

Resultado Encuesta Temporada Fin de Año 2014

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

**Febrero
2015**

- **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

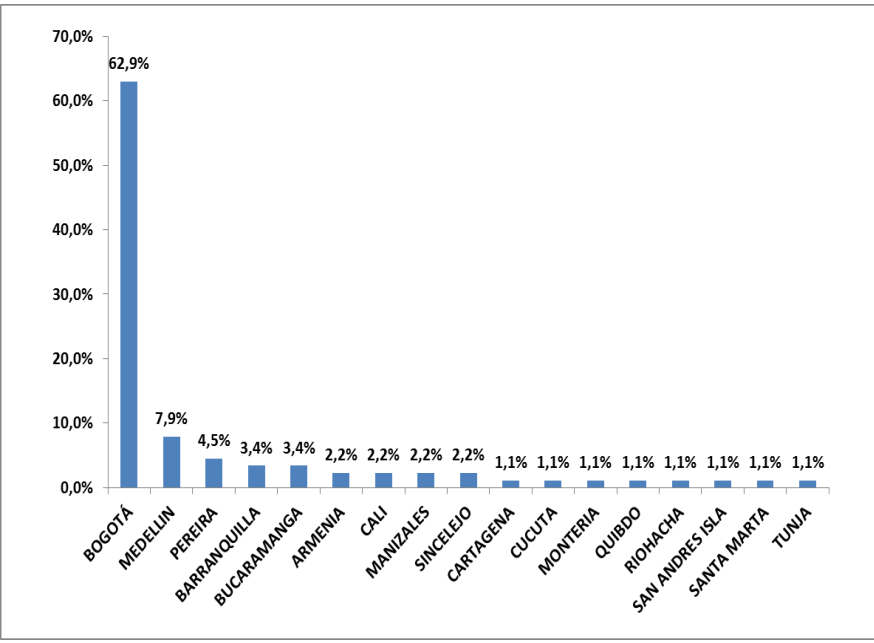
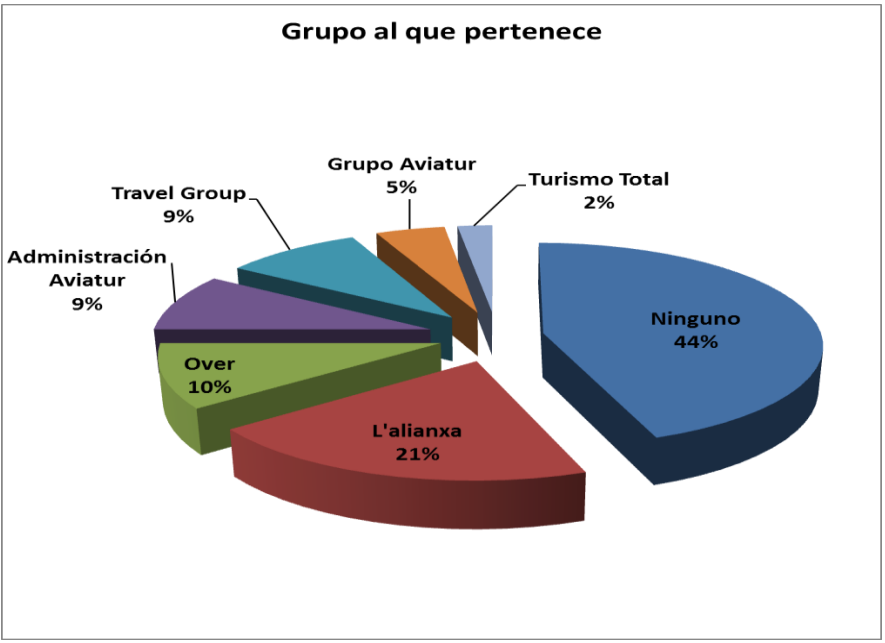
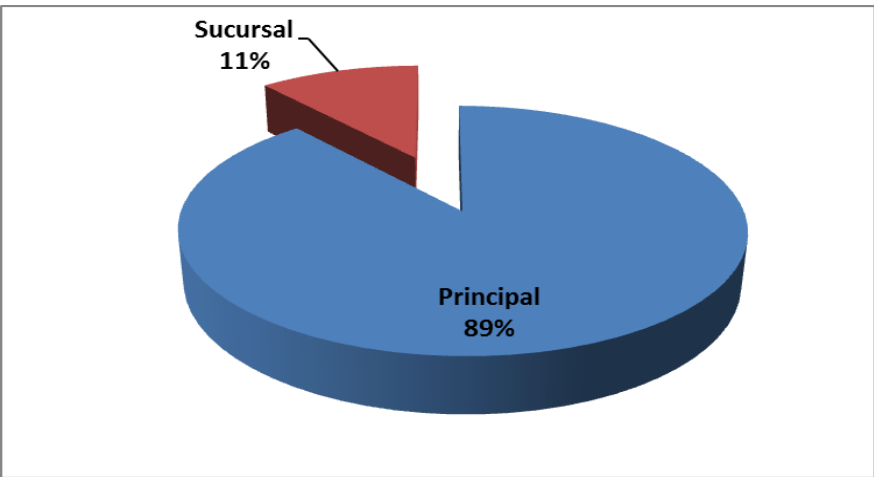
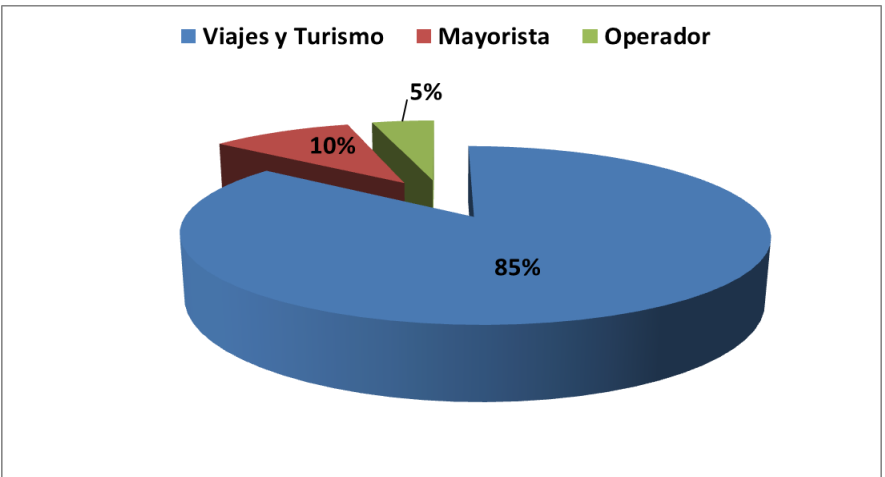
1. Información general de las Agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Fin de Año 2014

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de Fin de Año 2014

<p>BOGOTÁ</p> <p>AEROVIAJES PACIFICO DE BOGOTÁ S.A. AGUILA TOURS LTDA. ALL NIPPON MAYORISTA ALVARO VÉLEZ Y CÍA. S.A.S ANDES TOURS S.A. ARCO JM S.A.S ATHAL VIAJES Y TURISMO ATRAPALO COLOMBIA S.A.S AVIATUR SUC. QUINTA CAMACHO AVIATUR SUC. SANTA PAULA AVIATUR S.A. BCD TRAVEL BLANCO TRAVEL SERVICE LTDA. BUENTURISMO LTDA. CAMINANTES VIAJES Y TURISMO CASA DEL TURISMO BOGOTÁ ORGANIZACIÓN AVIATUR CIC COLOMBIA TRAVEL S.A.S COLMUNDO VIAJES COLOMBIAN TOURIST S.A.S CUJAR TURISMO LTDA E EXPLORA COM LTDA ENTERPRISE ORGANIZACIÓN AVIATUR EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXTUR L'ALIANXA LTDA SUC UNICENTRO EXTUR L'ALIANXA LTDA. JTR REPRESENTACIONES ORGANIZACIÓN AVIATUR JURISTOURS S.A.S LANTA LTDA. MARRERO VIAJES Y TURISMO LTDA MAYATUR COLOMBIA ORGANIZACIÓN AVIATUR NIKO TRAVEL ORGANIZACIÓN AVIATUR OPERAMA LTDA. OVER CHICO TOURS OVER TURINCO PRICETRAVEL PROYECTOS CORPECOL S.A.S PUBBLICA S.A.S REVEL MOSQUERA Y ASOCIADOS ROCIO DE CASTIBLANCO VIAJES DE 15 STUDENT TRAVEL CENTER TECNIVIAJES L'ALIANXA TRAVEL ADVISORS ORGANIZACIÓN AVIATUR TRAVELTRIP ASSISTANCE TURISMO AL VUELO L'ALIANXA TURISMUNDO LTDA. TURISPETROL I.A.C VELEZ TOURS S.A.S VIAJAR DE COLOMBIA LTDA. VIAJES AZ VIAJES CHAPINERO L'ALIANXA VIAJES CIRCULAR VIAJES CIRCULAR SUC. BOGOTÁ VIAJES COOPAVA VIAJES COUNTRY S.A.S VIAJES JECUTIVOS RECREACIONALES VER LTDA. WORLD TOURS S.A.S</p>	<p>ARMENIA</p> <p>AGENCIA DE VIAJES C.O.G LTDA. VIAJES ARMENIA</p> <p>BARRANQUILLA</p> <p>MUNDITUR S.A.S VIAJES CIRCULAR SUC. BARRANQUILLA VIATURLA S.A.S</p> <p>BUCARAMANGA</p> <p>PROYECTOS CORPECOL S.A.S SUC. BUCARAMANGA SANTUR L'ALIANXA VIAJES CIRCULAR SUC. BUCARAMANGA</p> <p>CALI</p> <p>REPRESENTACIONES TURISTICAS ALTA CALIDAD S.A. STAR TOURS - GABRIEL ORTIZ Y CIA.</p> <p>CARTAGENA</p> <p>AVIATUR S.A. SUC. CARTAGENA</p> <p>CÚCUTA</p> <p>VIAJES CÚCUTA L'ALIANXA</p> <p>MANIZALES</p> <p>ECOSISTEMAS LTDA. ROSA DE LOS VIENTOS LTDA.</p> <p>MEDELLÍN</p> <p>CARLSON WAGONLIT TRAVEL SUC. MEDELLÍN CASA DE COLOMBIA EN MEDELLÍN LTDA. DESTINO COLOMBIA LTDA. EMPAQUE & VAMONOS SWISS ANDINA TURISMO S.A. VIAJES BOLÍVAR LTDA. VIAJES VERACRUZ L'ALIANXA</p> <p>MONTERIA</p> <p>OVER FASEVIAJES</p> <p>PEREIRA</p> <p>COLRESERVAS INVERSA S.A.S VANI S. A. VIAJES VIP AVIATUR</p> <p>QUIBDO</p> <p>CORTES Y CIA. S.A.S. ORGANIZACIÓN AVIATUR</p> <p>RIOHACHA</p> <p>KAISHI TRAVEL</p> <p>SAN ANDRÉS ISLA</p> <p>VIAJES PORTOFINO</p> <p>SANTA MARTA</p> <p>TURISMERK</p> <p>SINCELEJO</p> <p>TURISMO DEL MORROSQUILLO VIAJES Y TURISMO MAR CARIBE</p> <p>TUNJA</p> <p>BOYACA TOURS L'ALIANXA</p>
---	--

Información de las Agencias encuestadas temporada de Fin de Año 2014



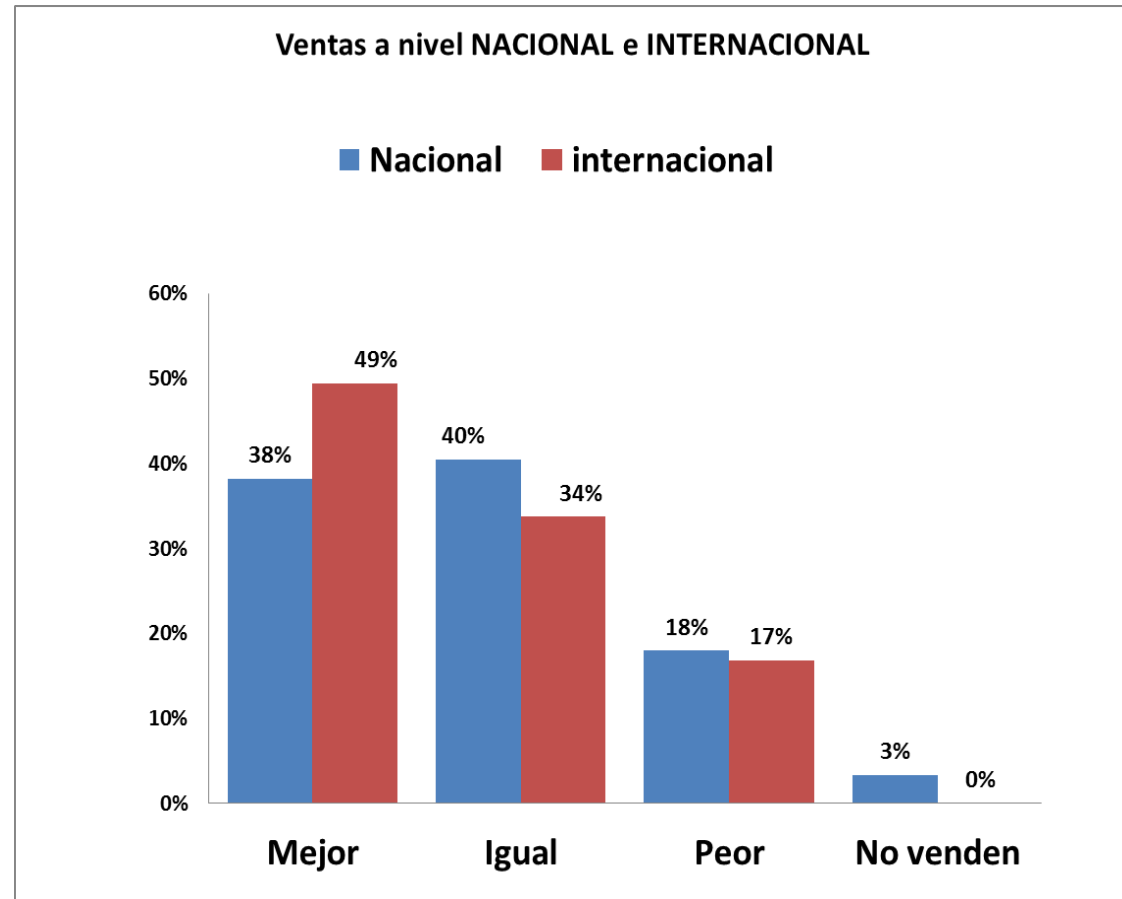
2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y
DESTINOS TURÍSTICOS
NACIONALES E
INTERNACIONALES

¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de Fin de Año 2014 con respecto a la temporada de 2013?

- El 49% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de Fin de Año 2014, fue mejor que la temporada del año 2013.

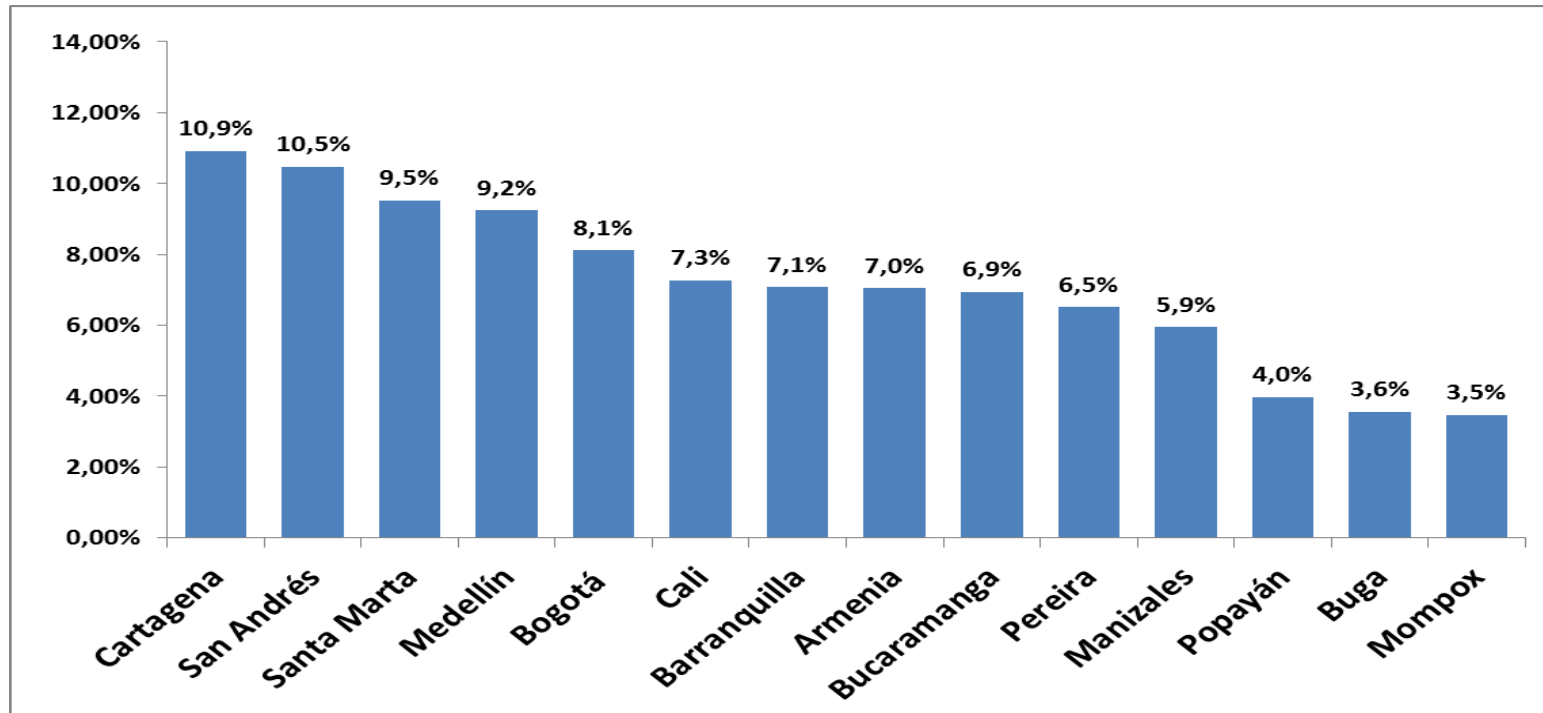
- Un 40% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2013.

- Un 18% de las Agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Fin de Año 2014, fue peor que la temporada del año 2013.



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Fin de Año 2014

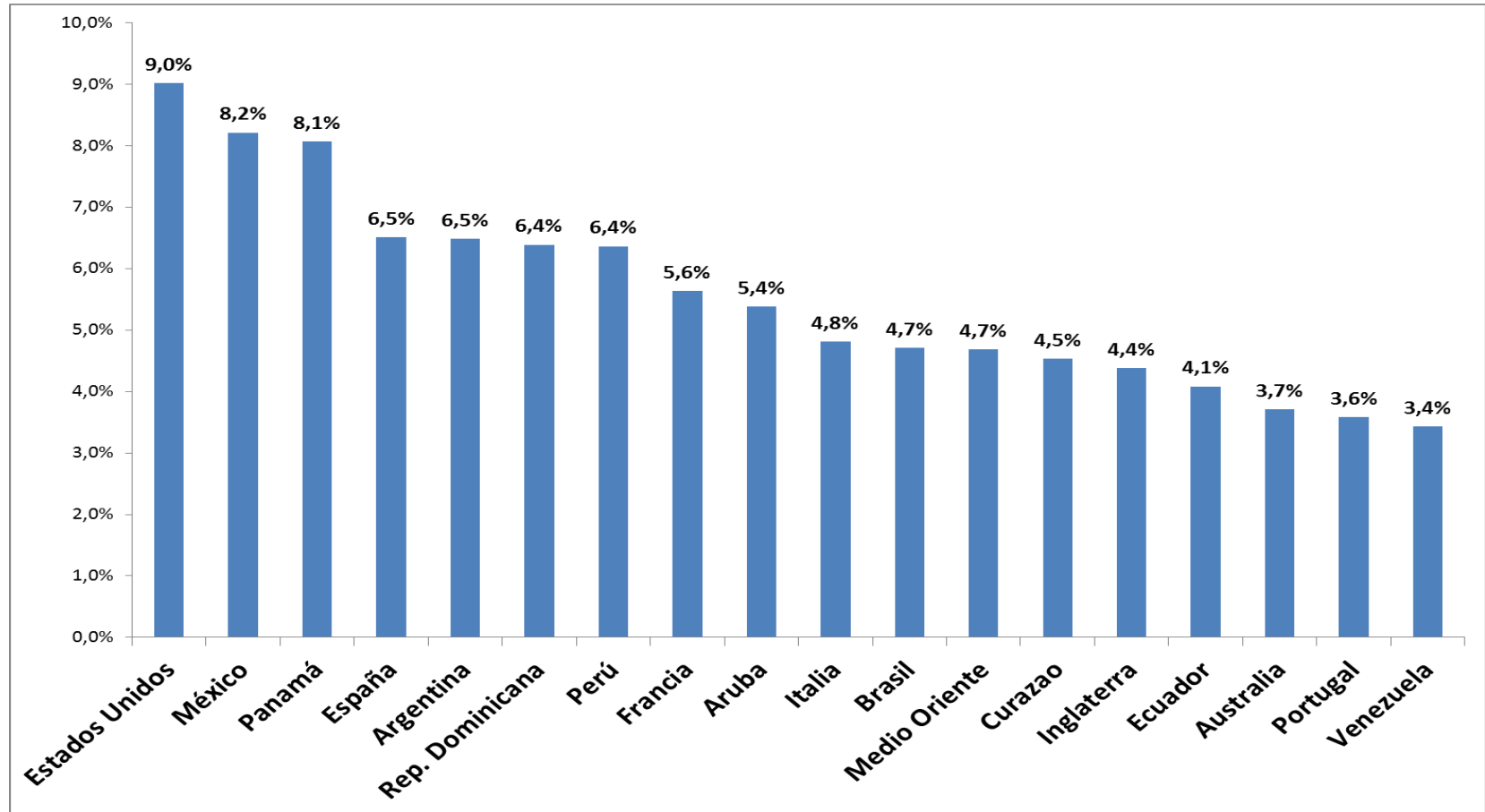
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Medellín y Bogotá.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 89 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 Fin de Año 2014



Gráficas: Destinos Internacionales – Base 89 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 Fin de Año 2014 por las Agencias de Viajes fueron:

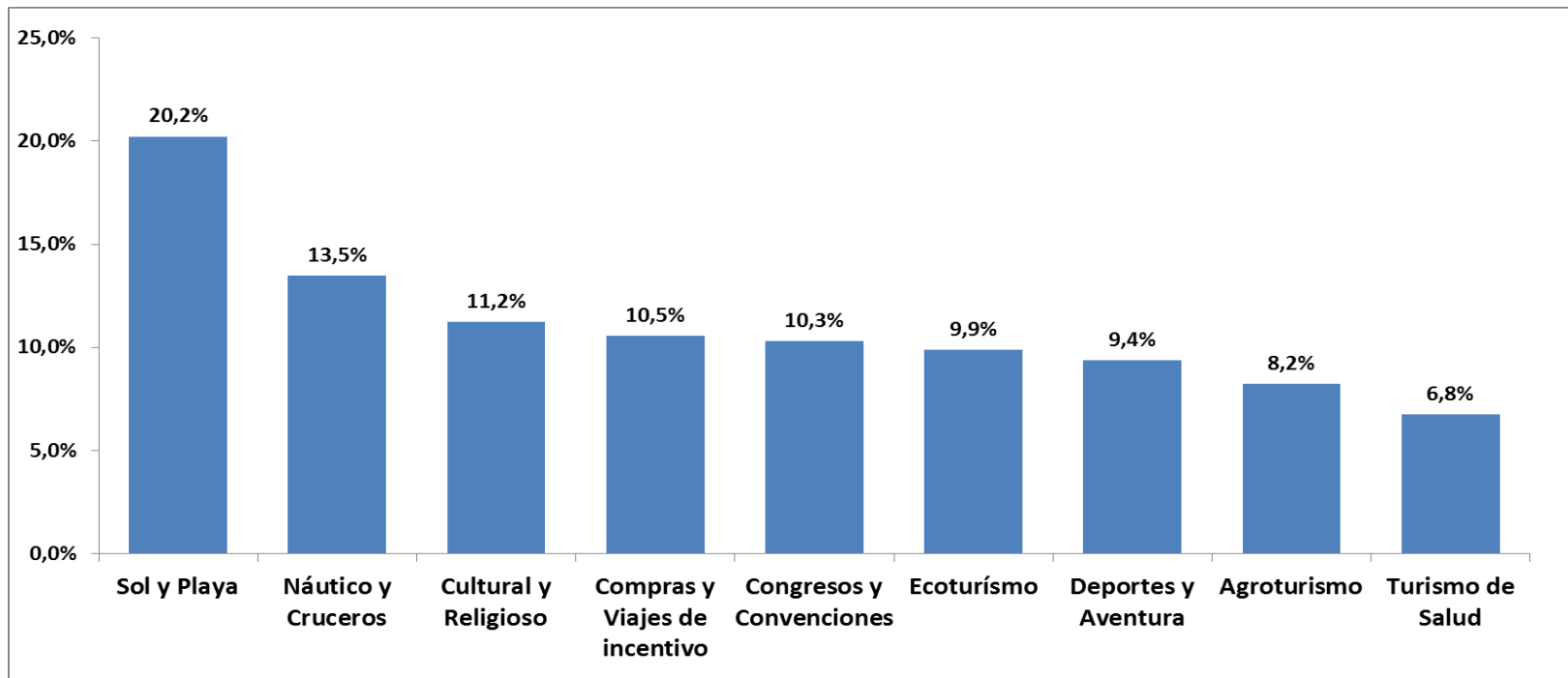
- Paquetes a San Andrés todo incluido.
- Planes a Cartagena todo incluido.
- Planes a Santa Marta (Parque Tayrona)
- Planes al Eje Cafetero (Fincas Cafeteras – Ruta del Café)
- Planes a Nuqui – Sierra de la Macarena – Capurgana – Parque Natural Cocuy
- Planes al Amazonas.
- Planes a la Guajira (Riohacha – Cabo de la Vela)
- Parque Natural los Nevados (Campamento y Escala).
- Bogotá (Sitios Históricos y Culturales)
- Ruta Boyacá - Santander
- Turismo Medellín (Plan Alumbrados Navidad - Pueblos de Antioquia).

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Fin de Año 2014 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes a Estados Unidos (La Florida)
- Planes a Estados Unidos (Orlando, Parques)
- Planes todo incluido a México (Cancún)
- Planes a Panamá (Ciudad y Playa) y Republica Dominicana
- Planes Europa
- Planes a Argentina (Buenos Aires – Iguazú – Bariloche)
- Planes a Cuba (Habana – Varadero)
- Planes a Suramérica.
- Planes a Centro América
- Planes Australia
- Fin de Año Egipto – Emiratos Árabes – China ruta de la seda - Indonesia

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Fin de Año 2014

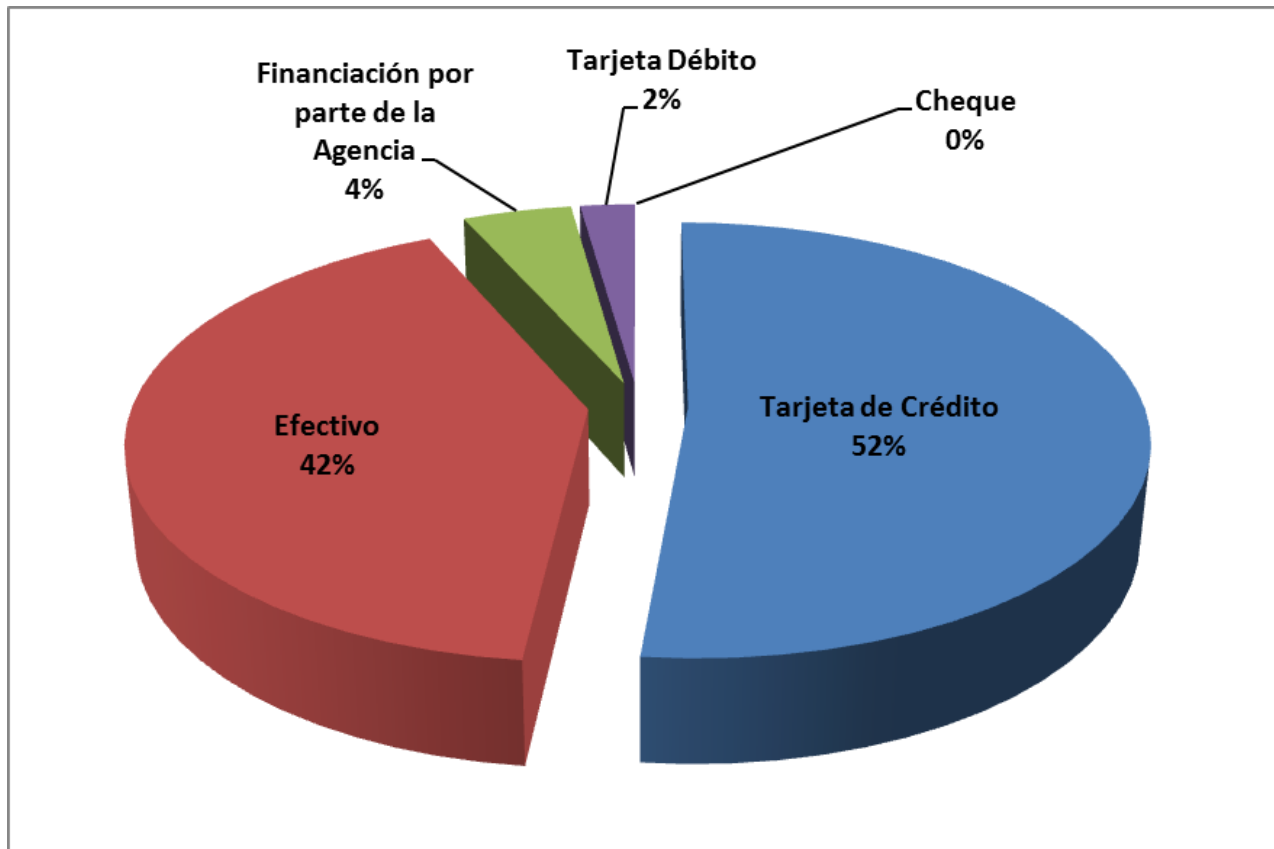
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de Fin de Año es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 89 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 Fin de Año 2014?



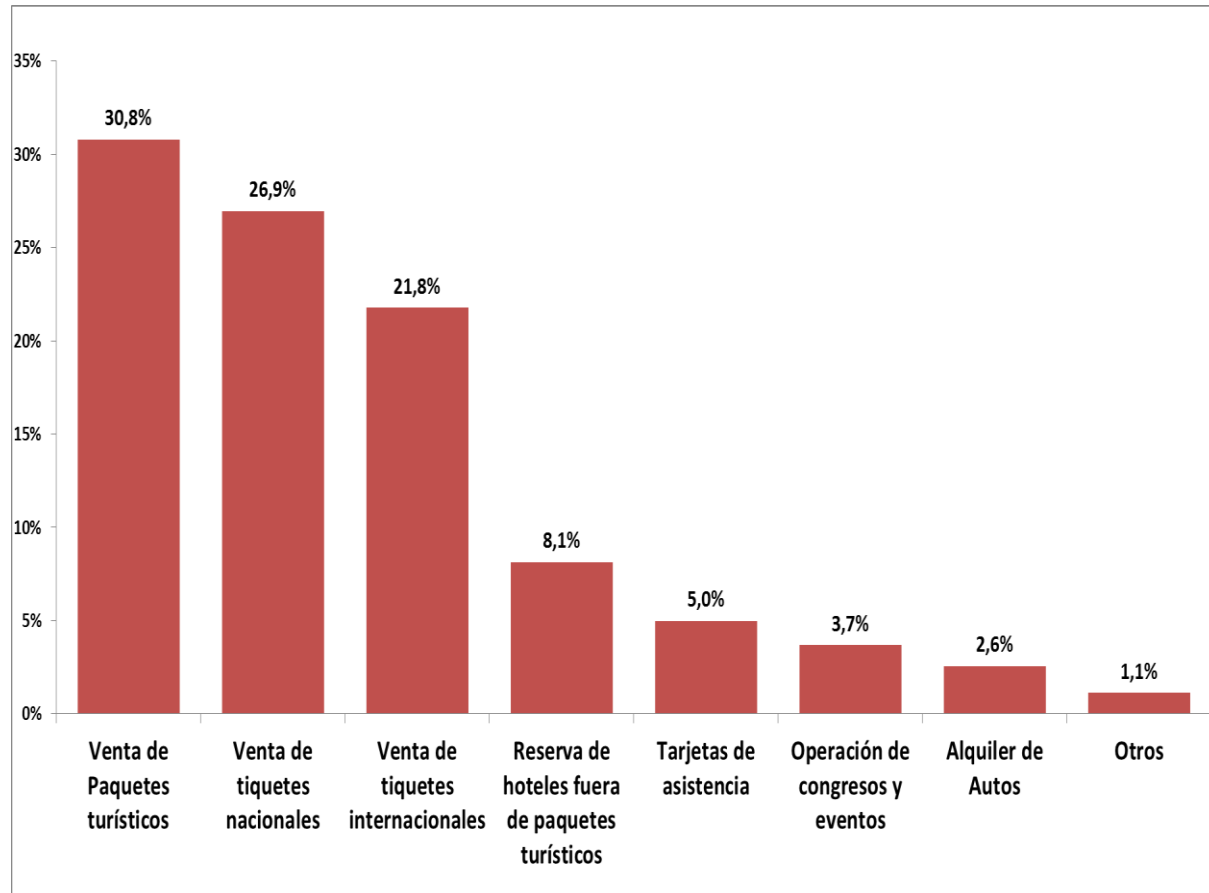
Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 89 Agencias

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

- Los paquetes turísticos representan el 30,8% de los servicios más importantes ofrecidos por las Agencias de Viajes, durante esta temporada.

- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales, representan el 48,7% de las ventas totales.

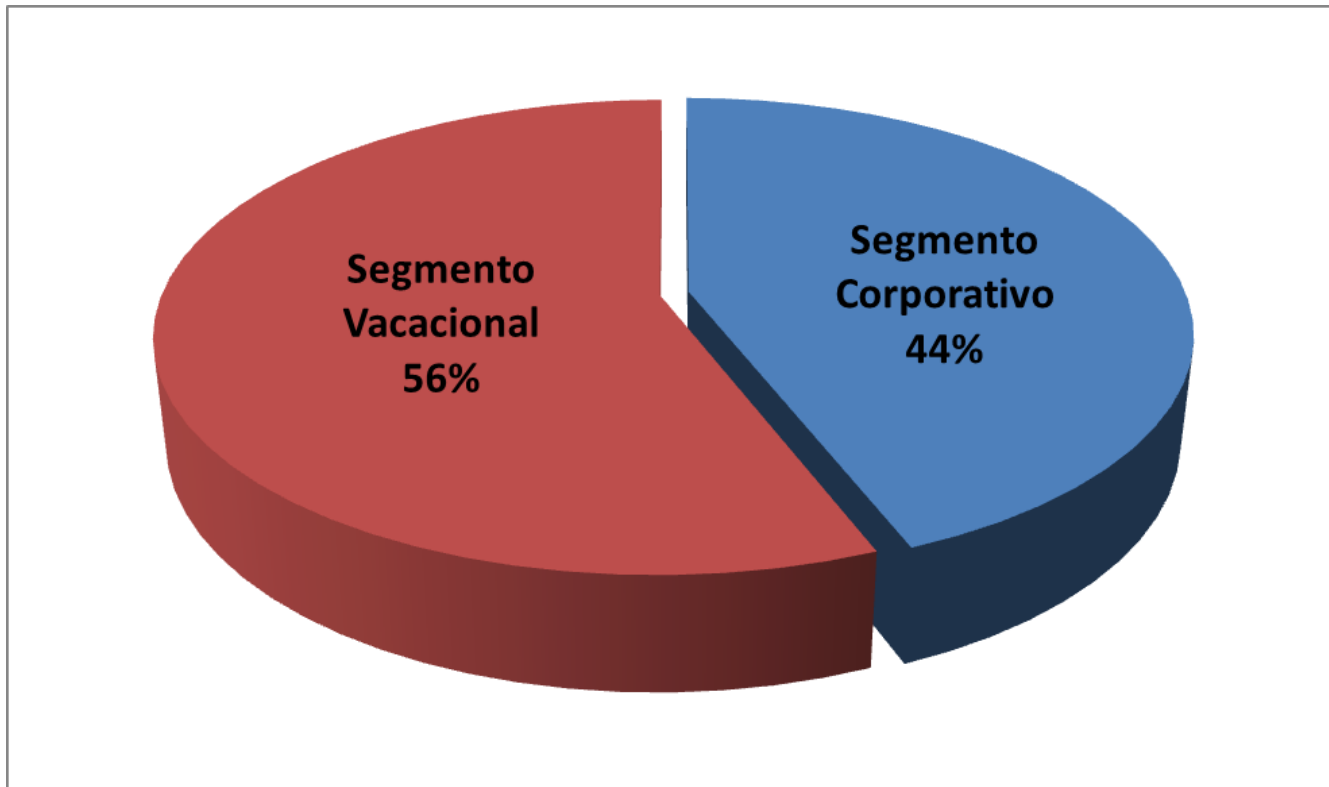
- La venta de tiquetes nacionales representa el 55% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 45%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 89 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 89 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 Fin de Año 2014

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Fin de Año 2014 respecto al mismo periodo del 2013?

El 89% de las Agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 17% durante la temporada de Fin de Año 2014 con respecto al año 2013

El 11% de las Agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 16% durante la temporada de Fin de Año 2014 con respecto al año 2013