

## Una Radiografía de Turismo de Aventura

Para cada empresa turística y autoridad responsable para la organización y promoción de un destino turístico, es esencial conocer y entender las necesidades, preferencias y tendencias de su mercado objetivo para poder tomar decisiones sobre el desarrollo y marketing de sus productos y servicios.

Es importante señalar que aunque el Turismo de Aventura está reconocido como un segmento importante y creciente, información primaria que cuantifique el tamaño de este mercado y su comportamiento es limitada. Como resultado de una investigación y levantamiento de informes y estudios directamente relacionados con Turismo de Aventura, aquellos que presentaron mayor relevancia fueron elaborados por la Universidad de George Washington en asociación con la Asociación de Empresas Asociadas al Viajes de Aventura (*Adventure Travel Trade Association - ATTA*) y Xola Consulting, todas radicadas en Estados Unidos. A continuación se presentan los principales resultados de estos trabajos.

### ¿Qué es Turismo de Aventura?

Según la ATTA, se puede clasificar un viaje como “aventura” si incluye dos de los siguientes elementos: actividad física, intercambio cultural e interacción con el medio ambiente.

#### Componentes de un Viaje de Aventura



Turistas de Aventura buscan de sus vacaciones explorar nuevos lugares, pasar tiempo en la naturaleza, participar en actividades emocionantes, empujar sus límites físicos y conectarse con la autenticidad de la gente y comunidad local. Las actividades que realizan durante sus viajes pueden ser clasificadas como “soft” o “hard”.

#### Ejemplos de Actividades de Aventura

ACTIVIDAD	SOFT	HARD
Senderismo (Trekking)	X	
Contemplación de Paisajes	X	
Fotografía	X	
Cabalgatas	X	
Camping	X	
Ascenso en Volcanes		X
Escalar / Montanismo		X
Mountain Bike	X	X
Raid 4 x 4		X
Raid Moto		X
Sandboard	X	
Expediciones Arqueológicas	X	
Observación de Flora y Fauna	X	
Buceo		X
Surf/Kite surf/ Bodyboard	X	X
Kayak del Mar	X	X

Aventura como motivador principal de un viaje está aumentando en su atractivo a turistas de todos los continentes, abriendo oportunidades para tener experiencias vivenciales, una mayor apreciación para el entorno natural y su fragilidad, y una relación más cercana con la gente y cultura local.

## ¿Cuáles son los Destinos más destacados para el Turismo de Aventura?

El punto de referencia más válido en la clasificación de destinos de Turismo de Aventura es el Índice de Desarrollo del Turismo de Aventura 2010 (*Adventure Tourism Development Index - ADTI*<sup>1</sup>). El ADTI es un ranking de potencial de Turismo de Aventura para países del mundo elaborado sobre principios sustentables y calculados sobre la base de una encuesta aplicada a 300 expertos en el segmento y data cuantitativa recopilada de índices internacionales.

Se dividen los rankings en dos categorías: países desarrollados y países en desarrollo, según la designación de las Naciones Unidas, y el ADTI del año 2010 incluyó 28 países desarrollados y 165 en desarrollo. Los top diez países en cada categoría están presentados en la siguiente ilustración.

### Resumen de los Rankings – ADTI 2010

#### Developing Countries

2010	2009	2008
Israel	Slovak Republic	Estonia
Slovak Republic	Israel	Chile
Chile	Czech Republic	Slovak Republic
Estonia	Estonia	Czech Republic
Czech Republic	Slovenia	Hungary
Bulgaria	Chile	Botswana
Slovenia	Bulgaria	Bulgaria
Jordan	Latvia	Jordan
Romania	Botswana	Latvia
Latvia	Lithuania	Uruguay

#### Developed Countries

2010	2009	2008
Switzerland	Iceland	Switzerland
Iceland	Switzerland	Sweden
New Zealand	New Zealand	New Zealand
Canada	United Kingdom	United Kingdom
Germany	Australia	Spain
Sweden	Luxembourg	United States
Ireland	Denmark	Norway
Norway	Ireland	Germany
Finland	Germany	Iceland
Austria	Spain	France

Chile, categorizado como país en desarrollo logró una segunda posición en el ranking en el año 2008, descendiendo a sexta posición en el año 2009 y terminando en tercera posición en el año 2010. Entre su competencia más directa figuran Estonia, República Eslovaquia, Israel y República Checa, todos países europeos. Cabe señalar que ningún otro país sudamericano se presenta entre las diez primeras posiciones, categoría país desarrollado o en desarrollo, indicando el liderazgo de Chile en el segmento de Turismo de Aventura en la región. Se puede asociar el alto ranking de Chile en este Índice a las siguientes razones: cantidad y calidad de los recursos naturales; normas y

<sup>1</sup> Fuente: Universidad de George Washington en asociación con La Asociación de Empresas Asociadas al Viajes de Aventura (*Adventure Travel Trade Association - ATTA*) y Xola Consulting

políticas que regularizan el desarrollo turístico, un alto de nivel de emprendimiento empresarial en el segmento y buen nivel de seguridad asociada a la realización de las actividades.

### **Tamaño y Características del Mercado de Turismo de Aventura**

El Informe del Mercado de Turismo de Aventura<sup>2</sup> compone los resultados y conclusiones de un estudio realizado en tres regiones, Europa, Latinoamérica y Norteamérica, las cuales representan 70% de las salidas internacionales según la UNWTO, enfocado en comportamiento histórico, actual e intencionado con información psicográfica y demográfica.

#### **Tamaño del Mercado**

- El mercado está valorizado en US\$89 mil millones (año 2009) con una tasa de crecimiento anual estimado en 17% (dic. 2009 a dic. 2010).
- 26% de viajeros participan en algún tipo de actividad asociada a Turismo de Aventura.
- 16% de las salidas internacionales de estas tres regiones fueron por Turismo de Aventura.
- Este es un segmento muy resistente y sigue creciendo a pesar de las crisis económicas.
- El viajero que participa en Turismo de Aventura "Soft" gasta más por viaje (sin incluir el pasaje aéreo).
- Todos los turistas de aventura registran un alto gasto en equipamiento y accesorios previo al viaje.

#### **Claves para Destinos**

- Seguridad y responsabilidad, impacto e interacción con el medio ambiente.
- Destinos en desarrollo deben enfocarse en sus ventajas competitivas y usar recursos de la manera más eficiente e innovadora con el fin de desarrollar y promover productos y servicios deseables y rentables.
- Estos esfuerzos deben ser liderados y guiados por políticas prácticas y coordinadas.
- Muchos viajeros de aventura buscan destinos y actividades nuevas y únicas, y están dispuestos a aceptar limitada infraestructura con la promesa de una experiencia excepcional y auténtica.
- Los destinos más demandados por turistas de aventura coinciden con los países que figuran en el Índice de Turismo de Aventura.

#### **Perfil del Turista de Aventura**

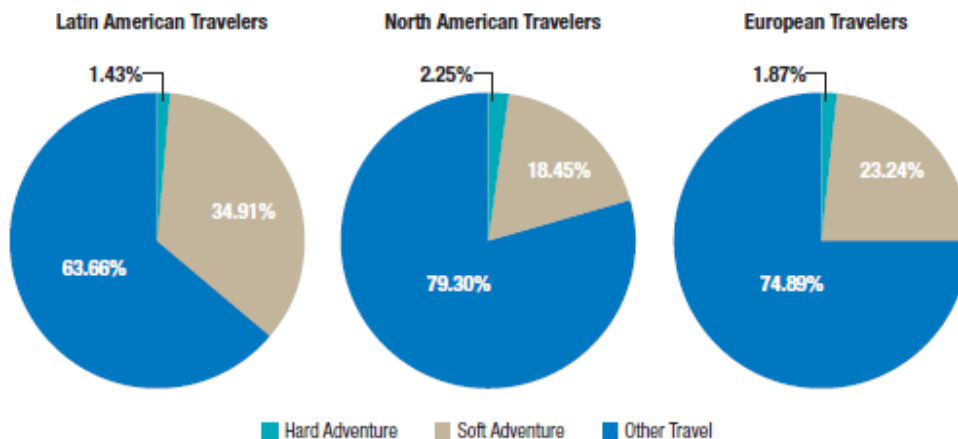
- Son hombres, mujeres, solteros y casados en igual proporción.
- La edad promedio de un turista de aventura es 35 años comparado con un turista recreativo que es 42 años.
- Los turistas más jóvenes tienden a organizar sus propios viajes y usar sitios de camping o hostales más que hoteles, mientras los adultos sobre 40 años organizan sus viajes a través de operadores y optan por alojarse en hoteles.
- Sobre 60% de turistas aventureros cuentan con educación superior.

---

<sup>2</sup> Elaborado por la Universidad de George Washington en asociación con La Asociación de Empresas Asociadas al Viajes de Aventura (*Adventure Travel Trade Association - ATTA*) y Xola Consulting,

- La mayoría de los turistas realizan investigación online (35%) previo a planificar un viaje, junto con consultar a familia y amigos.
- Cuando realizan investigación en Internet, la mayoría de turistas usan el buscador Google, ingresando términos genéricos, tales como nombres de destinos. Sobre 30% visitan el portal turístico oficial y cerca de 20% usan medios sociales para buscar información sobre un destino, leyendo blogs, sitios de evaluación (*Tripadvisor*) o mirando fotografías de amigos (*Facebook*).
- Registran un alto gasto en equipamiento y accesorios previo al viaje.
- La duración promedio de un viaje de aventura es entre 7 y 8 días.
- Gastos promedio por viaje de aventura soft (sin pasajes aéreos) son US\$822 y de aventura hard son US\$ 462.
- **Aventura Soft:**
  - Constituye el motivo de viaje en 25% de todos los viajes realizados.
  - Incluye la práctica de distintas actividades y en distintos destinos.
  - Turistas de aventura soft son un mercado importante, debido a que gastan más por viaje (sin incluir el pasaje aéreo), tienen más interés por practicar distintas actividades y distintos destinos, en relación a los viajeros de aventura hard, y reaccionan mejor a acciones de marketing enfocadas.
  - Comparado con Norteamericanos y Europeos, los Latinoamericanos realizan más viajes de aventura soft, con un 35% del total número de viajes realizados.
- **Aventura Hard:**
  - Actividades en esta categoría de aventura son, en general, de alto riesgo y requieren un alto nivel de capacidad especializada.
  - Constituye el motivo de viaje en 2% de todos los viajes realizados.
  - En Europa los aventureros hard tienden a ser alemanes.

Distribución de Viajeros por Continente y Categoría de Viaje



Elaborado por: Joanne Ellis