

Resultado Encuesta Temporada Mitad de Año 2014

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

Julio 2014

- **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

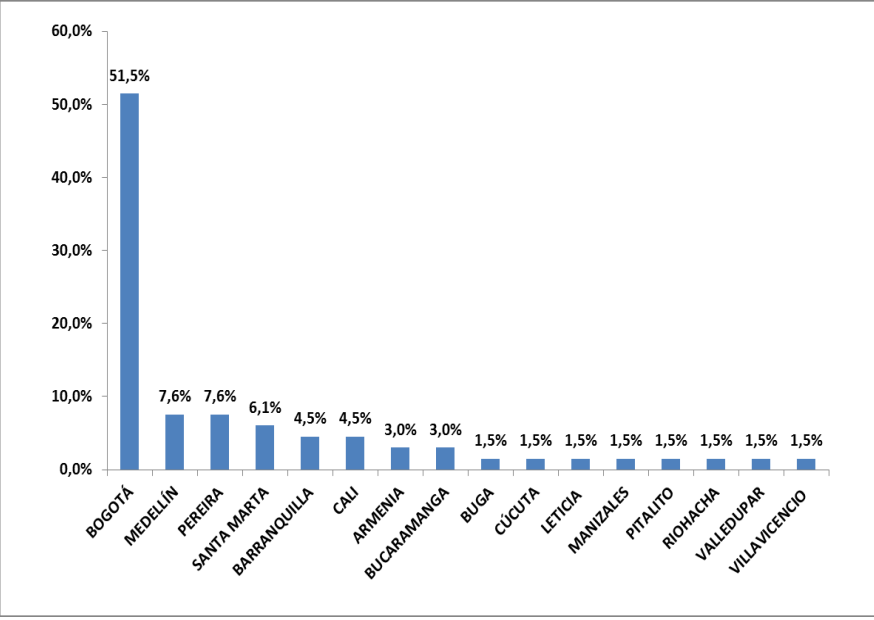
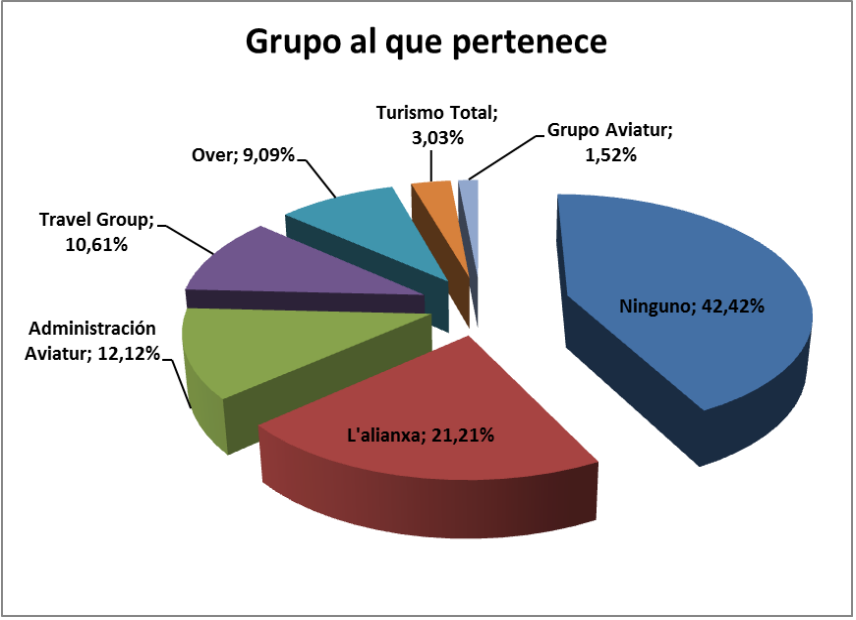
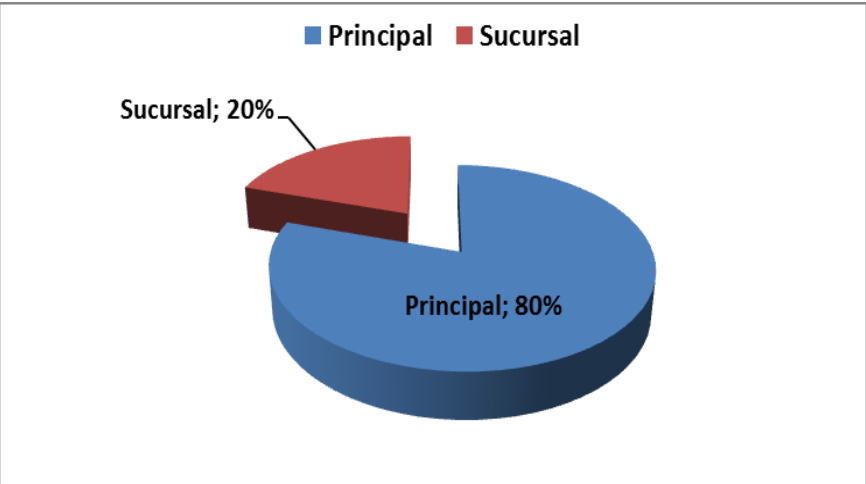
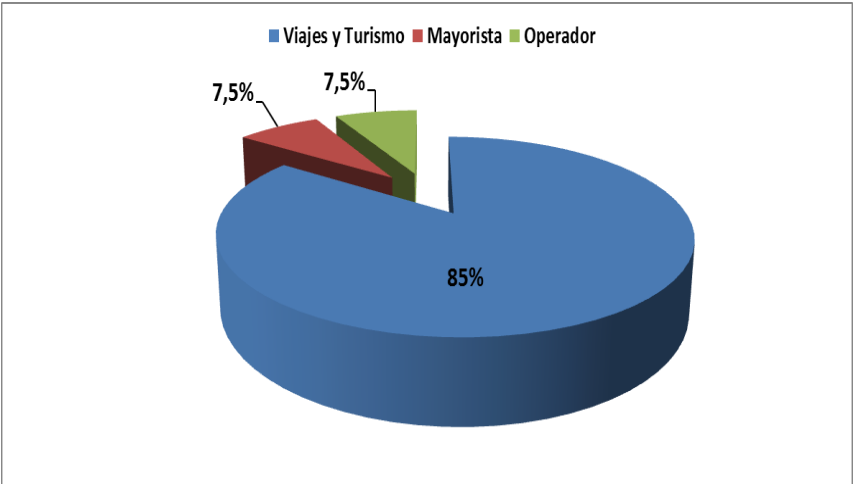
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada
Mitad de año 2014

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de temporada Mitad de año 2014

ARMENIA	BUCARAMANGA
VIAJES ARMENIA	A VOLAR
AGENCIA DE VIAJES COG LTDA.	PROYECTOS CORPECOL S.A.S
BARRANQUILLA	BUGA
CIRCULAR DE VIAJES S.A. - BARRANQUILLA	CASA DEL TURISMO BUGA LTDA.
VIATURLA S.A.S	CALI
CALYPSO TOURS L'ALIANXA	EUROAMERICAN TRAVEL LTDA.
BOGOTÁ	VIAJES CONTINENTALES
AEROVIAJES PACIFICO DE BOGOTÁ S.A.	VIAJES CALIMA LTDA.
ATRÁPALO COLOMBIA	CÚCUTA
AVIATUR S.A. PRINCIPAL	VIAJES CÚCUTA L'ALIANXA
BESTRAVEL SERVICE LTDA.	LETICIA
BUENTURISMO LTDA.	PARAISO ECOLOGICO S.A.S
CARGO SYSTEM AVIATUR	MANIZALES
CARREÑO TOURS LTDA.	ECOSISTEMAS LTDA.
CASA DEL TURISMO BOGOTÁ	MEDELLÍN
CEDHITOURS S.A.S.	AEROVISIÓN S.A.S
CIRCULAR DE VIAJES S.A. - PRINCIPAL BOGOTÁ	PANAMERICANA DE VIAJES - TURIVEL
CIRCULAR DE VIAJES S.A. - SUCURSAL BOGOTÁ	TRAVEL SOLUTIONS S.A.
COLOMBIAN TOURIST L'ALIANXA S.A.S	VIAJES VERACRUZ
EDUCAMOS VIAJANDO S.A.S	VIAJES VIEJO Y NUEVO MUNDO AVIATUR
ENTERPRISE - AVIATUR	PEREIRA
EXPOTURISMO REPRESENTACIONES S.A.S.	COLRESERVAS
EXPRESO VIAJES Y TURISMO S.A.S	GRUPO WELCOME S.A.
EXTUR L'ALIANXA LTDA.	MAYORPLUS
FESTIVAL TOURS	VIAJES ORBE S.A.S
GOLD TOUR S.A.S	VIAJES VIP
GRUPO WELCOME S.A.	PITALITO
NIKO TRAVEL - AVIATUR	IVÁN HOYOS SERVICIOS TURISTICOS LTDA.
OPERAMA LTDA.	RIOHACHA
OVER CHICO TOURS	SOL ERA VIAJES Y TURISMO
OVER TURINCO (TURISMO INTERNACIONAL COLOMBIA)	SANTA MARTA
PRICETRAVEL	AGENCIA DE VIAJES SPORTUR
RESTUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	CIRCULAR DE VIAJES S.A. - SANTA MARTA
ROCÍO DE CASTIBLANCO - VIAJES DE 15	ORO VERDE VIAJES Y TURISMO LTDA.
SUPERDESTINO	TURISMERK L'ALIANXA
TECNIVIAJES L'ALIANXA SAS	VALLEDUPAR
TOUREXITO	AVIATUR VALLEDUPAR
TURISMO AL VUELO	VILLAVICENCIO
TURISMUNDO LTDA.	CIRCULAR DE VIAJES S.A. - VILLAVICENCIO
VIAJES CHAPINERO L'ALIANXA	
VIAJES PREMIER	

Información de las agencias encuestadas temporada Mitad 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 Mitad de año 2014 con respecto a la temporada de 2013?

- El 42% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de Mitad de año 2014, fue mejor que la temporada del año 2013.

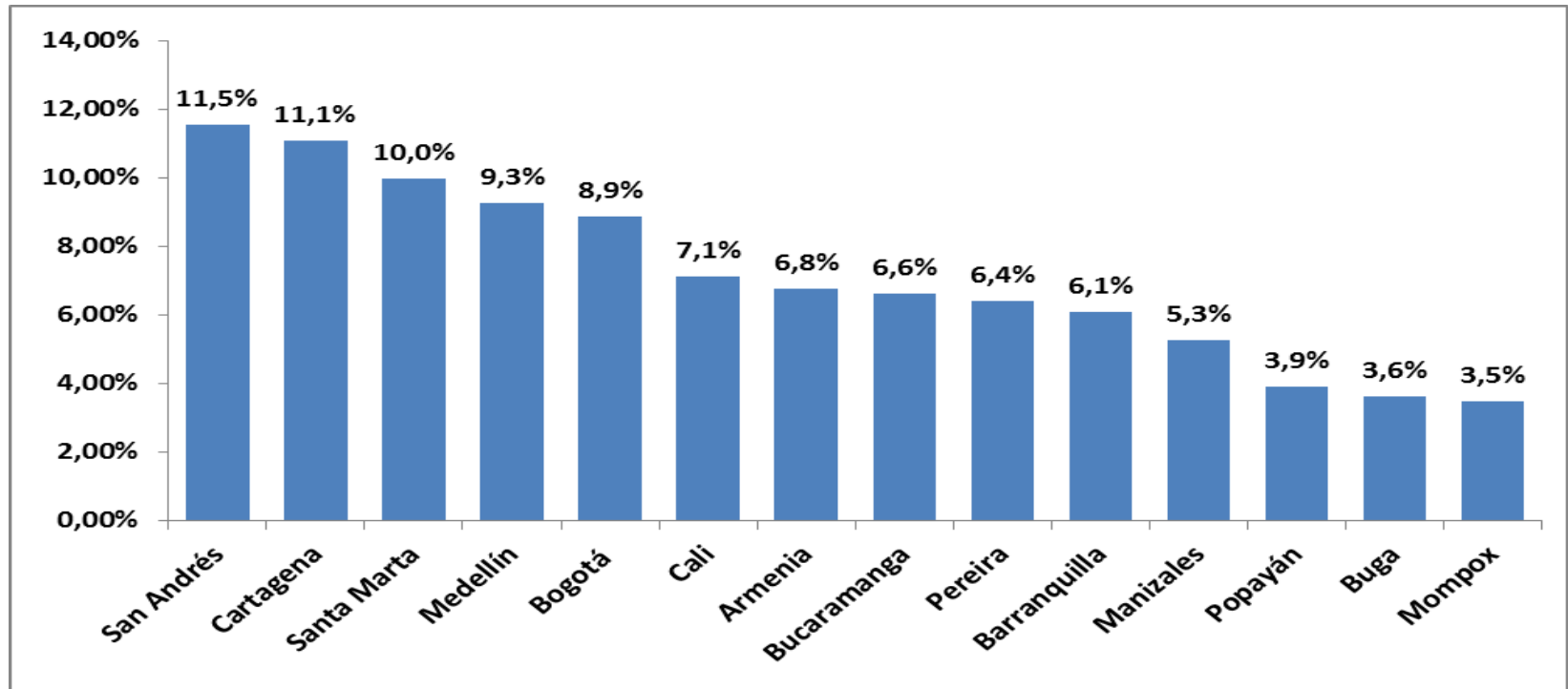
- Un 38% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2013.

- Un 27% de las agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Mitad de año 2014, fue peor que la temporada del año 2013.



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de año 2014

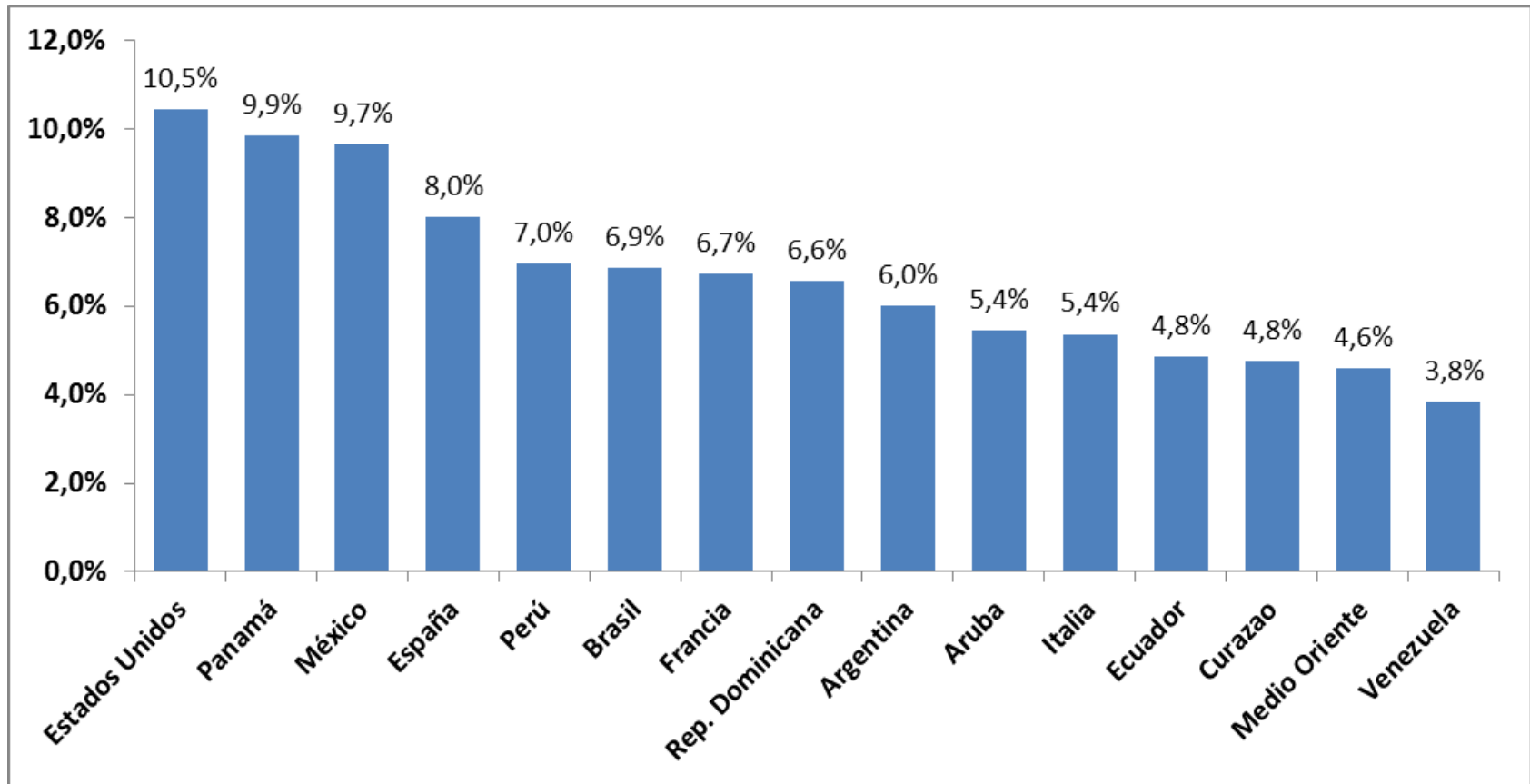
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Medellín y Bogotá.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 66 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 2014



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 66 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 2014 por las Agencias de Viajes fueron:

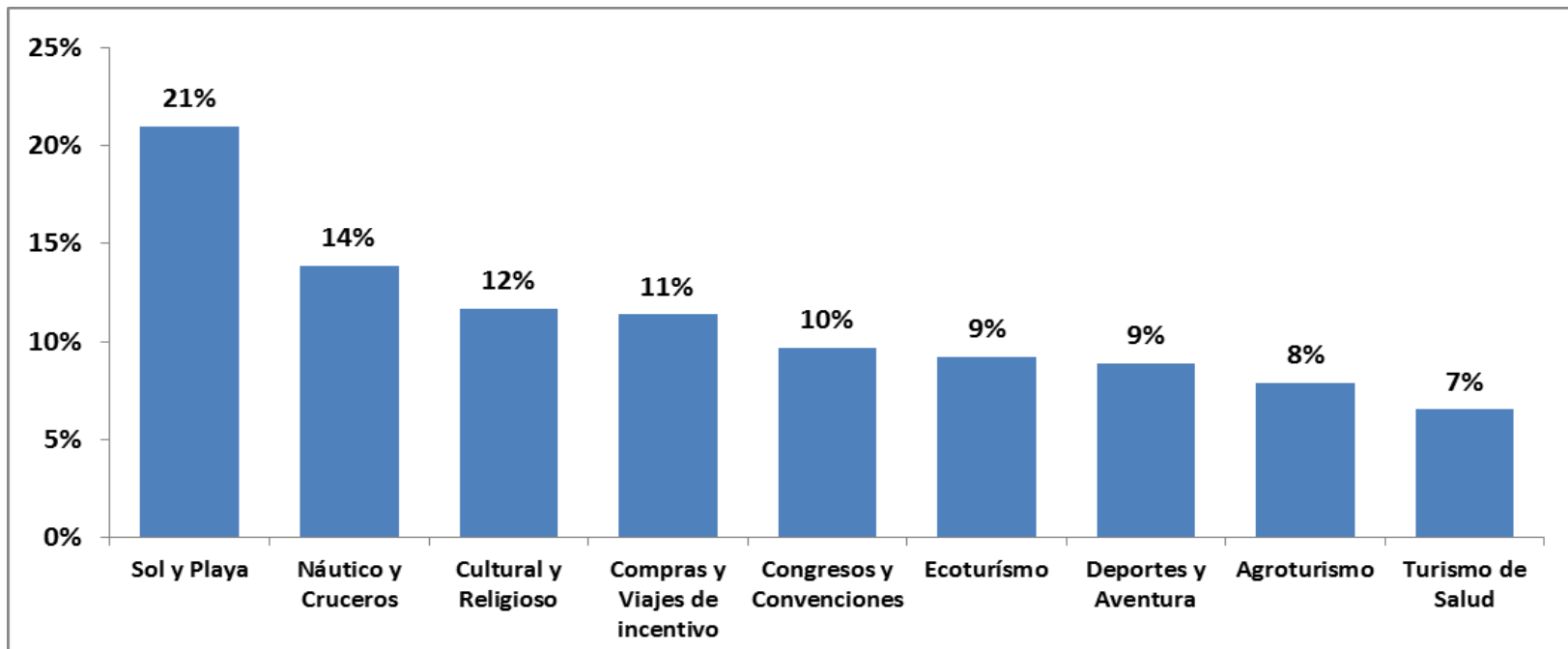
- Paquetes a San Andrés todo incluido y Providencia.
- Planes a Cartagena todo incluido.
- Planes a la Guajira (Riohacha – Cabo de la Vela)
- Planes a Manizales (Parque Nacional los Nevados)
- Paquetes al Eje Cafetero (Parque del Café)
- Planes a Capurgana y Bahía Solano
- Planes al Amazonas.
- Turismo a Caño Cristales.
- Planes a Santa Marta (Neguanje, Playa Cristal y Arrecifes.)

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

- Planes a Estado Unidos (Orlando, Miami y Nueva York)
- Planes a Panamá, Aruba, Bahamas, y Republica Dominicana (Punta Cana.)
- Planes a Cuba Cultural – Sol y Playa
- Planes todo incluido a México (Cancún)
- Planes a Brasil (Mundial de Futbol.)
- Planes a América del Sur (Chile, Perú, Ecuador y Guatemala.)
- Tour a Europa (Italia, España, Francia y Reino Unido) – Crucero Islas Griegas.
- Cruceros todo incluido al Caribe Sur y las Antillas.
- Planes a Medio Oriente.
- Planes a China (Hong Kong)

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de año 2014

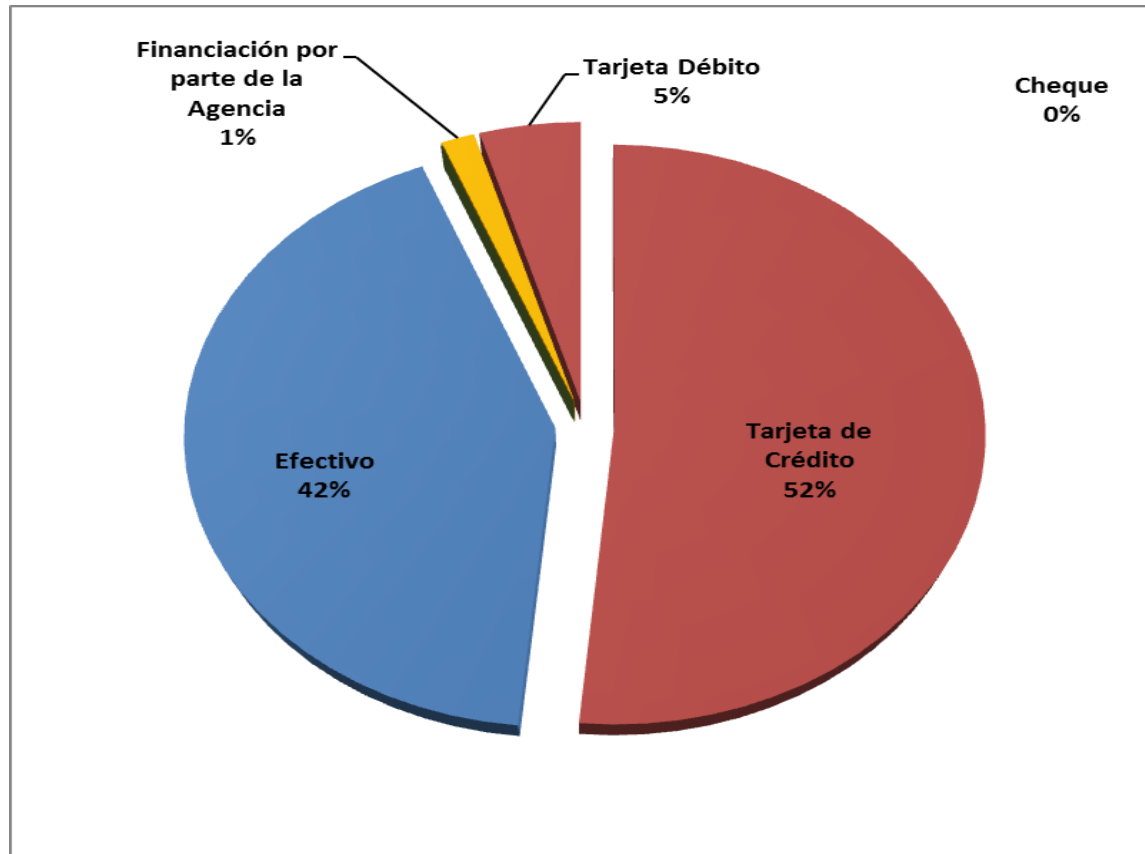
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de Mitad de año es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 66 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 2014?



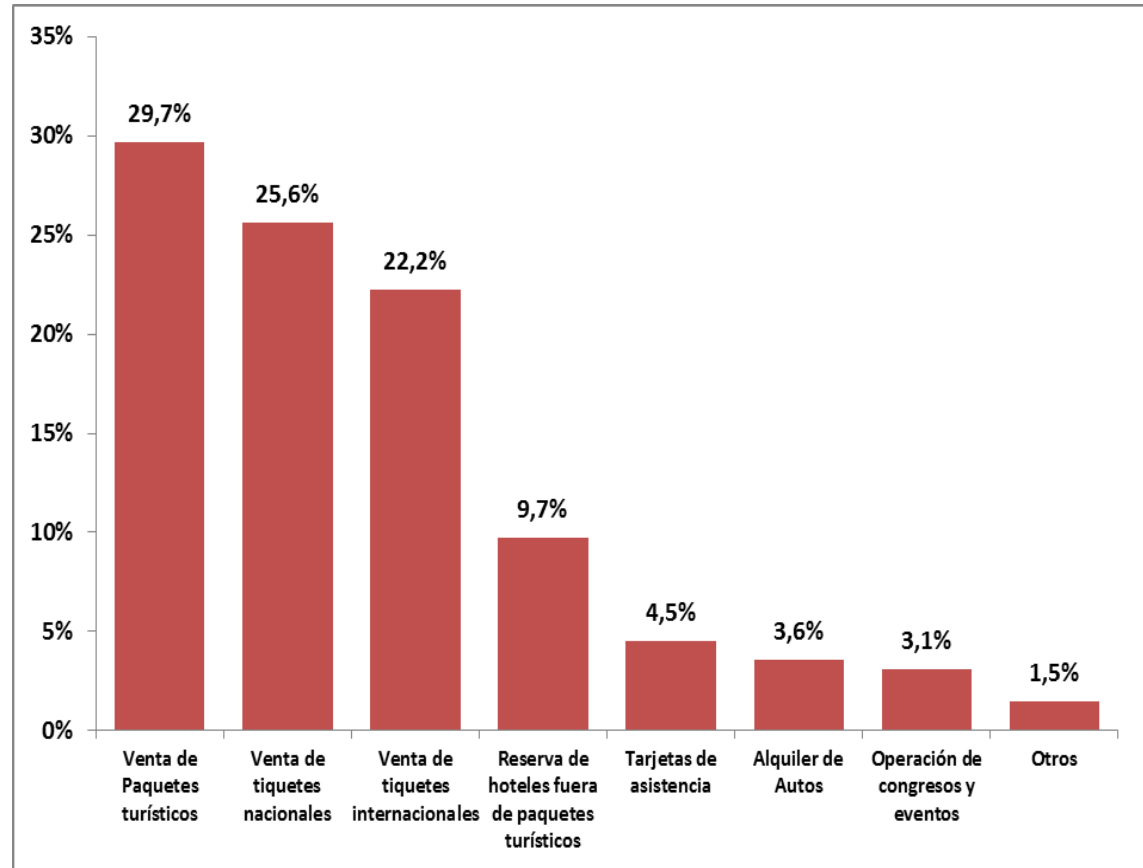
Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 66 agencias

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

- Los paquetes turísticos representan el 29,7% 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 47,8% de las ventas totales.

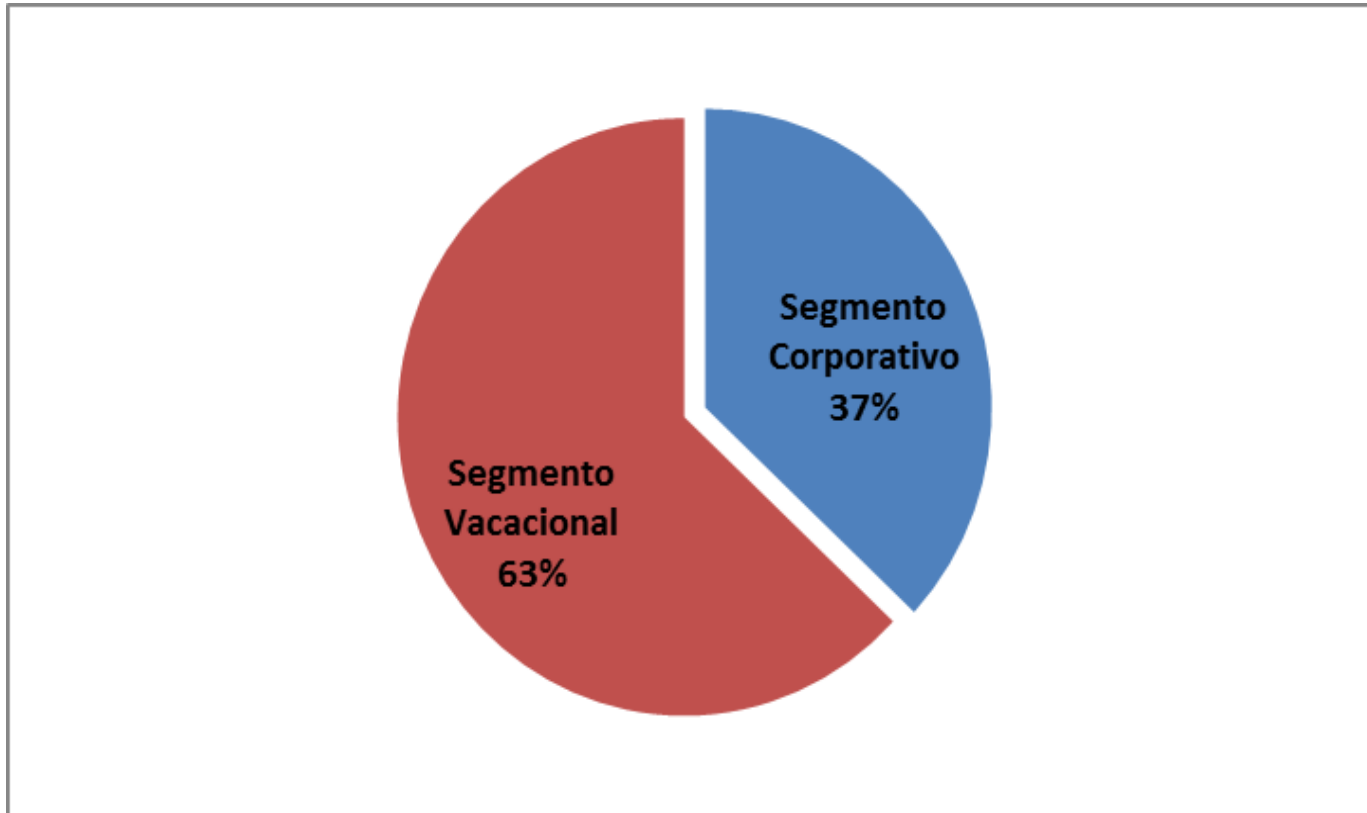
- La venta de tiquetes nacionales representa el 54% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 46%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 66 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 66 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 Mitad de año 2014

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

El 88% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 20% durante la temporada de Mitad de año 2014 con respecto al año 2013.

El 12% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 18% durante la temporada de Mitad de año 2014 con respecto al año 2013.