

# **Resultado Encuesta Temporada Fin de Año 2013**

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

**Diciembre 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

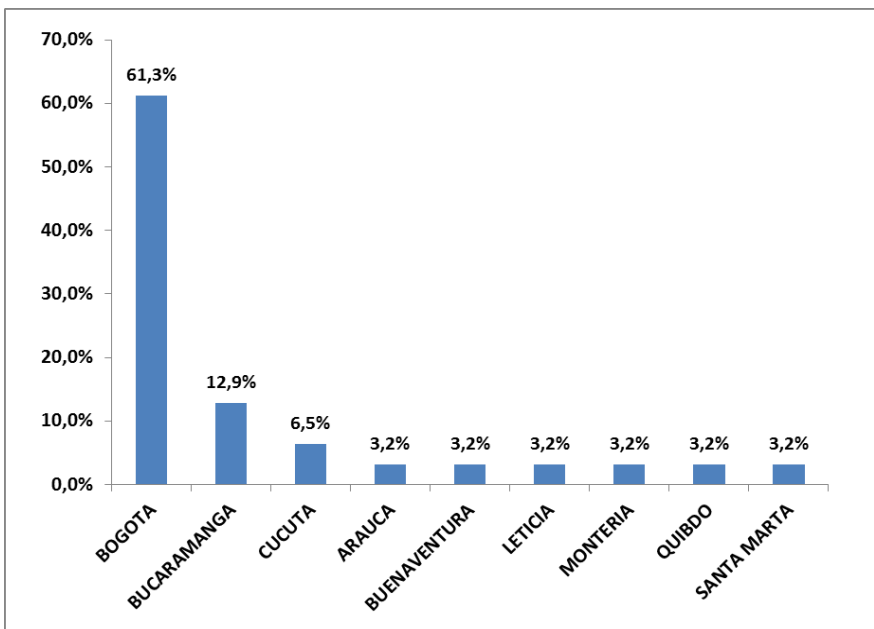
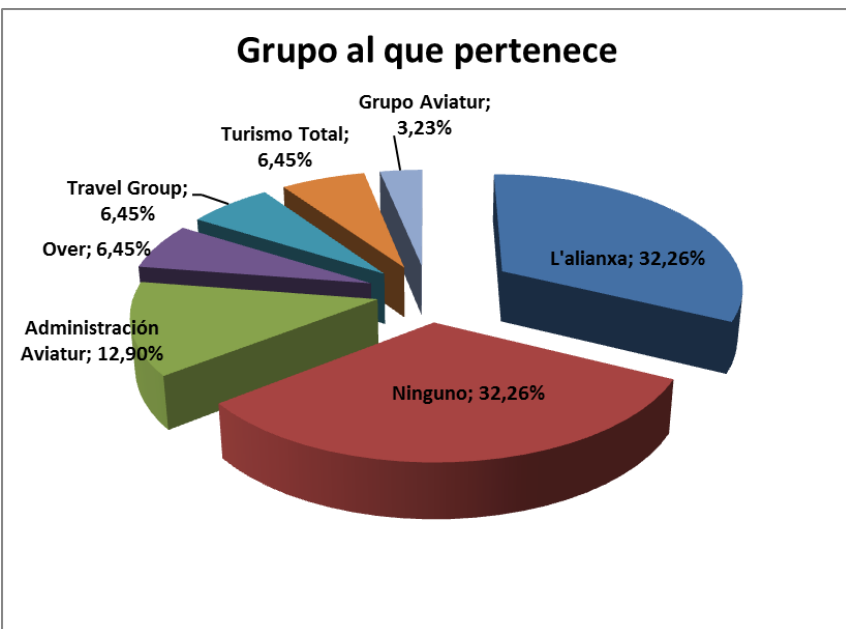
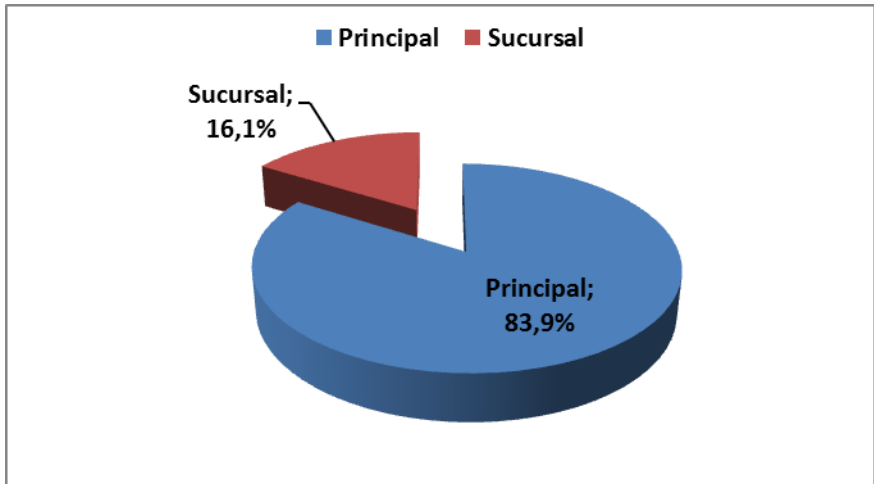
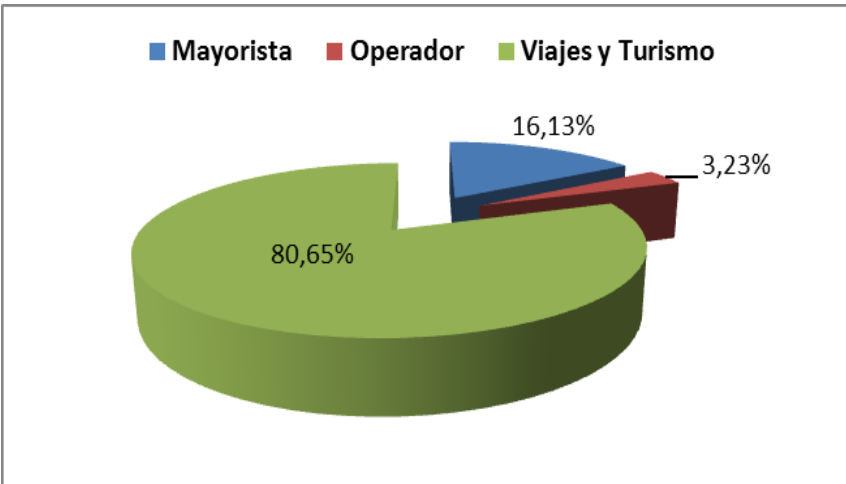
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Fin de Año 2013

# 1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

# Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de temporada de Fin de Año 2013

1. VIAJES CUCUTA L'ALIANXA
2. VIAJES OGANESOFF BOGOTA
3. COLOMBIAN TOURIST L´ALIANXA
4. MONTERIA TOURS
5. VIAJES CHAPINERO L´ALIANXA
6. OVER CHICO TOURS
7. TURISMO AL VUELO
8. VELEZ TOURS S.A.S
9. BALBOA VIAJES Y TURISMO
10. TURISMO INTERNACIONAL
11. EXPOTURISMO REPRESENTACIONES S.A.S
12. VIAJES COOAVA
13. AGENCIA DE VIAJES SPORTUR
14. EXTUR L'ALIANXA LTDA
15. PRICETRAVEL
16. NORTUR LTDA.
17. CORTES Y COMPAÑÍA S.A.S
18. LOGISTICS & TRAVEL
19. A VOLAR L'ALIANXA
20. AGENCIA DE VIAJES VILLA DE LEIVA S.A.
21. CORPECOL VIAJES Y TURISMO - BOGOTA
22. PARAISO ECOLOGICO
23. GALVISTUR LTDA
24. SERTEL LTDA
25. SANTANDER AL EXTREMO S.A.S
26. CORPECOL VIAJES Y TURISMO - BUCARAMANGA
27. VIAJES ARAUCA
28. TECNIVIAJES L´ALIANXA
29. AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR
30. VIAJES DEL COMERCIO LTDA
31. GRUPO WELCOME S.A.

# Información de las agencias encuestadas temporada de Fin de Año 2013



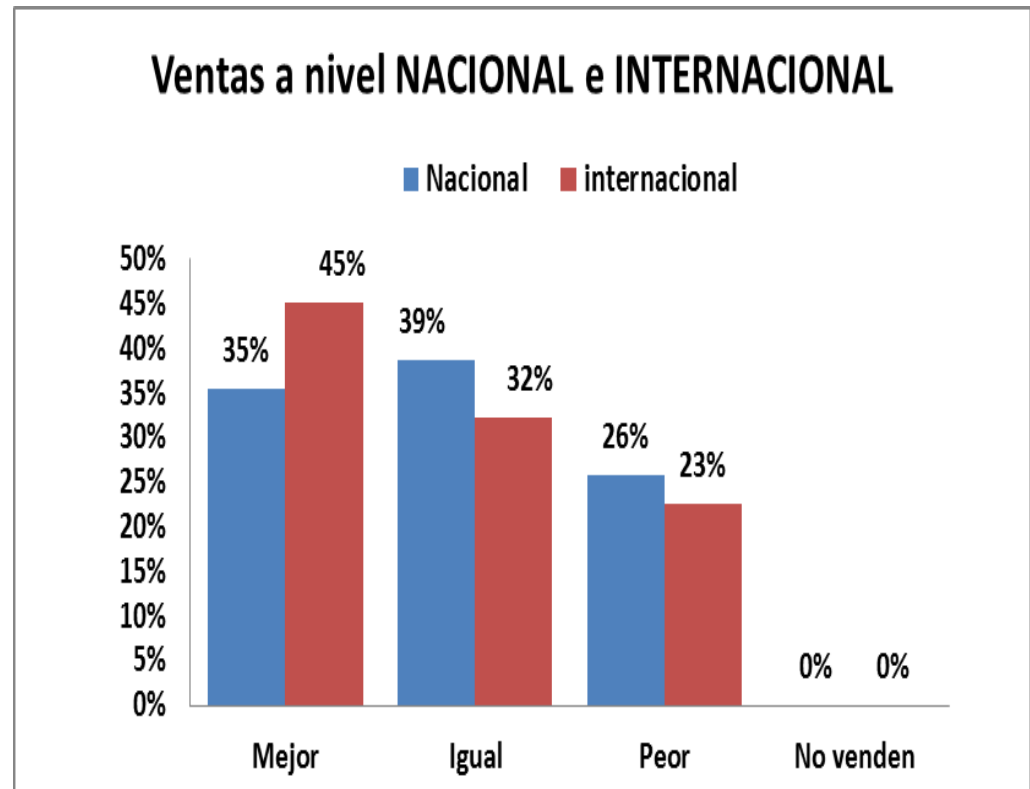
**2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**  
**NACIONALES E**  
**INTERNACIONALES**

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

- El 45% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de fin de año 2013, fue mejor que la temporada del año 2012.

- Un 39% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2012.

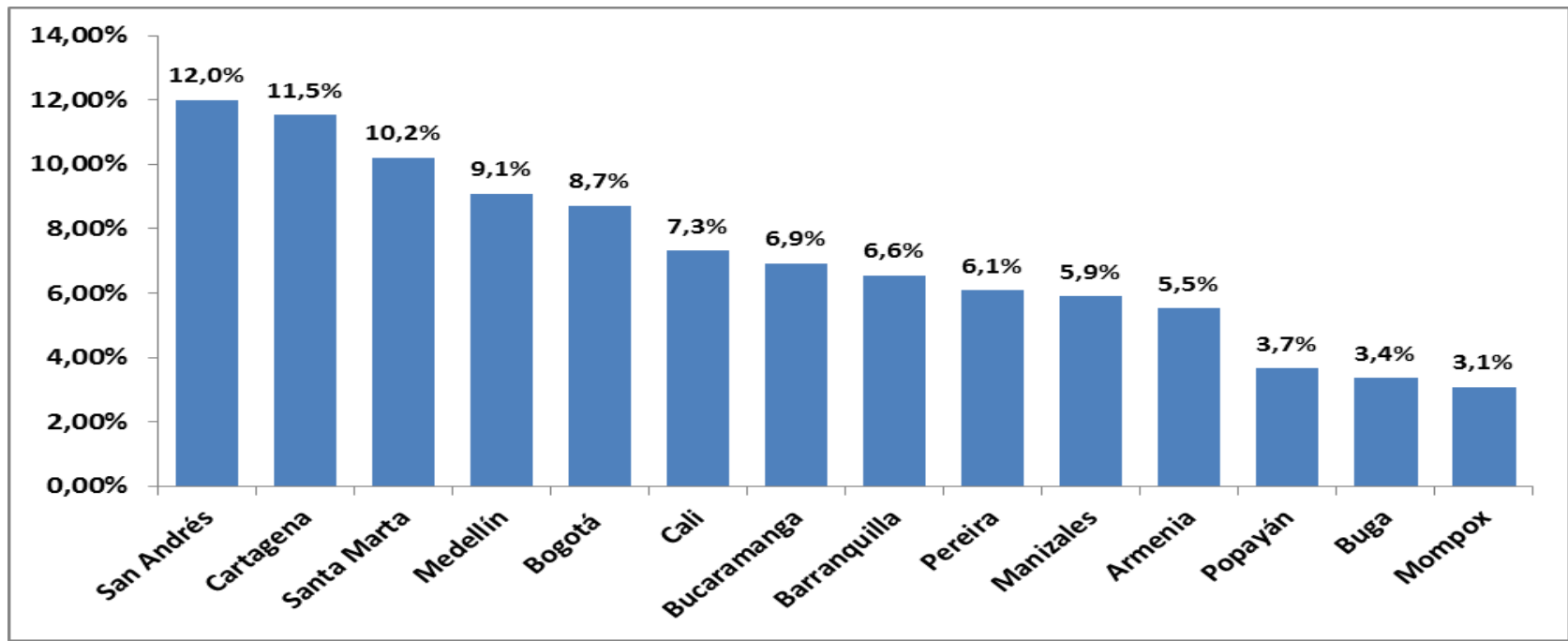
- Un 26% de las agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de fin de año 2013, fue peor que la temporada del año 2012.





## Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Fin de Año 2013

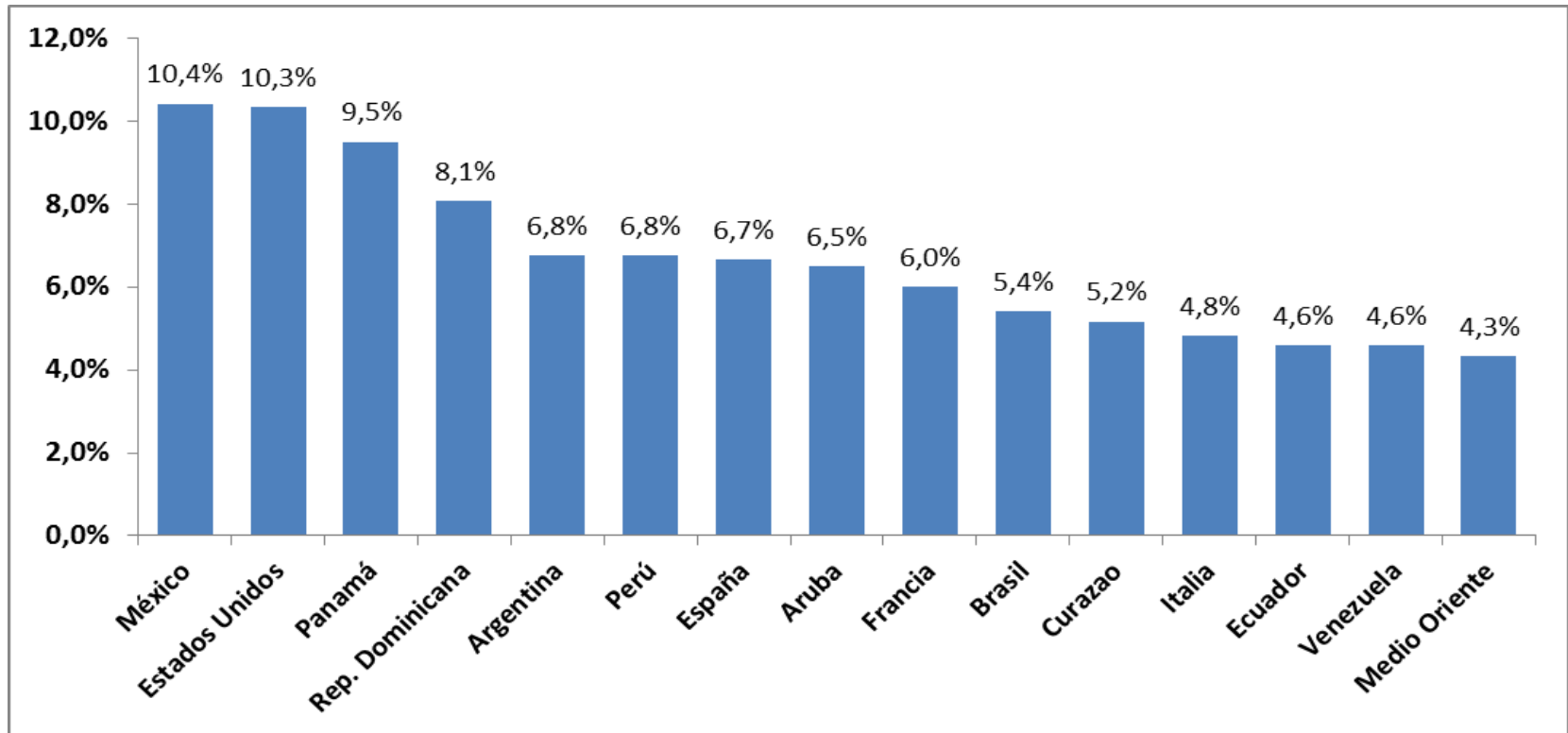
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Medellín y Bogotá.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 31 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 2013



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 31 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 2013 por las Agencias de Viajes fueron:

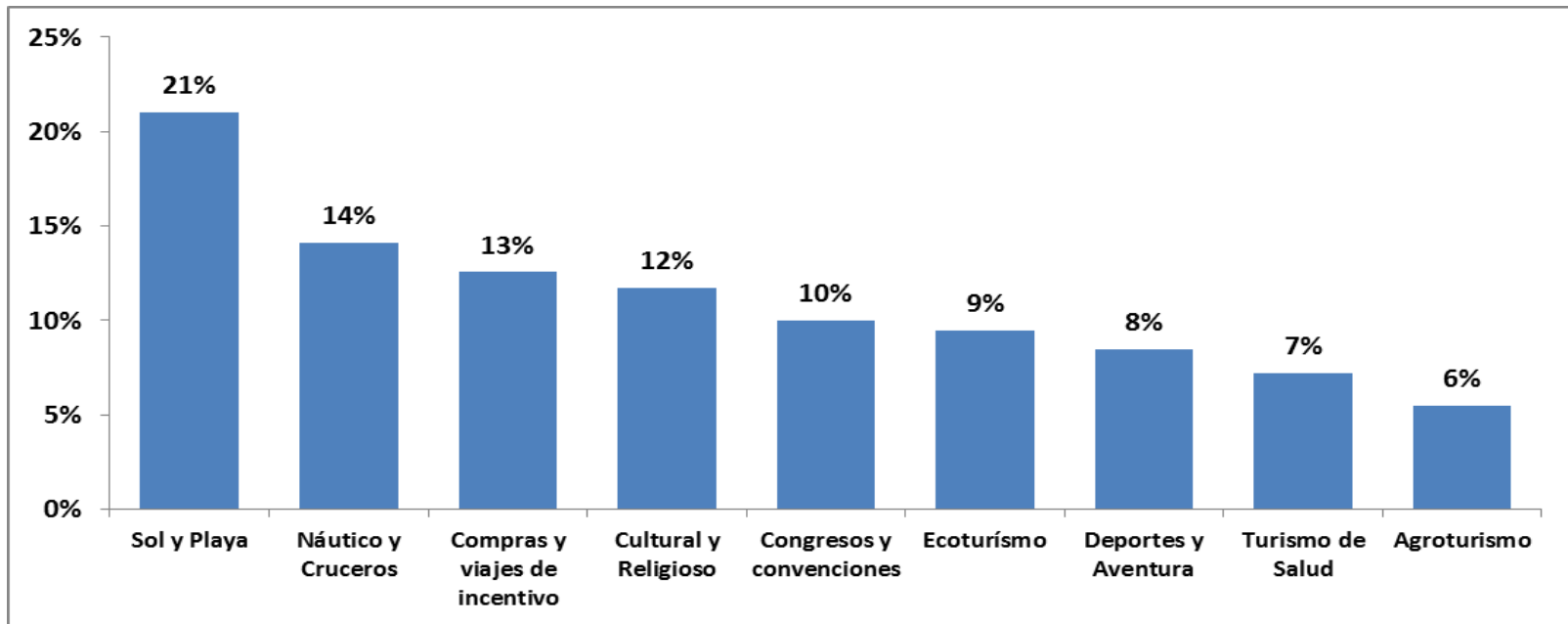
- Paquetes a San Andrés todo incluido,
- Planes a Cartagena (Barú) y Santa Marta
- Paquetes al Eje Cafetero.
- Turismo de Sol y Playa
- Planes a Capurgana
- Planes al Amazonas todo incluido
- Turismo ruta libertadora (Santander)
- Planes con Decamerón todo incluido

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

- Planes a Estado Unidos (Orlando y Miami)
- Planes a Panamá , Aruba, Curacao, Isla Margarita y Republica Dominicana (Punta Cana).
- Planes a México (Ciudad de México y Cancún)
- Cruceros por el Caribe, saliendo de Cartagena.
- Planes a Europa.
- Planes a Cuba.
- Planes a Suramérica.

## PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Fin de Año 2013

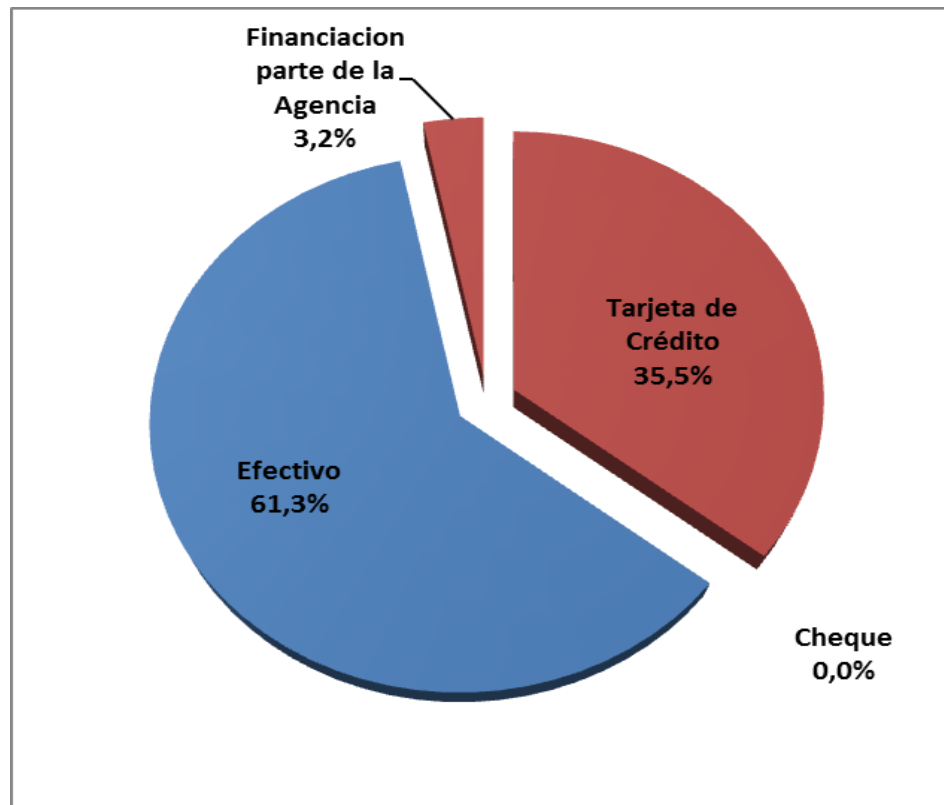
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de fin de año es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 31 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.

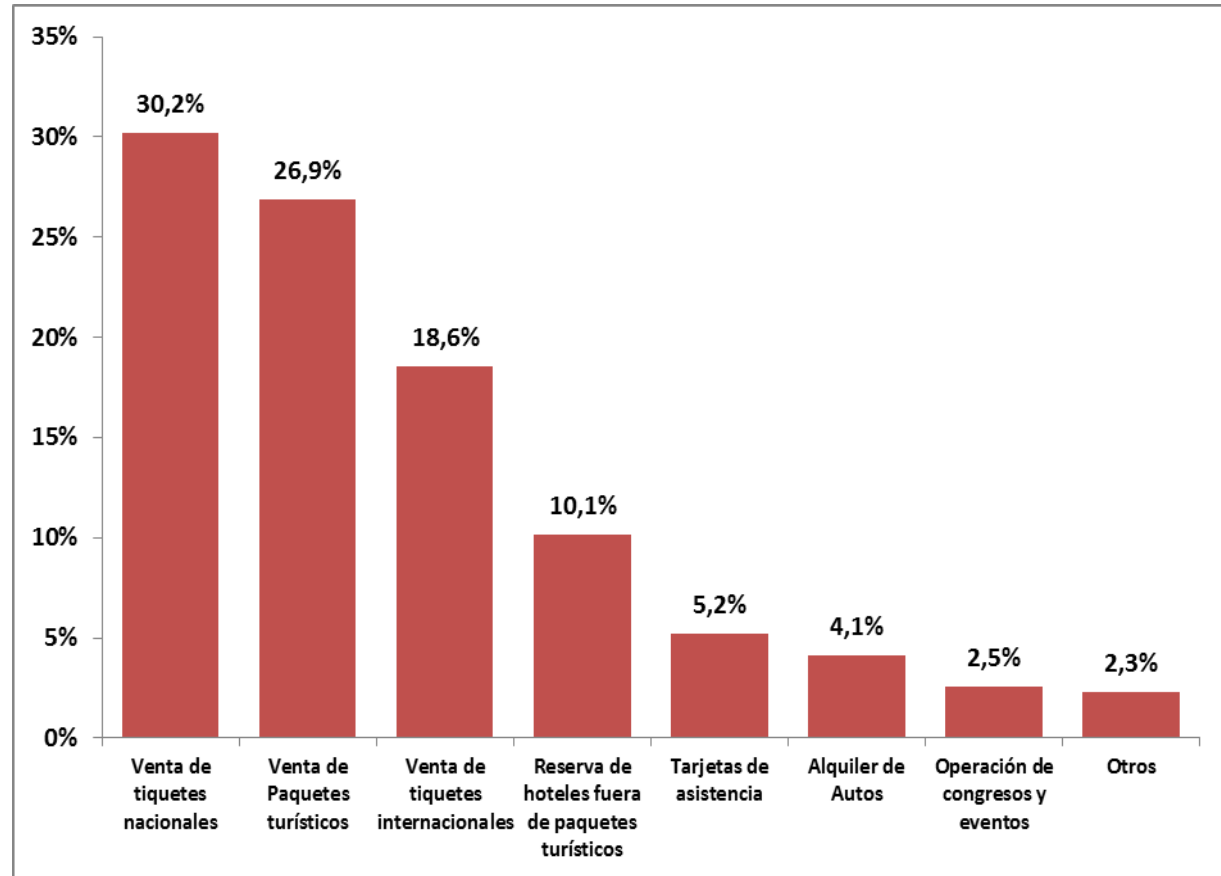
¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las Agencias de Viajes para esta temporada de Fin de Año 2013?



Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 31 agencias

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

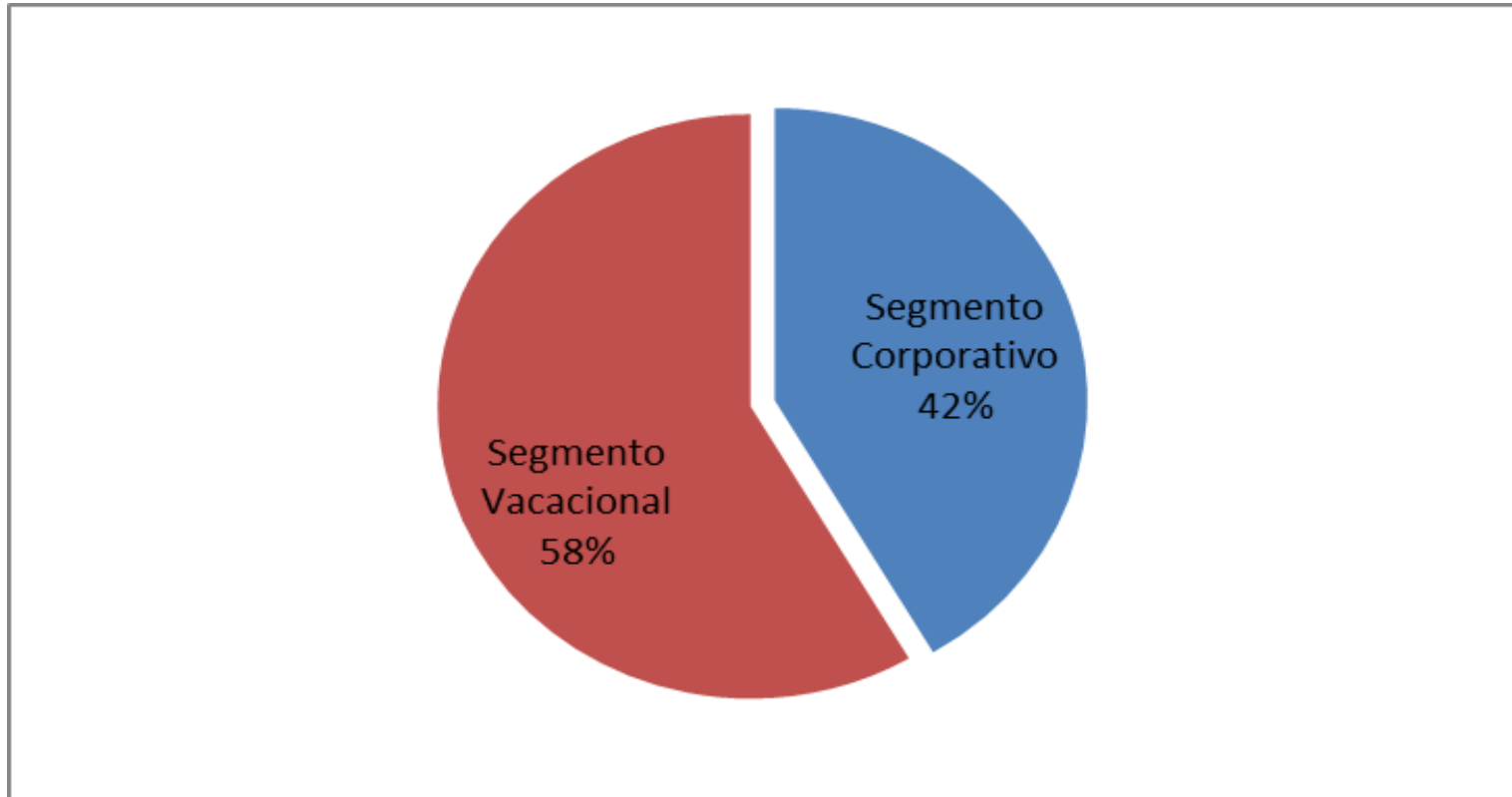
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales, estos representan el 49% de las ventas totales.
- La venta de tiquetes nacionales representa el 62% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 38%.
- los paquetes turísticos representan el 27% del servicio turístico más importante ofrecido por las agencias de viajes.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 31 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 31 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 2013

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

El 94% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 30% durante la temporada de Fin de Año 2013 con respecto al año 2012.

El 6% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 20% durante la temporada de Fin de Año 2013 con respecto al año 2012.