

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI**

**Tanıtma Genel Müdürlüğü**

**LATİN AMERİKA PAZAR RAPORU**

**YÜRÜTÜLEN FAALİYETLER, HEDEF VE STRATEJİLER**

**(BREZİLYA- ARJANTİN- KOLOMBİYA)**

**Temmuz, 2018**

## İçindekiler

1.LATİN AMERİKA TURİZM PAZARI ÖZET BİLGİLER.....	2
A. BREZİLYA .....	2
A.1. Genel Bilgiler .....	2
A2. Brezilya Pazarına Genel Bakış.....	5
A.3. Brezilyalı Turist Profili .....	5
A.4. Brezilya'dan Türkiye'ye Gelen Turistler .....	13
B. ARJANTİN .....	15
B.1. Genel Bilgiler.....	15
B.2. Arjantin Pazarına Genel Bakış.....	17
B.3. Arjantinli Turist Profili .....	19
B.4. Türkiye Pazarında Arjantinli Turist.....	25
C. KOLOMBİYA.....	27
C.1. Genel Bilgiler.....	27
C.2. Kolombiya Pazarına Genel Bakış.....	30
C.3. Kolombiya Turist Profili .....	31
C.4. Türkiye Pazarında Kolombiyalı Turist.....	35
2. YÜRÜTÜLEN FAALİYETLER .....	36
2.A. BREZİLYA.....	36
2.B. ARJANTİN.....	47
2.C. KOLOMBİYA .....	54
3. PAZAR HEDEFLERİ VE STRATEJİLER.....	57
3.A. Kısa ve Uzun Vadeli Hedefler .....	57
3.B. Kısa ve Uzun Vadeli Stratejiler.....	58
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	60
Brezilya.....	60
Arjantin.....	62
Kolombiya .....	63

## 1.LATİN AMERİKA TURİZM PAZARI ÖZET BİLGİLER

### A.BREZİLYA

#### A.1 Genel Bilgiler

<b>Ülke Nüfusu</b>	208,572,124Milyon <i>Kaynak: IBGE (Brezilya Coğrafya ve İstatistik Enstitüsü )</i>
<b>Başlıca Özerk Bölge Başkentleri ve Nüfusları</b>	Brezilya da 26 eyalet olmakla birlikte önemli eyaletler: Sao Paulo( 45 094 866) %21,7 Minas Gerais (21 119 536) %10,2 Rio de Janeiro (16 718 956)%8,1 Bahia (15 344 447) %7,4 Rio Grande de Sul (11 322 895 )% 5,5 Paraná (11 320 892) %5,5 Pernambuco (9 473 266) % 4,6 <u>Ceará</u> (9 020 460 ) %4,4
<b>Turizm Amaçlı Yurt Dışına Çıkan Kişi Sayısı</b>	9,469,099 (2015) Kaynak: Turizm Bakanlığı
<b>Tercih Edilen Ülkeler</b>	Amerika Birleşik Devletleri Arjantin Fransa Portekiz Uruguay İspanya

	Avrupa Ülkeleri Uzak Doğu Ülkeleri Kaynak: OECD										
<b>Yurtdışına Çıkışlarda Tercih Edilen Ülkelerle İlgili Açıklama</b>	Amerika Birleşik Devletleri, Arjantin, Fransa, Portekiz, Uruguay, İspanya Brezilyalıların en fazla seyahat ettikleri ülkeler arasında yer almaktadır.										
<b>Türkiye'ye Gelen Kişi Sayısı ve Değişim Oranı</b> <i>(Bakanlığımız İstatistiklerine Göre)</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2016/2015</th> <th>2017/2016</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>85.474</td> <td>42.530</td> <td>49.754</td> <td>- % 50,24</td> <td>+ %16,99</td> </tr> </tbody> </table>	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016	85.474	42.530	49.754	- % 50,24	+ %16,99
2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016							
85.474	42.530	49.754	- % 50,24	+ %16,99							
<b>Turizm Otoriteleri ve Organizasyonlar</b>	Turizm Bakanlığı, BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo ( Brezilya Tur Operatörleri Birliği)WTM Turizm Fuarı Latin Amerika'nın turizm alanındaki en büyük fuarlarından biridir.										
<b>Önemli Basın Yayın Organları</b> <i>(En çok okunan gazeteler, en çok izlenen TV kanalları, en çok ziyaret edilen internet siteleri vb.)</i>	Gazeteler: Super Notícia, O Globo, Folha De S. Paulo, O Estado de Sao Paulo. TV Kanalları: Record TV,Globo,SBT, Banderantes,Rede TV. Dergiler:Veja,Epoca,Cara,Quem										
<b>Yurtdışı Çıkışlardaki Seyahat Motivasyonları</b>	Kültür, Alışveriş, İnanç Turizmi										
<b>Tatil İçin Tercih Edilen Aylar/Dönemler</b>	Genelde okulların tatil olduğu Aralık- Şubat dönemi ve Haziran-Temmuz dönemi										

<b>Tercih Edilen Konaklama Türü</b>	Otel konaklaması tercih edilmektedir.
<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	7-14 gün
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepleri</b>	Kültür, tarih, deniz, gastronomi, alışveriş, inanç turizm
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	İstanbul, Kapadokya, İzmir(Efes-Selçuk), Pamukkale, Bodrum
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	Kültürel miras, Gastronomi, Alışveriş
<b>Tercih Edilen Rezervasyon ve Seyahat Türü</b>	%40 Seyahat acenteleri aracılığıyla paket tur, %60 bireysel /bağımsız seyahatler gerçekleşmektedir.
<b>İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri</b>	İstanbul –Sao Paulo arasında haftanın yedi günü THY'nin direk seferleri mevcuttur. Yolculuk yaklaşık olarak 12-13 saat sürmektedir. Bunun yanında aktarmalı olarak; Air Europa,Air France,Avianca,British Airways, Condor,Copa,Lutfansa,Airlines,Emirates,Royal Air Moroc, Tap Portugal,Swiss,Qatar ,KLM hizmet vermektedir.
<b>Türkiye Destinasyonuna Çalışan ve Pazarı Yönlendiren Tur Operatörleri (Türk olanlar varsa belirtilerek)</b>	CVC, Shultz, Agaxtur Viagens, Ancoradouro Turismo, Flytour Operadora, GapNet,Teresa Perez, Soft Travel,Marsans,Flot,ADV Tour,Abreu Tour, Orinter, Tour Trend Operadora
<b>Tur Operatörlerinin Ülkemize Gönderdiği Kişi Sayısı</b>	Ortalama olarak 25,000 (2016), yaklaşık 30,000 (2017)

## A.2. Brezilya Pazarına Genel Bakış

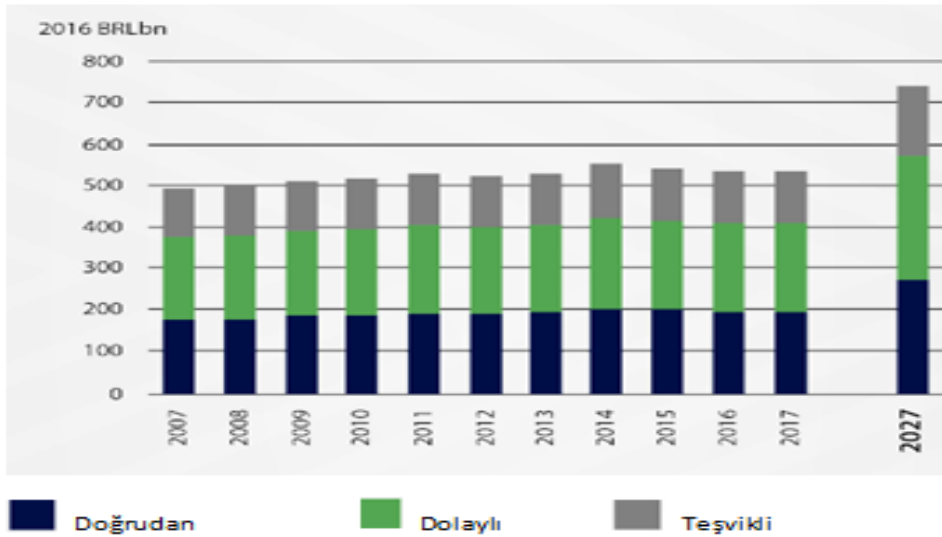
Dünya Turizm & Turizm Konseyi (WTTC) raporuna göre turizm sektörünün Brezilya ekonomisine katkısı 2016 yılı için 61,9 milyar Dolar'dır. Bu tutar toplam GSMH'nin % 3,2'sini oluşturmaktadır. 2018 yılı için % 0,5 büyüme beklenmekte ve bu büyüme eğiliminin 2027 yılına kadar aynı şekilde devam edeceği öngörülmektedir. Bu nedenle de ekonomik büyümenin 2027 yılında % 3,4 olacağı öngörülmektedir.

Turizm sektörünün iş piyasasına yapmış olduğu katkıya bakacak olursak, turizm sektörü doğrudan 2.530.000 kişiye iş imkanı yaratmaktadır. Bu oranın gelecek 10 yıl içerisinde 3.272.000 kişi olacağı düşünülmektedir. İş gücüne dolaylı katkısının yaklaşık 7.003.000 kişi olduğu belirtilmektedir.

Brezilya'yı 2015 yılında toplam 6.3 milyon ve 2016'da ise 6.6 milyon yabancı turist ziyaret etmiştir.

Brezilya'ya gelen ziyaretçiler 7.3 milyar Dolar döviz bırakmaktadırlar. Bu tutar toplam ihracatın % 2,9 'una denk gelmektedir.

### Turizm Sektörünün GSMH'ye Katkısı

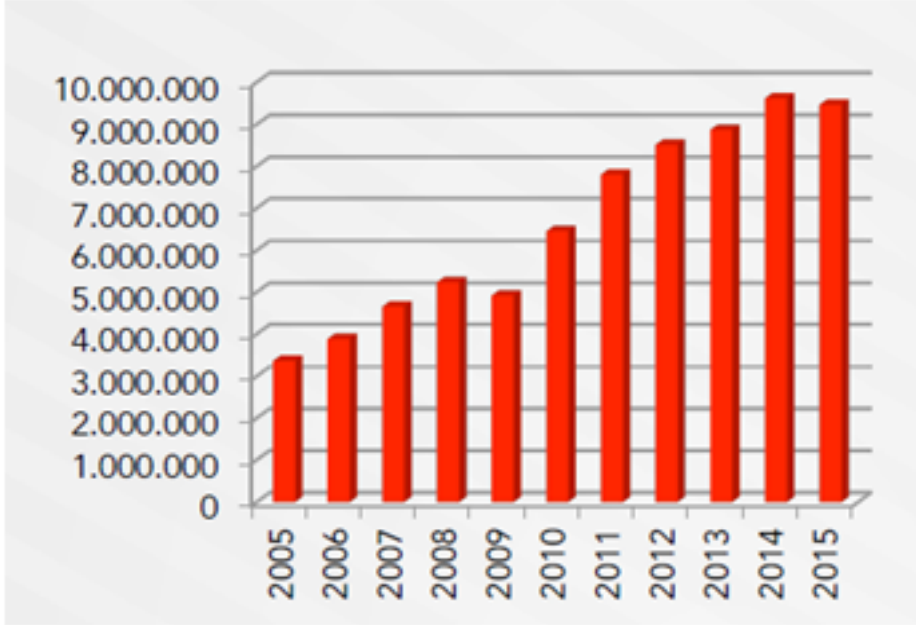


## A.3. Brezilyalı Turist Profili

Brezilya'dan diğer ülkelere giden ziyaretçi sayısı son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Daralma göreceli olarak sadece krizden önceki 2009 yılında ve 2015 yılı içerisinde gerçekleşmiştir. Brezilyalıların harcamaları 2017 yılının ilk döneminde 8.8

milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu harcama geçen seneye göre % 34,8 oranında büyümüştür. Bu büyüme 2016 yılının aynı döneminde 3,58 olan paritenin 2017 yılının aynı döneminde 3,24 olması ile doğru orantılı olarak gerçekleşmiştir.

### Diğer Ülkelere Seyahat Eden Brezilya'lı Turist Sayısı



Yukardaki grafikten de görüldüğü üzere tatil amaçlı yurt dışına çıkan Brezilyalı turistlerin sayısı yıllara göre istikrarlı bir artış göstermektedir. Brezilya Turizm Bakanlığı verilerine göre 2015 yılında 9.469,099 Brezilyalı yurt dışı tatili yapmıştır.

### Brezilya'lı Turistlerin Seyahat Ettiği Ülkeler

Emisión de viajeros	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*
Estados Unidos	1.791.103	2.060.291	2.087.422	2.047.761	2.039.634	2.053.095	2.093.301
Argentina	1.217.000	1.349.000	1.418.000	1.398.000	1.397.000	1.404.000	1.423.000
Portugal	865.277	936.575	996.243	991.499	986.399	992.410	1.006.866
Italia	69.611	679.996	701.952	698.030	693.260	699.097	715.948
Francia	638.716	662.568	675.039	682.817	679.981	694.490	711.744
España	445.046	429.203	439.967	444.324	442.328	448.757	458.229
Uruguay	396.828	404.027	412.668	409.967	409.607	411.491	418.822
Chile	37.384	395.864	404.246	398.168	396.689	406.302	421.360
Alemania	255.679	267.729	283.412	287.596	285.652	297.325	309.017
Reino Unido	2.595	257.222	277.905	282.719	280.842	285.324	292.739

ABD ve komşu olarak yakınlığı nedeniyle Arjantin, Brezilyalı turistlerin en çok seyahat ettikleri ülkelerdir. Bu iki ülkeyi sırasıyla Portekiz, İtalya, Fransa, İspanya, Uruguay ve Şili takip etmektedir.

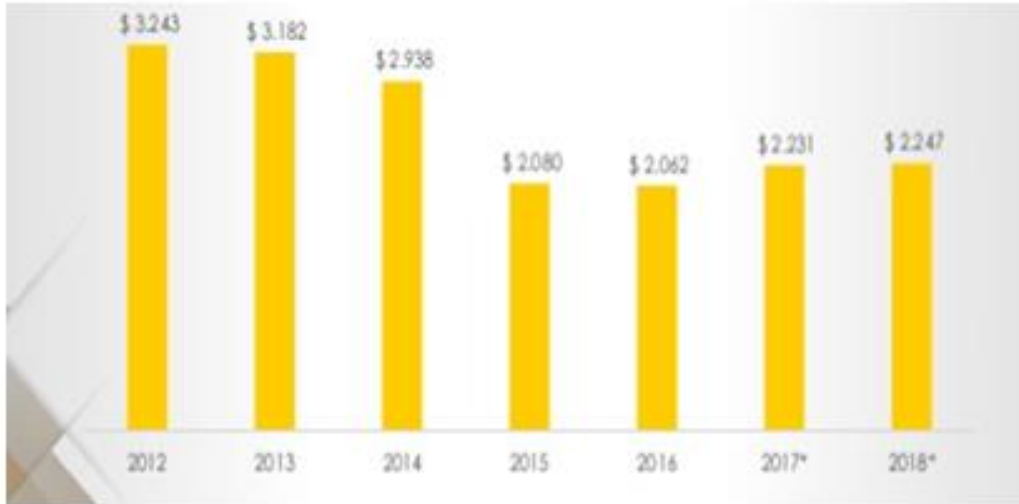
### **6115 adet Brezilyalı turistle yapılan ve bunların:**

- % 62'si evli
- Evlilerin % 50'si çocuklu
- % 48'i A segment sosyal sınıfta ve % 47'si B segment sosyal sınıfta yer alan
- % 41'i yılda en az 3 kere seyahat eden

kişilerden oluşan "**Brezilyalı Turist Kimdir**" adlı araştırmaya göre: Brezilyalı turistler seyahate önceden karar vermekte ve bunların % 34'ü siteler ile bloglardan ve % 13'ü tur operatörlerinden bilgi araştırması yapmaktadır.

Travel Hacker 201 adlı yayının KAYAK verilerinden elde ettiği bilgilere göre Brezilyalı turistlerin en çok seyahat ettiği şehirler sırasıyla: Sao Paulo (Brezilya), Rio de Janeiro (Brezilya), Miami , Orlando (USA), Fortaleza (Brezilya), New York (USA), Salvador (Brezilya), Recife (Brezilya), Lizbon (Portekiz) ve Buenos Aires'dir (Arjantin)

### **Brezilyalı Turistlerin Yurtdışı Harcamaları (Kişi başı,\$)**

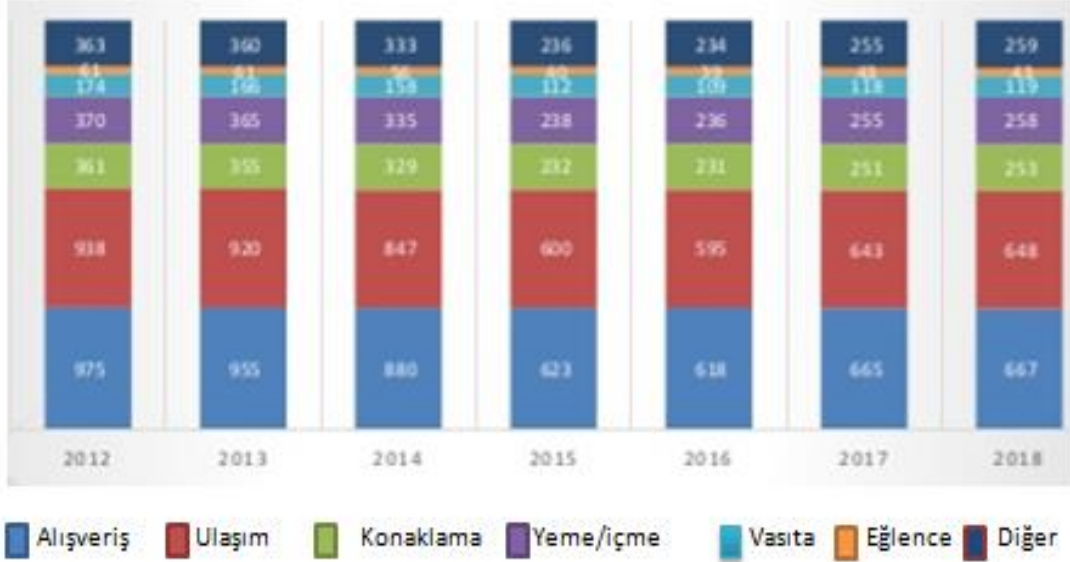


Brezilyalı turistlerin yurtdışında gerçekleştirdiği harcamalara baktığımızda bunun ekonomik konjonktürle doğru orantılı olduğunu görüyoruz. Harcamalar ekonomik kriz dönemlerinde düşmektedir. Yine de harcama eğilimlerin oldukça yüksek olduğu ve bunun



ekonominin toparlanmaya başlamasıyla birlikte yükseleceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Kişi başı harcamaları 2018 yılı itibariyle 2247 Dolar'dır.

### Brezilyalı Turistlerin Yurtdışı Seyahatleri Harcamalarının Dağılımı (\$)



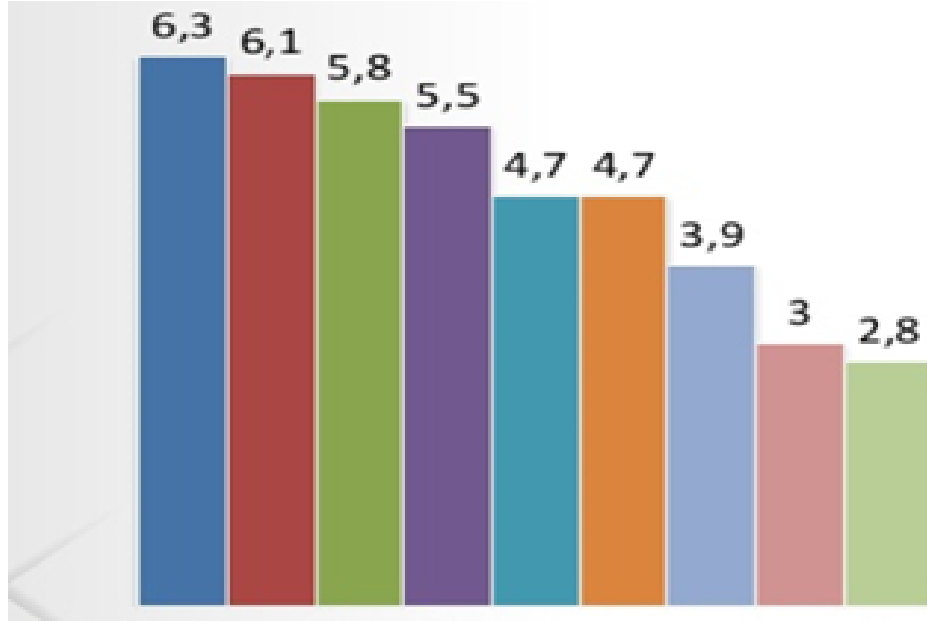
Kişi başı harcamaları ortalama 2247 Dolar olan Brezilyalı turistler bu harcamının en büyük kısmını alışveriş, ulaşım ve konaklamaya ayırmaktadır. Bunu yeme içme, transferleri ve eğlence takip etmektedir.

### Brezilyalı Turistlerin Seyahat Rezervasyonu



%40'lık bir oran seyahatine son 3 ay içerisinde, % 20'lik bir oran ise son 3- 6 içerisinde karar vermektedir. Son dakikacıların oranı ise oldukça düşüktür. Sonuç olarak Brezilyalı turistlerin %60'lık kısmı 6 ay önceden seyahatine karar vermektedir.

#### Brezilyalı Turistlerin Seyahat Motivasyonunu Etkileyen Faktörler

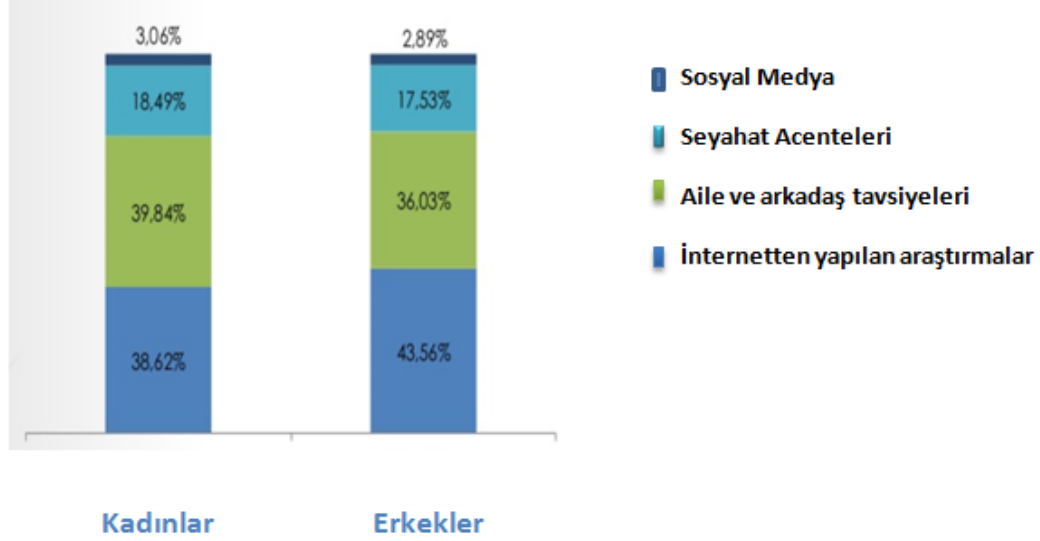


Motivasyon oranı 0-10 olarak belirlenmiştir.

- Yeni kültürleri öğrenmek ve yeni yerler keşfetmek
- Yaşamı için çok önemli olan bir yere gitmek
- İnternet kullanarak kolayca rezervasyon yapabilmek
- Bir destinasyon farklı yerlerini/bölgelerini görmek
- Çalışma şartları/sözleşmelerinin yıl içerisinde seyahat imkanlarını kısıtlayabilmesi
- Seyahat rezervasyonlarının telefonla ya da acentalar aracılığı ile yapılabilmesi
- Ailesel yükümlülüklerin yıl içerisinde seyahat imkanlarını kısıtlayabilmesi
- Seyahat yaparken bekleme, havaalanı protokolleri, kötü uçuş şartları
- Tren, uçak ya da gemi yerine arabayı tercih edebilme

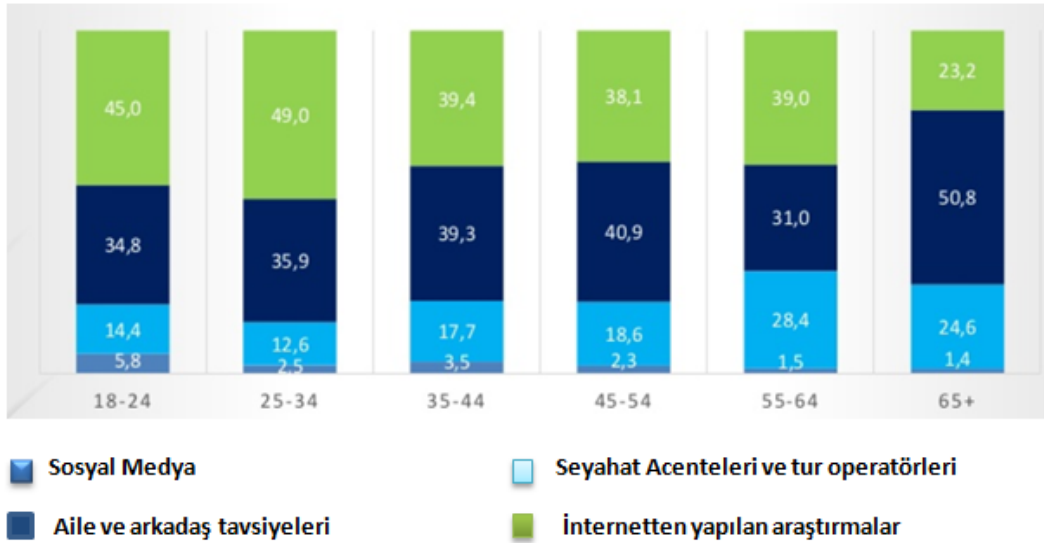
Yeni kültürleri öğrenmek / keşfetmek, çok sevdikleri bir yere gitmek, internetin sağladığı kolay rezervasyon ve tatil imkanları ve yeni coğrafyaları keşfetmek başlıca seyahat motivasyonları arasında bulunmaktadır.

### Destinasyon seçimi ile İlgili Faktörler (%)



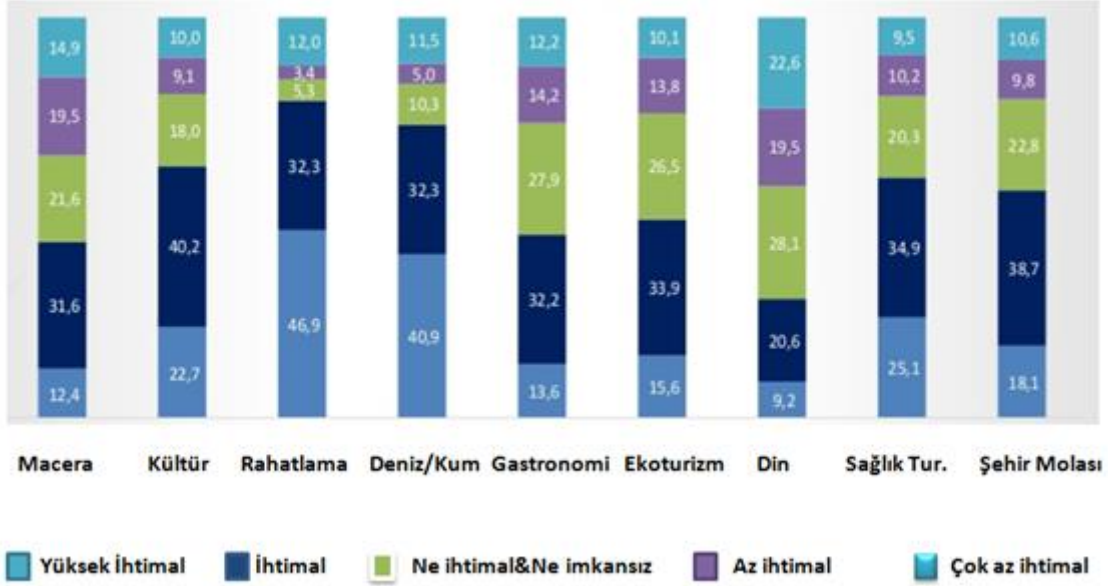
Tatil seçimleri yaparken internet araştırmaları, arkadaş tavsiyesi ve acentaların yaptığı bilgilendirme temel etkileyici faktörlerdir.

### Yaş'a Göre Destinasyon Seçimi ile İlgili Faktörler



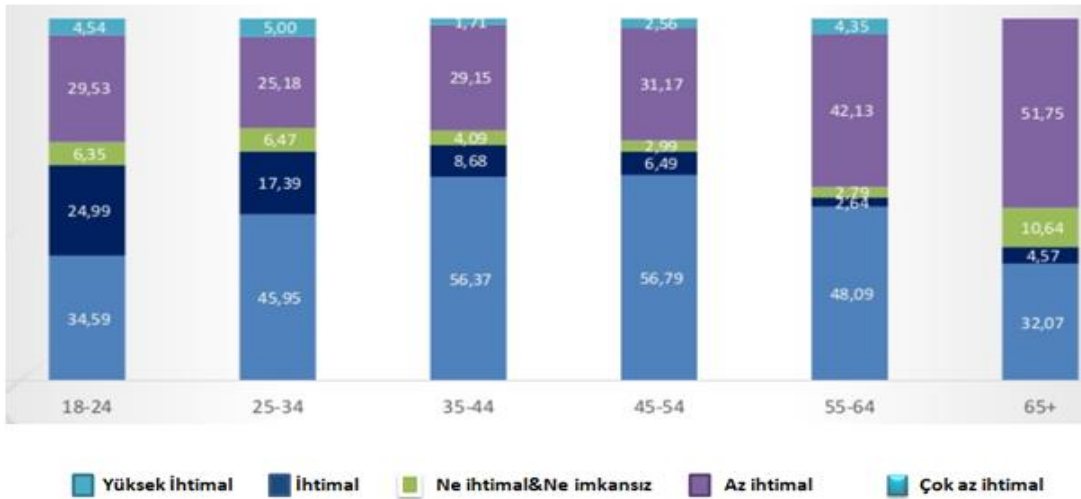
Yukarıdaki grafik incelendiğinde sırasıyla internette yapılan araştırmalar ve arkadaş tavsiyelerinin tercihlerde en etkileyici unsurlar olduğu gözlemlenmektedir.

### Brezilyalı Turistlerin Turizm Seçim Olasılıkları



Dinlenme, deniz-kum-güneş, sağlık turizmi, kültür ve şehir turizmi başlıca tercih ettikleri tatil türleridir.

### Brezilyalı Turistleri Yaşa Göre Seyahate Çıkma Olasılıkları



Yukarıdaki grafikte de görüldüğü üzere 18-24, 25-34 ve 45-54 yaş aralığı en çok seyahate çıkma eğilimi olan yaş gruplarıdır.

## **Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişim:**

Brezilyalı turist seyahat ettiği ülkelerde ya da şehirlerde o yerin kültürünü öğrenebilmek için şehirlerin yaşam tarzlarına / kültürlerine uygun biçimde davranmaya çalışmaktadır. Alışveriş yapma tarzı da bu yönde değişmektedir. Daha önceleri seyahat acentelerinden bilgi elde edilmesi yaygınken şu anda bilgi edinme ağırlıklı olarak internet üzerinden sağlanmaktadır. Brezilya'da E-ticaret yapan EBIT isimli şirketin bildirdiğine göre internet üzerinden yapılan tüm rezervasyonlar (otel, araba kiralama, paket vs) toplamı 2016 yılı için 9,3 milyar dolara ulaşmıştır.

## **Brezilya Ana Turizm Operatörleri:**

### **1- CVC ( [www.cvc.com.br](http://www.cvc.com.br) )**

- 2016 yılı satışı 2.75 milyar dolar
- Ülke genelinde 1.100 şubesi var
- 2016 yılında tek başına 3.9 milyon yolcu taşıdı
- Brezilya'nın en değerli 22. markası durumunda

### **2- Trend Operadora ( [www.trendoperadora.com.br](http://www.trendoperadora.com.br) )**

- Ülke içinde ve dışında 150 otele sahip
- Son dönemde CVC tarafından satın alındı
- Yıllık geliri 375 milyon dolar
- En büyük özelliği seyahat acenteleri için özel satışlar yapabilmesi

### **3- Flytour Gapnet ( [www.flytourgapnet.com.br](http://www.flytourgapnet.com.br) )**

- Ülke genelinde 6.000 den fazla acente ile çalışıyor
- İleri teknoloji ve kaliteye önem veren bir şirket
- Brezilya turizm sektörünün 4. büyük şirketi
- Latin Amerika pazarının en büyük uçak bileti tedarikçisi
- Gapnet ile son dönemde birleşme sağladı
- 2016 yılı geliri 1.7 milyar dolar

#### **4.Uluslararası alanda çalışan diğer tur operatörlerinin isimleri şunlardır:**

Abreutur, Aerop, Agaxtur Viagens, Ait, Bancorbrás, BRT Operadora, BWT Operadora, Century Travel, CT, E-Htl Viagens On-line, Flot Viagens, Interep, Interpoint, JVS, Latam Viagens, Litoral Verde Viagens, Lusanova Tours, MGM, New Age, Orinter Tour & Travel, Queensberry, Raidho, RCA, Schutz, Snow, Trade Tours, Transmundi, TT Operadora Lufthansa City Center, Turnet, Visual Turismo and Voetur.

#### **A.4 Brezilya'dan Türkiye'ye Gelen Turistler:**

2017 yılında Brezilya'dan Türkiye'ye toplam 49.754 turist gelmiştir. Brezilya Türkiye'nin turist profili içerisinde 66. sırada yer almakta olup, Güney Amerika'da 1. Sırada yer almaktadır.

Güney Amerika ülkeleri ile kıyaslama yaptığımızda Arjantin 25.921 kişi ile 63. sırada, Kolombiya 12.949 kişi ile 75. sırada, Şili 85. ve Venezuela 86. sırada bulunmaktadır.

#### **Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Brezilyalı Turist Sayısı ve Değişim Oranı**

<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018 Ocak- Haziran</b>	<b>2016/2015</b>	<b>2016/2017</b>	<b>2017/2018 Ocak- Haziran</b>
85.474	42.530	49.754	33.463	-%50.24	%16.99	%75,11

#### **Türkiye'deki Ürün ve Destinasyon Tercihleri:**

Brezilyalılar tarafından en çok ziyaret edilen destinasyonlar İstanbul ve Kapadokya olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortalama konaklama süreleri 5-7 gün arasında değişmektedir. Fakat daha uzun kalmak istediklerinde diğer destinasyonları da ziyaret etmek istemektedirler. Bu destinasyonlar; Çanakkale (Truva), Pamukkale, Antalya ve Bodrum' dur. Bu durumda 12 günlük paketleri tercih etmektedirler.

Seyahatlerinde kültürel öğelere yoğunlaşmaktadırlar. Özellikle pazarlar, camiler, doğal güzellikler ve balonla gezilere çok ilgi göstermektedirler.

Din turizmi ayrıca büyüyen bir sektördür. Özellikle Hristiyan tarihini yakından incelemek istemektedirler. Kapadokya bölgesi bu sebepten büyük ilgi görmektedir.

Brezilya'da Türkiye satışlarının artmasına neden olan bir diğer faktör ise Salve Jorge adlı dizidir. 2012 – 2013 yıllarında gösterilen bu dizinin büyük bir bölümü Kapadokya'da çekilmiştir. Dizide Efes, İstanbul ve Kapadokya ile ilgili birçok görüntü yer almıştır.

*Türkiye'ye giden turist profiline baktığımızda çok seyahat eden ve genellikle daha önce birçok yere seyahat etmiş üst sınıf Brezilyalıları görmekteyiz. Bu kişiler genellikle 35 yaş üstü ve evli çiftlerdir. Bu turistler orta-üst ve üst gelir grubunda bulunan kişilerden oluşmaktadır. Türkiye'ye gitmeden önce çok fazla bilgi sahibi olamamaktadırlar. Bu durum da halkla ilişkiler faaliyetinin az olduğunu ve Türkiye farkındalığının yüksek olmadığını ortaya koymaktadır.*

Brezilyalı turistlerin ülkemiz destinasyonları hakkında bilgilerinin az olması, Kapadokya ve İstanbul dışında diğer destinasyonların bilinmemesi sonucu Türkiye seyahatleri diğer ülkelerle birleştirilmektedir. Alışveriş, kültür ve dini turizm amaçlı ülkemize gelen turistler deniz tatili içinse Yunanistan ya da Mısır gibi ülkeleri tercih etmektedir. Tatil paketleri iki yada üç ülkeyi kapsayacak şekilde yapılmaktadır.

### **Brezilya'dan Türkiye'ye Ulaşım:**

THY Sao Paulo'dan İstanbul'a haftanın 7 günü uçmaktadır. Yol süresi yaklaşık 12 saat 35 dakikadır. Ulaşım açısından en iyi opsiyon budur. Türkiye'ye uçuş sağlayan diğer hava yolları Air France, Alitalia, Avianca, British Airways, Emirates, KLM, Lufthansa ve Qatar Airways olarak sayılabilir.

## B. ARJANTİN

### B.1 Genel Bilgiler

<b>Ülke Nüfusu</b>	43.4 milyon kişi (2016)										
<b>Başlıca Kentler ve Nüfusları</b>	Buenos Aires 3.776.138 Cordoba 1.613.211 Rosario 1.325.090										
<b>Yurt Dışına Çıkan Kişi Sayısı</b> <i>(varsa turizm amaçlı çıkışlar- (ilgili ülkenin istatistik verilerine göre)</i>	7.8 milyon kişi (2015)										
<b>Tercih Edilen Ülke Sıralaması ve Türkiye'nin Yeri</b>	Brezilya (1.350.000 kişi) Şili (1.221.700 kişi) Uruguay (688.200 kişi)										
<b>Yurtdışına Çıkışlarda Tercih Edilen Ülkelerle İlgili Açıklama</b> <i>(Tercih sebebi, hangi turizm türleri için ve hangi dönemlerde tercih ediliyor vd.)</i>	Yurt dışı seyahatler genel olarak kültür saiki ile gerçekleştirilmektedir. Görelilik olarak yakın coğrafyalara seyahat tercih edilmekte, deniz aşırı destinasyonlara üst gelir grubu seyahat etmektedir.										
<b>Türkiye'ye Gelen Kişi Sayısı ve Değişim Oranı</b> <i>(Bakanlığımız İstatistiklerine Göre)</i>	<table border="1"><thead><tr><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>2015/2016</th><th>2016/2017</th></tr></thead><tbody><tr><td>82.977</td><td>62.394</td><td>48.280</td><td>%-24,8</td><td>% - 22,6</td></tr></tbody></table>	2015	2016	2017	2015/2016	2016/2017	82.977	62.394	48.280	%-24,8	% - 22,6
2015	2016	2017	2015/2016	2016/2017							
82.977	62.394	48.280	%-24,8	% - 22,6							
<b>Turizm Otoriteleri ve Organizasyonları</b>	Turizm Bakanlığı Turizm Tanıtım Enstitüsü										
<b>Önemli Basın Yayın Organları</b> <i>(En çok okunan gazeteler, en çok izlenen TV kanalları, en çok ziyaret edilen internet siteleri vb.)</i>	<b>Haber Ajansları</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• DyN</li><li>• Infosic</li><li>• Noticias Argentinas</li><li>• Telam</li></ul>										



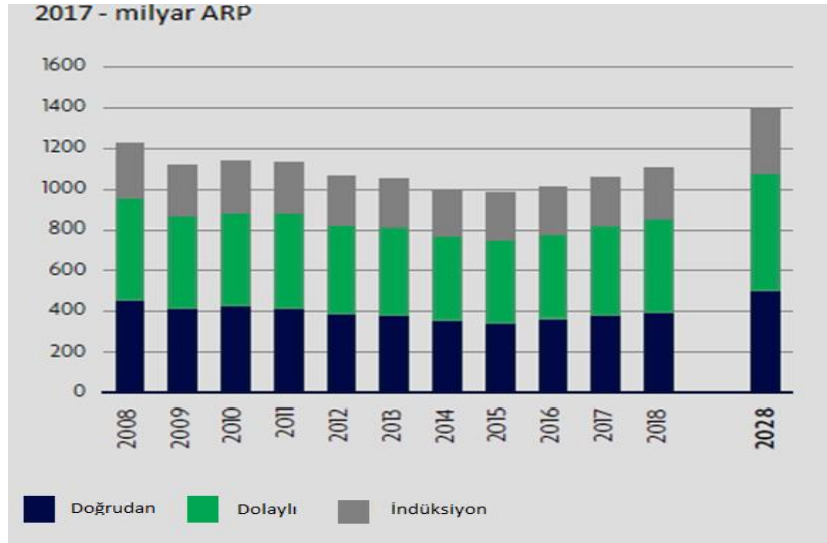
	<p><b>Gazeteler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Nacion</li> <li>• El Dia</li> <li>• La Capital</li> <li>• Clarin</li> </ul> <p><b>Dergiler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argentina Traveler</li> <li>• De Viajes</li> <li>• Editur</li> <li>• Escape</li> </ul> <p><b>Televizyon Kanalları</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TV Publica Argentina</li> <li>• El Trece</li> <li>• Canal 9</li> <li>• Telefe</li> <li>• America</li> </ul>
<p><b>Yurtdışı Çıkışlardaki Seyahat Motivasyonları</b> (Tur paketinin fiyatı, her şey dahil sistemi, ülkenin ucuz olması, hizmet kalitesi, elverişli iklim, tarihsel bağlar, farklı kültür vd.)</p>	<p>Gastronomi (%67) Kültür gezisi (%56) Alışveriş (%48)</p>
<p><b>Tatil İçin Tercih Edilen Aylar/Dönemler</b></p>	<p>En yoğun dönem Kasım sonu ile Mart ortası arasında olmakla birlikte yıl boyunca seyahat edilmektedir.</p>
<p><b>Tercih Edilen Konaklama Türü</b></p>	<p>Arkadaş/akraba evi 5 ve 4 yıldızlı oteller 3 yıldız ve altı oteller</p>
<p><b>Ortalama Tatil Süresi</b></p>	<p>14 gün ve üzeri</p>
<p><b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepi</b></p>	<p>Kültür, gastronomi, alışveriş. Son dönemde ülkede yayınlanan TV dizileri, Türkiye'ye yönelik ilginin artmasında büyük rol oynamıştır.</p>

<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	İstanbul, Kapadokya, Denizli (Pamukkale), Efes ve Selçuk
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	Kültür turları
<b>Tercih Edilen Rezervasyon ve Seyahat Türü</b> <i>(online, tur operatörü veya acenta üzerinden, bireysel, paket tur)</i>	Tur operatörü ve seyahat acentesi (%90). Alınan paket turlarda ön ödemesiz olanlar tercih edilmekte ve sıklıkla iptaller görülmektedir. Son dönemde taksitle tur satışlarında artış görülmektedir.
<b>İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri</b>	THY'nın, İstanbul-Sao Paulo bağlantılı Buenos Aires karşılıklı seferleri, haftanın 7 günü gerçekleştirilmektedir.
<b>Türkiye Destinasyonuna Çalışan ve Pazarı Yönlendiren Tur Operatörleri</b>	Julia Tours Babel Viajes TN SRL Almundo
<b>Tur Operatörlerinin Ülkemize Gönderdiği Kişi Sayısı</b>	Yaklaşık 75.000 (2015)

## B2. Arjantin Pazarına Genel Bakış

Arjantin ekonomisi için turizm çok önemli bir sektördür. Turizm sektörünün ekonomi içindeki direk payı % 5.6 olup 1.09 milyon kişiye doğrudan istihdam yaratmaktadır. Ülke ekonomisi içinde ortalama %2.5 artış ile en hızlı büyüyen sektör turizmdir.

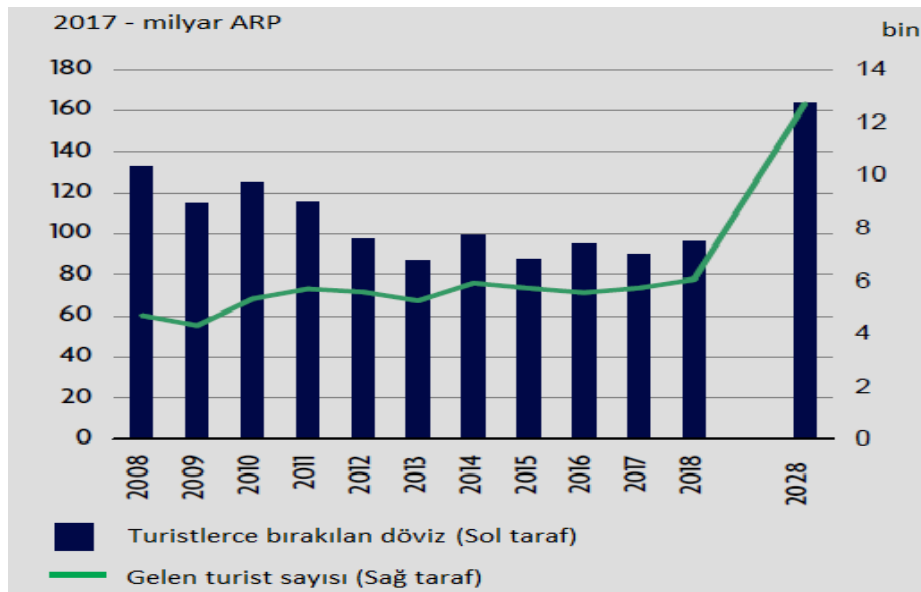
## Turizm Sektörünün Yurtiçi Hasılaya Olan Etkisi



Arjantin Turizm Bakanlığı tarafından yapılan plan ve hedeflerde 2020 yılına kadar turizm sektöründe ek 300.000 kapasiteli yeni istihdam yaratmayı, ülkeye gelen turist sayısını 10 milyon kişiye ulaştırmayı ve turizm geliri olarak da 8 milyar Doları hedeflemektedirler.

2015 yılında 5.7 milyon yabancı turist çeken Arjantin, 2017 yılında 5.6 milyon kişiye ulaşmıştır.

## Turizm Gelirleri ve Ülkeye gelen Turist Sayısı



Ziyaretçi sayısına göre Dünya turizm pazarında 46. Sırada bulunan Arjantin Güney Amerika kıtasında Brezilya'dan sonra en çok ziyaret edilen 2.ülkedir. Güney Amerika'da en çok turist çeken ülkeler sırasıyla Brezilya, Arjantin, Şili, Peru ve Uruguay'dır.

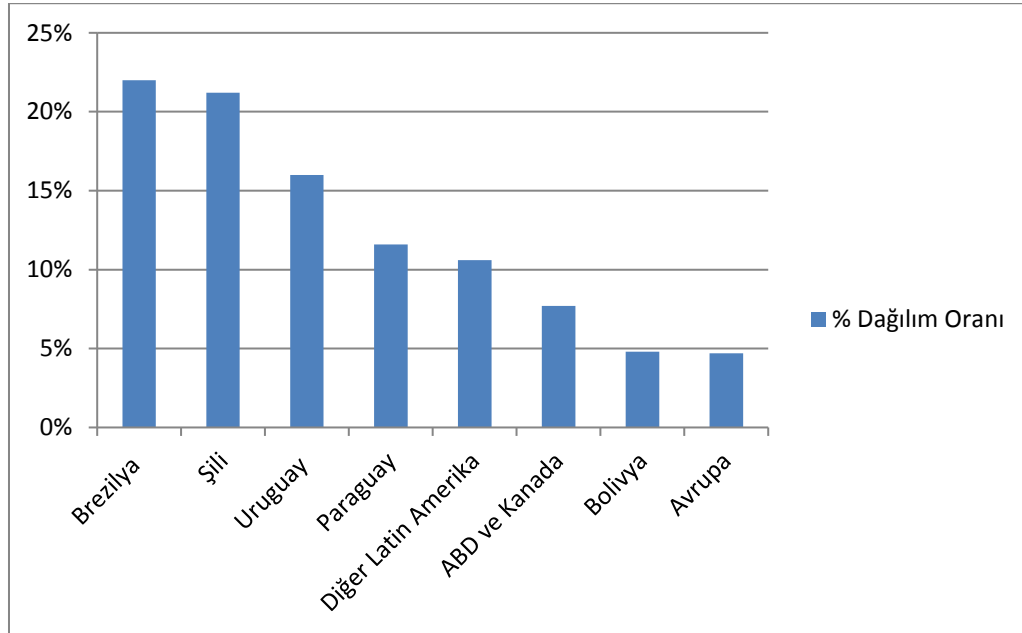
Doğal güzellikleri bakımından ülkenin güneyindeki Patagonya bölgesi, şehir turizmi bakımından Buenos Aires, gastronomi turizmi ve Tango Arjantin'in en önemli turistik ürünleridir.

### B.3 Arjantinli Turist Profili

Arjantin son yıllarda ülke dışına gönderdiği turist sayısı bakımından çok ciddi artışlar yaşamaktadır. 2006 yılında toplam 3.9 milyon Arjantinli yurt dışı tatil seyahati gerçekleştirirken bu rakam 2015 yılında 7.8 milyon kişi olmuştur. 2016 yılında ise bu rakam %33 artarak 10 milyon kişiye ulaşmıştır.

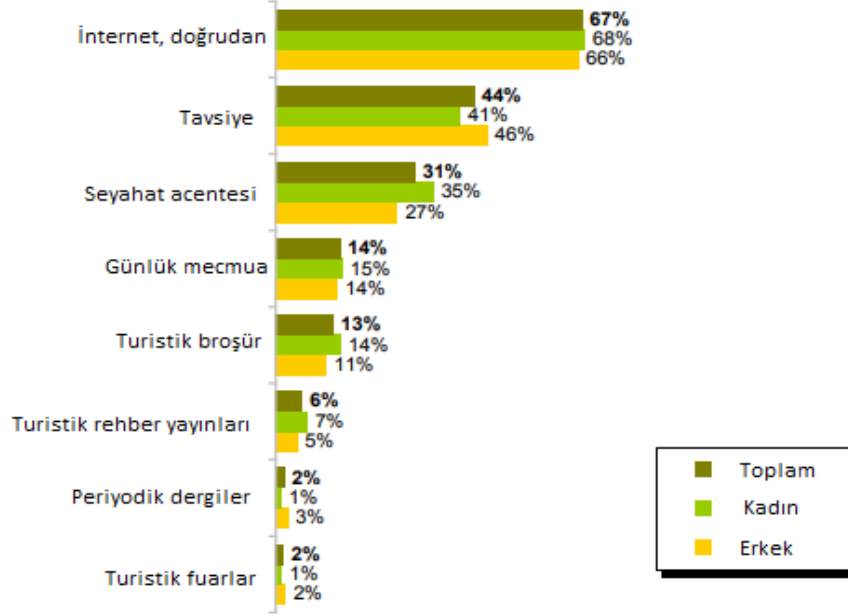
Arjantinli turistler genel olarak komşu ülkeleri ve Amerika kıtasındaki destinasyonları tercih emektedirler. Ülkelere tercih dağılımları aşağıda verilmiştir .

#### Arjantinli Turistlerin Ülkelere Göre Tercih Dağılımları ( 2015)



Sırasıyla İspanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve Almanya Avrupa'da ziyaret ettikleri ilk beş destinasyondur. Son yıllarda İskandinav Ülkeleri, Yunanistan, Türkiye, Hollanda ve Rusya ise Arjantin pazarında yükselmeye başlayan destinasyonlar olarak dikkat çekmektedir.

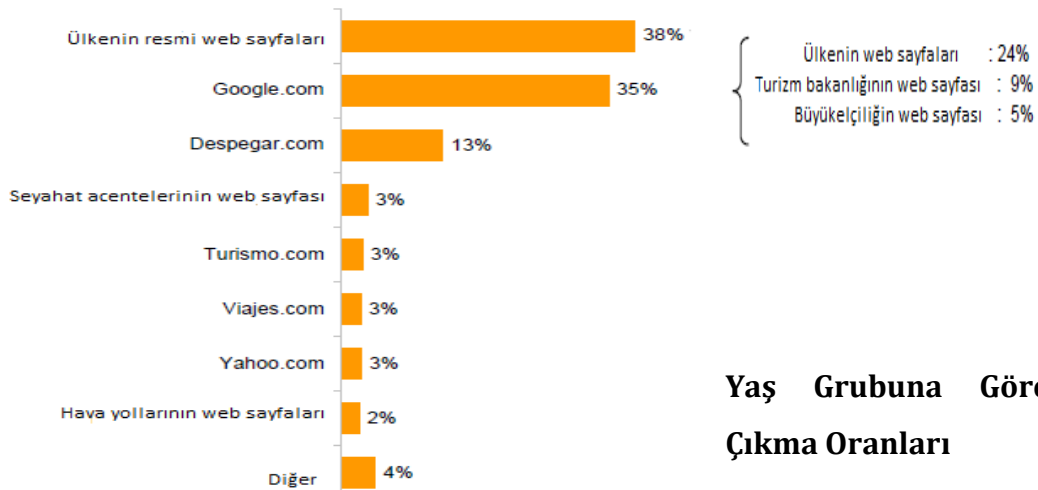
### Seyahat İçin Bilgi Kaynakları



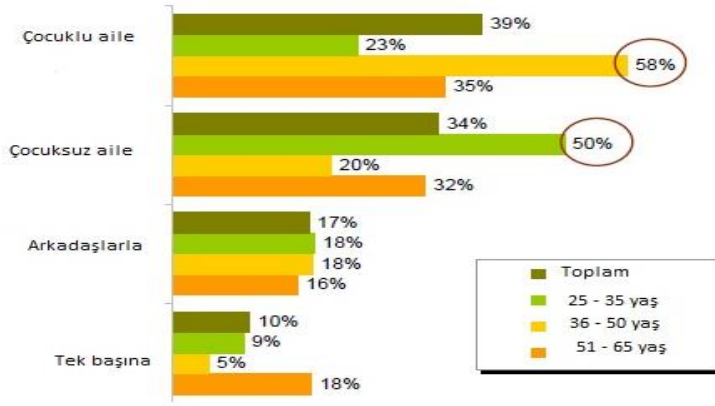
Arjantinli turistler tatil için destinasyon seçimlerini yaparken en çok internetten araştırma yaparak tercih edecekleri yer hakkında bilgi toplamaktadır. İnterneti arkadaş tavsiyesi, seyahat acentesinin bilgilendirmesi ve yönlendirmesi, dergiler ve turistik rehberler takip etmektedir.

### Seyahate Çıkarken Bilgi Alınan Temel İnternet Siteleri

Aşağıdaki grafikte Arjantinli turistlerin karar verdikleri ya da tercih etmeyi düşündükleri destinasyonlar hakkında hangi internet sitelerinden araştırma yaptıklarının bilgisi bulunmaktadır. Ülkelerin resmi web sayfaları en çok tercih edilen bilgi kaynaklarıdır. Bunu Google ve despegar.com takip etmektedir.

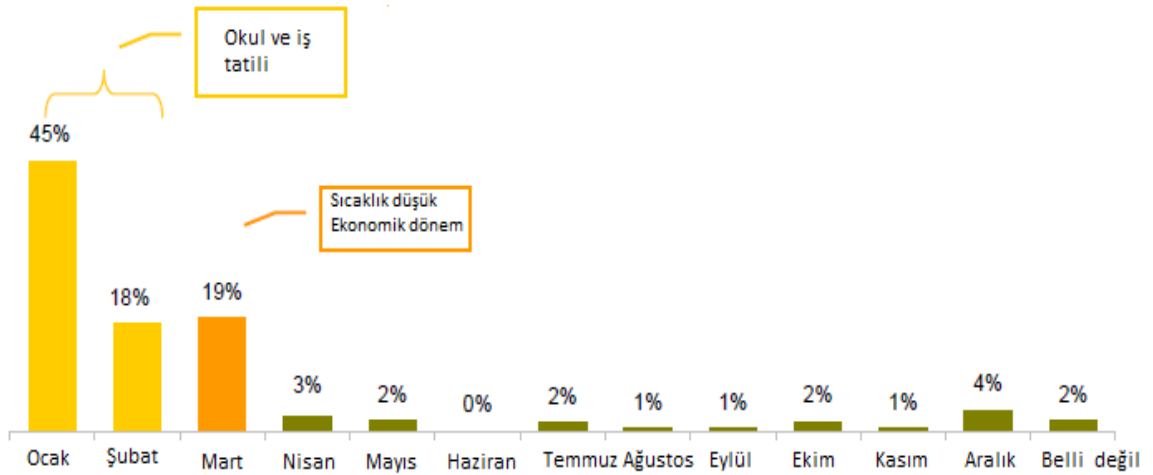


### Yaş Grubuna Göre Seyahate Çıkma Oranları



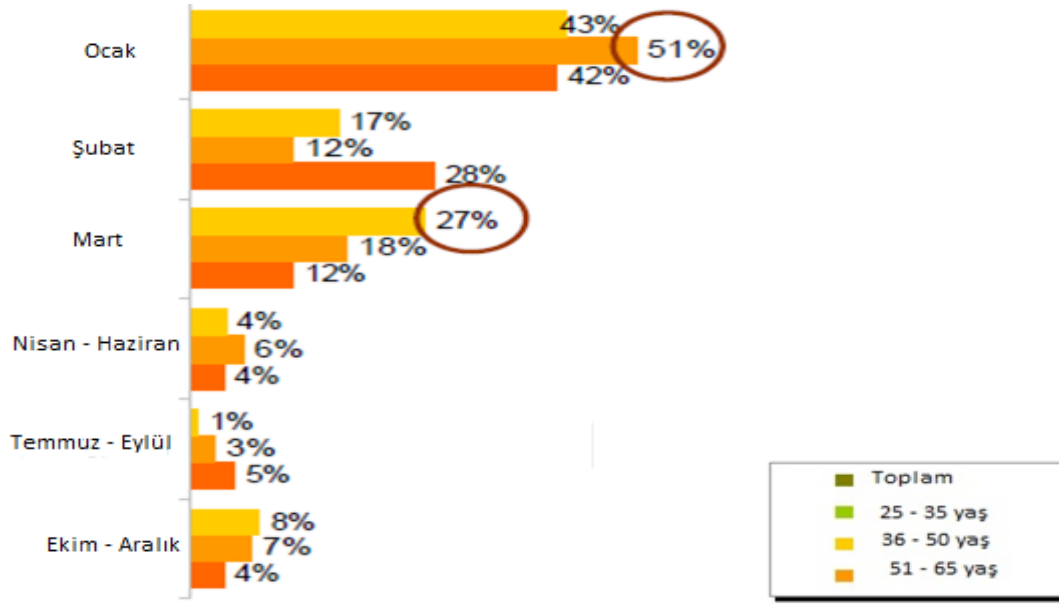
Çocuklu ailelerde %58'lik oranla 36-50 yaş grubu en çok seyahat eden kesimdir. Çocuksuz ailelerde ise %50'lik oranla 25-35 en çok seyahat eden yaş grubudur.

### Dış Seyahat Dönemleri



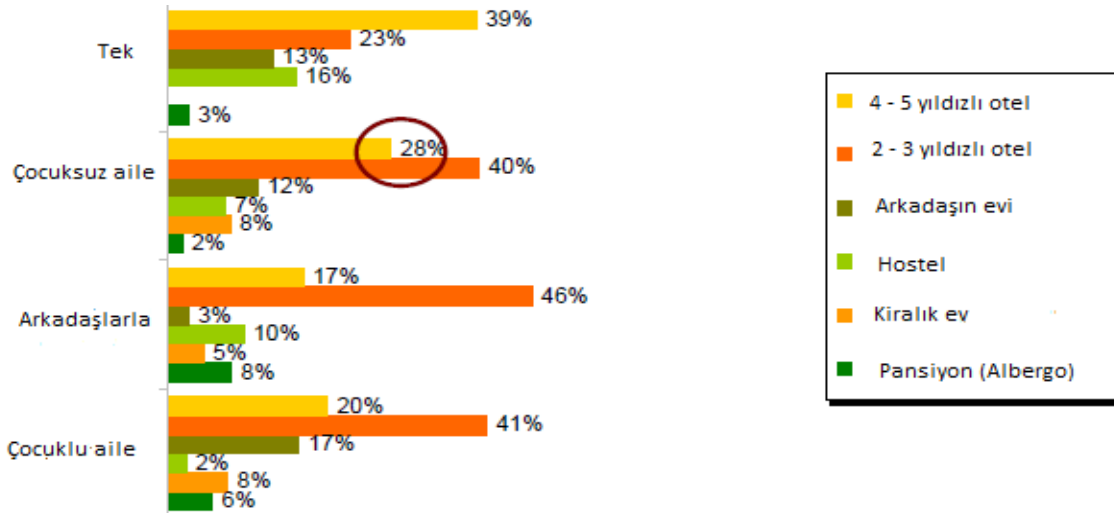
Okulların tatil olması ve kendi ülkelerinde kış olması nedeniyle soğuk olmasından ötürü ocak- şubat- mart en çok yurt dışı seyahat gerçekleştirdikleri dönemdir. Bunu aralık ayı, Paskalya tatilinden dolayı nisan- mayıs ayları takip etmektedir.

## Yaş Grubuna Göre Seyahate Çıkma Dönemleri



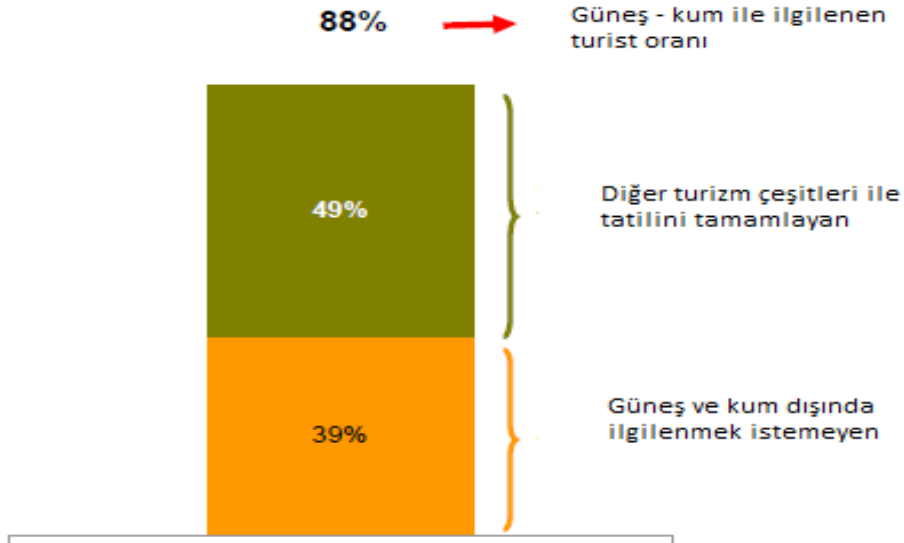
Yukardaki grafikten de görüldüğü üzere ocak- şubat- mart döneminde ortalama en çok seyahat gerçekleştiren kesim 36-50 yaş grubudur.

## Seyahat gruplarının Kalacak Yer Tercihi



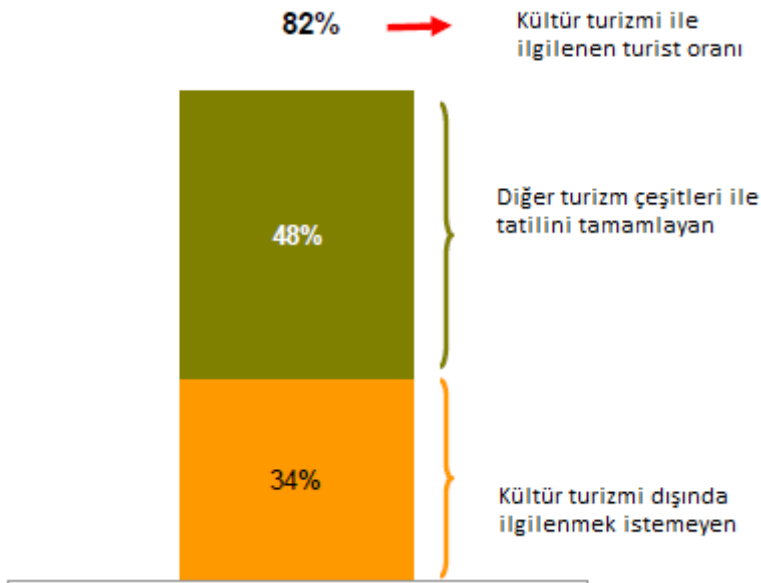
Arjantinli turistler yurt dışı seyahatlerinde ister çocuklu, ister çocuksuz, isterse tek çıkmış olsalar bile en çok 2-3 yıldızlı otelleri tercih etmektedirler. Bu oranı sırasıyla 4-5 oteller ve ondan sonra hosteller takip etmektedir.

## Turizm Türlerindeki Tercihleri



Arjantin'de denize girme imkanı olmadığı için tatil amaçlı ülke dışına çıkan Arjantinli turistlerin %88'i deniz- kum- güneş turizmiyle ilgilenmektedir. Bu % 88'lik oranın %49'u deniz-kum- deniz tercihiyle kültür turizmi, doğa turizmi gibi ikinci bir seçenek eklemektedir. % 39'luk kesim ise sadece deniz-kum- güneş tatilini tercih etmektedir.

## Kültür Turizmiyle İlgilenen Turist Oranı

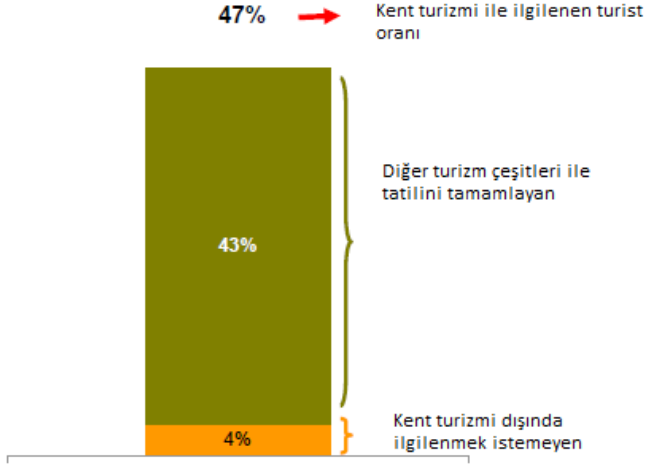


Yurt dışı tatil için ülkeden çıkış yapan Arjantinli turistlerin %82'si Kültür turizmiyle ilgilenmektedir. Bu %82'lik oranın içindeki %48'lik kesim kültür turizmi tercihiyle başka



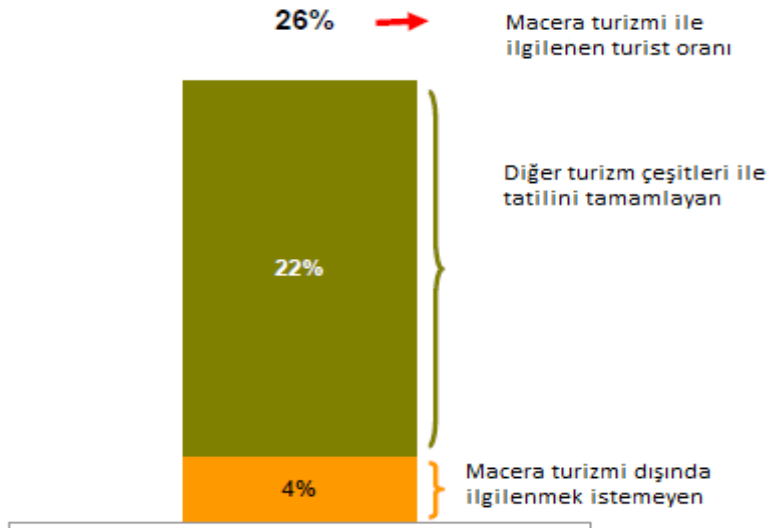
bir tercih daha eklemektedir. % 34'lük kesim ise sadece kültür turizmi amaçlı tatil yapmaktadır.

### Şehir Turizmiyle İlgilenen Turist Oranı

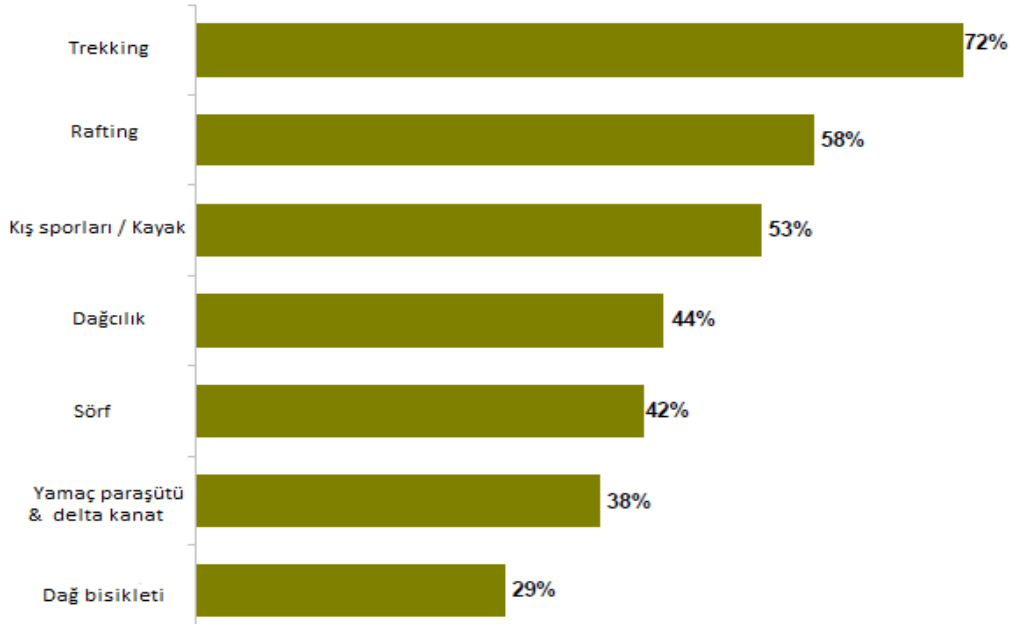


Ülke dışına yapılan tatil çıkışlarında %47'lik bir oranla şehir turizmi tercih edilmektedir. %47'lik bu oran içindeki %43'lük kesim şehir turizmine ikinci bir seçenek daha eklemektedir.

### Macera Turizmiyle İlgilenen Turist Oranı



## Macera Turizmine Katılma Motivasyonları



Arjantinli turistler trekking, rafting, kayak ve dağcılık gibi macere turizm türleriyle yakından ilgilenmektedirler. Ülkeden tatil amaçlı yapılan toplam çıkışların %26'sı macera turizmi amaçlı yapılmaktadır.

## B4. Türkiye Pazarında Arjantinli Turist

### Türkiye'ye Gelen Arjantinli Turist Sayısı ve Yıllara Göre Değişim Oranı

2015	2016	2017	2018 Ocak-Haziran	2016/2015	2016/2017	2017/2018 Ocak-Haziran
82.977	62.394	48.280	33.949	- %24,8	-%22,6	% 66,45

2016 ve 2017 yıllarında ülkemize gelen turist sayısındaki azalma 2018 yılı ilk üç ayı itibarıyla yerini artışa bırakmıştır.

2016 yılında Avrupa'ya gerçekleşen toplam seyahat sayısı 1.2 milyondur. Bu rakamın %70'lik kısmı Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye gibi Akdeniz çanağındaki ülkeleri tercih etmektedir. Türkiye, Avrupa destinasyonları arasında en çok ziyaret edilen ilk 5 ülke arasındadır.

2016 yılı itibariyle uluslararası seyahat gerçekleştiren Arjantinlilerin sayısı 10.380,300'dir.

### **Türkiye'ye Gelen Arjantinli Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepleri**

Kültür, gastronomi, alışveriş. Son dönemde ülkede yayınlanan TV dizileri, Türkiye'ye yönelik ilginin artmasında büyük rol oynamıştır

### **Türkiye'ye Gelen Arjantinli Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar**

İstanbul, Kapadokya, Denizli (Pamukkale), Efes ve Selçuk

### **Türkiye'ye Gelen Arjantinli Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü**

Kültür turları

### **Tercih Edilen Rezervasyon ve Seyahat Türü**

Tur operatörü ve seyahat acentesi (%90). Alınan paket turlarda ön ödemesiz olanlar tercih edilmekte ve sıklıkla iptaller görülmektedir.

### **İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri**

THY'nın, İstanbul- Buenos Aires karşılıklı seferleri, haftanın 7 günü gerçekleştirilmektedir.

## C. KOLOMBİYA

### C.1 Genel Bilgiler

<b>Ülke Nüfusu</b>	49.755.971 ( 2017)
<b>Başlıca Kentler ve Nüfusları</b>	Bogota 7.963.379 Medellin 2.457.680 Cali 2.358.302
<b>Yurt Dışına Çıkan Kişi Sayısı</b> (varsa turizm amaçlı çıkışlar-(ilgili ülkenin istatistik verilerine göre)	3.795.000 (2016, OECD)
<b>Tercih Edilen Ülke Sıralaması ve Türkiye'nin Yeri</b>	ABD (1.291.000 kişi) Panama (409.000 kişi) İspanya (319.000 kişi) Ekvador (286.000 kişi) Avrupa'da başlıca destinasyonlar şöyledir; İspanya, Fransa, İtalya ve Almanya. Türkiye'ye gerçekleşen toplam seyahat sayısı 2017 yılında 29.650'dür. 2016 yılında oranla, %52 artış yaşanmıştır.
<b>Yurtdışına Çıkışlarda Tercih Edilen Ülkelerle İlgili Açıklama</b> (Tercih sebebi, hangi turizm türleri için ve hangi dönemlerde tercih ediliyor vd.)	Kolombiyalılar seyahat alışkanlıklarını çeşitlendirmekte ve tatil planlarında diğer ülkeleri seçmektedirler. Latin Amerika ülkeleri, özellikle Arjantin, Brezilya, Panama, Meksika ve Ekvator, gittikçe daha popülerleşmektedir. Vize gerekli olmaması ve düşük maliyetli uçak bileti ve her şey dahil otel veya tatil ücretleri içeren promosyon paketleri başlıca nedenlerdendir. ABD dolarının değer kazanması ve alternatif destinasyonların güçlü rekabeti karşısında, Kolombiyalı tüketicilere promosyonlu seyahat planlarının sunulmasını gerektirmektedir.

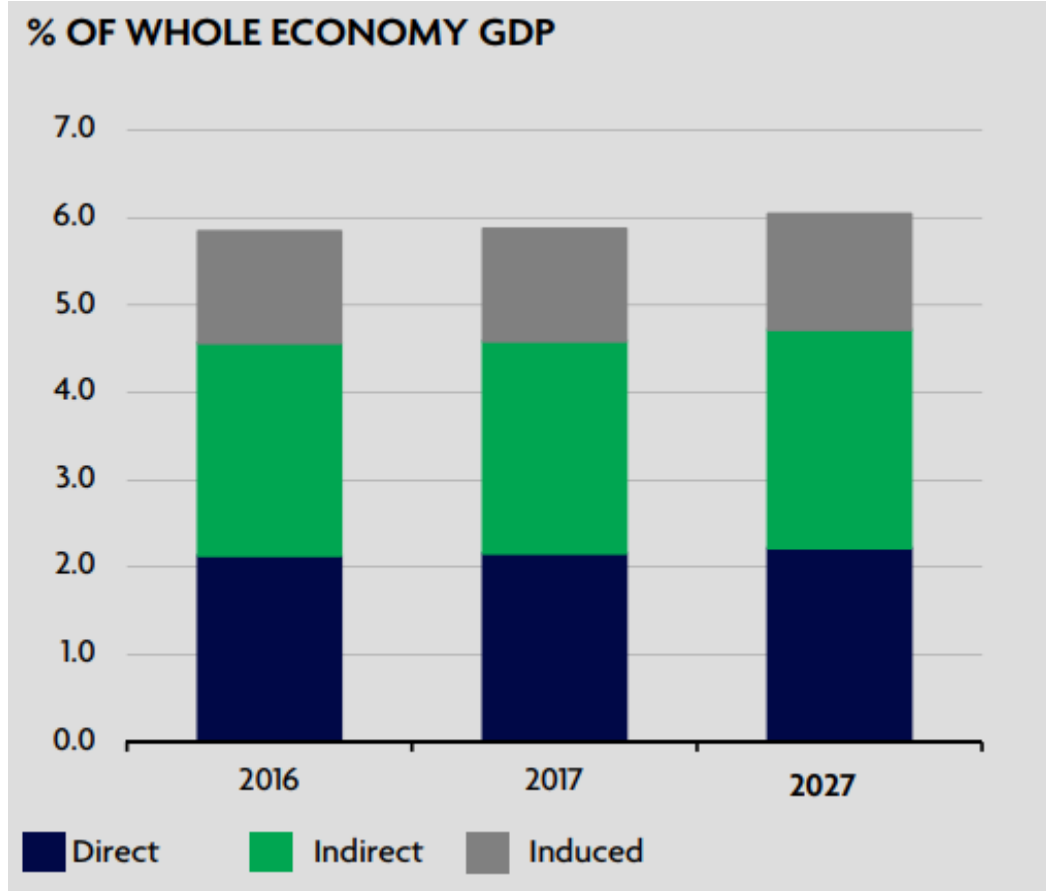
<b>Türkiye'ye Gelen Kişi Sayısı ve Değişim Oranı</b> (Bakanlığımız istatistikleri)	2015	2016	2017	2015/2016	2016/2017
	26.046	19.416	29.650	-25,45	52,71
<b>Turizm Otoriteleri ve Organizasyonları</b>	Ticaret, Endüstri ve Turizm Bakanlığı Seyahat ve Turizm Endüstrileri Bürosu				
<b>Önemli Basın Yayın Organları</b> (En çok okunan gazeteler, en çok izlenen TV kanalları, en çok ziyaret edilen internet siteleri vb.)	<b>Haber Ajansları</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciep-El Pais</li> <li>• Colprensa</li> </ul> <b>Gazeteler</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Tiempo</li> <li>• El Espectador</li> <li>• El Nuevo Siglo</li> <li>• El Pais</li> </ul> <b>Radyo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracol Radio</li> <li>• RCN Radio</li> <li>• HJCK</li> <li>• Los 40 Principales</li> </ul> <b>Televizyon Kanalları</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracol TV</li> <li>• RCN TV</li> <li>• Canal Uno</li> <li>• Senal Colombia</li> <li>• Canal Institucional</li> </ul>				
<b>Yurtdışı Çıkışlardaki Seyahat Motivasyonları</b> (Tur paketinin fiyatı, her şey dahil sistemi, ülkenin ucuz olması, hizmet kalitesi, elverişli iklim, tarihsel bağlar, farklı kültür vd.)	Kültür gezisi Alışveriş Herşey Dahil Sistemi				

<b>Tatil İçin Tercih Edilen Aylar/Dönemler</b>	En yoğun dönemler Aralık-Ocak ve Haziran-Ağustos ayları arasındadır.
<b>Tercih Edilen Konaklama Türü</b>	Arkadaş/akraba evi 5 ve 4 yıldızlı oteller 3 yıldız ve altı oteller
<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	14 gün ve üzeri
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepleri</b>	Kültür ve alışveriş. Son dönemde ülkede yayınlanan TV dizileri, Türkiye'ye yönelik ilginin artmasında büyük rol oynamıştır.
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	İstanbul ve Kapadokya
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	Kültür turları (Türkiye turları genellikle, Yunanistan ile birlikte paket olarak satılmaktadır.)
<b>Tercih Edilen Rezervasyon ve Seyahat Türü</b> <i>(online, tur operatörü veya acenta üzerinden, bireysel, paket tur)</i>	Kolombiyalı turistler seyahat acenteleri ve internet üzerinden bireysel olarak tur tatillerini almaktadır.
<b>İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri</b>	THY'nın, İstanbul-Bogota karşılıklı seferleri, haftanın 3 günü gerçekleştirilmektedir.
<b>Türkiye Destinasyonuna Çalışan ve Pazarı Yönlendiren Tur Operatörleri</b>	Giratour Turismo al Vuelo

## C2. Kolombiya Pazarına Genel Bakış

Kolombiya ekonomisi için turizm önemli bir sektördür. Turizm sektörünün ekonomi içindeki direk payı % 2.1 olup 610 bin kişiye doğrudan istihdam yaratmaktadır.

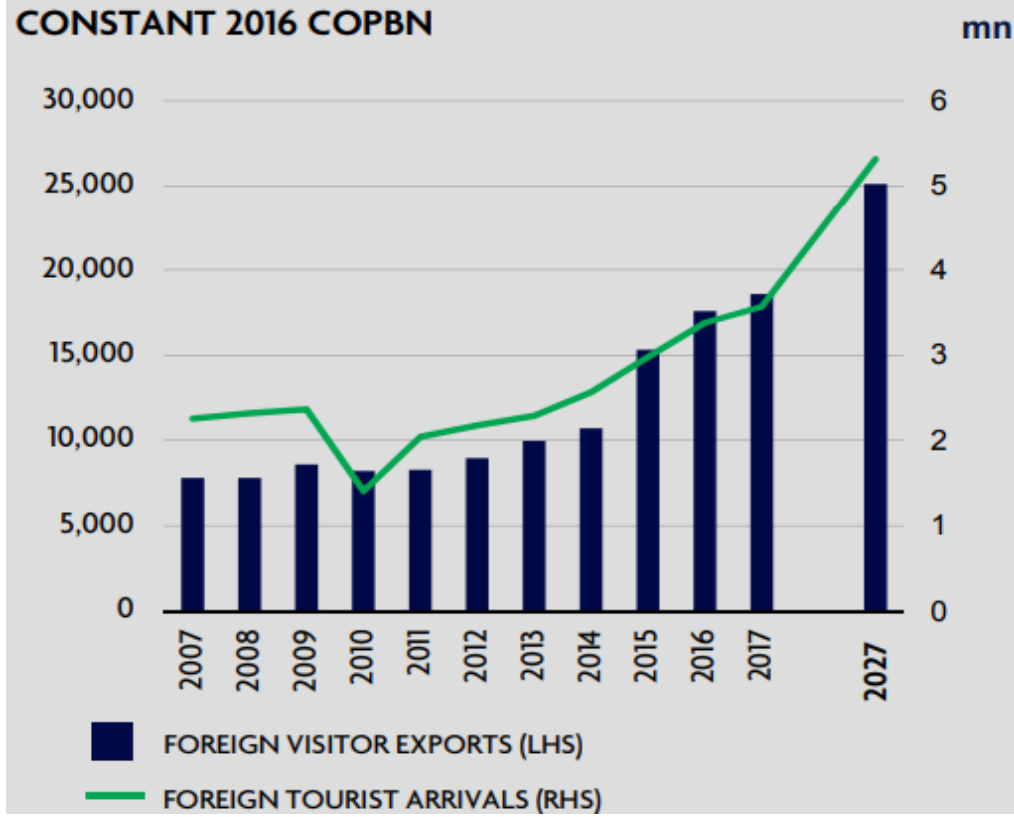
### Turizm Sektörünün Yurtiçi Hasılaya Olan Etkisi



Kolombiya Ticaret, Endüstri ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan plan ve hedeflerde 2027 yılına kadar turizm sektöründe ek 100.000 kapasiteli yeni istihdam yaratmayı, ülkeye gelen turist sayısını 5.3 milyona ulaştırmayı hedeflemektedirler.

2016 yılında 3.3 milyon yabancı turist çeken Kolombiya, 2017 yılında 3.6 milyon kişiye ulaşmıştır.

## Turizm Gelirleri ve Ülkeye gelen Turist Sayısı



Dünya Bankası rakamlarına göre, ziyaretçi sayısı bakımında Dünya turizm pazarında 62. sırada bulunan Kolombiya, Güney Amerika bölgesinde ilk beşte yer almamaktadır. Güney Amerika'da en çok turist çeken ülkeler sırasıyla Brezilya, Arjantin, Şili, Peru ve Uruguay'dır.

Doğal güzellikleri bakımından ülkenin kuzey doğusunda bulunan ve Dünya Mirası Listesinde yer alan Cartegena bölgesi, şehir turizmi bakımından Bogota ve kahve Kolombiya'nın en önemli turistik ürünleridir.

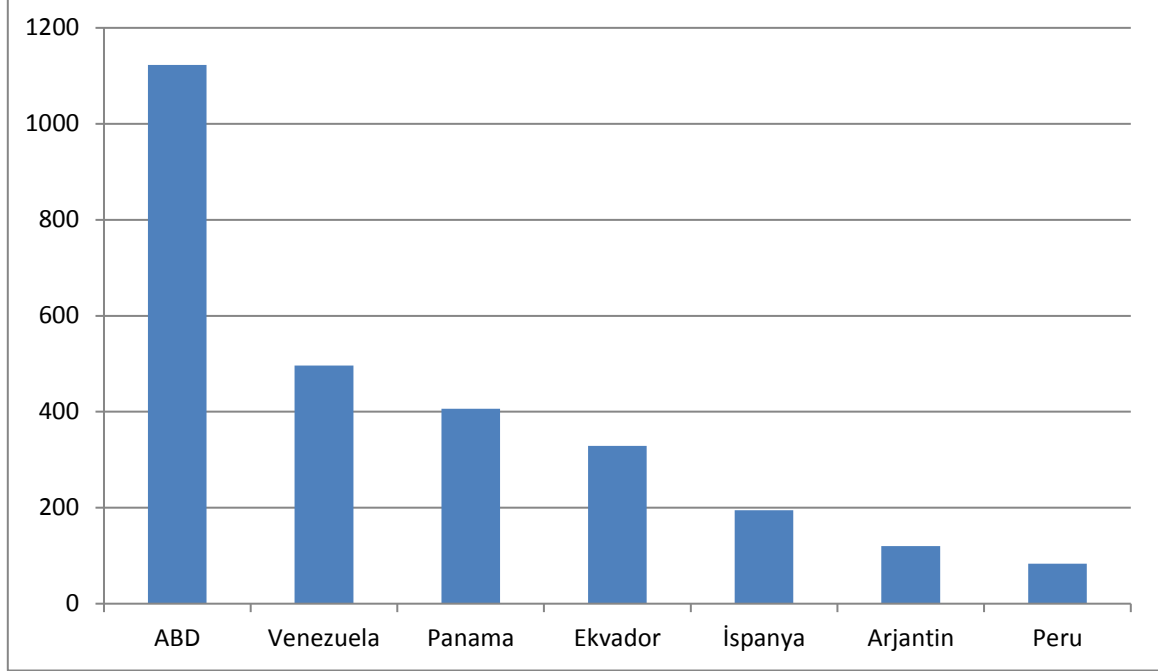
### C.3 Kolombiya Turist Profili

Kolombiya son yıllarda ülke dışına gönderdiği turist sayısı bakımından önemli artışlar yaşamaktadır. 2010 yılında toplam 3 milyon Kolombiyalı yurt dışı tatil seyahati gerçekleştirirken bu rakam 2014 yılında 4.9 milyon kişi olmuştur.



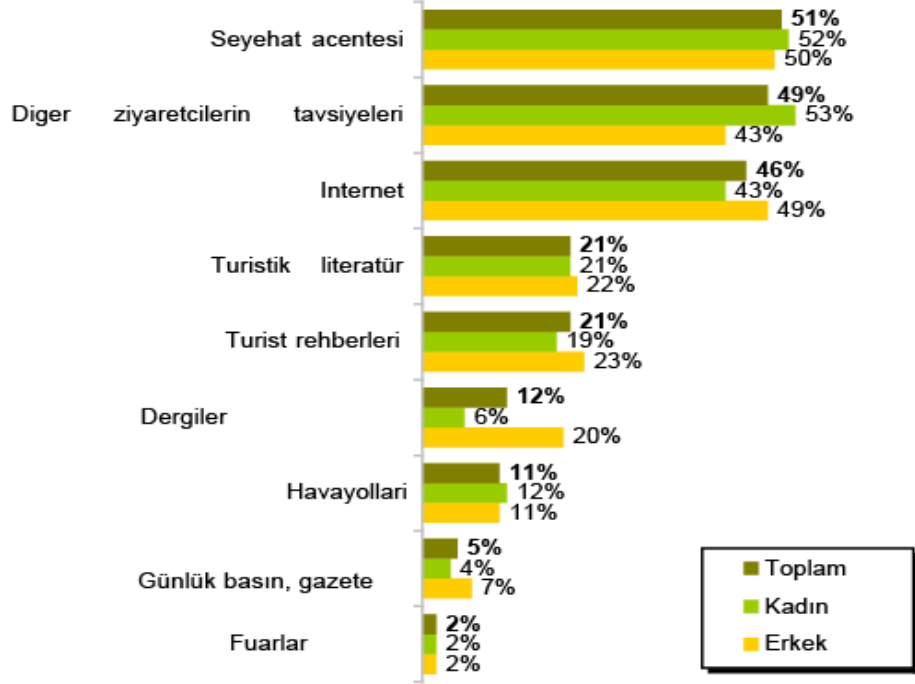
Kolombiyalı turistler genel olarak komşu ülkeleri ve Amerika kıtasındaki destinasyonları tercih etmektedirler. Ülkelere tercih dağılımları aşağıda verilmiştir.

### Kolombiyalı Turistlerin Ülkelere Göre Tercih Dağılımları (2014)



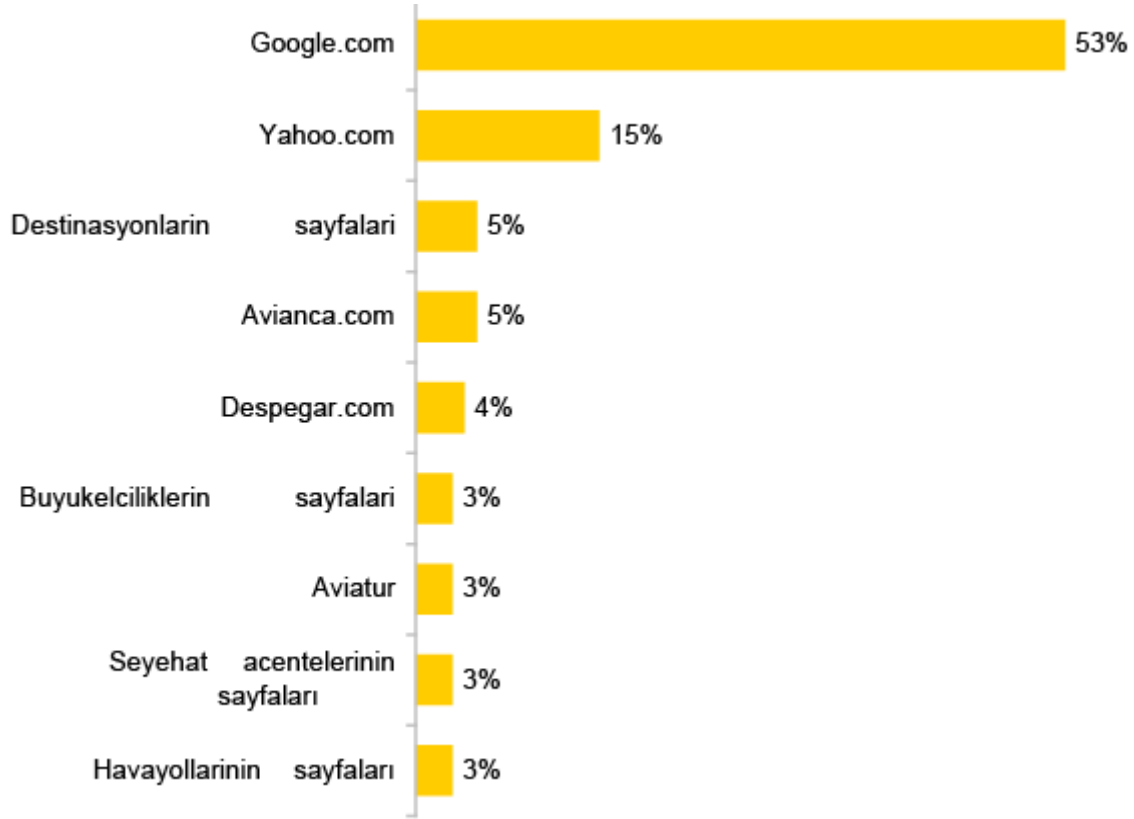
Sırasıyla İspanya, Fransa, İtalya ve Almanya Avrupa'da ziyaret ettikleri ilk dört destinasyondur.

### Seyahat İçin Bilgi Kaynakları



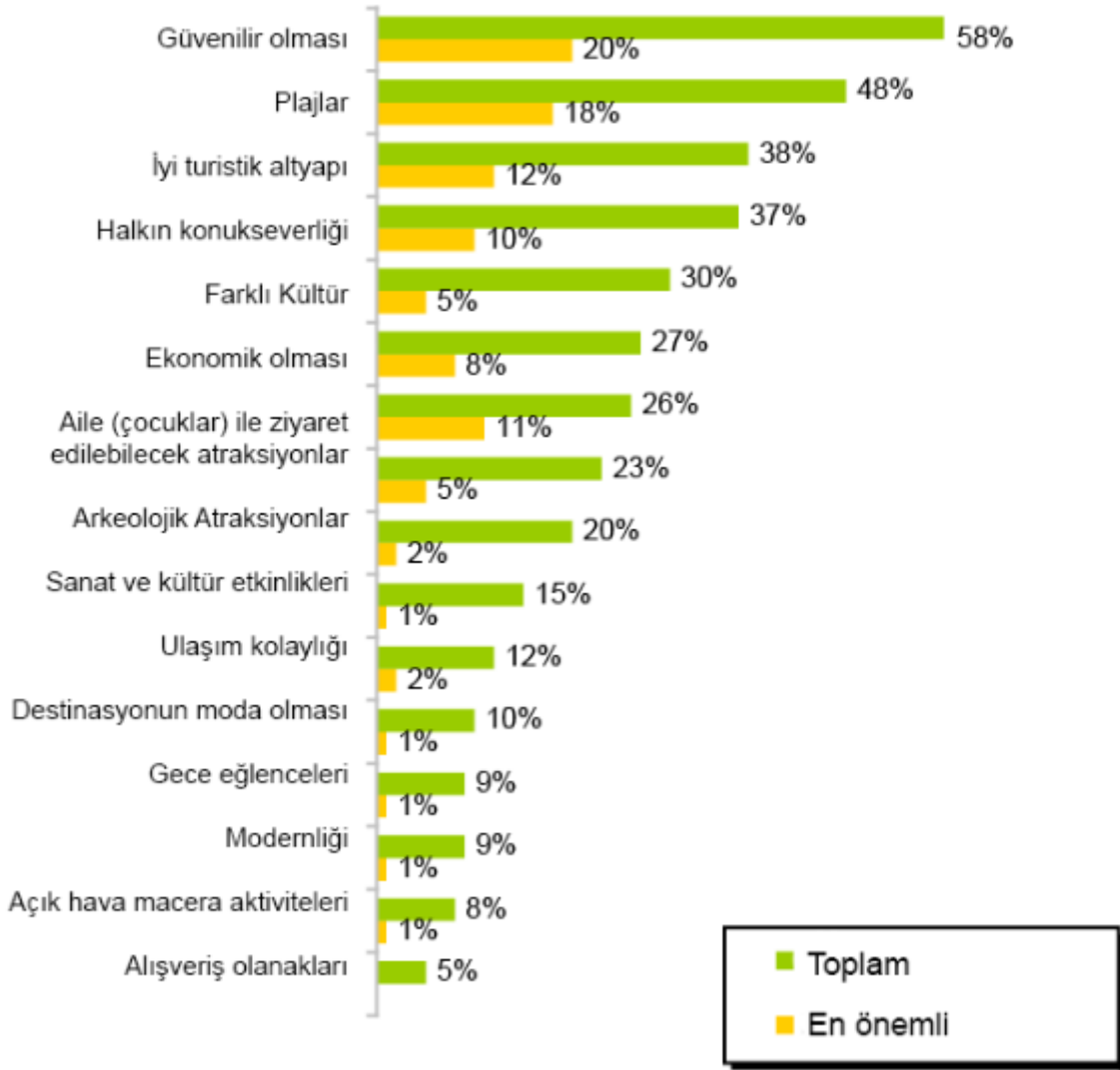
Kolombiyalı turistler tatil için destinasyon seçimlerini yaparken en çok seyahat acentelerinin bilgilendirmelerini dikkate almaktadır. Seyahat acentelerini, diğer ziyaretçilerin tavsiyeleri ve internet kaynakları takip etmektedir.

### Seyahate Çıkarken Bilgi Alınan Temel İnternet Siteleri



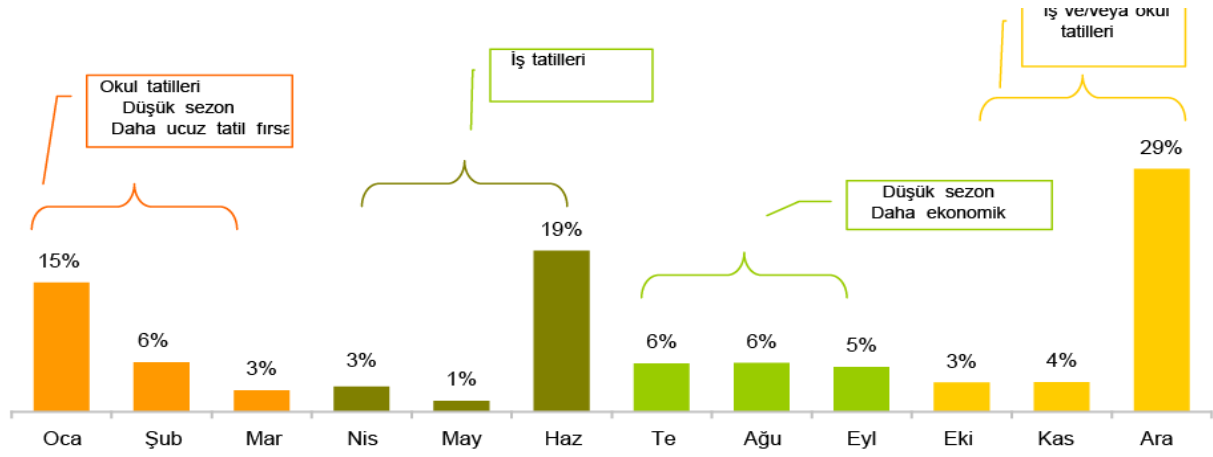
Yukarıdaki grafikte Kolombiyalı turistlerin karar verdikleri ya da tercih etmeyi düşündükleri destinasyonlar hakkında hangi internet sitelerinden araştırma yaptıklarının bilgisi bulunmaktadır. Google.com ve Yahoo.com, en çok tercih edilen internet kaynaklarıdır, bunları destinasyonların sayfaları ve despegar.com takip etmektedir.

### **Kolombiya Pazarında Uzak Destinasyonların Tercih Sebepleri**



Kolombiyalı turistlerin, uzak destinasyonları tatil amacıyla seçerken önem verdikleri hususlardan güvenlik ilk sıradadır. Bunu, ülkenin sahip olduğu plajları, turistik altyapısı, konukseverliği ve kültürünün farklılığı takip etmektedir. Ayrıca, gidecekleri ülkenin ekonomik olması, aile ile ziyaret edilebilecek atraksiyonların bulunması ve arkeolojik zenginliği de önemli kriterler arasındadır.

## Dış Seyahat Dönemleri



Okulların tatil olması ve kendi ülkelerinde kış olması nedeniyle soğuk olmasından ötürü Aralık, Ocak, Şubat ve Haziran en çok yurt dışı seyahat gerçekleştirdikleri dönemdir.

#### C4.Türkiye Pazarında Kolombiyalı Turist

##### Türkiye'ye Gelen Kolombiyalı Turist Sayısı ve Yıllara Göre Değişim Oranı

2015	2016	2017	2018 Ocak - Haziran	2016/2015	2016/2017	2017/2018 Ocak- Haziran
26.046	19.416	29.650	23.743	-25,45	52,71	% 131

Kolombiya'dan ülkemize gelen turist sayısı özellikle Türk Hava Yollarının Kolombiya'ya direk seferleri başlaması sonucu hızlı bir şekilde yükselmektedir.

##### Türkiye'ye Gelen Kolombiyalı Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepleri

Kültür ve alışveriş. Son dönemde ülkede yayınlanan TV dizileri, Türkiye'ye yönelik ilginin artmasında büyük rol oynamıştır

##### Türkiye'ye Gelen Kolombiyalı Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar

İstanbul ve Kapadokya

##### Türkiye'ye Gelen Kolombiyalı Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü

Kültür turları

##### İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri

THY'nın, İstanbul-Bogota karşılıklı seferleri, haftanın 3 günü gerçekleştirilmektedir.

## 2. YÜRÜTÜLEN FAALİYETLER

### 2A. BREZİLYA

#### 2017 Yılı Faaliyetleri

##### Sosyal Medya Çalışmaları :

Sosyal medyada descubra Turquia isimli bir facebook ve instagram heasabı açılmıştır. Brezilya'da en çok kullanılan sosyal medya Facebook ve Instagramdır. Facebook sayfasının takipçi sayısı 13 bin, Instagram sayfasının takipçi sayısı 40 bin olmuştur.

- <https://pt-br.facebook.com/DescubraTurquia/> (13bin takipçi)
- <https://www.instagram.com/descubraturquia/> (40bin takipçi)

##### Fuarlar:

#### Brezilya WTM Turizm Fuarı

Latin Amerika'da gerçekleştirilen en önemli turizm tanıtım organizasyonu olarak kabul edilen WTM Latin Amerika Turizm Fuarı 4-6 Nisan 2017 tarihleri arasında Sao Paulo'da düzenlenmiştir. Fuar seyahat sektörü profesyonelleri için düzenlenmekte olup turizm sektöründeki destinasyonlar, tur operatörleri, oteller, havayolları firmaları, teknoloji ve online seyahat hizmetleri gibi firmaları bir araya getirmektedir.

Fuarı 8.500 civarında Latin Amerika turizm profesyoneli ve 6.500 civarında medya mensubu ve internet bloggerı ziyaret etmiştir. Bu gazeteci ve internet bloggerların satın alma kararındaki etkisi %63 civarındadır. Bu durum fuarın önemini göstermektedir. Fuarda yer alan firma sayısı 700 olmuştur.

“Turkey HOME” teması benimsenerek hazırlanan standa kamu/özel sektör işbirliği benimsenerek katılım sağlanmış ve Türkiye standı içerisinde fuar süresince ziyaretçilere yiyecek, içecek ve çeşitli ikramlarda bulunulmuştur. Türkiye standında Bakanlığımızın yansıra TUROB, Gusto Tur, Honest Tur, Nevşehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Eresin Hotel, Brezo Tur, Arar Tur, İntra Tur, Meridian Tur, Glorious Tur olmak üzere turizm sektörünü temsil eden 10 firma ile Türk Hava Yolları ve Yunus Emre Enstitüsü fuara

katılmıştır. Fuar süresince standımıza ilgi artarak devam etmiştir. Sektör temsilcileri ile yapılan değerlendirmelerde iş bağlantılarının yapıldığı ve Türkiye'ye olan talebin canlandığı gözlemlenmiştir.



### **Sao Paulo Sultan Bestekarlar Konseri**

Yunus Emre Enstitüsü'nün "Colors of Anatolia" etkinlikleri kapsamında planlanan "Sultan Bestekarlar" dinletisi, Başkonsoloslüğümüz ve Sao Paulo Eyaleti Kültür Sekreterliği işbirliğinde 9 Kasım 2017 tarihinde Sao Paulo Görüntü ve Ses Müzesi'nde gerçekleştirilmiştir. Konserin ardından, davetlilere Kültür ve Tanıtım Ataşeliğimizin katkılarıyla resepsiyon verilmiştir.



### **Ağırlamalar :**

- Brezilya'nın en büyük televizyon kanallarından biri olan Record TV'de yayınlanan GUGU show isimli programın iki bölümü ülkemizde yapılan çekimlere ayrılmıştır. Ataşeliğimiz, Türk Hava Yolları ve Tur operatörleri işbirliği ile program ekibi ülkemizde ağırlanmıştır. Ülkemizde yapılan çekimlerle 70 dakika süreli iki Türkiye tanıtım programı hazırlanmıştır. Birinci bölümü 15 Kasım tarihinde yayınlanan programın ikinci kısmı 22 Kasım tarihinde yayınlanmıştır.
- Brezilya'nın saygın seyahat dergilerinden biri olan "Qual Viagem" dergisinde Ataşeliğimiz işbirliğinde hazırlanan ve Türkiye tanıtımının yapıldığı kasım sayısında Kapadokya'nın tanıtımına 10 sayfa ayrılmıştır.



qualviagem  
@revistaqualviagem

NOVEMBRO 2017

ANOS  
20  
DE  
PUBLICAÇÃO

# Qual Viagem

qualviagem.com.br Turismo & Experiências

## MIAMI

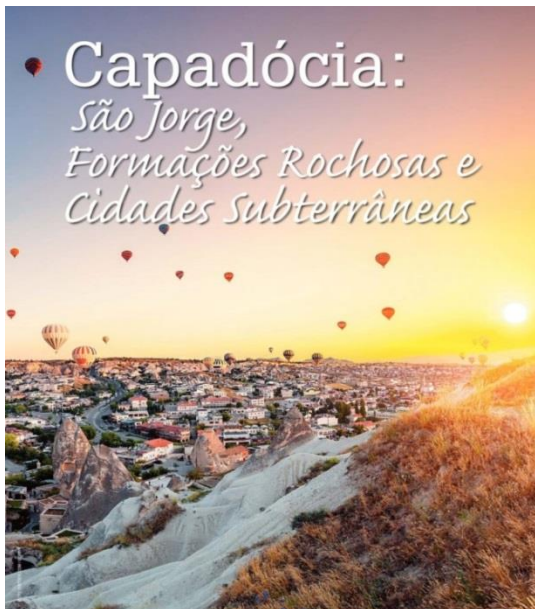
REVIGORADA E AINDA MAIS VIBRANTE

ÁFRICA DO SUL  
Emocionantes safaris em busca dos Big Five

CURACAO  
Paraíso colorido do Caribe

*Esprito Santo*  
Roteiro pela região das três santas capixabas

CAPADÓCIA  
Lindas paisagens na terra de São Jorge



Aos lados o Kebab e abaixo o çay - a bebida mais tradicional de todo o país é perfeita em qualquer hora do dia.

purificando a alma e preenchendo-os com amor. Enquanto os músicos tocam, os Dervishes com suas vestimentas brancas e um chapéu na cabeça gram cada vez mais rápido, em sentido anti-horário, e atingem este sentimento chamado de "final". Durante a cerimônia, acredita-se que o poder divino entra pela palma da mão direita, apontada para cima, passa pelo corpo e sai pela palma da mão esquerda, apontada para baixo, em direção à terra.

**O DELICIOSO KEBAP e as bebidas turcas**

Se existe uma coisa que faz a sua viagem ser ainda mais especial, não tenha dúvidas, é a culinária local. A da Capadócia é diferente de Istambul, e também da capital, Ankara. O çay (chá) é a bebida nacional da Turquia e a mais tradicional. Ele é perfeito em qualquer hora do dia, seja no kahvaltı (café da manhã) ou em qualquer outra hora do dia. Não importa o lugar, os turcos estão sempre com um copinho de chá na mão. Já que o çay é a bebida típica do país, a comida principal é o kebap - para os turcos é qualquer coisa cozida em um espeto. Mas, o mais pedido é o döner kebap, uma espécie de wrap de churrasco grego.

O simit é bastante vendido nas ruas e a opção adequada se você está com pressa para algum passeio e precisa de uma refeição rápida e boa. Durante a noite, se estiver saindo para badalar e optar por aperitivos, a pedida são os mezes, servidos em bares, restaurantes e casas turcas. Esses vocês encontram em qualquer área do país. Já pelas ruas de Göreme você irá descobrir um simpático restaurante, bem no coração da região, o Anatolia Kitchen. Por lá, a opção é pedir a principal e típica cerveja turca. Efe, junto com o Testi Kebab - um misto de carne e vegetais cozidos, em um molho que vem acompanhado de um pote de barro, selado com a massa de pão. Vale ainda experimentar outras delícias, como o Roza, grão de bico triturado com açúcar e canela; e Ayrân - feito à base de iogurte, sal e água, ideal para os dias quentes.

**A melhor vista do país no tradicional passeio de BALÃO**

O passeio é tão clichê, quanto "obrigatório". Não fazer o passeio de balão é quase como se você não tivesse ido à Capadócia. A magnitude do lugar só pode ser realmente contemplada do alto. Vivendo uma experiência única, em

## Sektörle Birlikte Yapılan Faaliyetler :

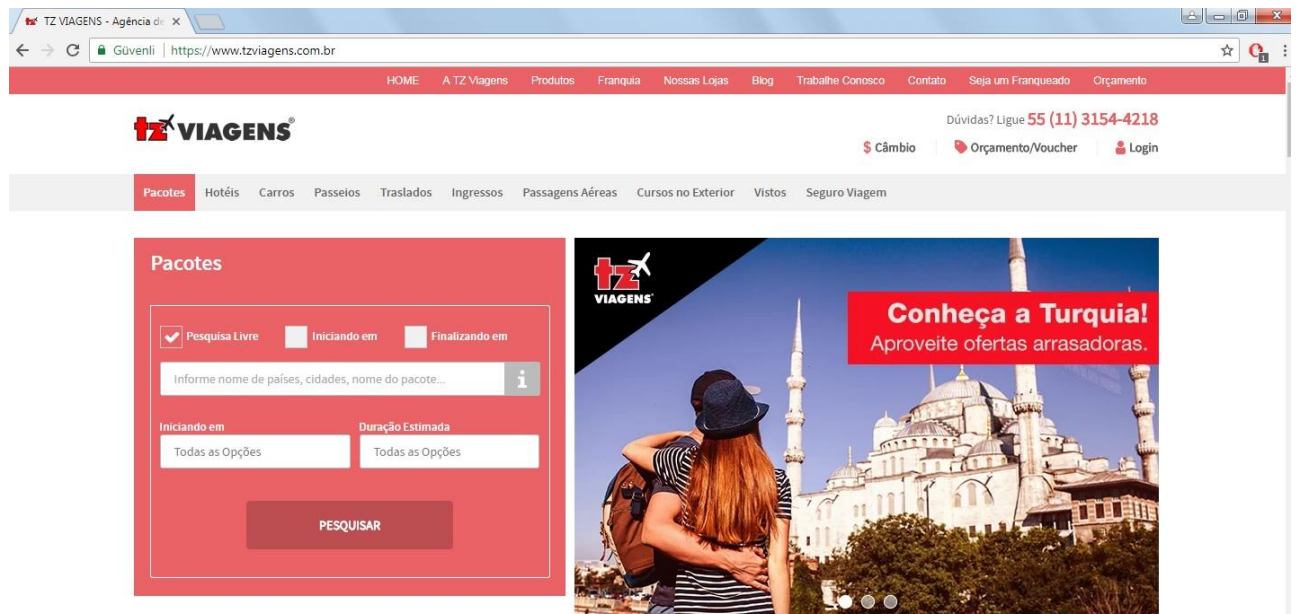
### **TZ Viagens İle Birlikte Reklam:**

Brezilyalı tur operatörü Schultz'un tüketiciye direk satış yapan seyahat acentası TZ Viagens ile yürütülen birlikte reklam kampanyası kapsamında 15 Kasım -10 Aralık 2017 tarihleri arasında Brezilya'nın en çok izleyici kitlesine sahip olan televizyon kanallarından Record TV 'de toplam 49 spotluk Türkiye reklamları yayınlanmıştır.

Ayrıca birlikte reklam projesine ek olarak 2017 Yılında TV Record ile bir ağırlama programı düzenlemiş, ülkemizde yapılan çekimlerin ardından ilgili kanalın prime time'da en çok izlenen programları arasında bulunan GUGU Show'da Türkiye ile ilgili 75'er dakikalık iki program yayınlanmıştır.

### **Eğitim Programı:**

9 Kasım 2017 tarihinde Brezilya'nın en büyük tur operatörlerinden biri olan Schultz'un tüketiciye direk satış yapan TZ Viagens seyahat acentasının bürosunda bu acenteye bağlı 46 seyahat acentesi için on line eğitim düzenlenmiştir. Bu eğitimde katılımcılara ülkemizle ilgili bilgiler verilmiştir. Eğitim sonrası katılımcıların soruları cevaplanmıştır. Bu eğitim sonrası TZ Viagens seyahat acentesi farklı Türkiye tatil paketlerini satışa sunmuştur.



The image shows a screenshot of the TZ Viagens website. The browser address bar displays "https://www.tzviagens.com.br". The website header includes navigation links: HOME, A TZ Viagens, Produtos, Franquia, Nossas Lojas, Blog, Trabalhe Conosco, Contato, Seja um Franqueado, and Orçamento. The TZ VIAGENS logo is prominently displayed. A search bar is visible with the text "Informe nome de países, cidades, nome do pacote...". Below the search bar, there are fields for "Iniciando em" (Todas as Opções) and "Duração Estimada" (Todas as Opções), and a "PESQUISAR" button. To the right, there is a promotional banner for Turkey with the text "Conheça a Turquia! Aproveite ofertas arrasadoras." and an image of a woman with a backpack looking at a mosque.

## **2018 Yılı Faaliyetleri**

### **Fuar:**

#### **WTM Latin Amerika Fuarı**

Brezilya ve Latin Amerika turizm pazarı özelinde bölgenin en önemli fuarlarından, World Travel Market 2018 fuarı 3-5 Nisan 2018 tarihleri arasında Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlenmiştir. Fuarın açılışı Brezilya Turizm Bakanı Marx Beltrao tarafından yapılmıştır.

World Travel Market 2018 Fuarı Brezilya'da Latin Amerika turizm sektörü profesyonellerinin katıldığı ve önemli iş bağlantılarının yapıldığı uluslararası bir turizm fuarıdır. Fuara 50'den fazla ülkeden 600 firma katılmış olup 10 bin profesyonel fuarı ziyaret etmiştir. Gerek online randevu yöntemi ile fuar sırasında gerek networking bölümlerinde iş görüşmeleri yapılmıştır. Yapılan görüşmelerin ekonomik değeri 374 milyon Doları bulmuştur. Fuar büyük ilgi görmüş ve fuara birçok ülkeden turizm firmaları yoğun bir şekilde katılmıştır.

Türkiye, WTM 2018 Fuarı'na Kültür ve Turizm Bakanlığı Sao Paulo Kültür ve Tanıtma Ataşeliği'nin organizasyonundaki 204 metrekarelik bir stant ile katılmıştır. Türk Hava Yolları (THY), Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) ,Arar Tur, Capacity Tur, Lite Tur, Dorak Tur, Brezo Tur, Euroriente Tur, Gusto Tur, Honest Tur, Lenda Tur ve Kapadokya olmak üzere olmak üzere turizm sektörünü temsil eden toplam 15 birlik ve seyahat acentesi Türkiye standında fuara katılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Sayın Ahmet Temurci fuar boyunca tur operatörleri ve basın kuruluşlarıyla istişarelerde bulunmuştur. Fuarın ikinci gününde WTM Fuarı için Latin Amerika ülkelerinden gelen saygın gazeteciler ve basın mensupları için bir akşam yemeği organize edilmiştir. Söz konusu yemeğe Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Sayın Ahmet Temurci'nin yanı sıra Türk Hava Yolları Brezilya Müdürü Orhan Güven ve Arjantin Müdürü Yahya Şensoy'da katılmış olup Latin Amerika'nın çeşitli ülkelerinden gelen basın mensupları ile görüşmelerde bulunmuşlardır. Fuarın bitişinin hemen ertesinde Brezilya Tur Operatörleri birliği BRAZTOA başkanı Andre Lima ile bir toplantı düzenlenmiş olup Brezilya tur operatörlerinin Türkiye'den beklentileri ve işbirliği geliştirme konuları

üzerine fikir alışverişinde bulunulmuştur. Toplantı oldukça olumlu geçmiş olup her türlü yardım için yanımızda olacaklarını ifade etmişlerdir.

Sektör temsilcileri ile yapılan görüşmelerde iş bağlantıları açısından fuarın verimli geçtiği ve talebin arttığı ifade edilmiştir. Ancak, artan talebe rağmen ulaşım konusunda sıkıntılar ortaya çıkmakta ve tamamıyla satılan mevcut kapasitenin artırılması için Türk Hava Yollarından ek kapasite alınamamaktadır. Türk Hava Yolları yetkilileri ise Ağustos sonuna kadar tüm uçakların yoğun doluluk oranına ulaştığını ve ek kapasite olmadığı için bu taleplerin değerlendirilemediğini belirtmektedir. Ulaşım sorununun çözülmesi halinde ülkemize gelen turist sayısının artmaya devam edeceği öngörülmektedir.

Fuar süresince standımıza olan ilgi yüksek olmuştur. Fuarımızda Ebru sanatçısı Garip Ay ile Hat Sanatçısı Levent Karaduman'ın gösterileri büyük ilgi kaynağı olmuştur. Gerek sanatçıların performansı ve gerekse ziyaretçilerin bu sanatlara iştirak etme fırsatının verilmesi gösterilere olan ilgiyi önemli ölçüde artırmıştır. Fuarda üç gün boyunca ikram edilen Türk yemekleri, çay ve Türk kahvesi de Türkiye standına ilgiyi artırmıştır. Kurukahveci Mehmet Efendi'yi temsilen standımızda Levent Özden, standımızı ziyaret eden ziyaretçilere özenle Türk Kahvesi ikram etmiş ve meraklılarına kahvemizle ilgili gerekli açıklamaları yapmıştır.

Çeşitli Turizm Ofisi temsilcileri, WTM turizm sektör firmaları, diğer ülkelerden gelen turizm firmalarının temsilcileri, basın kurumları, dergi ve televizyon temsilcileri ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan firmalar arasında Brezilya'nın en büyük tur operatörleri yer almaktadır. Bunlar arasında, CVC, Queensberry, Shultz, Tereza Perez vb birçok tur operatörü yer almaktadır. Yapılan görüşmelerde Türkiye ile ilgili bilgiler verilmiş ve işbirliği imkânları üzerinde konuşulmuştur. Toplantılarda operatörler, fam trip ve acente eğitimi konularının önemine değinmişlerdir. Bunun yanı sıra turizm sektörü temsilcilerine fuar süresince broşür ve diğer dokümanlar verilerek bilgi sahibi olmaları sağlanmıştır.

Firmalar Türkiye'ye olan talebin yükseldiğini ancak Türkiye'nin kendi ülkelerinde daha çok tanıtılmasının ilgiyi çok daha artıracığını ve tanıtım çalışmalarına ağırlık vermemizi talep etmişlerdir. Latin Amerika ülkelerinde Türk dizilerinin çok izlendiğini ve sevildiğini belirterek dizi oyuncularının Türkiye'nin tanıtımında çok büyük bir rol oynayacağını ifade etmişlerdir.

## **Fuar Kapsamında Gerçekleştirilen Toplantı ve Görüşmeler**

WTM Latin Amerika fuarı kapsamında Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Ahmet TEMURCİ tarafından, Brezilya pazarında faaliyet gösteren en iyi 11 tur operatörünün yanı sıra, pazarın %90'a hâkim bulunan 90 civarı şirketi bir araya getiren Braztoa (Brezilyalı Tur Operatörleri Birliği) yetkilileri, ülkenin önde gelen basın kuruluşları ve mensuplarıyla toplantılar/ görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

### **Tur Operatörleriyle Toplantılar**

1. Tour Operadores
2. Orinter Tour & Travel
3. CVC Viagens
4. TGK Travel
5. Raidho Viagens
6. AbreuTur
7. Queensberry
8. Kangaroo
9. Tereza Perez
10. BWT Operadora
11. Schultz Turismo
12. Braztoa

### **Mülakat ve Toplantılar**

1. Brasil Turis Jornal – Mülakat - Brezilya
2. Mercado & Eventos – Mülakat - Brezilya
3. Efe Press House – Mülakat – Latin Amerika
4. Veronica de Santiago – Carribbean News (Espanha) – Latin Amerika
5. 'Caras' Dergisi – Toplantı – Bazın Gezisi Talebi - Brezilya
6. 'Viaje Mais' Dergisi – Toplantı – Basın Gezisi Talebi - Brezilya
7. 'Viaje Mais Luxo' Dergisi – Toplantı – Basın Gezisi Talebi - Brezilya
8. 'Brasil Travel News' Dergisi – Mülakat - Brezilya
9. 'Joven Pan' Radyo – Mülakat - Brezilya
10. TV Top View – Mülakat - Brezilya
11. TV Band – 'Catia Fonseca' Programı – Basın Gezisi Talebi - Brezilya

12. TV Record – ‘Por Aí’ Programı – Basın Gezisi Talebi - Brezilya
13. Ünlü – Cesar Filho – Toplantı – Basın Gezisi Talebi - Brezilya
14. Ünlü – Fotoğrafçı ‘Leo Faria’ – Toplantı – Basın Gezisi Talebi – Brezilya

### **Akşam Yemeği Toplantısına Katılan Gazeteciler**

1. Salvador Alves Dias – News 4 Travel (Portekiz)
2. Roberto Marques – TV Passaporte Brasil (Brezilya)
3. Giba Minassian – ‘Melhor da Tarde’ Programı – TV Band (Brezilya)
4. Claudia Tonaco – Travel 3 (Brezilya)
5. Guido Calderon – Traffic News (Ekvador)
6. Wilson Valdez – Mundo Turístico (Uruguay)
7. Dario Queirolo – Passaporte News (Uruguay)
8. Veronica de Santiago – Carribbean News (İspanya)
9. Taiana Gonzales – Hosteltur (Arjantin)
10. Juan Carlos – Portal de Turismo (Peru)
11. Julian Belinque – Travel2 Latam (Arjantin)
12. Patrícia Chemin - Qual Viagem (Brezilya)
13. Luciano Garcia – ‘Jovem Pan’ Radyosu ve ‘Top View’ Dergisi (Brezilya)
14. Antonio Euryco – ‘América Economia’ Dergisi (Brezilya)
15. Marden Couto – Turismo de Minas (Brezilya)



**Ağırlama:**

- Brezilya'nın en çok izlenen kanallarından biri olan Record TV'nin "Domingo Espectacular " programında yayınlanmak üzere Hristiyan dünyasında önemli bir yere sahip olan ve ülkemizde bulunan 7 kilise hakkında 7 bölümlük bir program hazırlamak üzere ilgili kanaldan 4 kişilik bir çekim ekibi 01-15 Mayıs 2018

tarihleri arasında İstanbul, Çanakkale, Denizli, Antalya ve Nevşehir'de ağırlanmıştır.

### **Kültürel Faaliyetler:**

#### **Cinamateca'da Türk Film Festivali**

6-15 Nisan 2018 tarihinde Brezilya Kültür Bakanlığına bağlı Cinamateca kurumunda Türk Film Festivali gerçekleştirilmiştir. Festivalin açılış günü olan 6 Nisan'da Müşavirliğimizce bir açılış kokteyl verilmiş olup Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Ahmet TEMURCİ tarafından bir açılış konuşması yapılmıştır. Ayrıca söz konusu etkinlik süresince Ara Güler fotoğraf sergisi düzenlenmiş ve Garip Ay ile Ebru sanatının tanıtımı yapılmıştır.





## 2B.ARJANTİN

### 2017 Yılı Faaliyetleri:

#### Fuar:

##### **FIT Latin Amerika Fuarı**

Bakanlığımızca 2014 yılından beri, kamu/özel sektör işbirliğinde Madrid Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimizce katılım sağlanan FIT Latin Amerika Turizm Fuarı'na, 2017 Mart ayında faaliyetlerine başlayan Sao Paulo Kültür ve Tanıtma Ataşeliğimizce katılım devam ettirilmektedir. Söz konusu Fuara 2017 yılında 28-21 Ekim tarihleri arasında Buenos Aires de 100 metrekarelik bir stant ile iştirak edilmiştir.



##### **Expo Colectividades ( Yerel Toplumlar Fuarı ) , 02-03 Eylül 2017- ARJANTİN**

Arjantin'in Buenos Aires şehrinde her sene Eylül ayında düzenlenen ve ülkelerin kültürlerinin tanıtılmasını hedefleyen Expo Colectividades Fuarı'na 16 metrekarelik bir stand ile Ataşeliğimiz ve Büyükelçiliğimiz işbirliğiyle katılım sağlanmıştır. Ataşeliğimizce stand kurulum işleri üstlenilen fuarda Türkiye standında Ebru yapımı, Arjantin TV kanallarında yayınlanan ve izleme rekorları kıran Muhteşem Yüzyıl dizisinin kostüm sergisi ve yine Arjantin'de büyük ilgi gören Küçük Gelin dizisinin oyuncularından Gözde

Mukavelat'ın imza günü gerçekleştirilmiştir. TC. Buenos Büyükelçiliği tarafından koordine edilen yukardaki etkinliklere ek olarak Türk yemeklerinden sunulan ikramlarda büyük ilgi görmüştür.



### Ağırlama

- Oscar Suarez ve Fabiana Beinotti'nin 29 Mayıs 2017 ile 05 Haziran 2017 tarihleri arasında ülkemizde yaptıkları ziyaret sonrası Argentinisima kanalının "Viajando con Vos" isimli programında Türkiye çekimleri yayınlamıştır. Söz konusu çekim ekibi Bakanlığımızca ağırlanmıştır.

- Üç kişilik Canal 13 televizyon ekibi Türkiye hakkında seyahat programı hazırlamak üzere 28 Haziran 2017 – 01 Temmuz 2017 tarihleri ile 06 Temmuz 2017- 12 Temmuz 2017 tarihleri arasında Bakanlığımızca ülkemizde ağırlanmıştır.
- Al Calamo TV televizyonundan üç kişilik ekibinin 15-24 Ekim 2017 tarihleri arasında İstanbul, Konya, Kayseri ve Nevşehir’de yaptıkları çekim sonrası Al Calamo TV televizyonu Publica programındaki çekimler:

### **2018 Yılı Faaliyetleri:**

#### **T 20 Turizm Bakanları Zirvesi:**

16-17 Mayıs 2018 tarihleri arasında Arjantin’in başkenti Buenos Aires’te yapılan T20 Turizm Bakanları toplantısına ülkemizi temsilen Turizm Bakan Yardımcımız Sayın Hüseyin YAYMAN başkanlığında bir heyetle katılım sağlanmıştır.

16 Nisan 2017 tarihinde T.C. Buenos Aires Büyükelçiliği konutunda gazeteciler ve tur operatörleri ile toplantılar yapılmıştır. Bu toplantılar sonrasında da Türk Yemeklerinin ikram edildiği iki kokteyl verilmiştir.

Basın mensupları ile yapılan toplantıya 20 gazeteci ve medya mensubu katılmıştır. Toplantıda Bakan Yardımcımız Sayın Hüseyin YAYMAN ülkemizin turizm imkânları ve kültürü ile ilgili bir açılış konuşması yapmıştır. Ülkemizde yaşamış uygarlıklardan ve onlardan kalan antik şehirlerden bahsetmiş Truva kalıntılarına vurgu yapmıştır. Konuşmasında turizmin ve kültürel yakınlaşmanın önemine vurgu yapmış, ülkemizin ve kültürümüzün tanıtımı konusunda her türlü desteği vereceğimizi belirtmiştir. Ülkemizle ilgili olarak Arjantin medyasında yayınların artırılması için basın mensuplarını ülkemize davet etmiştir.

Basın mensupları toplantısından sonra tur operatörleri ile toplantı yapılmıştır. Toplantıya 22 tur operatörü ve acente katılmıştır. Toplantıda Bakan Yardımcımız Sayın Hüseyin YAYMAN ülkemizin turizm imkânları ve kültürü ile ilgili bir açılış konuşması yapmıştır. Türkiye’ye gelen turist sayısı, destinasyonlar ve kültürümüzle ilgili bilgiler vermiştir. Turizm sektörü mensupları ile ülkemize giden turist sayısının nasıl artırabileceği

yönünde görüşme yapılmıştır. Turizm sektörü mensupları ülkemizin en önemli eksiğinin tanıtım noktasında olduğunu, hem Arjantin kamuoyunun hem de acentelerin Türkiye ile ilgili bilgilendirilmesinin zorunlu olduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda mutlaka acente eğitimi çalışmalarını yapılmasını, ortak reklam, road show ve diğer etkinliklerin desteklenmesini talep etmişlerdir. Arjantin'de şu an televizyonlarda altı Türk dizisinin gösterildiği ve bunların ülkemiz tanıtımına büyük katkı yaptığı belirtilerek dizi yıldızlarının Arjantin'e gelmesinin ülkemiz tanıtımına büyük katkı yapacağına dikkat çekilmiştir.

17 Nisan 2018 tarihinde yapılan T20 toplantısında Dünya turizmi konusunda yapılan görüşmelerde, turizmin, kırsal veya uzak bölgelerde istihdam yaratmakta ve çoğu zaman iş için ekonomik uygulama alanlardan biri olduğu ve sosyal ve ekonomik risklere karşı daha savunmasız olan grupları; kadınları, gençleri, göçmenleri, kabileleri, yerli ve kırsal toplumu ekonomik olarak güçlendirmek için, istihdam yaratma sosyal içerme için bir itici güç olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca, turizm, dünyada doğrudan ve dolaylı olarak her 10 işten birini etkileyen ve turizm sektörünün kalbindeki işlerle bağlantılı olarak bir ya da bir buçuk kişilik ek istihdam yaratan emek yoğun bir hizmet sektörüdür. Turizm sektöründe kadın istihdamının ve girişimciliğinin diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha yüksek bir paya sahip olması nedeniyle toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini teşvik etmek için turizm sektörü etkili bir araç olarak kullanılabilir. Turizm, doğrudan, dolaylı etkilerini göz önünde bulundurulduğunda, dünyanın GSYH' sının % 10'unu oluşturmaktadır.

G20'nin genel amacı güçlü, sürdürülebilir, dengeli ve kapsayıcı büyüme olup insana yakışır bir iş, sürdürülebilir büyüme ve toplumlarının refahını gözetmektir. G20 ekonomilerinde turizm, ekonomik büyüme, iş yaratma ve kalkınmanın bir itici gücüdür.

T20 toplantısı sonuç bildirgesinde aşağıdaki konularda çalışmalar yapılması kararlaştırılmıştır.

- Üretkenliği teşvik etmek, sürdürülebilir ve sosyal açıdan sorumlu politikaları teşvik etmek, istihdam ve turizmde inovasyonun ilerlemesini kolaylaştırmak ve daha iyi işlerin yaratılmasını teşvik etmek, özellikle kadınlar ve gençler arasında sürdürülebilir girişimcileri ve girişimciliği desteklemek

- Gerekli olduğu yerlerde, her düzeydeki eğitim kurumları, özel sektör, hükümetler ve teknoloji ortakları arasında, eğitim programlarının gözden geçirilmesi ve desteklenmesi için gelecekteki iş fırsatlarını geliştirmek adına işbirliği mekanizmaları oluşturmak
- G20 ekonomilerinin Turizm Bakanlarının bir sonraki toplantısında sunulmak üzere Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) iş ve becerilerin geleceği hakkında bir rapor hazırlamasını istemek
- KOBİ'lerin, turizm, kültür mirası alanlarında iş yaratımına katkısı, kültürel kaynakların korunması ve tanıtılmasındaki rolü nedeniyle önemini vurgulamak

T20 Toplantısında Bakan Yardımcımız Sayın Hüseyin YAYMAN bir konuşma yapmıştır. Konuşmasında uluslararası toplum için turizmin kültürel değerler, miras, barış ve refah ortamını korumadaki rolünün yanı sıra ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkısını dile getirmiş ve turizmin bu iki yönlü gücünü en iyi şekilde kullanabileceği politikalar ve işbirlikleri geliştirmenin gerekliliğine vurgu yapmıştır.

Daha sonra T20 ye katılımcılarını Kasım 2018 ayında ülkemizde gerçekleştirilecek olan BMDTÖ-UNESCO kültür turizmi konferansı için İstanbul'a davet etmiştir.

T20 toplantısı esnasında Bakan Yardımcımız Sayın Hüseyin YAYMAN Arjantin Turizm Bakanı José Gustavo Santos, Hindistan Turizm Bakanı Alphons Kannanthanam, Japonya Turizm Bakanı Keiichi ISHII ve Dünya Turizm Örgütü Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili ile ikili görüşmeler yapmıştır. Bu görüşmelerde ortak yapılabilecek faaliyetler üzerinde durulmuştur. Ayrıca, bu Ülkelerle karşılıklı olarak kültürel faaliyetler düzenlenmesi, diğer ülkelerde Türk Yılı etkinliği yapılırken ülkemizde de bu ülkelerin yılı ilan edilerek karşılıklı etkinlikler yapılması konusunda görüş birliğine varılmıştır.

Ayrıca Arjantin'de resmi olarak tanınan İslam Merkezi ziyaret edilmiştir. Merkez yöneticileri ile yapılan görüşmelerde ülkemizin Arjantin'deki Müslüman nüfusa tanıtılması için İslam Merkezinin kontrolünde olan TV ve basın kuruluşlarında ülkemizle ilgili yayınlar yapılması konusunda görüş birliğine varılmıştır.

### **Arjantin Turizm Bakanı Sn. Jose Gustavo Santos ile görüşme**



**Arjantin Devlet Başkanı Sn. Mauricio Macri ile görüşme**



**Arjantin Tur Operatörleri Toplantısı**



**Ağırlama:**

- Üç kişilik Canal 13 televizyon ekibinin 12-21 Mayıs 2018 tarihleri arasında Ankara, İstanbul ve Nevşehir'de yapılacak çekimlerin Canal 13 televizyonu RESTO DEL MUNDO (Rest of the World) programında 40'ar dakikalık üç bölüm halinde yayınlanacaktır.

## **2C. Kolombiya**

### **2017 Faaliyetleri**

#### **Fuar:**

##### **Vitrina Turistica Fuarı**

Vitrina Turistica ANATO fuarı 01-03 Mart 2017 tarihleri arasında Kolombiya'nın başkenti Bogota'da düzenlenmiştir. Fuara 70 metrekarelik bir standla kamu/ özel sektör birlikteliğiyle katılım sağlanmıştır.

#### **Ağırlamalar:**

- Dört kişilik Travesia program ekibinin 28 Eylül 2017 – 06 Ekim 2017 tarihleri arasında ülkemizi ziyaretlerinde yaptıkları çekim sonrası Caracol TV'de yayınlanan Travesia programında gösterilmektedir. Çekimler dört bölüm olarak yayınlanacak olup ilk iki bölüm yayınlanmıştır. Diğer iki bölümde yılsonuna kadar yayınlanmış olacaktır.

### **2018 Yılı Faaliyetleri**

#### **Fuar:**

##### **Vitrina Turistica Fuarı**

Vitrina Turistica ANATO 2018 fuarı 21-23 Şubat 2018 tarihleri arasında Kolombiya'nın başkenti Bogota'da düzenlenmiştir. Fuara 108 metrekarelik bir standla kamu/ özel sektör birlikteliğiyle katılım sağlanmıştır. Fuar Kolombiya'da tüm Latin Amerika turizm sektörü profesyonellerinin katıldığı ve önemli iş bağlantılarının yapıldığı bir turizm fuarıdır. Fuara 1.100'ü Kolombiyalı firma ile 36 farklı ülkeden 294 firma katılmıştır. Bu sene ANATO 2018 fuarına iki yeni ülke ve 25 yeni katılımcı firma iştirak etmiştir. Fuarı üç gün içerisinde 37.000 kişi ziyaret etmiştir. Online randevu yöntemi ile fuar sırasında 4.000 iş



görüşmesi yapılmıştır. Fuar büyük ilgi görmüş ve fuara birçok ülkeden turizm sektör firmaları yoğun bir şekilde katılmıştır.

Türkiye, Vitrina Turistica ANATO 2018 Fuarı'na Kültür ve Turizm Bakanlığı Sao Paulo Kültür ve Tanıtma Ataşeliği'nin organizasyonundaki stant ile katılmıştır. Türkiye standında Türk Hava Yolları ile birlikte, Lite Tur, Ferro Tur, Adavegas Tur, Brezzo Tur, Arar Tur, İntra LatinTur, BRT Tur, Euroriente Tur, Gusto Tur, Honest Tur, Lenda Tur, Road Tur, Sonrisa Tur, olmak üzere turizm sektörünü temsil eden 13 firma fuara katılmıştır. Fuara katılımcı sayısının geçtiğimiz yıllara oranla iki katına çıkması önümüzdeki yıllarda daha büyük bir alanla fuara katılmamız gerektiğini göstermektedir.

Fuar süresince standımıza olan ilgi yüksek olmuştur. Fuarımızda Ebru sanatçısı Yusuf PARLAK ile Hat Sanatçısı Levent KARADUMAN'ın gösterileri büyük ilgi kaynağı olmuştur. Bu iki geleneksel sanatımızın tanıtımı fuar süresince ilgiyle takip edilmiştir. Ayrıca, Kolombiya'da yaşayan ikisi Türk olmak üzere üç kişiden oluşan bir müzik grubu standımıza gelerek Türk eserlerinden oluşan bir konser vermişlerdir.





## Kolombiya ARA GÜLER Fotoğraf Sergisi

12 Şubat 2018 – 02 Mart 2018 tarihleri arasında Kolombiya'nın başkenti Bogota'da, Fundación Gilberto Alzade Avendano sanat merkezinin salonunda fotoğraf sanatçısı Ara GÜLER'in fotoğraflarından oluşan bir sergi açılmıştır. Serginin salonu ve diğer düzenlemeler Bogota Büyükelçiliği tarafından yapılmış, fotoğraflar ise Ataşeliğimiz tarafından sağlanmıştır.



### 3.PAZAR HEDEFLERİ VE STRATEJİLER

#### a.Kısa ve Uzun Vadeli Hedefler

##### Latin Amerika Ülke Künyeleri

Ülkeler	Nüfus	Yurtdışına Çıkan Kişi Sayısı- 2016	Avrupa Ülkelerine Gidenler	Türkiye'ye Gelen Kişi Sayısı		
				2017	Ocak - Haziran 2018	Ocak- Haziran Değişim (2017/2018)
<b>Brezilya</b>	207,7 Milyon	9.469,099 (2015)	3.19 Milyon	49.754	33.463	%75,11
<b>Arjantin</b>	43,85 Milyon	10.380,300	1.2 Milyon	48.280	33.949	% 66,45
<b>Kolombiya</b>	48,65 Milyon	4.917,000	2.4 Milyon	29.650	23.743	% 131

Güney Amerika'dan yurt dışına gidenlerin yarısından fazlası Brezilya ve Arjantin'den gitmektedir. İki ülkeden yurt dışına giden sayısı yıllık 20 milyon civarındadır. Bu trendin gelecek yıllarda da devam etmesi beklenmektedir. Brezilya ve Arjantin'den yurt dışına özellikle kıtalararası seyahatlere gidenlerin çoğunun orta-üst ya da üst gelir grubundaki kişiler olması ekonomideki değişimlerden seyahatlerin daha az etkilenmesine yol açmaktadır.

Ülkemiz için önemli potansiyel vaat eden Brezilya, Arjantin ve Kolombiya pazarlarından gelen toplam turist sayısı 2013 yılında yaklaşık 185.000 kişiye ( Brezilya-113.433 kişi, Arjantin -46.729, Kolombiya-21.979 ) ulaşmıştır. 2014 ve onun takip eden yıllarda ise Türkiye'de ve komşu ülkelerde yaşanan bir takım güvenlik sıkıntıları nedeniyle bu rakamlar düşüş eğilimine girmiştir.

Ancak 2017 yılı itibariyle Brezilya ve Arjantin başta olmak üzere Türkiye lehine pazarda çok önemli hareketlenmeler ve artışlar kaydedilmeye başlanmıştır. Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere 2018 yılının ilk 6 ayında ilgili pazarlarda ortalama %50-60'lık bir artış eğilimi görülmektedir. Bu gelişme ışığında Türkiye için ilgili pazarlardan hedeflediğimiz turist sayısı aşağıda tabloda verilmiştir.

### Kısa ve Uzun Vadeli Hedefler

<b>Brezilya</b>		<b>Arjantin</b>		<b>Kolombiya</b>	
Kısa vadeli hedef ( 5 yıllık)	Uzun vadeli hedef (10 yıllık)	Kısa vadeli hedef (5 yıllık)	Uzun vadeli hedef (10 yıllık)	Kısa vadeli hedef (5 yıllık)	Uzun vadeli hedef (10 yıllık)
<b>200.000</b>	<b>400.000</b>	<b>150.000</b>	<b>300.000</b>	<b>100.000</b>	<b>200.000</b>
<b>Brezilyalı turist</b>	<b>Brezilyalı turist</b>	<b>Arjantinli turist</b>	<b>Arjantinli turist</b>	<b>Kolombiyalı turist</b>	<b>Kolombiyalı turist</b>
<b>Latin Amerika Toplam</b>		Kısa vadeli hedef (5 yıllık)		Uzun vadeli hedef (10 yıllık)	
		<b>450.000 Latin Amerikalı turist</b>		<b>900.000Latin Amerikalı turist</b>	

### b. Kısa ve Uzun Vadeli Stratejiler

#### Kısa Vadeli Stratejiler:

- Türkiye için yeni ve gelişen pazarlar konumunda olan Brezilya, Arjantin ve Kolombiya'da daha çok turizm fuarlarına katılarak sektörün pazara daha etkin girmesine öncülük yapmak ve iş imkânlarının geliştirilmesi için fırsatlar yaratmak
- Brezilya, Arjantin ve Kolombiyalı turistlerin Türkiye tatil rezervasyonlarını genel olarak seyahat acenteleri aracılığıyla yapıyor olması nedeniyle sektörle yapılan birlikte reklam, birlikte ağırlama gibi faaliyetlere daha çok yer vermek.

- Pazarlardaki ve Türkiye satışı yapan acentelerdeki ülkemiz hakkındaki bilgi eksikliğini gidermek ve doğru enformasyon akışını sağlamak adına info turlar ve eğitim workshopları düzenlemek.
- Pazarlarda ülkemize yönelik artan talebe uygun olarak uçuş ve sefer imkanlarını arttırmak adına girişimlerde bulunmak.
- Arjantinli ve Brezilyalı turistler, kıyılarının okyanus olması nedeniyle yaz tatillerini kültür turları ve deniz- kum- güneş tatili ile birleştirme eğilimi göstermektedir. Tesislerinin yeniliği, doğal güzellikleri, Akdeniz çanağındaki İspanya, İtalya gibi rakip ülkelere göre fiyat avantajı ve hizmet kalitesi göz önüne alındığında Türkiye'nin kültür ürününün yanı sıra deniz- kum- güneş imkanlarının da tanıtım faaliyetlerine dahil edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla kültür turizminin yanı sıra deniz kum güneş gibi ürünleri de ekleyerek tanıtım içeriklerinin çeşitlendirilmesi düşünülmektedir.
- Katolik mezhebinin yoğun olduğu Brezilya ve Arjantin pazarlarında önemli bir inanç turizmi potansiyeli bulunmaktadır. St Paul ve St George gibi ülkemizde yaşamış önemli azizlerin dönemlerinde yapılmış kiliselere ziyaret etme eğilimi artmaktadır. Bu nedenle inanç turizmi tanıtımına önem verilmesi planlanmaktadır.
- Son yıllarda Türk dizilerinin Arjantin ve Brezilya'da yayınlanmaya başlaması ve prime time gibi bir zaman diliminde çok ciddi seyirci kitlelerine sahip olmaları nedeniyle ülkemiz tanıtımı adına önem arz etmektedir. Ayrıca dizi oyuncularının yayınladıkları ülkelerde ciddi bir hayran kitlesine sahip olması ve Latin Amerika ülkelerinde magazin haberlerinin büyük kitleler tarafından takip ediliyor olması nedeniyle dizi oyuncularının Türkiye'nin tanıtımında kullanılmasının çok faydalı ve etkili olacağı düşünülmektedir.

- Sosyal medya tanıtımına ve Türkiye hakkında içerik oluşturmalarına hız verilmektedir.
- Ülkeler arası diplomatik ilişkilerin tarihi ve dönüm noktaları göz önüne alarak kültürel ilişkilerin geliştirilmesine ve bu temelde kültürel faaliyetlerinin düzenlenmesine önem verilmesi düşünülmektedir.
- Latin Amerika bölgesinin, gerek ekonomik gelişmişlik gerekse insan gücü bakımından gelecek yıllarda potansiyeli yüksek pazarlar arasında bulunması nedeniyle Şubat 2017 tarihinde Brezilya'nın Sao Paulo şehrinde faaliyete geçen ve tüm Latin Amerika ülkelerine akredite olan Sao Paulo Kültür ve Tanıtma Ataşeliğinin yanı sıra Arjantin ve Meksika'da Kültür ve Tanıtma Müşavirliklerinin açılması düşünülmektedir.

#### **Uzun Vadeli Stratejiler:**

- Latin Amerika'da Türkiye hakkında farkındalık yaratmak, Türkiye hakkında daha çok bilgiye ulaşılmasını sağlamak, tüketicilerin zihninde pozitif bir Türkiye algısı oluşturmak.
- Türkiye'yi Latin Amerikalıların turizm alanında en çok tercih ettiği destinasyonlardan biri haline getirmek .
- Türkiye'nin güvenli bir ülke olmadığı önyargısını yıkmak, huzurlu bir şekilde seyahat edilebilecek bir ülke olduğu algısını güçlendirmek.

#### **4.SONUÇ VE ÖNERİLER**

##### **Brezilya:**

Gelişen ekonomiye bağlı olarak, Brezilya'dan turizm amacı ile yurt dışına çıkışlar ve yapılan harcamalarda önemli artış kaydedilmiştir. Turizm Bakanlığının verilerine dayanarak 2015 yılında toplam 9.469,099 Brezilyalı uluslararası seyahat gerçekleştirmiştir. Bu rakamın 2017 yılında 10 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Brezilyalı turistler Avrupa'da en çok Portekiz, Fransa, İspanya, İtalya, Birleşik Krallık ve Almanya'yı tercih etmektedirler. Avrupa'nın tercih edilmesinin sebepleri; kişisel statü, tarihi köklere dönüş, kültür, dini mekanların çeşitliliği, alışveriş, gastronomi, futbolun beşiği olması gibi nedenlerdir.

Brezilyalı turistler uzak mesafeler için genellikle 10-15 gün gibi bir kalış süresi ve aynı tatil süresi içerisinde birden fazla ülkeyi ziyaret etmeyi tercih etmektedir. En çok tatile çıkılan dönem Ocak-Şubat dönemi ile Mayıs- Eylül ayları arasındadır. Tatil kararları en az 1, en çok 3 ay öncesinden karar vermektedirler. Bu seyahatlerin % 40'ı seyahat acentası aracılığı ile %60'ı bireysel olarak gerçekleştirilmektedir.

Diplomatik bağların 150 yıllık tarihine rağmen Türkiye-Brezilya ilişkilerinde ancak 2004 yılı sonrası önemli bir ivme yakalanabilmiştir. Son yıllarda Brezilya ekonomisinde yaşanan hızlı büyüme sonucu yurtdışı seyahat sayısının da artması sonucu Brezilya turizm açısından Türkiye için yüksek potansiyeli olan bir pazardır. Türk Hava Yolları'nın 2009 yılından itibaren, İstanbul'dan Sao Paulo'ya direkt uçuş başlatmış olması Brezilyalı turistlerin kıtalararası seyahat tercihlerinde ülkemiz adına olumlu katkı sağlamıştır. Bu direkt uçuşlar ile birlikte Brezilyalı önemli tur operatörleri tarafından İstanbul, Kapadokya, Pamukkale, İzmir destinasyonlarına yönelik kültür turları pazarlanmaya başlanmıştır.

Yapılan araştırmalara göre Brezilyalılar en uygun maliyetli uzak destinasyonlar olarak Türkiye ve Malezya'yı görmektedirler. Brezilya'da Türkiye'nin en çok bilinen destinasyonu İstanbul ve Kapadokya'dır. Ayrıca Brezilyalıların Avrupa tatillerinin bir parçası olarak ya da Asya destinasyonlarına seyahatlerinde İstanbul'u transit uçuş noktası olarak kullanmaktadırlar. Türk Hava Yolları ile Brezilya'dan diğer ülkelere transit olarak uçan yolcuların seyahat programlarına İstanbul'u eklemeleri ve tatil programlarında İstanbul olmayan turistleri de İstanbul'a yönlendirebilmek için tur operatörleri ile çeşitli projeler üzerinde çalışılmaktadır.

Son dönemde dini turlara talep artmaya başlamıştır. Ülkemizde yaşamış olan St. Paul ve St. George gibi dini önderlerin döneminde ülkemizin çeşitli yörelerinde yapılan kiliselere ziyaretler artmaktadır. Ayrıca, ülkemize gelen Brezilyalı turistlerin bir kısmı deniz tatili için Yunanistan ya da Mısır'a gitmekte, kültür ve alışveriş turları içinse ülkemize gelmektedir. Ülkemizin deniz turizmi çok bilinmemekte olup Brezilya'da Antalya ve

Muğla gibi destinasyonlarımızın tanıtılmasının önemi büyüktür. Servis ve otel kalitesi olarak Brezilyalı turistlerin rahatlıkla kalacağı Antalya ve Muğla destinasyonlarının bilinir hale gelmesi bu destinasyonlara giden Brezilyalı sayısını da artıracaktır. Brezilyalı turistlerin harcama eğilimleri yüksek olup lüks tatili tercih etmektedirler.

### **Arjantin :**

Her yıl yaklaşık 10 milyon Arjantinli tatil amaçlı ülke dışına seyahat etmektedir. Ekonomik durumun iyi gitmesi durumunda yurt dışına çıkışların artarak devam etmesi öngörülmektedir.

Arjantin ekonomisi 2016 yılında -%2,3'lük bir daralma göstermesine rağmen hükümetin aldığı önlemlerle 2017 yılının ilk altı ayında %1,6'lık bir büyüme kaydetmiştir. 2018 ve 2019 yıllarında ülke ekonomisinde ortalama %3'lük bir büyüme beklenmektedir.

Bu kapsamda ekonomisinin iyileşmeye başlaması ve yurt dışına çıkan turist sayısının her yıl ciddi oranda artması nedeniyle Arjantin ülkemiz için gelişmekte olan ve potansiyel vaat eden bir pazar konumundadır.

Türkiye, Arjantinli turistlerin Avrupa'da en çok tercih ettiği 5. destinasyon konumundadır. Arjantinli turistler seyahat tercihlerini deniz-kum- güneşin yanı sıra kültürel ve tarihi geçmişe sahip ve doğa güzelliklerin mevcut olduğu destinasyonları tercih etmektedir. Bu çerçevede deniz- kum- güneş turizmi imkanı, kaliteli ve yeni konaklama hizmetleri, tarihi ve doğal güzellikleriyle Türkiye Arjantinli turistler için fayda – maliyet ve kalite açısından en uygun destinasyonlardan birisidir. Bu noktada Türkiye'nin en büyük dezavantajı Arjantinli turistler için uzun mesafeli bir destinasyon olmasıdır.

Coğrafi şartlar nedeniyle Arjantin'de deniz turizmi neredeyse yoktur. Arjantinliler deniz turizmi için Brezilya, Meksika, Amerika gibi ülkelere gitmektedirler. Bu tatillerin maliyeti ülkemize yapılacak bir tatilin maliyetine yakındır. Ancak alınacak servis kalitesi ve hizmet/fiyat dengesinin ülkemizde çok daha iyi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, Arjantin ekonomisindeki düzelme ile birlikte taksitli tatil satışlarının tüketicilere sunulması sonucu alım gücü artmış ve daha çok Arjantinli yurtdışı tatile gidebilecek hale gelmiştir.



Ülkemizin deniz turizmi Arjantin'de çok bilinmemekte olup Antalya ve Muğla gibi destinasyonlarımızın tanıtılmasının önemi büyüktür. Bu bölgelerin tanıtılması deniz tatili içinde ülkemize gidecek turist sayısını da artıracaktır.

Arjantin pazarında Türkiye olumlu bir imaja sahiptir. Geçtiğimiz yıllarda birçok Türk dizisinin Arjantin kanallarında gösterilmeye başlanması ve izlenme oranlarının yüksek olması nedeniyle ülkemiz ve ülkemiz insanı hakkında olumlu bir kaniya sahiptirler.

Son olarak yaklaşık 40 milyonluk nüfusu, Latin Amerika'nın 2. büyük ülkesi olması, yurt dışına tatil için çıkan Arjantinli sayısının sürekli artış göstermesi, ülkemizin Avrupa'da tercih edilen ilk beş destinasyon arasında bulunması ve Türkiye'nin Arjantin'de sahip olduğu olumlu imaj nedeniyle Arjantin Türkiye için gelecek ve potansiyel vaat eden bir pazardır. Bu nedenle Sao Paulo Kültür ve Tanıtma Ataşeliğine akredite olan Arjantin'de yerel bir Kültür ve Tanıtma Müşavirliğinin açılmasının çok faydalı olacağı düşünülmektedir.

### **Kolombiya:**

Kolombiya, 48,65 milyon nüfusuyla Brezilya'dan sonra Latin Amerika'nın en yüksek nüfusa sahip ülkesidir. Ülke başkanlık sistemi ile yönetilmektedir. Kolombiya, Latin Amerika ülkeleri arasında Brezilya ve Meksika'dan sonra 3.büyük ekonomik büyüklüğe sahiptir. Ülkede Bogota, Medellin, Cali, Cartagena ve Baranquilla olmak üzere ticaret ve aynı zamanda turizm merkezi niteliğinde 5 büyük şehir bulunmaktadır.

Latin Amerika'nın büyük ekonomisinden biri olmasıyla birlikte gelir dağılımındaki adaletsizlik nedeniyle ülkede ciddi bir sınıfsal ayrışma mevcuttur. HSBC tarafından hazırlanan ve 2050 yılında dünya ekonomilerinin büyümelerine ilişkin öngörülleri içeren bir raporda, Kolombiya en iyi 26. ekonomi olarak gösterilmektedir. Ülke GSYİH' sinin %155 artışla 2050 yılında 725 milyar Dolar'a ulaşacağı; kişi başı gelir, nüfus ve yatırım göstergelerinde de önemli ölçüde gelişme kaydedileceği öngörülmektedir. Kolombiya'nın Latin Amerika ülkeleri içinde en yüksek büyüme kaydedecek ülke olacağı tahmin edilmektedir

Artan siyasi ve ekonomik istikrar ve son zamanlarda Farc terör örgütü ile yapılan anlaşma ve ardından Juan Manuel Santos'un Nobel barış ödülü ile ödüllendirilmesi tüm Dünya nezdinde ülkede barış sağlandığının izlenimini oluşturmayı başarmıştır. Bunun beraberinde güvenlik koşullarındaki iyileşme, Kolombiya'yı yabancı yatırımcılar ve turistik ziyaretler için tercih edilen bir ülke haline getirmektedir. Kolombiya, son 10 yıllık dönem boyunca yaptığı ekonomik ve siyasi reformlar ile gelişmekte olan ve gelecek vaat eden bir ülke konumundadır. Orta gelirli vatandaş sayısının artması, yoksul vatandaş sayısındaki düşüş, gelir dağılımını dengeleme, barış süreci ve ekonomik reformlar ile birleştirildiğinde birkaç yıl içinde ülkedeki sanayi artışını beraberinde getireceği izlenimi bırakmıştır.

Yeryüzündeki bitki çeşitlerinin %10'u Kolombiya'da bulunmaktadır. Kuş gözlemciliği açısından da, 1.885 tür ile Kolombiya dünyada birinci ülkedir. And Dağları, Karayipleri, Amazon ve Pasifik kıyıları, ülkenin turizm potansiyeli yüksek bölgeleridir.

Türk Hava Yollarının Kolombiya'dan ülkemize direk uçuşlarının başlamasının sağladığı ulaşım kolaylığı ile giderek artan sayıda Kolombiyalı turist ülkemize gelmektedir. Kolombiya'da ülkemizin popüler hale gelmesi için reklam ve PR faaliyetlerinin yapılması gereklidir. Kolombiyalıları için ülkemizin sunduğu, alışveriş, kültür ve dini turizm imkanları önemlidir. Özellikle harcama eğilimi yüksek olan üst gelir grubundaki Kolombiyalıların ülkemizi ziyaretlerinin sağlanması için çalışmalar yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Özellikle, Türk Hava Yollarının 2016 yılından itibaren Bogota- İstanbul arası direk seferlere başlaması sonucu Kolombiya'dan ülkemize gelen turist sayısı da artmaktadır. Bogota'da düzenlenen ANATO 2018 fuarında tur operatörleri ile yapılan görüşmelerde Kolombiya'dan ülkemize gelecek turist sayısının oldukça yüksek miktarlara ulaştığı, ellerindeki kapasitenin şimdiden dolduğu ve ek paket satmak için Türk Hava Yollarından yer alamadıklarını belirtmişlerdir. Türk Hava Yolları yetkilileri ise Haziran ayına kadar tüm uçakların dolu olduğunu ve bunun için kapasiteyi artıramadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum dikkate alındığında önümüzdeki dönemlerde Kolombiya'dan gelecek turist sayısının artmaya devam edeceği öngörülmektedir.

### **Sonuç:**

Latin Amerika ülkeleri turizm pazarından aldığımız pay yeterli görülmemektedir. Bu

lkelerden yurtdışına ve özellikle Avrupa'ya giden turistler dikkate alındığında Türkiye'nin potansiyelin çok daha büyük olduğu düşünülmektedir. Latin Amerika lkelerinden Avrupa ülkelerine giden turistler orta-üst ve üst gelir grubunda olan kişilerdir. Bu grubun harcama eğilimi de yüksektir. Örneğin 2015yılında Brezilyalı turistlerin tatil başına harcamaları \$2.150 ve Arjantinli turistlerin seyahat başına harcamaları \$2.057 civarındadır. Bu rakamlar Rusya ve Avrupa'dan gelen turistlerin harcamalarının çok üstündedir. Sayı olarak gelen turist az olsa da mevcut potansiyel düşünüldüğünde Latin Amerika pazarından daha fazla pay almak ve turizm gelirimizi yükseltmek mümkündür.

Arjantin ve Brezilya'dan Tur Operatörleri aracılığıyla tatile gidenlerin yaklaşık %70'i deniz tatiline gitmektedir. Ortalama seyahat süresi 10 gün iken bu süre Türkiye için transit geçişlerde bir gün tatil amaçlı seyahatlerde ise 4-6 gün arasındır. Genellikle Türkiye seyahati Mısır, İsrail ya da Yunanistan gibi ülkelerle birlikte planlanmaktadır. Her iki ülkeden de Türk Hava Yollarının direk İstanbul uçuşu olduğu dikkate alındığında transit yolcuları da ülkemizde en azında kısa bir sürede olsa kalmaya ikna edebilecek çalışmalar yapılması gereklidir. Türk Hava Yolları ve tur operatörleri ile bu konuda çalışmalar yapılmaktadır.

Ülkemizin tanıtımı kapsamında Brezilya ve Arjantin'de yapılması gereken çalışmalarda en önemli araç televizyon kanallarıdır. Televizyondan sonra ise internet ve sosyal medya tanıtım çalışmalarının yapılabileceği en uygun mecralardır.

Yapılacak olan çalışmalarda ülkemizin zengin kültürü, denizi ve değişik destinasyonları tanıtılmalı ve özellikle güvenlik, bilgi eksikliği gibi konulara önem verilmelidir. Latin Amerika lkelerinde ülkemizin az ya da bazı bölgelerde hiç tanınmıyor olması ülkemizle ilgili gerçek olmayan bilgilerinde yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu ülkelerde yoğun PR ve Reklam projeleri yapılarak ülkemizin algısı olumlu yönde kurulmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Brezilya ve Arjantin'den sadece Türk Hava Yollarının yıllık 80 bin üzerinde yolcuyu İstanbul'a taşıdığı düşünüldüğünde ülkemizden transit olarak başka ülkelere giden turist sayısının yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Bakanlığımızca yürütülen çalışmalarda ülkemizde gelen Brezilyalı ve Arjantinli turistlerin 2016 yılında ortalama 2 gün olan kalış sresinin 2020 yılına kadar 5 güne çıkarılması planlanmaktadır. Yapılacak tanıtım

projeleri ile ÷lkemize olan ilginin artırılması ve bu ÷lkelerden gelen turist sayısının 2020 yılı sonuna kadar 200 bin civarına çıkarılması planlanmaktadır. Tur operatörleri verilerine göre her iki ÷lkeden giden turistlerin günlük harcaması \$350 civarında olmaktadır. Turist sayısının beklenen seviyeye gelmesi sonucunda 3 yılsonunda elde edilecek turizm geliri \$764,3 milyon olacaktır. Pazarın büyüklüğü ve Avrupa ÷lkelerine gidenlerin sayısı dikkate alındığında bu hedefin gerçekleştirilmesinin mümkün olduğu açıktır.