

# **Resultado Encuesta Temporada Mitad de año 2013**

**Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y  
Turismo**

**Septiembre 2013**

- **Periodicidad de la Encuesta:**

La encuesta de temporada se realiza cuatro veces al año (Semana Santa, Mitad de año, Semana de receso y Fin de año)

- **Objetivo:**

Medir el impacto positivo o negativo que tenga para las Agencias de Viajes las temporadas altas del año en cuanto a sus ventas a nivel nacional e internacional.

- **Segmento:**

Se toma como muestra Agencias de Viajes y turismo, mayoristas y operadoras asociadas a ANATO y que tengan representatividad en todo el territorio nacional.

- **Descripción de la encuesta:**

El formulario esta diseñado para responder 22 preguntas dividiéndose en módulos así:

- ✓ Módulo de contacto 1 – 8
- ✓ Comportamiento Nacional: 9 - 12
- ✓ Comportamiento Internacional 13 – 16
- ✓ Mercado 17 – 19
- ✓ Ventas: 20 – 22

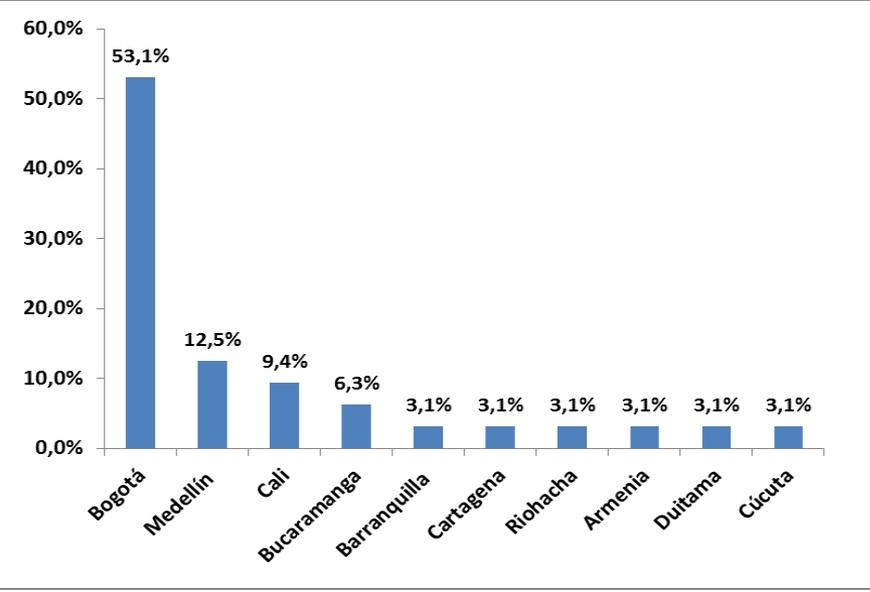
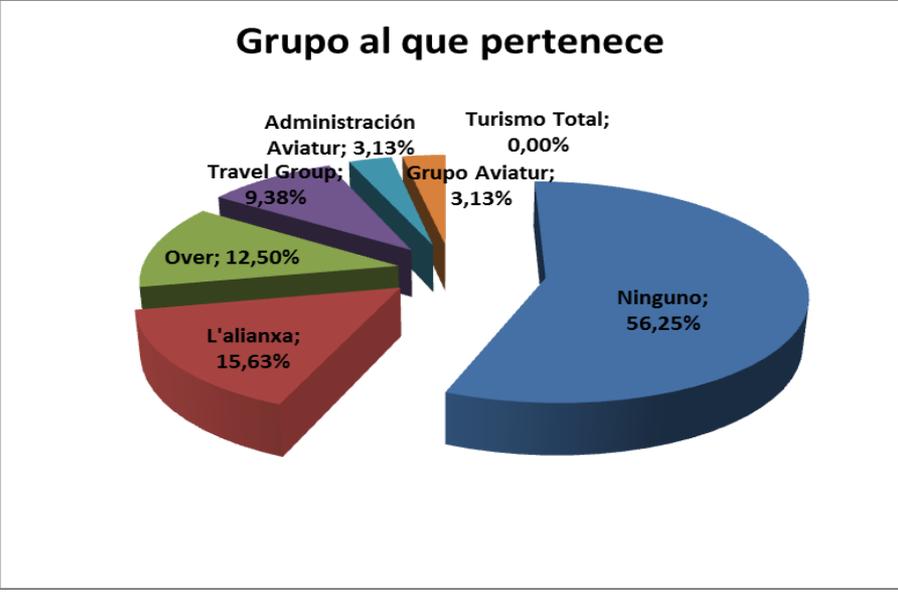
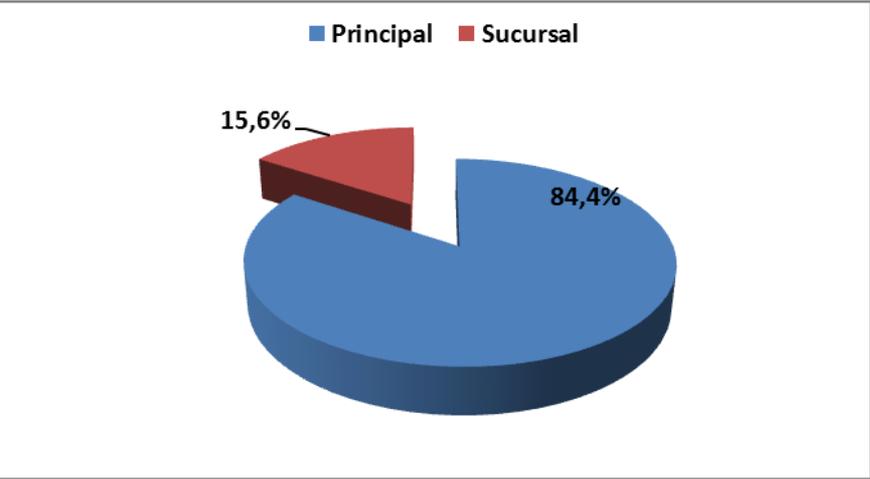
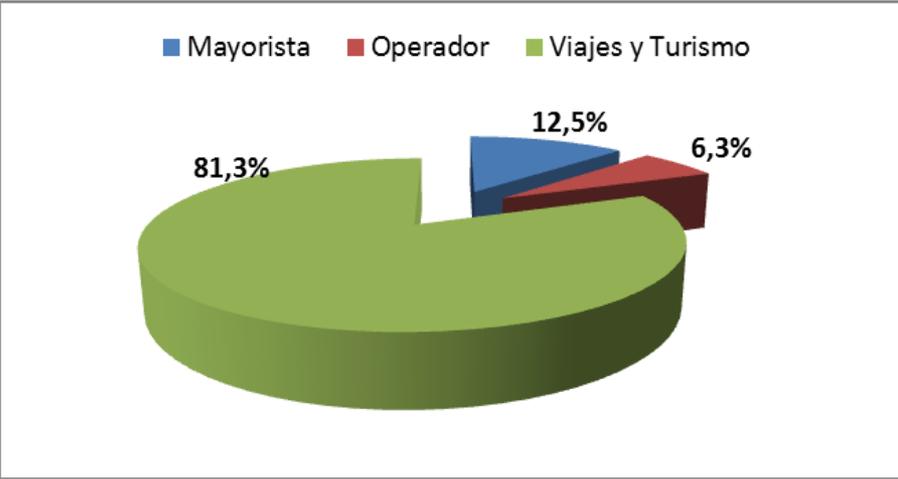
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Mitad de año 2013

# 1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

# Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta Temporada de Mitad de año 2013

1	A VOLAR L'ALIANXA	17	CORPECOL VIAJES Y TURISMO
2	AEROVIAJES PACIFICO DE BOGOTA	18	EXPRESO VIAJES Y TURISMO
3	AEROVISION S.A.S.		EXPRESO SAS
4	AGENCIA DE VIAJES COG LTDA	19	EXTUR L'ALIANXA
5	ANDES TOURS	20	JS REPRESENTACIONES
6	ATHAL VIAJES Y TURISMO LTDA		TURISTICAS
7	AVIATUR NIKO TRAVEL	21	NÓMADAS S.A.
8	AVIATUR S.A. PRINCIPAL	22	OPERADORA DE VIAJES
9	BUENTURISMO		SEDIRTRANS S.A.
10	CIRCULAR DE VIAJES - BOGOTA	23	PISTATOURS LTDA
11	CIRCULAR DE VIAJES - BUCARAMANGA	24	SERTEL LTDA
12	CIRCULAR DE VIAJES - CALI	25	SOL ERA TRAVELS
13	CIRCULAR DE VIAJES - CARTAGENA	26	STAR TOURS. GABRIEL ORTIZ Y CIA LTDA
14	CIRCULAR DE VIAJES - DUITAMA	27	THE WORLD TRAVEL LTDA
15	CIRCULAR DE VIAJES - MEDELLIN	28	TOUREXITO SAS
16	CM TROPICAN	29	VELEZ TOURS
	REPRESENTACIONES LTDA.	30	VIAJES COUNTRY SAS
		31	VIAJES DEL COMERCIO LTDA
		32	VIANORTE L´ALIANXA LTDA.

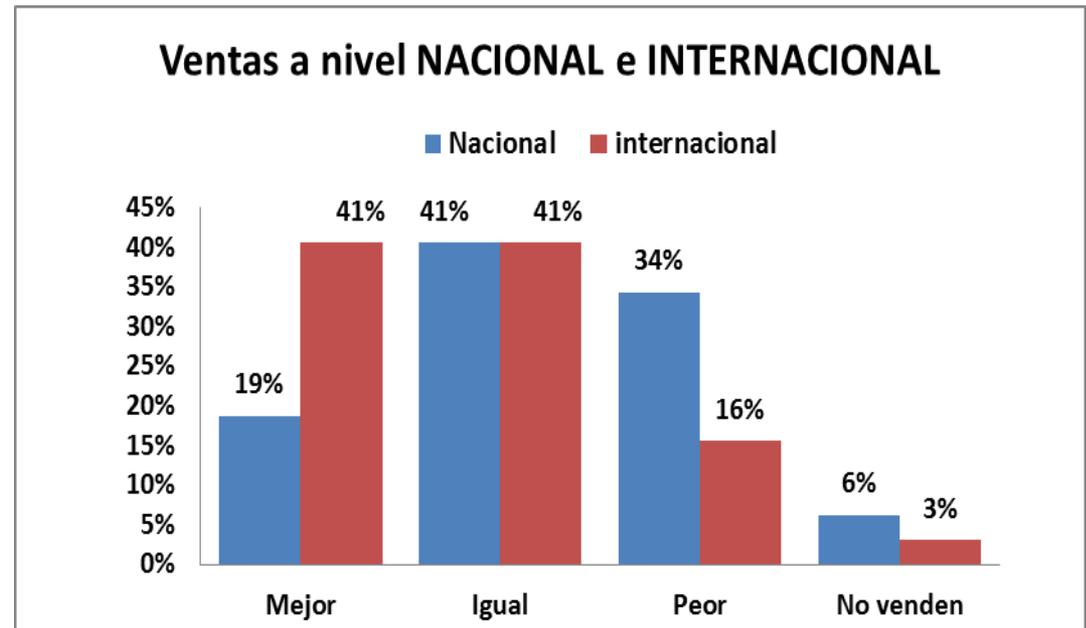
# Información de las agencias encuestadas temporada Mitad de año 2013



## 2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

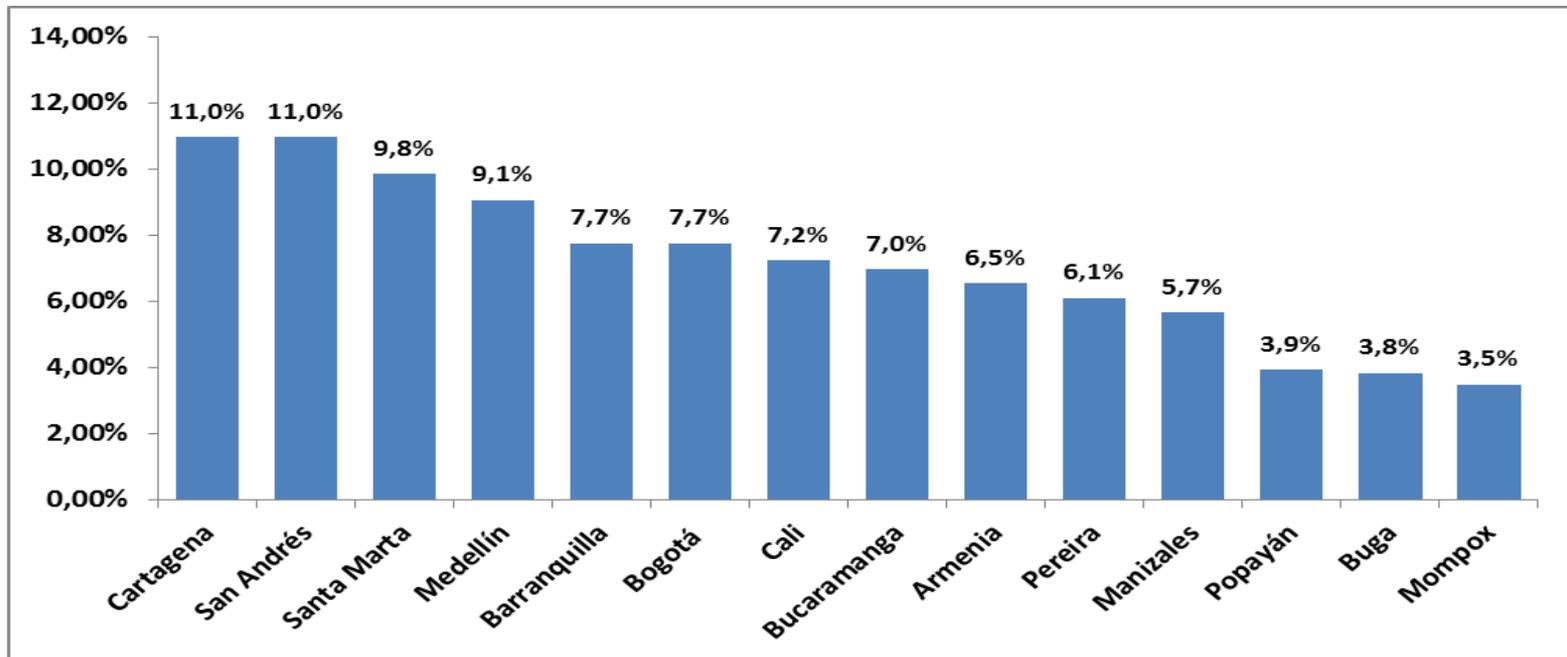
## ¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de mitad de año 2013 con respecto a la temporada de 2012?

- Las Agencias de Viajes establecen que el comportamiento de ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Mitad de año 2013 fue según el 19% mejor que el año pasado.
- Un 41% considera que el segmento **Internacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2012.



## Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de año 2013

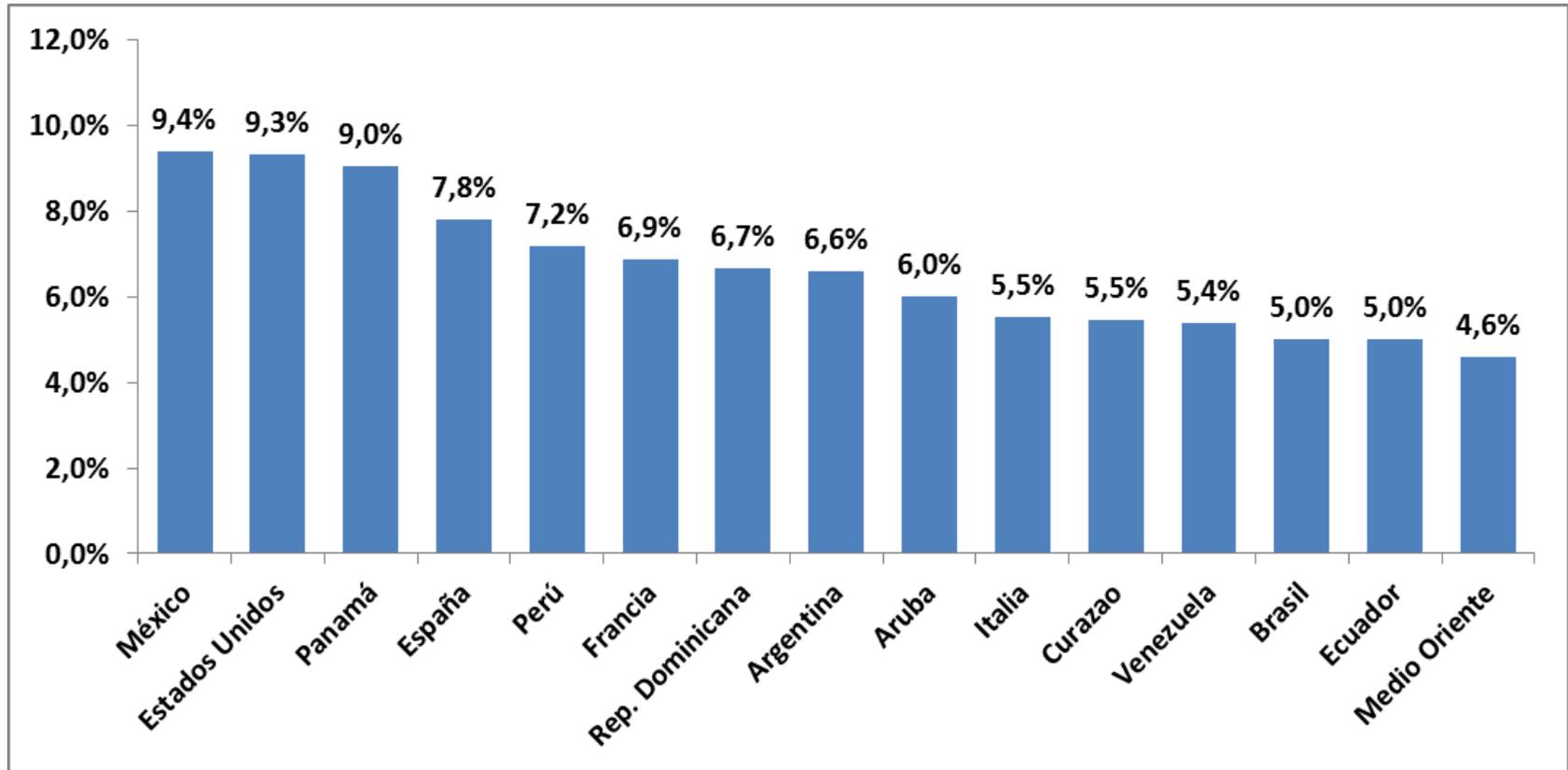
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales más vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Medellín y Barranquilla.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 32 agencias

Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos, ubicándolos porcentualmente.

## Destinos INTERNACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de año 2013



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 32 agencias

Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos y ubicándolos porcentualmente.

# 3. MERCADO

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS NACIONALES** vendidos para esta temporada de mitad de año 2013 por las Agencias de Viajes fueron:

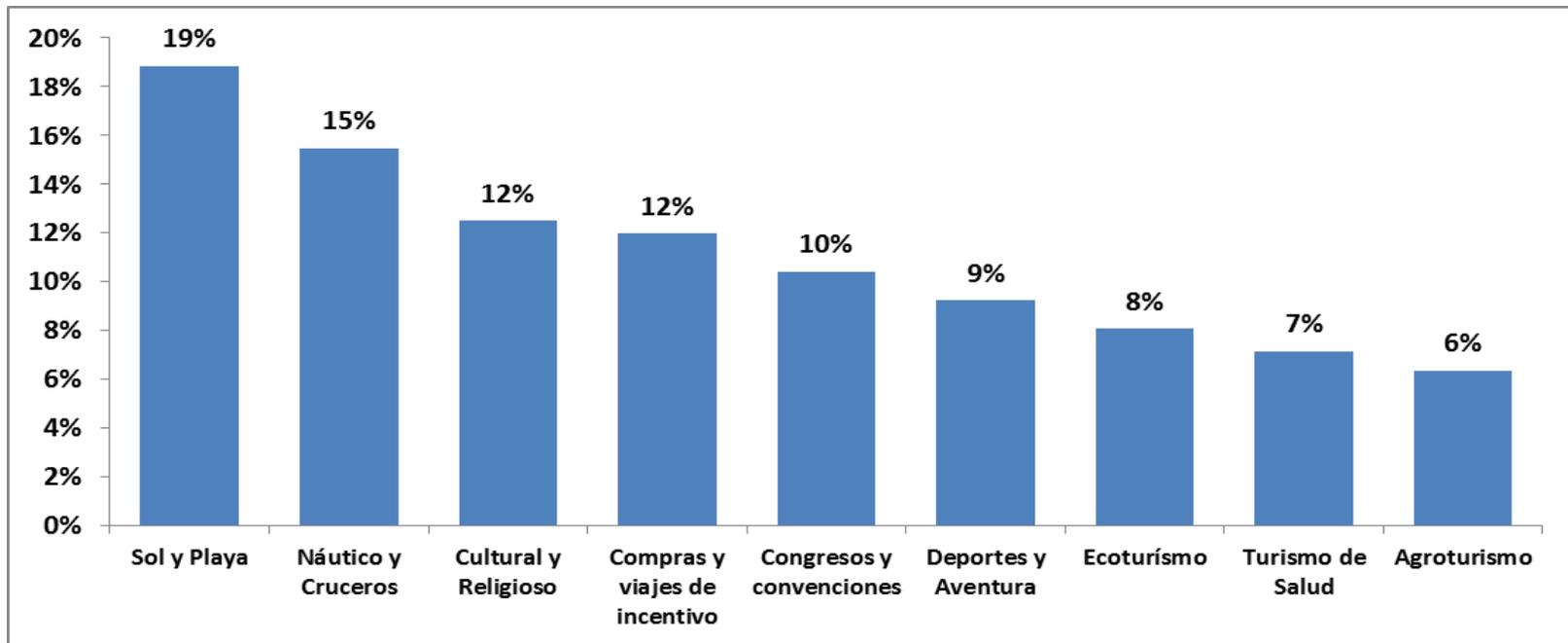
- Paquetes a San Andrés, Cartagena (Barú) y Santa Marta
- Paquetes al Eje Cafetero.
- Planes Cabo de la vela y Punta Gallinas
- Planes a La Guajira y Amazonas, Capurgana
- Planes con Decamerón
- Feria de las flores en Medellín y Caño Cristales

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de mitad de año 2013 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes a Estado Unidos (Orlando, Miami, New York)
- Planes a Panamá , Aruba, México (Cancún), Curacao, Isla Margarita
- Cuba (La Habana, Varadero)
- Paquetes a Ecuador, Argentina y Venezuela
- Cruceros por el Caribe y Circuitos Suramericanos.
- Europa Clásica - Turquía y Emiratos Árabes-Portugal España y Marruecos

## PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para la Agencia durante la temporada de Mitad de año 2013

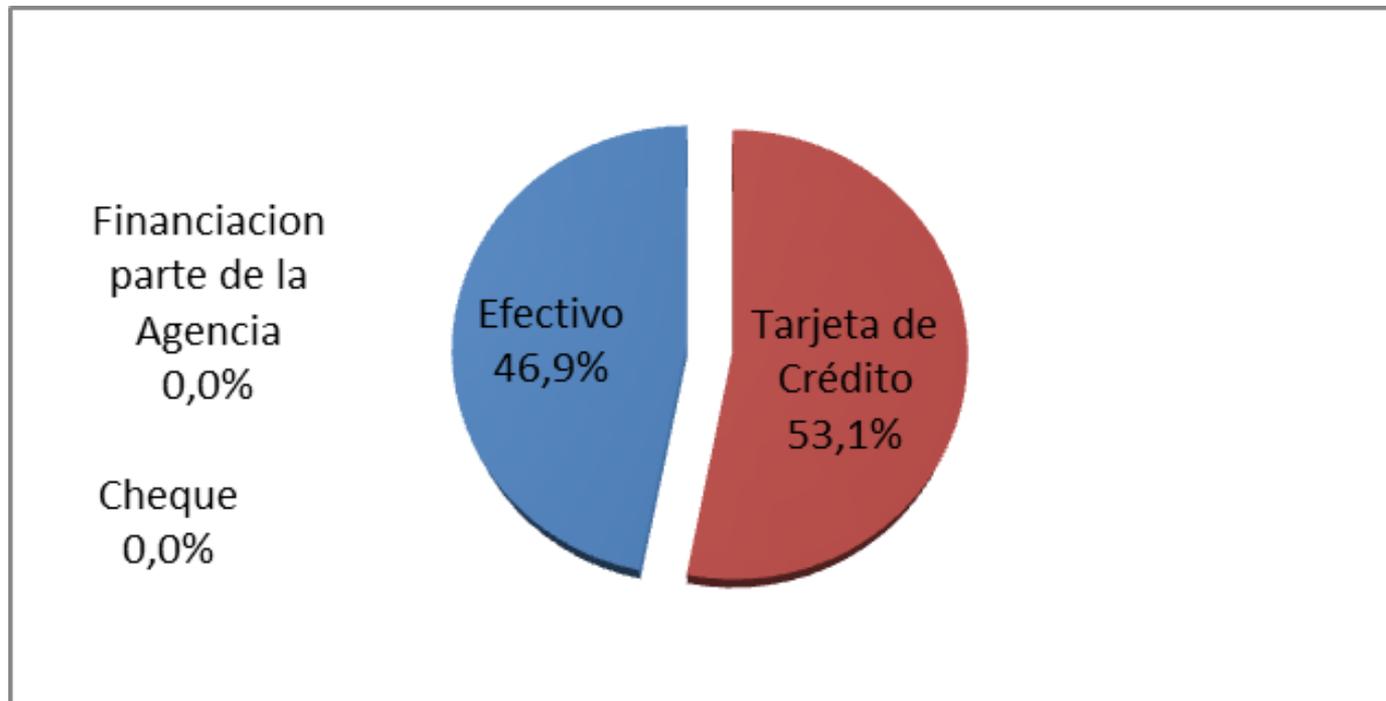
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante la temporada de mitad de año es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 32 agencias

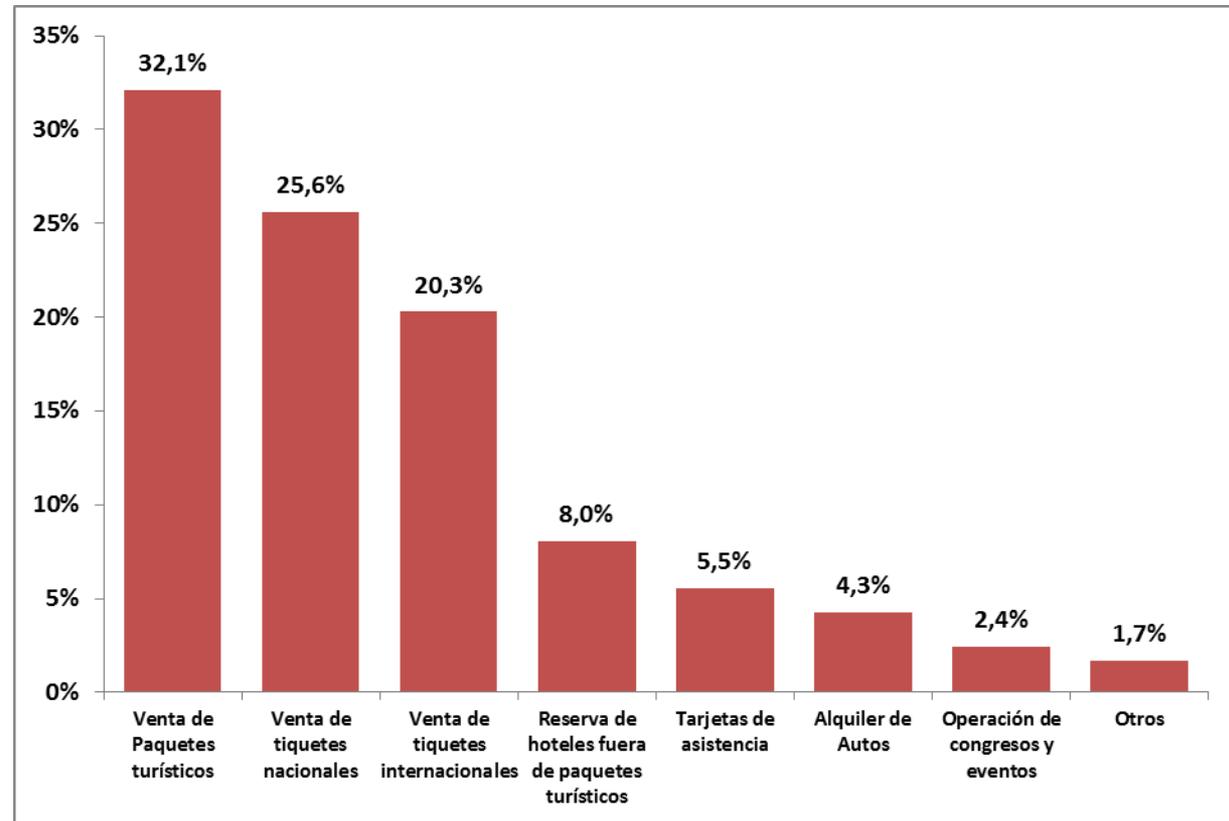
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos y ubicándolos porcentualmente.

¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las Agencias de Viajes para esta temporada de Mitad de año 2013?



## Porcentaje de ventas que representó para esta temporada los siguientes servicios?

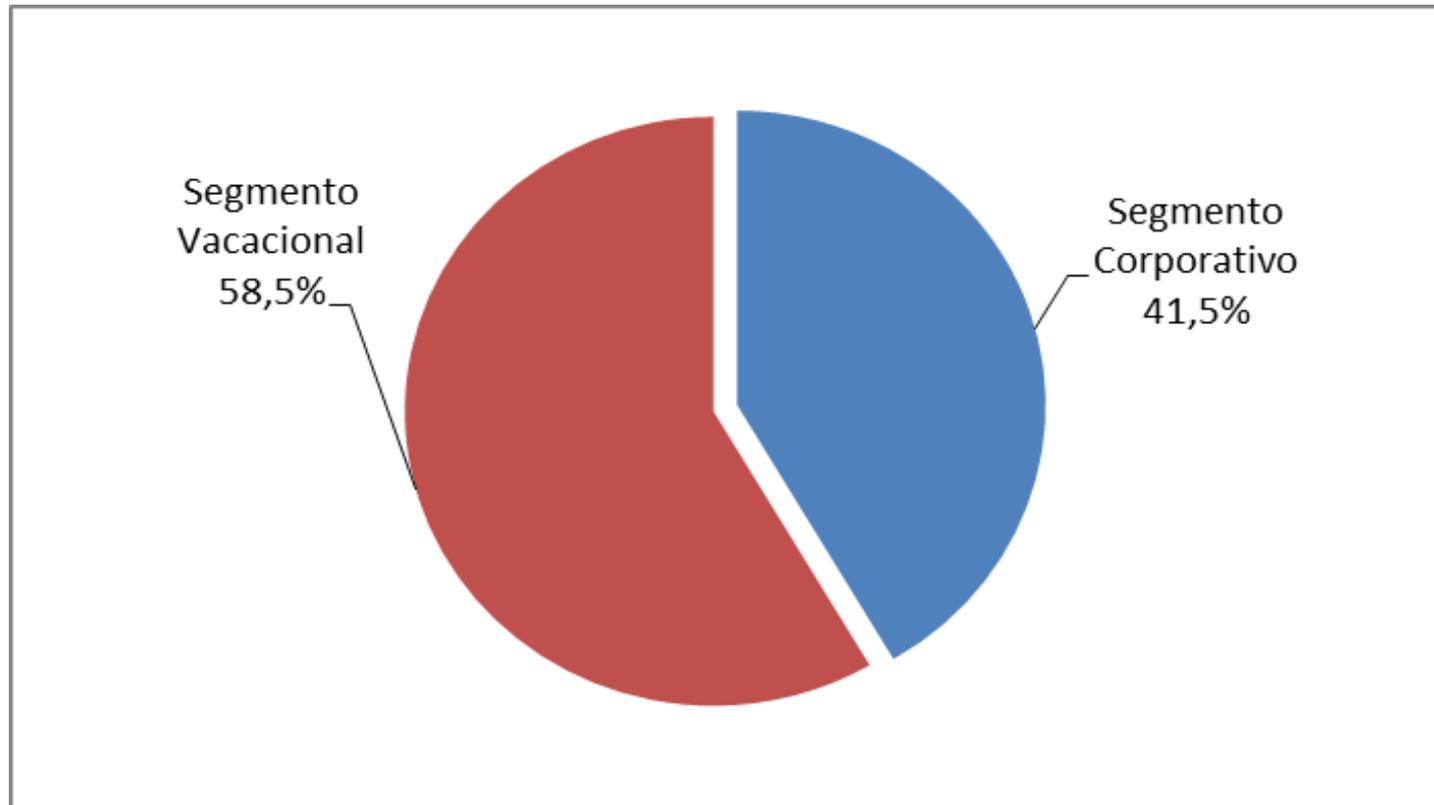
- Si separamos el peso de los tiquetes aéreos nacionales e internacionales, los paquetes turísticos representan el servicio más importante ofrecido por las Agencias de Viajes.
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales representan el 46% de las ventas totales.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 32 agencias

Las agencias encuestadas contestaban marcando un porcentaje de 1 a 100 de acuerdo a la importancia en ventas de cada servicio dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó un promedio y se ubicaron porcentualmente de mayor a menor.

Qué porcentaje de las ventas corresponde al segmento corporativo y que porcentaje corresponde al segmento vacacional:



Gráfica: Segmento corporativo y vacacional – Base 32 agencias

Las agencias encuestadas contestaban marcando un porcentaje de 1 a 100 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó un promedio y se ubicaron porcentualmente.

# 4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Mitad de año 2013

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Mitad de año 2013 respecto al mismo periodo del 2012?

El 84% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 14% durante la temporada de Mitad de año 2013 con respecto al año 2012.

El 16% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 15% durante la temporada de Mitad de año 2013 con respecto al año 2012.