

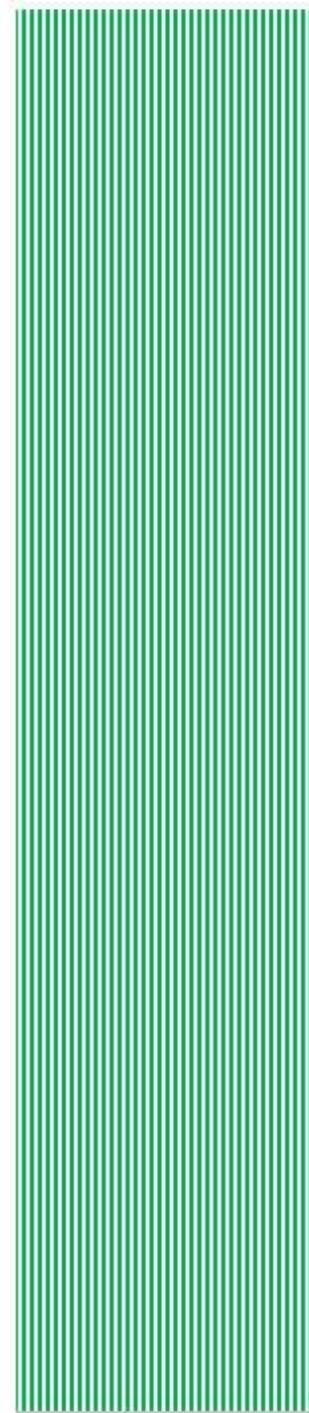


Balance ANATO 2016

35 AÑOS



VITRINA TURISTICA ANATO 2016





Datos generales vitrina turística ANATO

- Con más de 35 mil visitantes – dato hasta la 1:00 p.m. del viernes 26 de febrero de 2016 - se clausuró la versión 35 de la Vitrina Turística de Anato que durante tres días y convirtió a Corferias en el epicentro del turismo de Colombia y América.
- Los estimativos de la presidenta ejecutiva de Anato, Paula Cortés Calle, es que la cifra de visitantes se aproximó a las 37 mil personas con los ingresos de la tarde del viernes.
- Paralelo a la Vitrina, se realizó la rueda de negocios Colombia Travel Mart, liderada por Procolombia, en la que participaron cerca de 400 empresarios colombianos y 429 compradores internacionales de 39 países que sumaron más de 6.419 citas de negocios.
- Mas de 2500 personas ingresaron o tuvieron contactos con el stand del departamento del Meta en los tres días de feria.





Datos generales vitrina turística ANATO

- Mas de 30 operadores turísticos del Departamento del Meta y Villavicencio participaron y ofrecieron sus productos en el stand del Departamento del Meta.
- Gremios como COTELCO META, ATRAE LLANOS, AFITUR, ACODRES, FENALCO entre otros, buscaron negociaciones y dar a conocer los productos de los diferentes operadores que pertenecen a dichas agremiaciones.
- El instituto de Turismo del Meta y el Instituto de Turismo de Villavicencio sostuvieron diferentes reuniones y lograron importantes contactos para el mejoramiento del sector turístico en la capital y el Departamento del Meta.
- Se realizaron mas de 600 contactos con diferentes prestadores turísticos de Colombia y de diferentes países del mundo.





Datos generales vitrina turística ANATO

- Nos visitaron la Viceministra de Turismo, Sandra Howard; Enrique Stellbatti Torres, vicepresidente de Procolombia; mayor Julie Torres, jefe nacional de la policía de turismo, entre otras personalidades.
- Se sostuvieron reuniones importantes como reunión de turismo, paz y convivencia con la viceministra de turismo, promoción, capacitación, desarrollo empresarial y competitividad con FONTUR Colombia, reunión con Procolombia, entre otras.
- Se realizó la muestra folclórica adelantada por el grupo Samanes del joropo, del municipio de Restrepo, Meta la cual pudieron presenciar más de 300 personas.





Datos generales vitrina turística

ANATO

Más de 1.000 empresas expositoras, entre agencias de viajes, aerolíneas, hoteles, compañías de cruceros y representantes de gobiernos de 45 países participaron en la vitrina turística ANATO 2016. El 63 por ciento de los participantes son nacionales, y el porcentaje restante, internacionales.

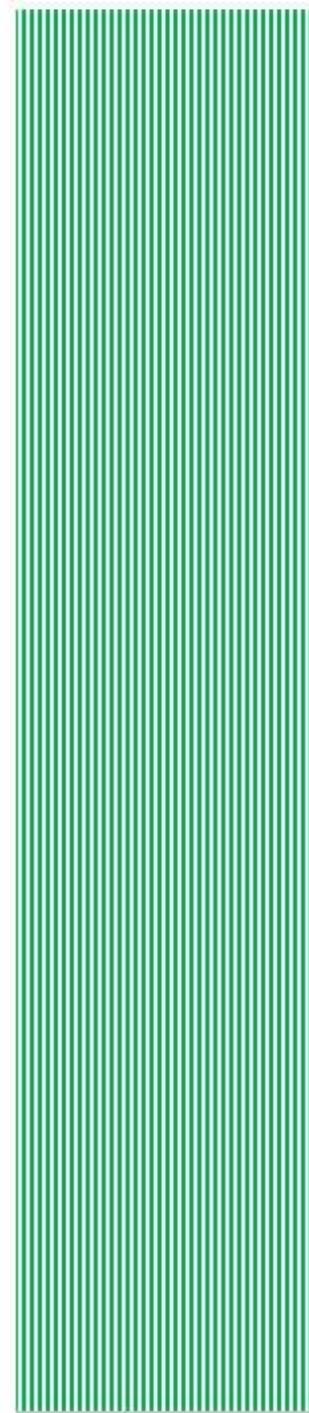




INGRESO GENERAL DE VISITANTES STAND DEPARTAMENTO DEL META Y VILLAVICENCIO

El ingreso de visitantes al STAND del Meta durante los tres días de la vitrina turística es de un aproximado de 2500 personas entre las cuales se encuentran mas de 350 agencias de viajes, 85 hoteles y diferentes operadores turísticos de diferentes partes de Colombia y países del Mundo, así como proveedores de distintos servicios y productos.

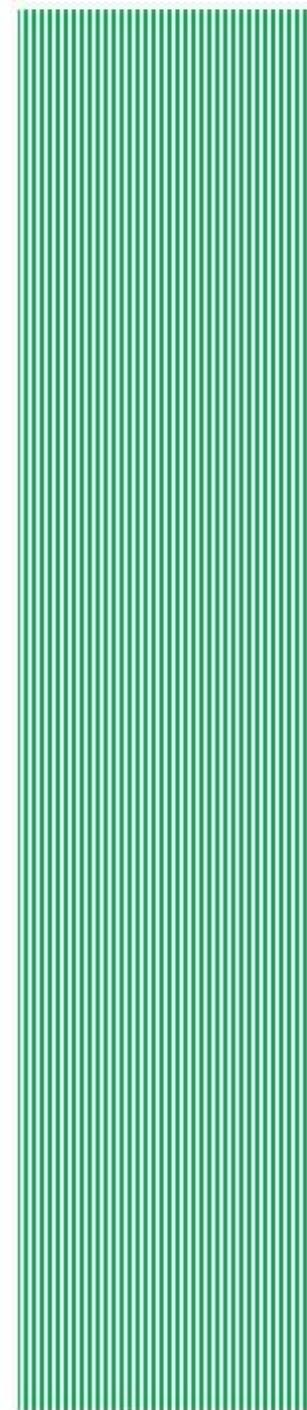
DIA	PERSONAS APROXIMADAS
MIERCOLES	500
JUEVES	1200
VIERNES	800





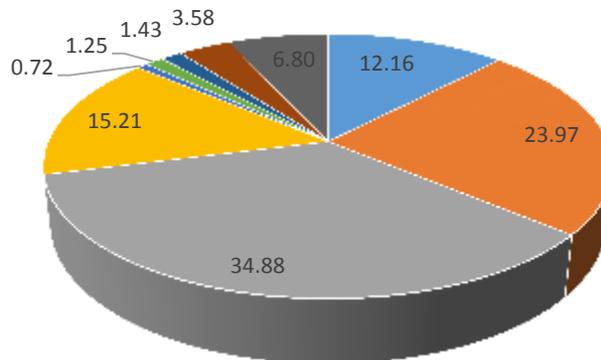
OPERADORES QUE VISITARON EL STAND

OPERADOR	VISITANTES
AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS	68
AGENCIAS DE VIAJES OPERADORES	134
AGENCIA DE VIAJES Y DE TURISMO	195
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	85
COMERCIALIZADORAS	4
RESTAURANTES	7
PRENSA	8
ENTIDADES GUBERNAMENTALES	20
OTROS	38
TOTAL	559



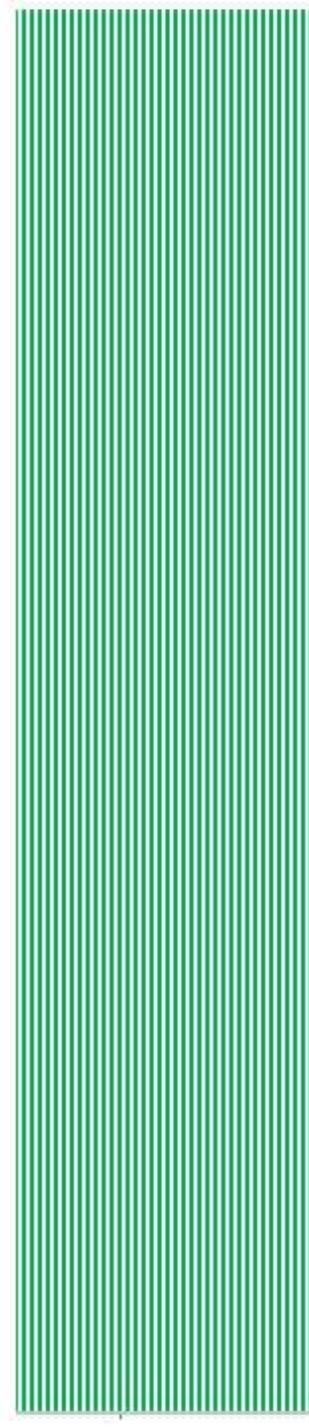


PRESTADORES QUE NOS VISITARON



- AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS
- AGENCIAS DE VIAJES OPERADORES
- AGENCIA DE VIAJES Y DE TURISMO
- ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO
- COMERCIALIZADORAS
- RESTAURANTES
- PRENSA
- ENTIDADES GUBERNAMENTALES
- OTROS

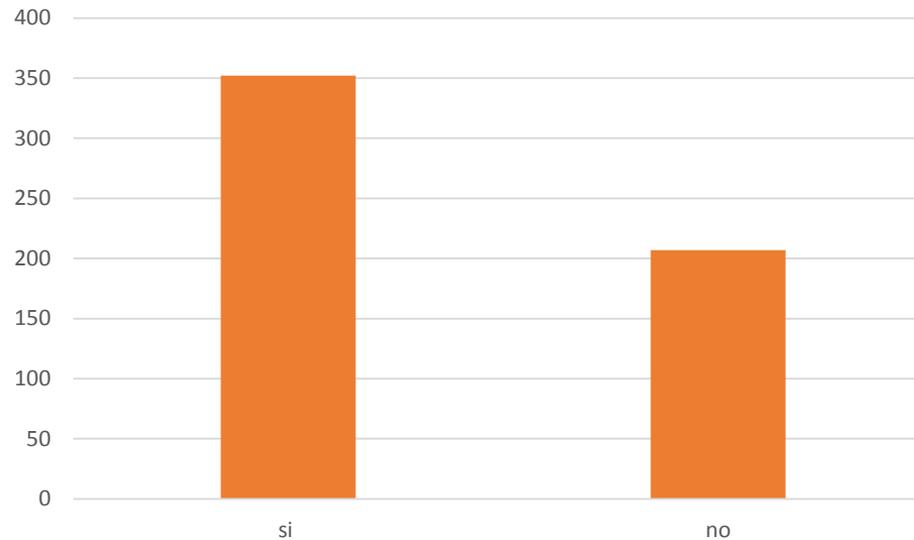
Las agencias de viajes y establecimientos de alojamiento acudieron con mayor frecuencia al stand para conocer los diferentes destinos (rutas y atractivos), realizar contactos y promocionar nuestro Departamento.





De los prestadores encuestados Ha visitado el Departamento?

si	352
no	207

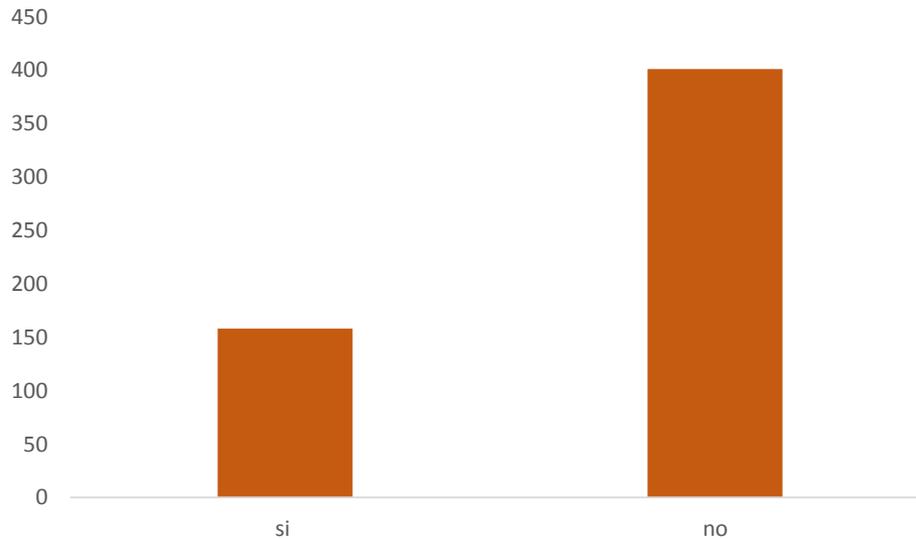


Según la encuesta realizada por el Observatorio turístico del Meta y el Situr Villavicencio, 352 de los prestadores encuestados han visitado el departamento, mientras que 207 no lo ha hecho por motivos de contactos, tiempo y falta de promoción del Departamento como destino turístico.

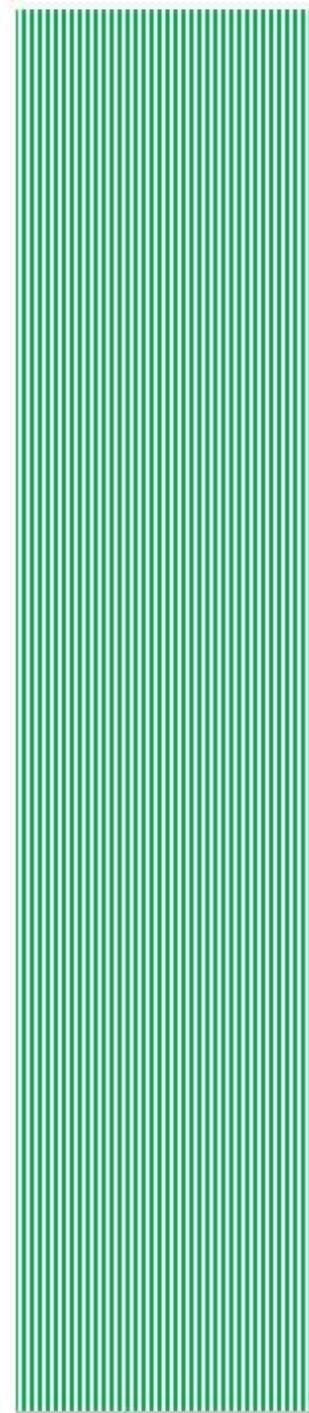


Ofrece su empresa planes Servicios y/o paquetes turísticos a Villavicencio Y el departamento del Meta

si	158
no	401



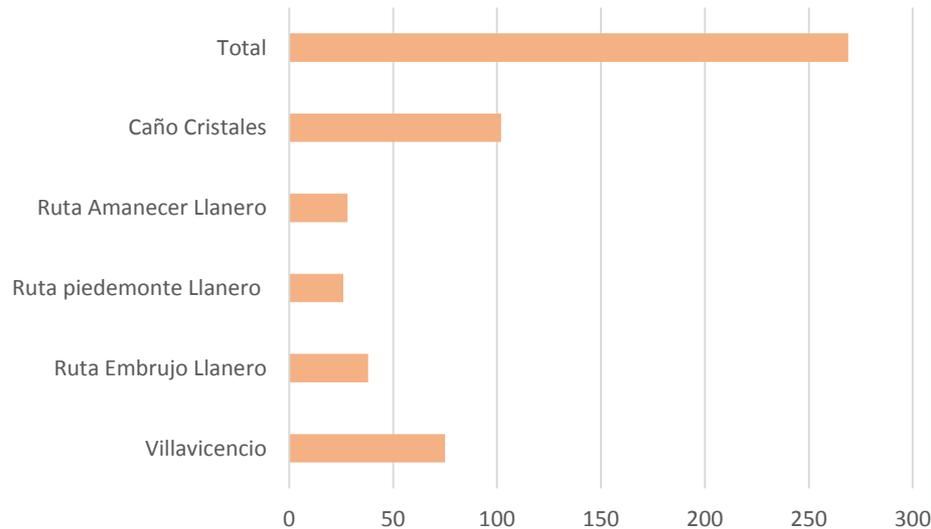
De los prestadores encuestados, el 71,74% no promocionan el departamento debido a la falta de publicidad y contactos con prestadores del Meta, el otro 28,26 lo promocionan porque ya han venido y disfrutado de las diferentes rutas que se ofrecen.





De las agencias que respondieron sí a la Promoción del Departamento, cuál destino Promociona mas.

Villavicencio	75
Ruta Embrujo Llanero	38
Ruta piedemonte Llanero	26
Ruta Amanecer Llanero	28
Caño Cristales	102
Total	269

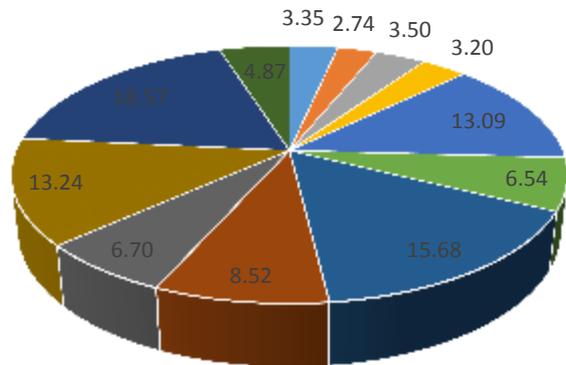


Las rutas que más promocionan los diferentes prestadores son Caño Cristales y Villavicencio, en su respectivo orden, seguido de la ruta Embrujo llanero, Amanecer llanero y Piedemonte llanero. Se debe aclarar que hay más respuestas de lo normal porque el prestador tenía opción de varias respuestas a la vez.



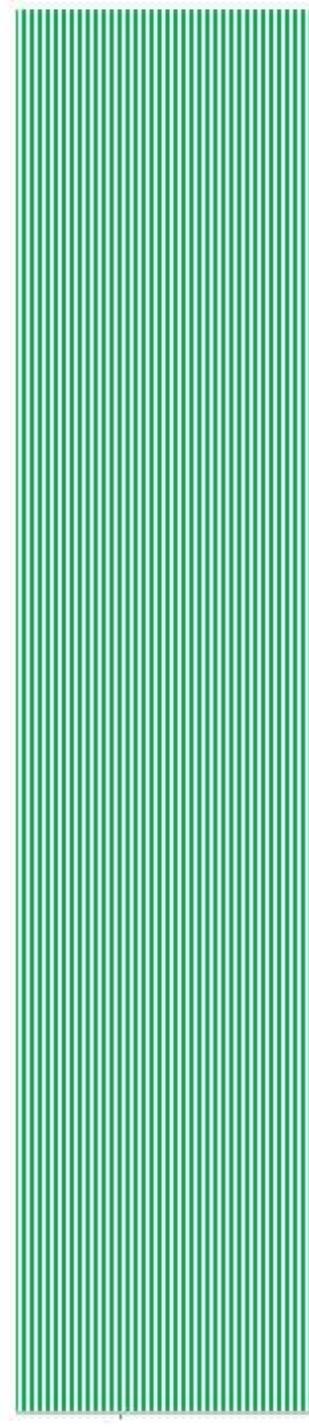


De los siguientes medios de información, Cuales utilizaría para promocionar las diferentes rutas del Departamento del Meta..



- Televisión
- Radio
- Facebook
- Otras redes sociales
- Revistas
- Internet
- Instagram
- Periódicos
- Folletos de viajes
- Twitter
- Correo electrónico
- Otro

Para nuestros visitantes los medios que mas utilizarían para promocionar el Departamento son el correo electrónico, Facebook, internet y otra redes sociales, es importante destacar que medios como folletos, televisión y radio ya no son tan utilizados.





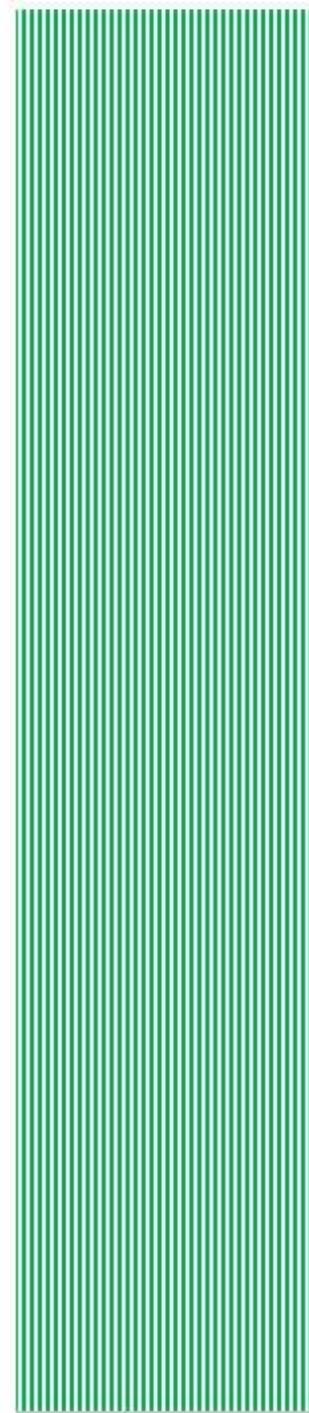
CONCLUSIONES

El Departamento del Meta y su capital, Villavicencio, tienen buena recordación entre los visitantes al stand, y las agencias de viajes y prestadores de servicios turísticos de otras regiones.

Más del 60% de los visitantes conoce y ha visitado el Meta, sin embargo, más del 71% no lo oferta por falta de contactos con prestadores locales y falta de promoción del destino.

Las rutas turísticas con mayor reconocimiento son Villavicencio y caño Cristales.

Internet y redes sociales son los medios más utilizados a la hora de buscar información sobre un destino para su promoción





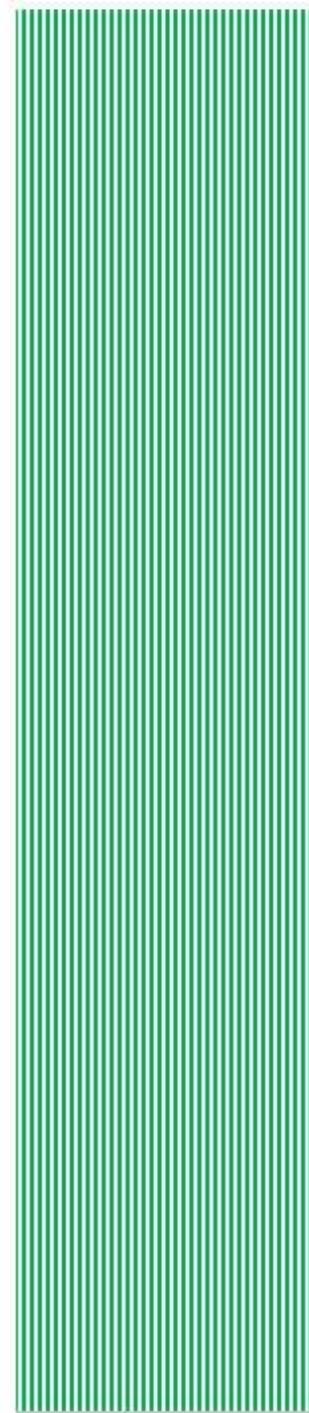
RECOMENDACIONES

Es necesario promocionar más el destino turístico Villavicencio y el Meta, en medios electrónicos como internet y redes sociales.

Es necesario generar mayor presencia de Marca como Destino Meta y Villavicencio, pues a pesar de que nos visitaron muchos extranjeros, en muchos casos ni siquiera sabían dónde estaba ubicado el departamento en el mapa de Colombia.

Se deben fortalecer este tipo de actividades integradas entre los Institutos de Turismo del Meta y Villavicencio, para unir esfuerzos y recursos técnicos y operativos y manejar estadísticas conjuntas.

Realizar actividades externas al stand del Meta y Villavicencio, para invitar a los visitantes y expositores de otros pabellones a visitar nuestro stand.





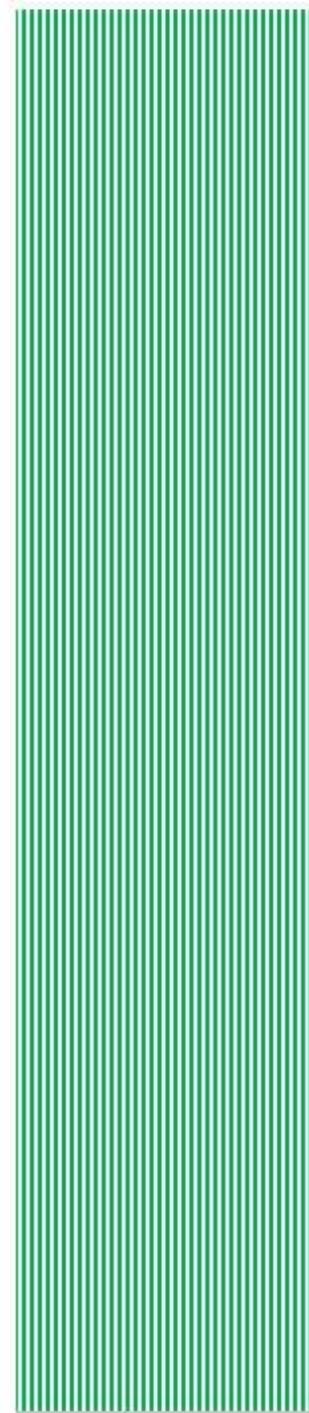
ELABORADO POR:

CARLOS ANDRES RESTREPO ROJAS

OBSERVATORIO TURÍSTICO DEL META

DARIO ORTEGA HERNÁNDEZ

SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA - SITUR





Encuétranos en Facebook :  observatorio de turismo del Meta

Encuétranos en Twitter :  @obsturma

Correo electrónico: observatorio@turimometa.gov.co
situr@turismovillavicencio.gov.co

