

Relevamiento de Mercado de Turismo Aventura 2019



Objetivos del estudio

- › Comprender la *relación* de los prestadores y operadores de turismo aventura y naturaleza con las agencias de viajes y de éstas con las DMC's.
- › Clarificar el *perfil de los viajeros* de turismo activo que reservan en forma directa y a través de agencias de viajes.
- › Identificar *estrategias y acciones* para aumentar las ventas de viajes de turismo aventura y naturaleza.

INFORMACIÓN
DEMOGRÁFICA Y
TIPIFICACIÓN

ASOCIACIÓN
ENTRE
PRESTADORES Y
AGENTES DE
VIAJES

ASOCIACIÓN
ENTRE
AGENTES DE
VIAJES Y DMC

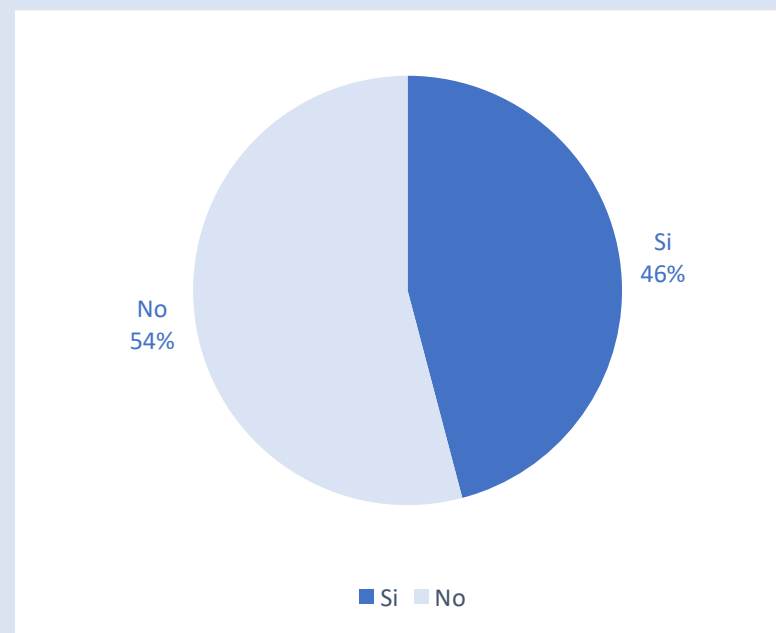
PERFIL DEL
VIAJERO DE
TURISMO
AVENTURA

MOTIVACIONES
Y
HERRAMIENTAS
DEL AGENTE DE
VIAJE

Información Demográfica y Tipificación

Miembros de AAETAV

El 46% de los encuestados son miembros de AAETAV.



› Pregunta: ¿Actualmente es miembro de la Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Activo (AAETAV)?

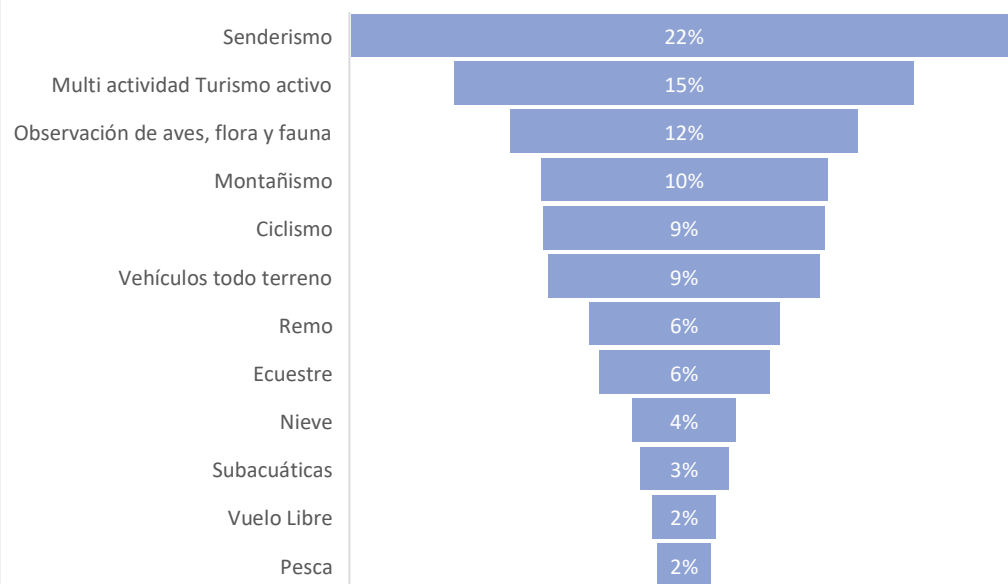


Actividades de turismo activo que más ingreso representa



El Senderismo es la actividad que representa mayores ingresos, seguida de propuestas multi actividades y de la observación de aves.

Actividades de turismo activo que más ingresos le representa



› Pregunta: Priorice las 5 actividades de turismo activo que más ingresos le representa. Valores ponderados según orden de respuestas.

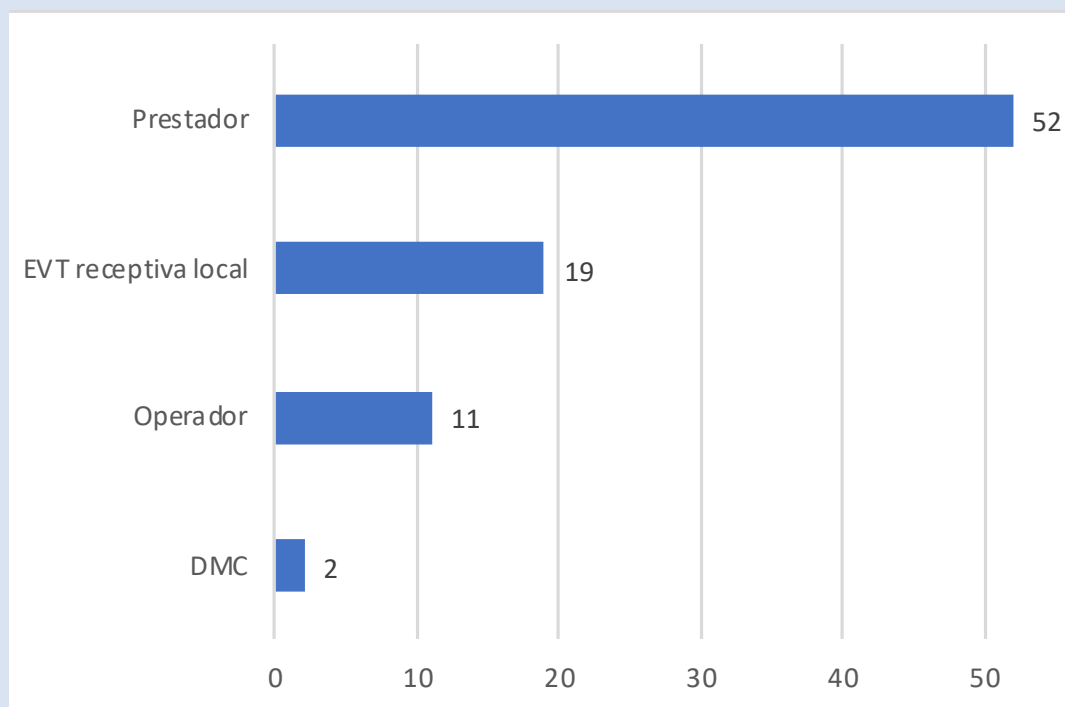
¿Cuál es la actividad principal de la empresa?

Prestador de actividades de turismo activo: personas físicas o jurídicas que oferten servicios con personal idóneo e infraestructura acorde en forma directa. No ofrece ningún tipo de servicio no prestado directamente por él.

Empresa de viajes y turismo receptiva local: empresas de viajes y turismo que se encuentran encuadradas en la ley nacional 18829 (con Legajo), receptoras locales, que comercializan diversas actividades (de turismo activo y tradicionales) en un destino específico.

Operador de actividades de turismo aventura y naturaleza: empresas de viajes y turismo que prestan actividades de turismo activo en forma directa y se encuentra encuadrada en la ley nacional 18829 (con Legajo).

Destination Management Company (tour operador receptivo nacional), EVT receptiva nacional que comercializa múltiples destinos en el país.



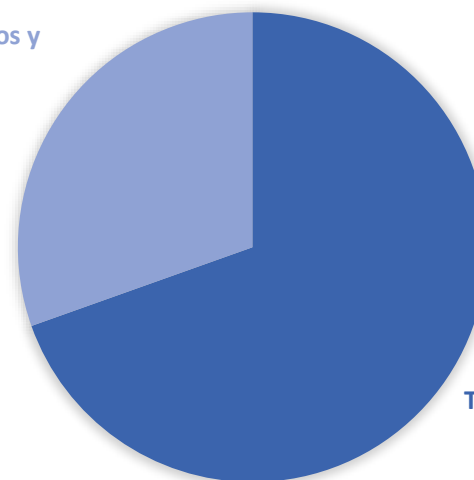
› Pregunta: ¿Cuál es la actividad principal de la empresa?



Cartera de productos



Otros productos y
servicios
30%



Turismo activo
70%

- › Pregunta: Estime la composición de su cartera de productos, estableciendo el % de productos de turismo activo y otros tipos de productos. (cantidad de productos de turismo activo vs. cantidad total de productos)

Asociación entre agentes de viajes y prestadores

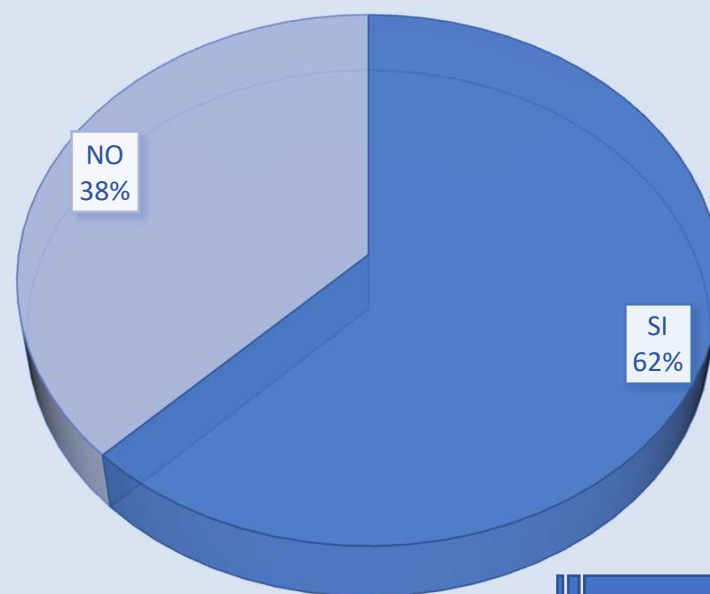
Bloque de prestadores y operadores



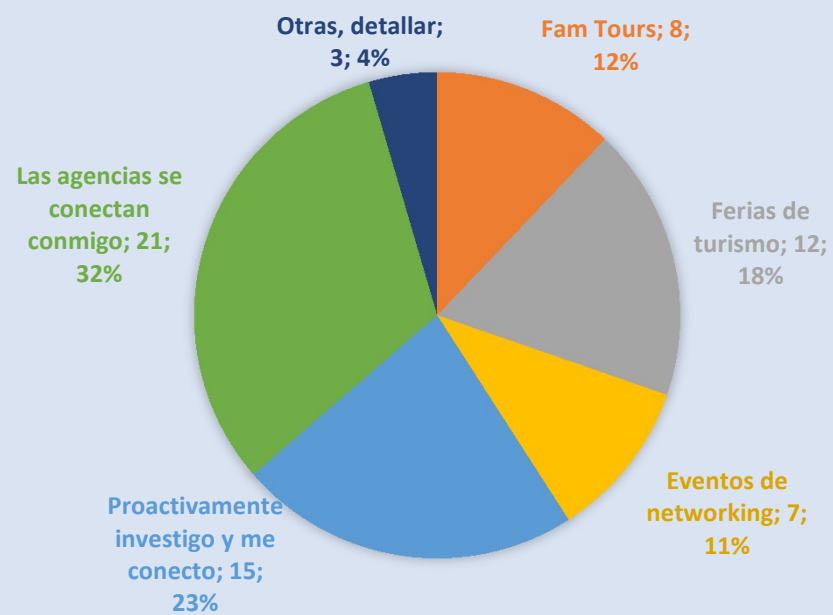
¿Trabaja con Agentes de viajes o DMC's?



› Pregunta: ¿Trabaja actualmente con agencias de viajes o DMC para vender sus servicios?



¿Cómo desarrolla relaciones con nuevas agencias de viajes?

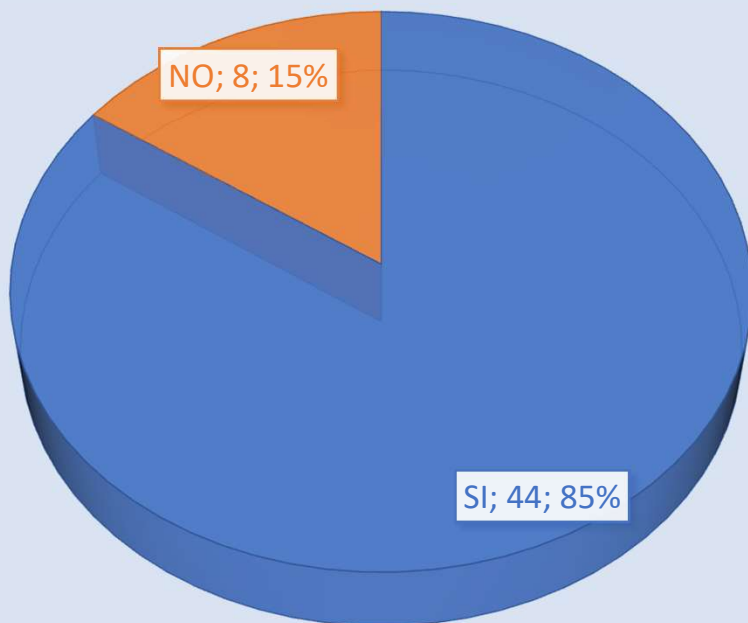


N=28



› Pregunta: ¿Cómo desarrolla relaciones con nuevas agencias de viajes? Por favor seleccione todas las respuestas válidas

Interés en capacitarse para trabajar con agencias de viajes



N:52

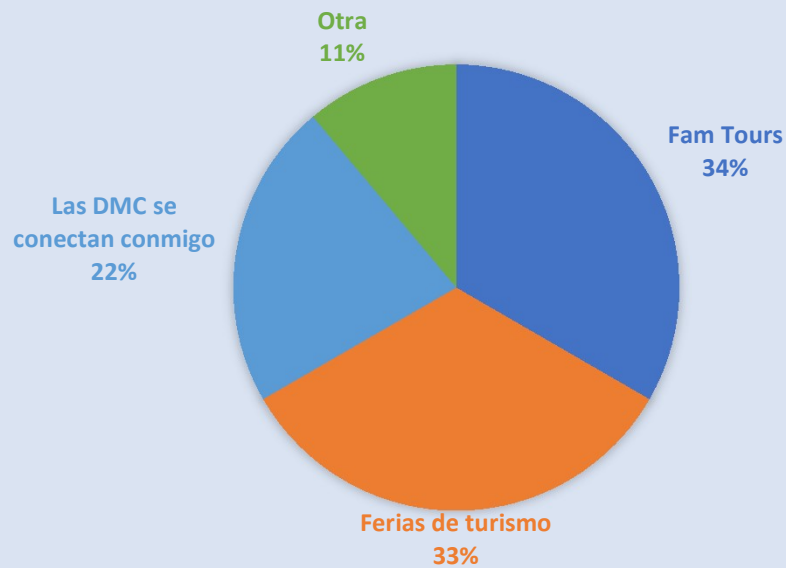


Pregunta: ¿Estaría interesado en capacitarse para trabajar con agencias de viajes?

Agentes de viajes y DMC's



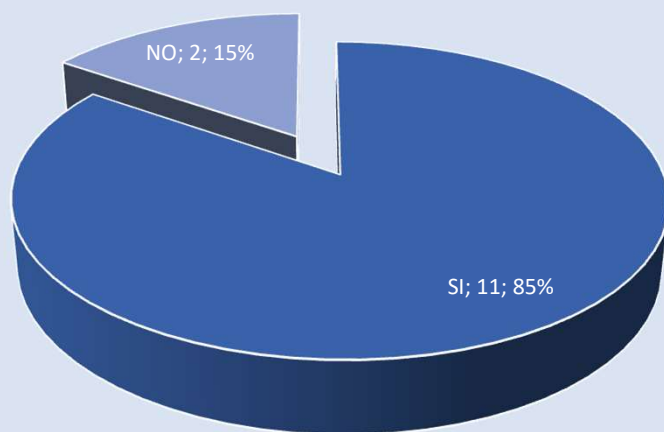
¿Cómo desarrolla relaciones con nuevas DMC's?



El 34% de las agencias desarrolla relaciones a través de fam tours, el 33% a través de ferias de turismo, y el 22 % son contactadas por las mismas DMC's.

N=9

¿Estaría interesado en capacitarse para trabajar con DMC?



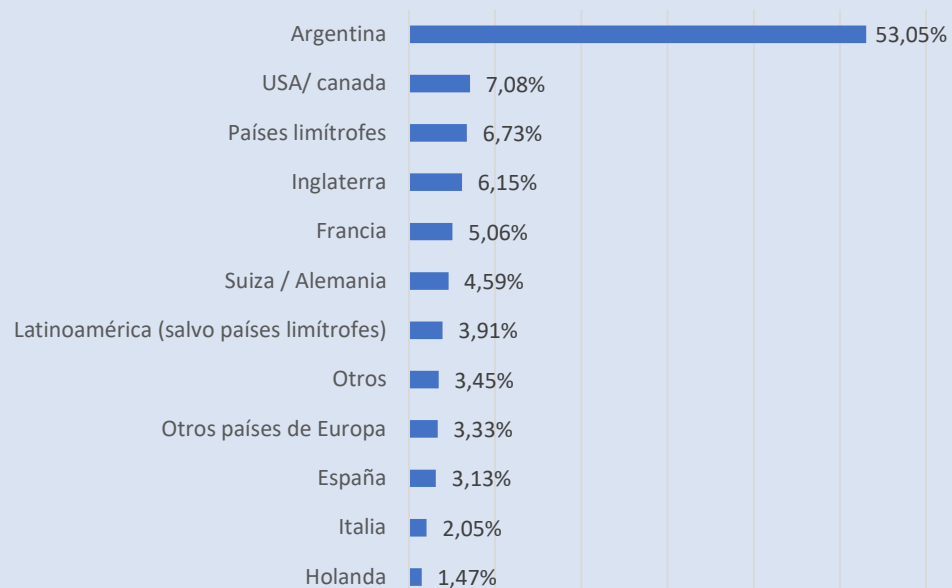
N=13



PERFIL DEL VIAJERO DE TURISMO AVENTURA

País de origen y cantidad de turistas de Turismo Activo

Establezca el % según país de origen.



N=61

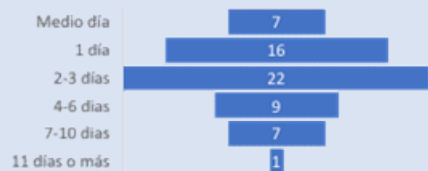
¿Cuántos pasajeros aproximadamente compran sus productos de turismo activo anualmente?

RANGO DE CANTIDAD DE PASAJEROS	RESPUESTAS
MENOS DE 50	9
DE 50 a 200	23
DE 200 A 500	11
DE 500 A 1000	3
DE 1001 A 3000	2
MÁS DE 3000	5

Duración y forma de viaje de turismo activo

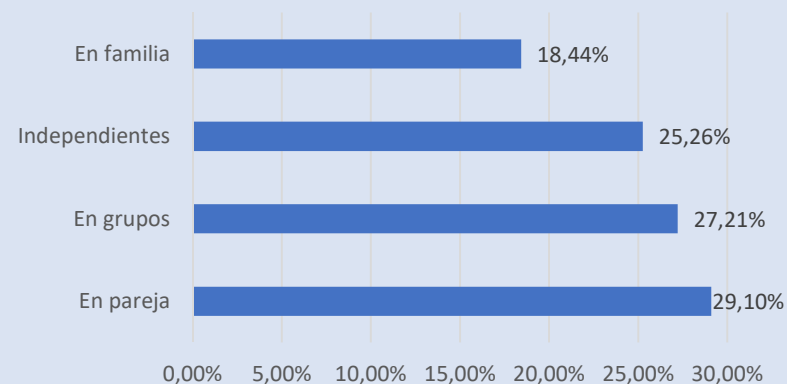
¿Cuál es la duración promedio de los viajes de turismo activo?

Tipo Empresa	Duración del viaje						Total general
	Medio día	1 día	2-3 días	4-6 días	7-10 días	11 días o más	
Prestador	7	12	13	6	3		41
Operador		1	3		1	1	6
EVT receptiva		3	3	3	3		12
DMC			2				2
Total general	7	16	21	9	7	1	61



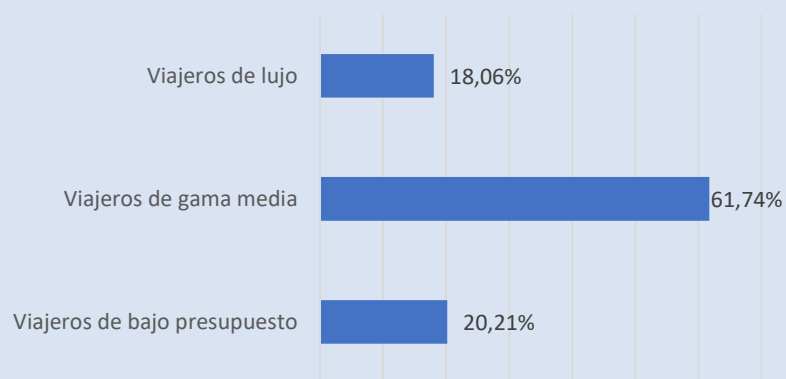
N=61

Establezca el % según forma de viaje.



Presupuesto y gasto promedio de los viajes de turismo activo

Establezca el % en función del presupuesto disponible.



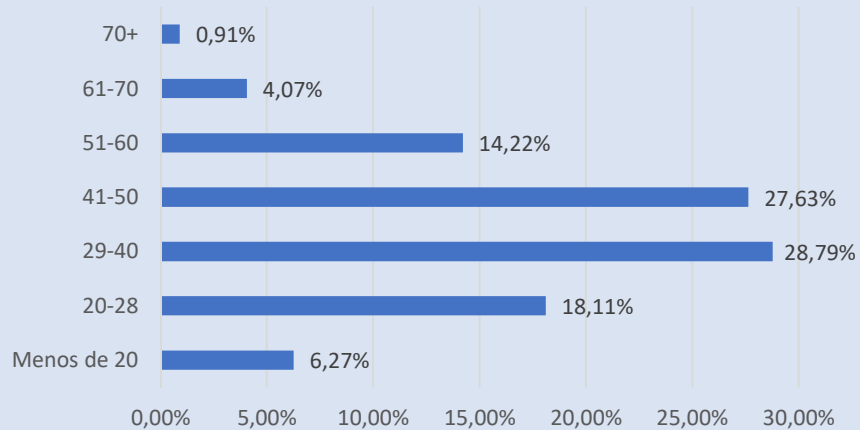
N=61

¿Cuál es el gasto promedio por persona y por día de los viajes de turismo activo vendidos (sin incluir alojamiento)?

Menos de 50 USD	22,58%
De 50 a 100 USD	45,16%
De 100 a 300 USD	30,65%
De 300 a 500 USD	1,61%
Más de 500 USD	0,00%

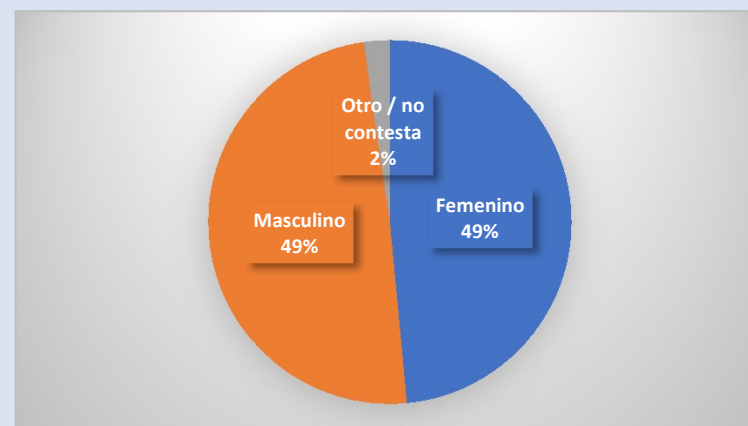
Edad y género de viajeros de turismo activo

Establezca el % en función de la edad promedio de los viajeros.



N=61

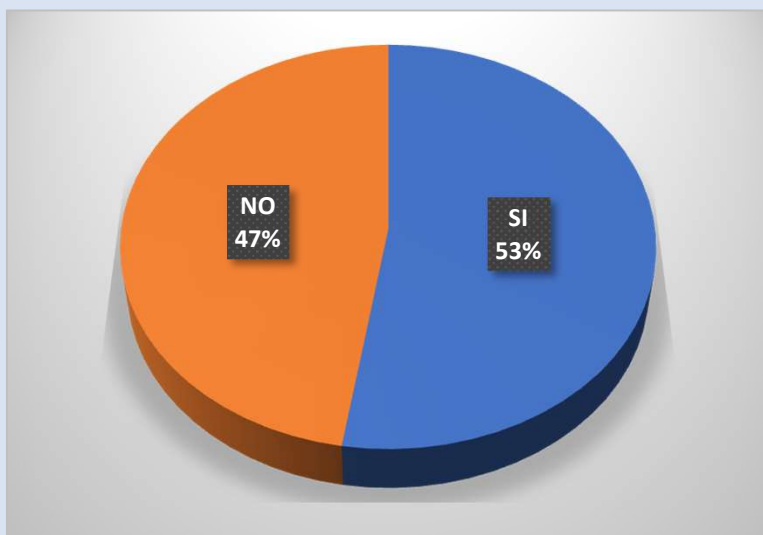
Establezca el % en función del género de los viajeros.



MOTIVACIONES Y HERRAMIENTAS DEL AGENTE DE VIAJE

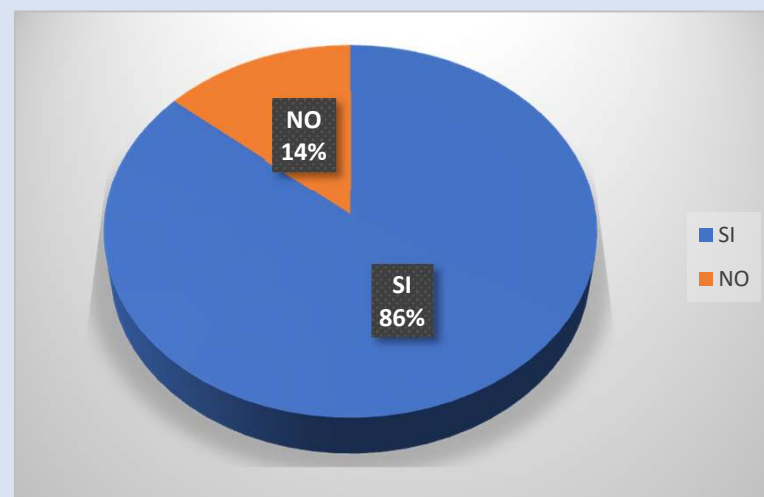
Formación en comercialización de turismo activo

Su empresa y/o el staff de ventas de la misma, ¿ha recibido alguna vez formación sobre comercialización de turismo activo?



N=59

¿Le interesaría recibir más capacitación?



Herramientas de marketing

Desde su punto de vista, ¿cuáles son las actividades de marketing más efectivas que los agentes de viajes realizan para vender servicios de turismo activo?

Actividades de marketing más efectivas	% de importancia
Excelente sitio web	24%
Medios de comunicación social	20%
Organizar y promocionar grupos.	16%
Participación en ferias	16%
Organización de Fam press o fam tours	12%
Asistir o organizar eventos.	11%

N=56



Ejes de trabajo identificados para el período 2019 - 2021

Promoción y Comercialización

- Campañas
- Eventos
- Misiones comerciales

Fortalecimiento Empresarial

- Capacitación
- Financiamiento

Capacitación al Mercado

- Local
- Regional
- Nacional
- Misiones comerciales



Muchas gracias

