

Resultado Encuesta Temporada Semana Santa 2012

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

Subdirección de Investigación e Innovación

1 al 8 abril 2012

- **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 25 preguntas dividiéndose en módulos así:

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

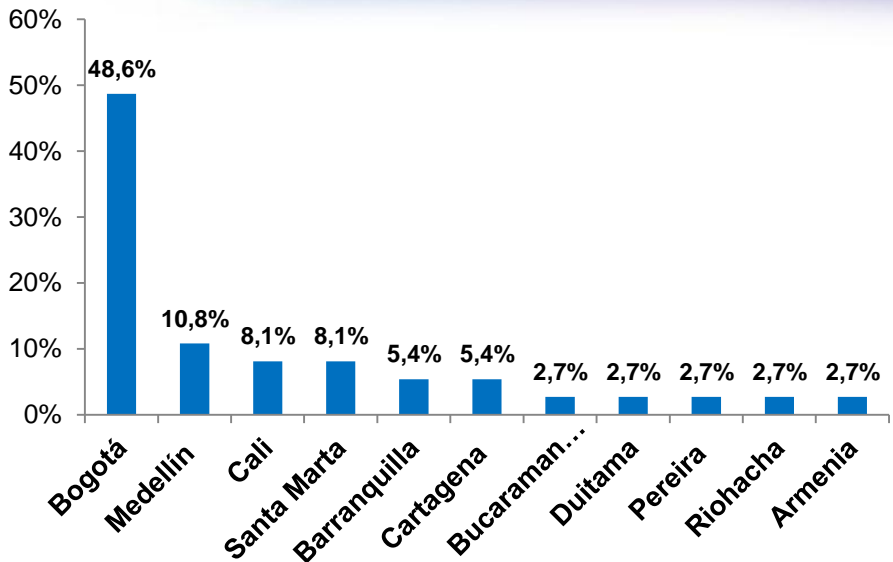
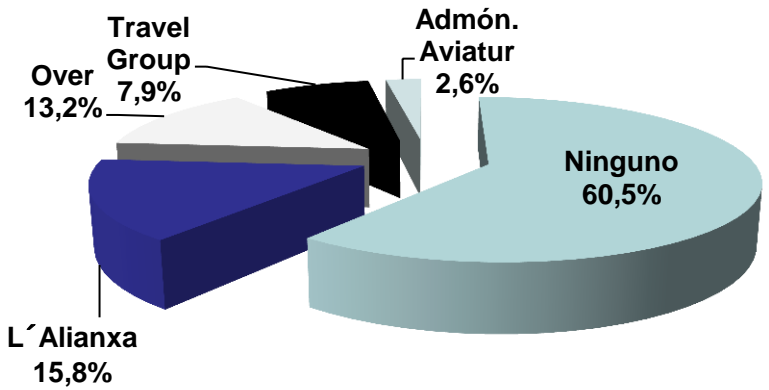
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Semana Santa 2012

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

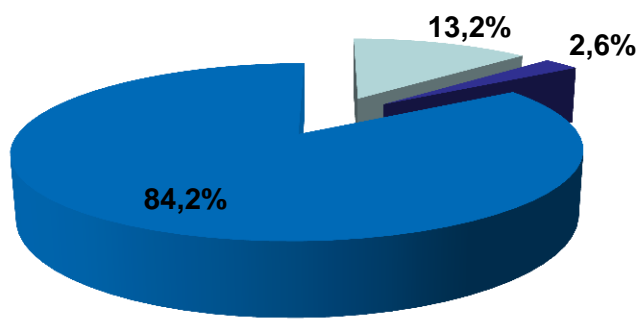
Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta Temporada de Semana Santa 2012

1. Aeroviajes Pacifico De Bogota S.A
2. Aerovision S.A.S.
3. Alestur LTDA
4. All Reps
5. Athal Viajes Y Turismo Ltda
6. Aviatur S.A.
7. Calypso Tours L´Alianxa
8. Circular De Viajes S.A – Cali
9. Circular De Viajes S.A – Bucaramanga
10. Circular De Viajes S.A – Cartagena
11. Circular De Viajes S.A – Pereira
12. Circular De Viajes S.A – Medellín
13. Circular De Viajes S.A - Duitama
14. Circular De Viajes S.A – Barranquilla
15. Circular De Viajes S.A – Santa Marta
16. Circular De Viajes S.A – Bogotá
17. Expreso Viajes y Turismo
18. Extur L´Alianxa
19. Juristours
20. La Tienda del Turismo
21. Nexo Tours Bogota Ltda
22. Nomadas S.A.
23. Omnitours
24. Oro Verde Viajes y Turismo Ltda
25. Pelicanos Tours Mayoristas
26. Pista Tours Ltda
27. Sertel Ltda
28. Sol Era Viajes
29. Star Tours
30. Swissandina Turismo
31. Tecniviajes L´Alianxa
32. Tourexito
33. Viajes Aéreos Armenia
34. Viajes Chapinero L´Alianxa
35. Viajes Coopava
36. Viajes del Comercio
37. Viajes Veracruz L´Alianxa
38. World Tours SAS

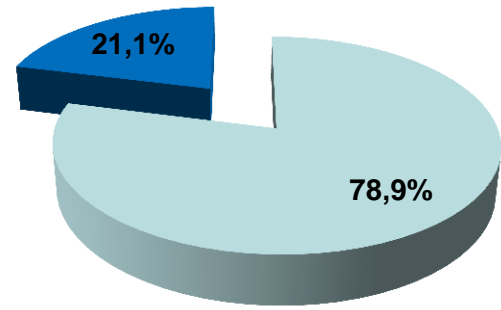
Información de las agencias encuestadas temporada de Semana Santa 2012



■ Mayorista ■ Operador ■ Viajes y Turismo



■ Principal ■ Sucursal



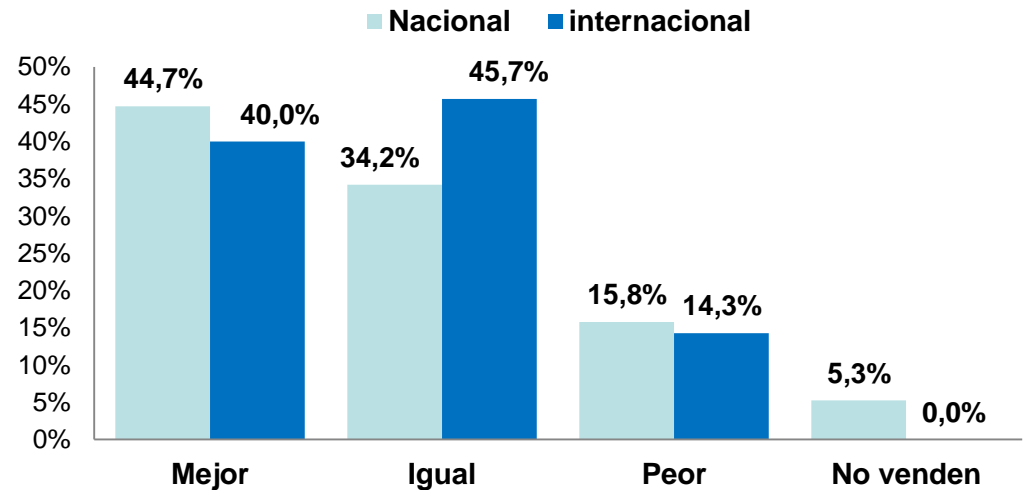
2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de Semana Santa de 2012 con respecto a la temporada de 2011?

- Las Agencias de Viajes establecen que el comportamiento de ventas en el segmento Nacional durante la temporada de Semana Santa 2012 fue según el 44,7% mejor que el año pasado, mientras que un 45,7% considera que el segmento internacional tuvo un comportamiento igual que durante la temporada del año 2011.

- Una proporción pequeña de agencias de viajes manifestó haberles ido peor tanto en el segmento nacional e internacional.

Ventas a nivel NACIONAL e INTERNACIONAL

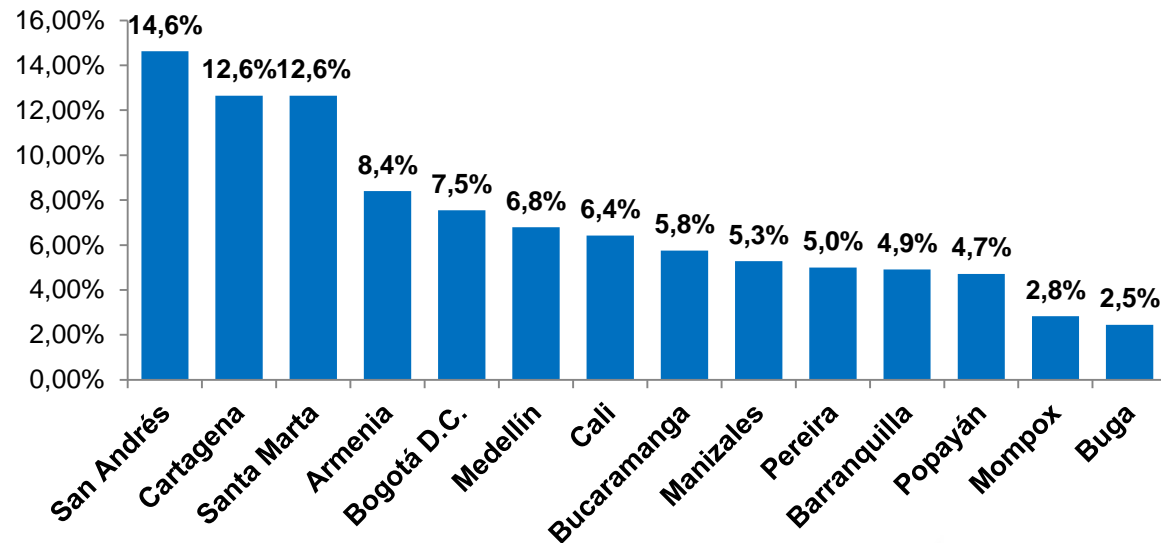


Destinos NACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Semana Santa 2012

- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales más vendidos por las agencias de viajes, en orden de importancia fueron: San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Armenia y Bogotá.

- Siguen predominando los destinos de sol y playa.

- Para esta temporada el Eje Cafetero tomó posición como uno de los destinos más solicitados por los viajeros colombianos.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 38 agencias

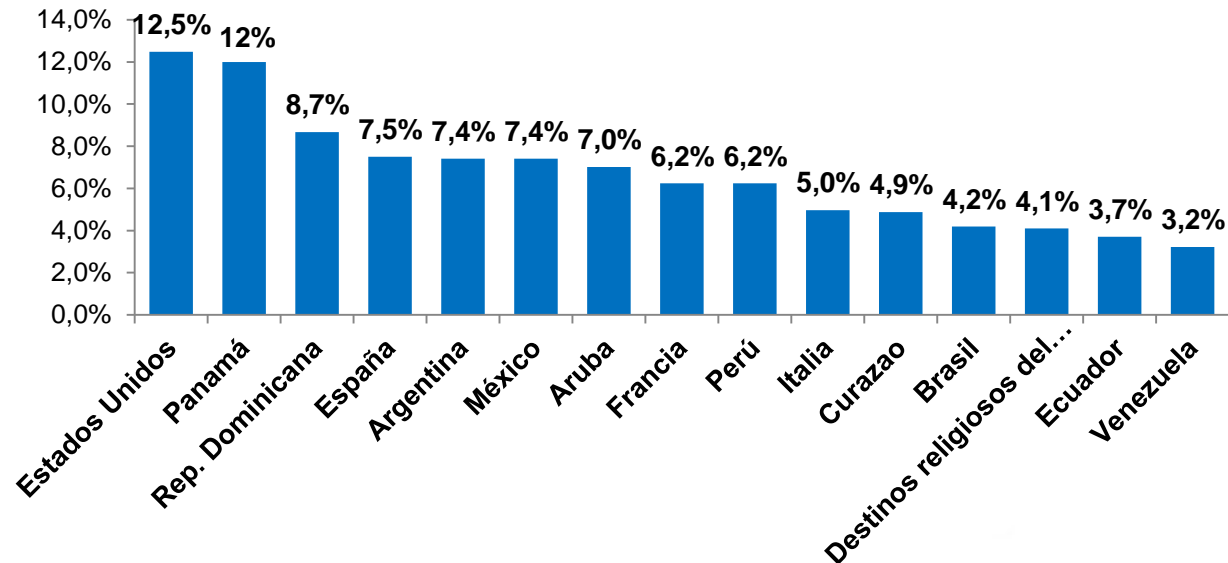
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos, ubicándolos porcentualmente.

Destinos INTERNACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Semana Santa 2012

- Estados Unidos y Panamá siguen predominando como los países preferidos por los colombianos para la temporada de Semana Santa 2012.

- Se resalta el caso de República Dominicana, España, Argentina y México como destinos internacionales de importancia para la venta de las agencias de viajes.

- Ecuador y Venezuela siguen perdiendo peso dentro de las ventas de las agencias de viajes durante las diferentes temporadas del año.



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 38 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 Semana Santa 2012 por las Agencias de Viajes fueron:

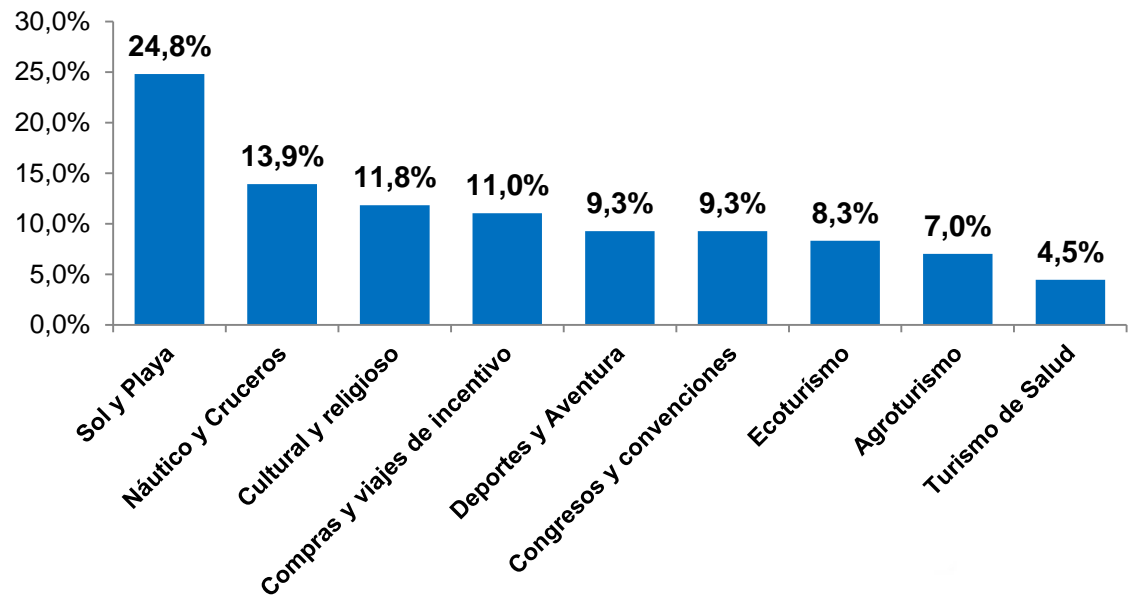
- Paquetes todo incluido a San Andrés, Cartagena y Santa Marta (Parque Tayrona) con planes Decameron.
- Paquetes todo incluido al Eje Cafetero.
- Planes a Bogotá y Medellín.
- Paquetes a Capurganá.
- Un porcentaje muy bajo respondieron con planes a Mompox, Boyacá, Villavicencio y La Guajira.

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Semana Santa 2012 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes todo incluido a Panamá (5 y 6 noches), por el precio y porque no piden Visa.
- Cruceros desde Panamá, Punta Cana y Cuba.
- Cruceros por el Caribe.
- Planes a Estado Unidos (Miami, Orlando, visita a los Parques Disney)
- Planes todo incluido a Republica Dominicana (Punta Cana), Aruba, Curazao.
- Planes a Cancún y Argentina.
- Un porcentaje de agencias encuestadas respondió planes a Europa, Perú, Cuba, Ecuador, Chile y Tierra Santa - Egipto.

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para la agencia durante la temporada de Semana Santa 2012

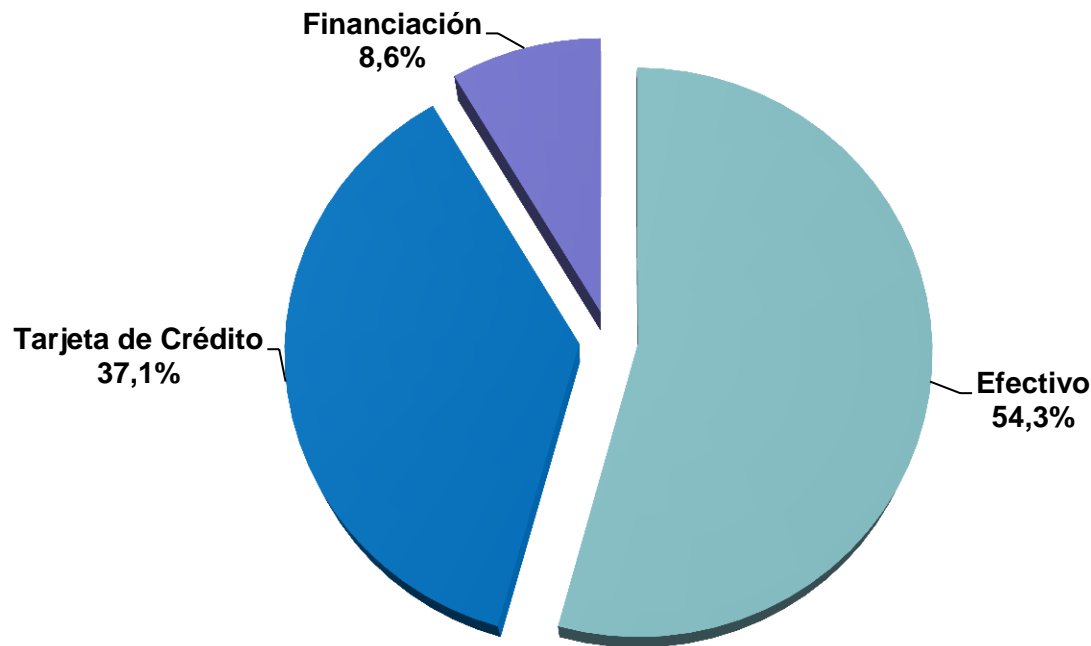
- Sin duda el producto turístico más vendido por las agencias de viajes durante las diferentes temporadas del año es Sol y Playa.
- Los cruceros se consolidan en el segundo lugar.
- Para esta temporada predominó en tercer lugar el producto cultural y religioso.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 38 agencias

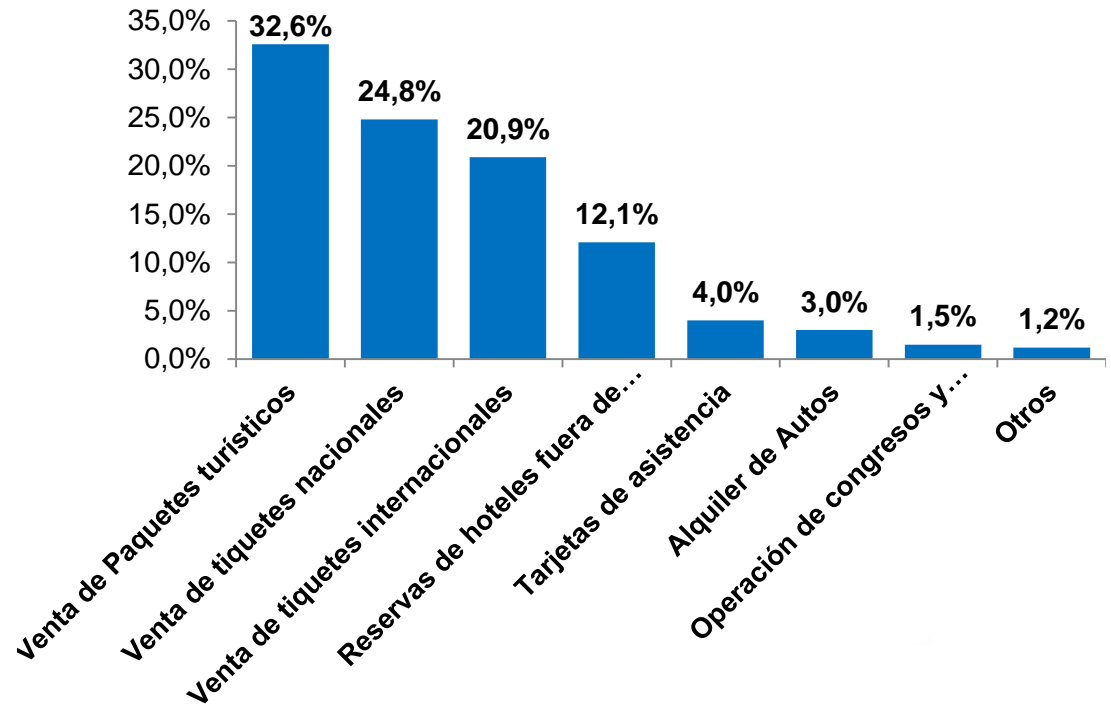
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos y ubicándolos porcentualmente.

¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las agencias de viajes para esta temporada de Semana Santa 2012?



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

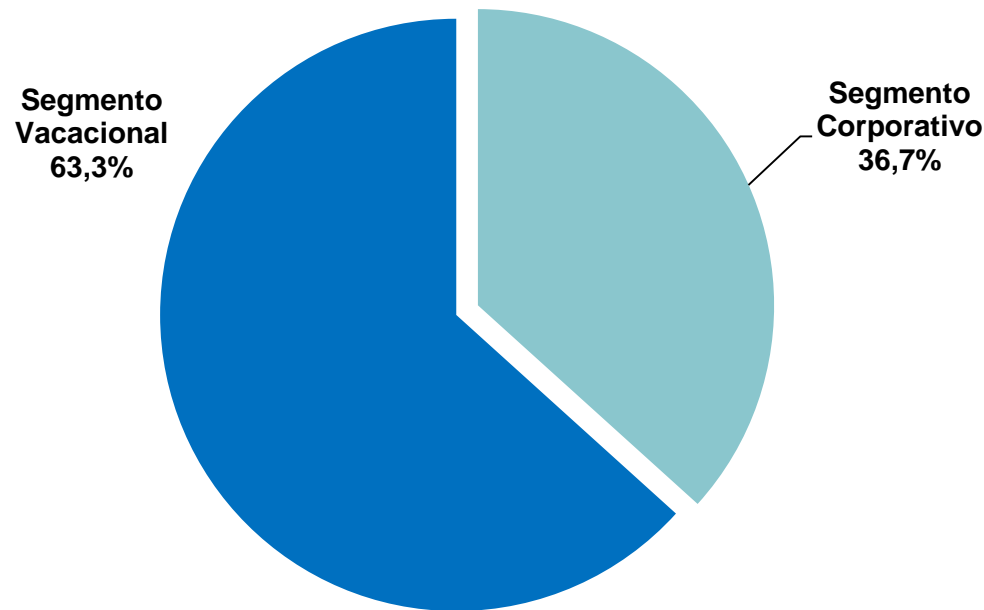
- Si separamos el peso de los tiquetes aéreos nacionales e internacionales, los paquetes turísticos representan el servicio turístico más importante ofrecido por las agencias de viajes.
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales representan el 45,7% de las ventas totales.
- La venta de tiquetes nacionales representa el 54% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los internacionales el 46%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 34 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 34 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 Semana Santa 2012

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Semana Santa 2012 respecto al mismo periodo del 2011?

- El 89% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 15% durante la temporada del año 2012 respecto al año 2011.

- El 11% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un -10% durante la temporada del año 2012 respecto al año 2011.