

2018: una maleta cargada de buenas previsiones para el turismo

España ha batido su propio récord con la llegada de más de 82 millones de visitantes internacionales en 2017. 7 de cada 10 turistas aseguran que el miedo a sufrir un atentado se ha convertido en su mayor preocupación a la hora de viajar, según una encuesta de World Travel Market. IMF Business School ha realizado un listado con las 3 características claves que se esconden dentro de la maleta del viajero en este nuevo año

No cabe duda: 2017 ha sido un año de grandes éxitos para el turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el sector turístico ha conseguido un aumento del 7% y un total de 1.322 millones de turistas a nivel internacional. Además, las previsiones apuntan que en 2018 el crecimiento se mantendrá con un ritmo de crecimiento de aproximadamente un 5%. Y España ha batido su propio récord con la llegada de más de 82 millones de visitantes internacionales en el último año, según datos del gobierno, lo que la convierte en el segundo país más visitados del mundo.

Es el momento, ahora que la cita mundial sobre turismo por excelencia cierra sus puertas, de hacer balance y analizar las perspectivas que presenta la industria turística en 2018. Para ello, IMF Business School ha realizado un listado con las 3 características claves que se esconden dentro de la maleta del viajero en este nuevo año:

En primer lugar, hablaremos de innovación. La transformación digital ha revolucionado la forma de entender y acceder al mundo del turismo por parte de los viajeros. Y en 2018 seguirá siendo así. De hecho, el 5G o la quinta generación de telefonía móvil aterrizará en el mercado en los próximos meses, aunque algunas compañías de telecomunicaciones aún no han completado el despliegue de 4G en todo el territorio. Ha comenzado la carrera por ser los pioneros en usar esa tecnología, pero no solo el 5G cambiará la forma de acceder al turismo también el desarrollo de chatbots. Los bots se están convirtiendo en el asistente perfecto a lo largo de encontrar y reservar un vuelo o un hotel, resolver dudas durante la estancia y, por supuesto, valorar la experiencia. Tanto es así, que el 50% de los españoles afirma haber utilizado alguna vez uno de estos sistemas informáticos, de acuerdo con el estudio Mobile Travel Report 2017 realizado por Kayak. Cifra que no dejará de incrementarse en 2018.

Además, a esto hay que sumarle la revolución de los asistentes de voz. Casi el 70% de las solicitudes que se realizan al asistente de Google se expresan en lenguaje natural, lo que significa que las personas se sienten más cómodas al tener conversaciones con dispositivos. Y, en concreto, más de 1 de cada 3 viajeros mundiales están interesados en utilizar asistentes digitales para investigar o reservar viajes concretamente para viajes, como afirmó recientemente Oliver Heckmann, vicepresidente de ingeniería de viajes y compras de Google.

Por otro lado, la escuela de negocios señala la seguridad. El turista no sólo busca su viaje a través de nuevas tecnologías buscando vivir una experiencia irrepetible, sino que se preocupa de buscar un

lugar tranquilo en el que sentirse a salvo. Esto ha provocado que el miedo a sufrir un atentado terrorista se haya convertido en la mayor preocupación para 7 de cada 10 turistas, según una encuesta de World Travel Market. Lamentablemente, la incertidumbre con respecto a Cataluña también puede provocar una disminución en el turismo extranjero.

Y, por último, 2018 coincide con la mayoría de edad de una generación de jóvenes que prácticamente han nacido con un smartphone en la mano. Se trata de la Generación Z. Para ellos usar las nuevas tecnologías para consumir, pagar o relacionarse es algo tan natural e intuitivo como respirar. Su impacto sobre la industria turística va a traer una nueva oleada de cambios.

Datos de contacto:

Redacción
695604946

Nota de prensa publicada en: [MADRID](#)

Categorías: [Turismo Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>