vinetur

El futuro del turismo: tendencias y retos para 2024

2024 será sinónimo de continuidad en el crecimiento de un sector que supone el 12% del PIB español

jueves 14 de diciembre de 2023

ESCRITO POR TECH SALES



2024 será un año clave para el turismo nacional e internacional. El próximo ejercicio dibujan un marco esperanzador, tras un 2023 marcado por varios acontecimientos significativos como el crecimiento de la economía global combinado con la inflación y volatilidad, las tensiones geopolíticas (Ucrania-Rusia; Israel-Palestina...), la preocupación por el cambio climático y la adopción de nuevas tecnologías (inteligencia artificial, el blockchain, la ciberseguridad y el 5G).

En clave nacional, 2024 será sinónimo de continuidad en el crecimiento de un sector que supone el 12% del PIB español. Hoy por hoy el turismo español ocupa el segundo lugar en el Top Ten de destinos mundiales que más se ha recuperado tras la pandemia, sólo un punto por debajo de 2019, y con un gasto turístico ya supera en un 15% el de ese ejercicio, debido en parte a la inflación.

Además, desde CESAE Business & Tourism School sostienen que "respecto a septiembre de 2022, el gasto total de los turistas internacionales ha subido un 22,6%: el gasto medio por turista sube un 8% en términos interanuales y el gasto medio diario casi un 9%, subiendo a los 185 euros por turista".

Para la escuela de negocio, "los principales países emisores son Reino Unido, Alemania y Francia, con un 20%, 13% y 7%, respectivamente; mientras que los destinos con mayor peso en el gasto son Baleares, Cataluña y Andalucía, con un 22%, 19% y 15% respectivamente, con un aumento en tasa anual respectivo también del 19%, 15% y 35%".

Desde CESAE Business & Tourism School, el centro de estudios de negocio y turismo añaden, además, 4 claves que determinarán el sector turístico en el 2023:

1. **La contratación de personal**, sobre todo base, está siendo un reto importantísimo en el sector. Hay dificultades en todas las posiciones y va a ponerse sobre la mesa la necesidad de resolver la situación y renovar los convenios en el ámbito político y de los agentes sociales.
2. **Todas las previsiones indican que España seguirá siendo el destino preferido por los turistas mundiales.** Todos los presupuestos se han hecho ya al alza.

3. **En España se consolida el 'upgrade país'**: siguen subiendo los precios, aunque la tendencia se desacelera.
4. **Sigue la tendencia mundial alcista** en los viajes de turismo como preferencia de la población, cada vez más prioritaria. Un ejemplo claro es el británico.
5. **El cambio de modelo en la comercialización se acentuará.** La pandemia ha provocado un cambio en el modelo de negocio, con una notable pérdida de peso de la turoperación a favor de la comercialización directa por los hoteles, que deja mayores márgenes para el hotel.
6. **La eco-sostenibilidad como tendencia de viaje.** Sin duda, y cada vez con mayor protagonismo. Es una tendencia generacional y seguirá subiendo en la próxima década.
7. **Evolución del turismo MICE, al alza y con niveles récord.** Las últimas evaluaciones marcan a Madrid como destino MICE preferente en el mundo, por ejemplo. Se prevé que en 2023 se alcancen los 12.100 millones de euros, un nivel récord respecto a 2019, y su gasto medio por viajero MICE sube a 335 euros (2019: 319 euros). Las perspectivas a futuro, dado el incremento de la fuerza de la marca España y de los esfuerzos que se están haciendo por la digitalización y la mejora de la propuesta de valor, indican que en 2024 el comportamiento del sector va a ser al alza. Los indicadores principales ya indican que se superarán los niveles prepandemia.
8. **La IA seguirá avanzando y adaptándose al sector.** Su papel cada vez es más relevante. Los chatbots están mejorando y agilizando los servicios. Parece inminente el impacto de los vehículos autónomos como solución al turismo, además de la reducción del impacto ambiental que aportan, ya que los vehículos impulsados por IA son más eficientes energéticamente. Las aerolíneas la están utilizando para mejorar el servicio a los viajeros, personalizarlo y enfocarlo a su satisfacción anticipando preferencias y necesidades. Además, la aplicación cada vez mayor en ciudades inteligentes también está mejorando mucho la experiencia del viajero.