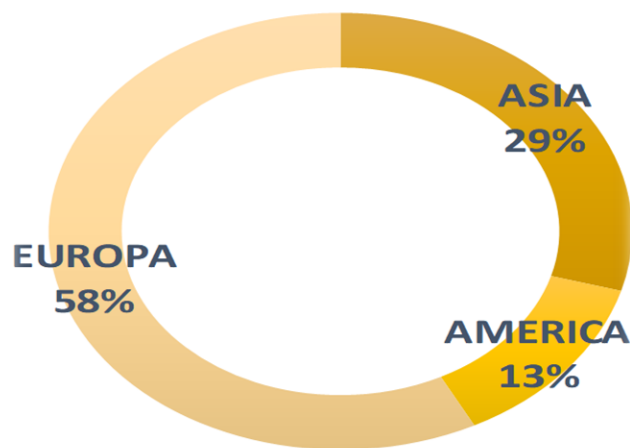
PCM AEREO		
Aeropuerto el Dorado de Bogota	1.971.697	75%
Aeropuerto Rafael Nuñez de Cartagena	337.002	13%
Aeropuerto Jose Maria Cordova de Rionegro	322.856	12%
TOTAL DE ENTRADAS 2018	2.631.555	



Fuente: Elaboración propia, datos de: (Migración Colombia, 2018)

ENTRADAS DE EXTRANJEROS A COLOMBIA SEGÚN PROCEDENCIA.

RANKING	CONTIENTE	CANTIDAD	%
1	America	3.462.085	83
2	Europa	580.129	14
3	Asia	80.933	1,9
4	Oceania	20.898	0,503
5	Africa	4.283	0,103
6	Acuerdos Internacionales y Otros	3.237	0,078
TOTAL		4.151.565	100



■ ASIA ■ AMERICA ■ EUROPA

Fuente: Elaboración Propia, datos de (Migración Colombia, 2018).

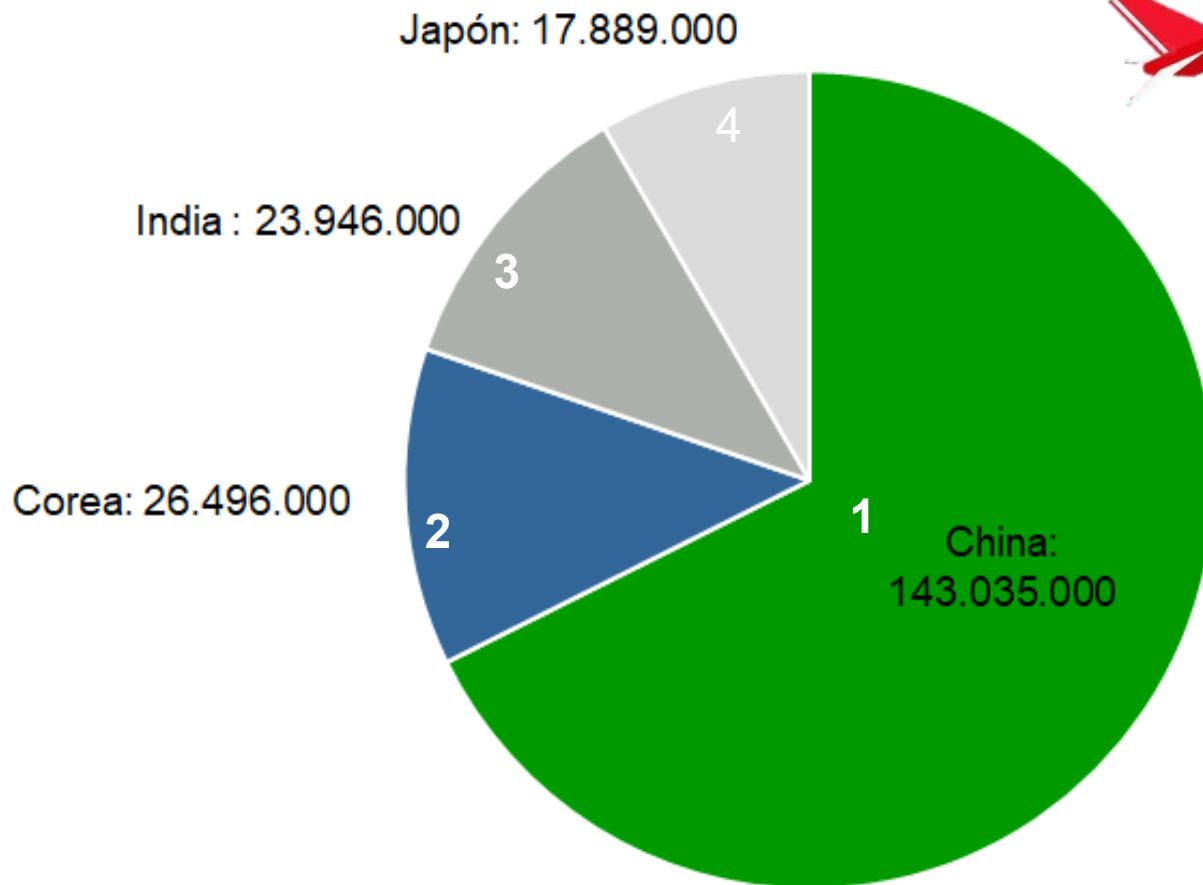
Elaboración Propia : Datos tomados de (OMT,2018)

2. PERFIL Y PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES DE TURISMO ASIÁTICO DE NATURALEZA

PERFIL GENERAL DEL TURISTA ASIÁTICO

PERFIL			PREFERENCIAS
ECONÓMICO	CALIDAD	ACTITUD	
Poder <u>adquisitivo</u> <u>alto-medio</u>	Habituado a servicios de alta calidad	Turista no estacional	Preferencia por el patrimonio cultural, <u>de naturaleza</u> y artístico
	Comparte las quejas en su país de origen	Carácter <u>respetuoso y calmado</u>	Shopping y consumo de lujo
			Gastronomía
			No están interesados en el turismo de sol y playa

SALIDAS DE TURISTAS EN ASIA





CHINA

- **Superficie:** 9.596.960 Km².
- **Población:** 1.395.380 m/h.
- **PIB:** US\$ 13.407.398,0 millones Anual, lo cual represento el 15,8% del PIB mundial;
- **PPP:** USD \$ 18.109,8similar al de México y de Turquía, y superior en 34,7% al obtenido por Colombia. (MINCIT,2019)



KOREA DEL SUR

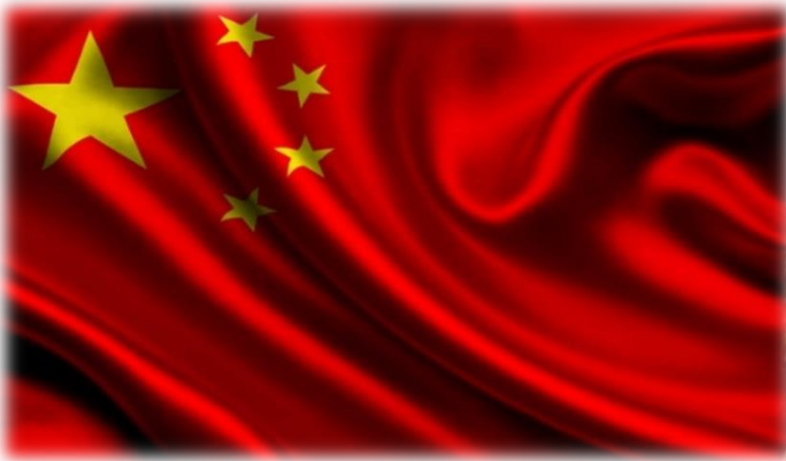
- **Superficie:** 100.363,7 Km²
- **Población:** 51.635.256
- **PIB:** de US\$1.619 miles de millones.
- **PIB per cápita:** corriente se ubicó en US\$31.345,



JAPÓN

- **Superficie :** 377.944 Km²
- **Población:** 127.642.000
- **PIB** corriente (2018): USD 4,971,929.0 millones
- **PPP:** USD 44.229,2 (2018)

PERFIL TURÍSTICO



CHINA

- Percepción de los viajes : Una manera de disfrutar y ganar auténtica experiencia de Vida que comprar un producto.
- Millenials Chinos: Comparir Selfies a través de redes Sociales
- FIT
- Demandan Productos y Servicios más pequeños, personalizados, convenientes y eficientes.
- Compras y es Indispensable el Internet precursores de aplicaciones móviles



KOREA DEL SUR

- PIB Per cápita de 24532 Euros, con gasto promedio por día de 256 Euros, según Banco Mundial.
- Preferencias por viajar en grupo, pero organizados de manera independiente
- Contratos por agencias de Viajes o aplicaciones móviles
- Estancia entre un rango de 7 a 10 días máximo.



JAPÓN

- Gusto por la cultura y el patrimonio que ofrece el país.
- Les llama la atención las grandes montañas
- Sintoísmo
- Les gusta los lugares
- religiosos, patrimonio, cultura finalmente la gran variedad de alimentos.
- Seguridad
- Múltiples experiencias en el menor tiempo posible
- OMIYAGE

CONCLUSIONES

- ✓ La principal procedencia de turismo internacional a Colombia proviene de América y Europa y Asia con solo un 1,9%; mientras que en el mundo la participación del mercado en turismo asiático representa más del 20%, lo que significa que existe una oportunidad para Colombia de motivar el turismo asiático.
- ✓ El turista asiático es un turista que se interesa por la naturaleza, el patrimonio y lo cultural y no por turismo de sol y playa por ejemplo, valora la calidad y es un turista no estacional. Lo último es una fortaleza porque incentiva la industria en épocas no estacionales.
- ✓ El mercado turístico japonés se constituye en una gran oportunidad, teniendo en cuenta su perfil ,preferencia y las buenas relaciones con Colombia.

RECOMENDACIONES

- ✓ El mercado Asiático además de presentarse como una clara oportunidad para el consumo de nuestro turismo, es un mercado que aún no está muy diagnosticado y hay pocos estudios consolidados, lo que se traduce en oportunidades para continuar investigando e incursionar en dicho mercado.
- ✓ Un profesional en negocios Internacionales está en la capacidad y con la formación necesaria para analizar y trabajar en la exportación de servicios, especialmente en la industria de turismo la cual a futuro se vislumbra como una economía fuerte.



Gracias.