

Resultado Encuesta Temporada Mitad de Año 2015

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

**Julio
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

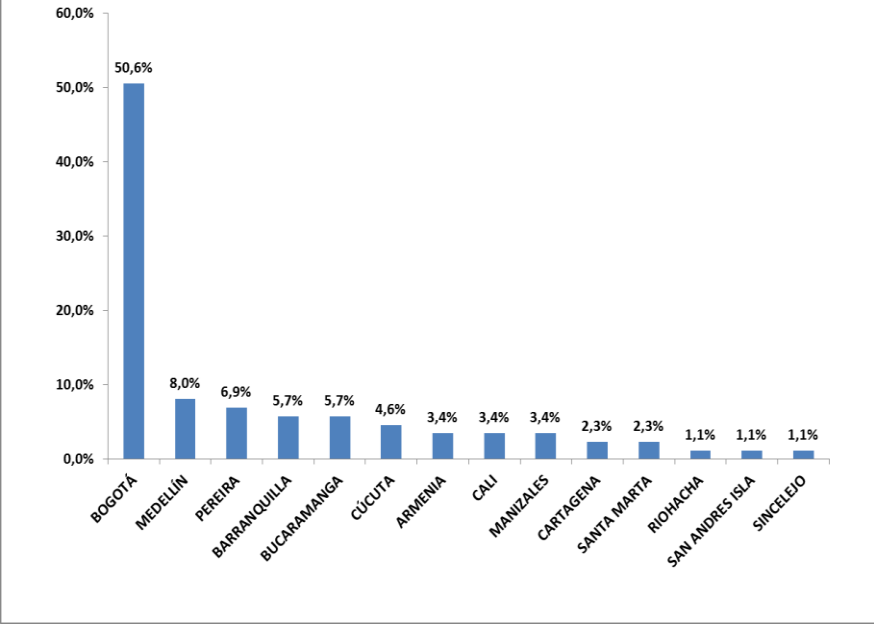
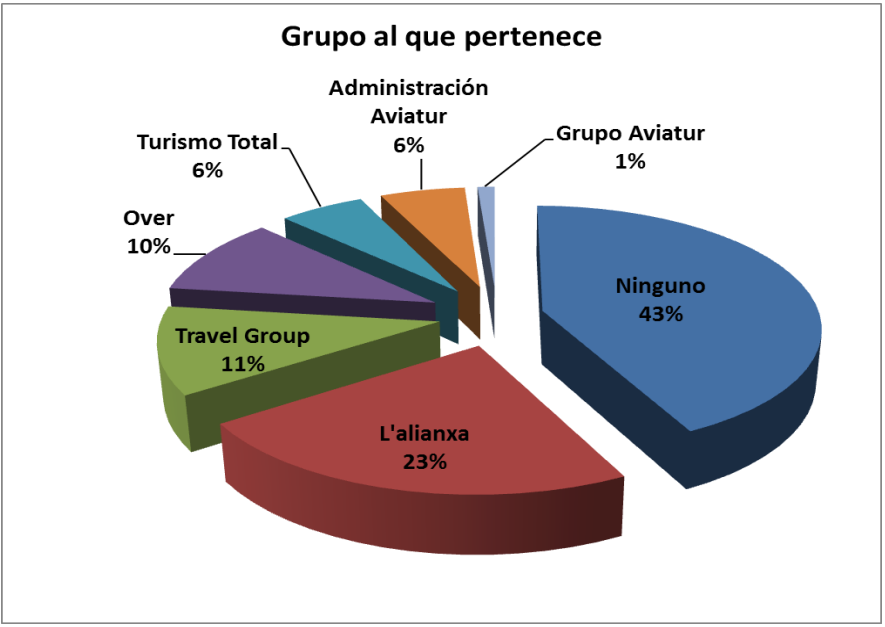
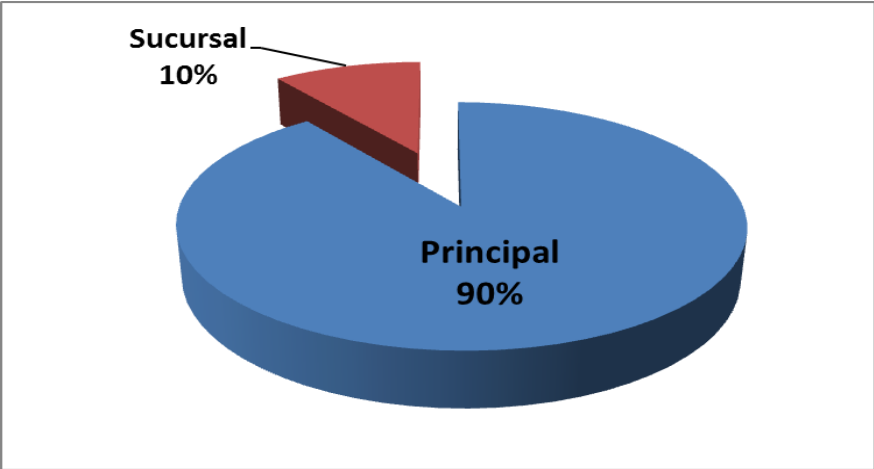
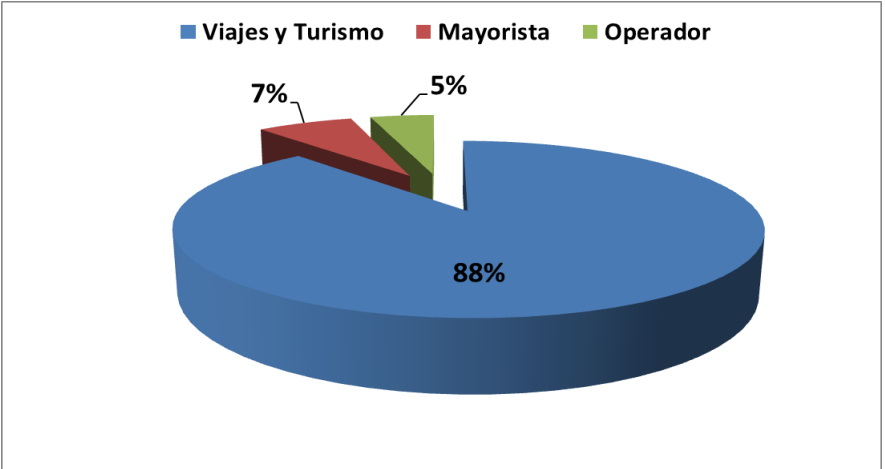
1. Información general de las Agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Mitad de Año 2015

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de temporada de Mitad de Año 2015

<p style="text-align: center;">ARMENIA</p> <p>AGENCIA DE VIAJES C.O.G LTDA. VIAJES ARMENIA VIAJES Y TURISMO SENDERO VERDE L´ALIANXA LTDA.</p>	<p style="text-align: center;">BUCARAMANGA</p> <p>DE POLO A POLO VIAJES Y TURISMO LTDA. SANTUR L'ALIANXA TURORIENTE VIAJANDO PUNTO COM.CO S.A.S VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL BUCARAMANGA</p>
<p style="text-align: center;">BARRANQUILLA</p> <p>CALYPSO TOURS L´ALIANXA S.A.S MUNDITUR S.A.S VIAJAR LIMITADA VIANORTE L´ALIANXA S.A.S. VIATURLA S.A.S</p>	<p style="text-align: center;">CALI</p> <p>COMERCIALIZADORA JE TOURS S.A.S HEMISFERIO TOURS VIAJES CONTINENTALES</p>
<p style="text-align: center;">BOGOTÁ</p> <p>AEROVIAJES PACIFICO DE BOGOTÁ S.A. AGUILATOURLS LTDA. ALVARO VÉLEZ Y CÍA. ANDES TOURS AVIATUR S.A. BCD TRAVEL - TRAVEL CLUB BLANCO TRAVEL SERVICE LTDA. CARREÑO TOURS LTDA. CIC COLOMBIA TRAVEL S.A.S CM TROPICAN REPRESENTACIONES LTDA. COLOMBIAN TOURIST L´ALIANXA CORPECOL VIAJES Y TURISMO EDUCAMOS VIAJANDO EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXTUR L'ALIANXA LTDA. LINEAS JORGE PARRA LTDA. LOGISTICS & TRAVEL - ORGANIZACIÓN AVIATUR MARRERO VIAJES Y TURISMO LTDA. MULTIVIAJES LTDA. NIKO TRAVEL - ORGANIZACION AVIATUR OPERAMA LTDA. ORIENTUR OVER CHICO TOURS PANAMERICANA DE VIAJES L'ALIANXA S.A.S. PRICETRAVEL REYES TOURS ROCIO DE CASTIBLANCO VIAJESDE15.COM ROYAL PARK LTDA. STUDENT TRAVEL CENTER TECNIVIAJES L´ALIANXA TRAVEL ADVISORS - ORGANIZACION AVIATUR TURISMO AL VUELO TURISMO JOTACE LTDA. TURISMO LTDA. TURISMUNDO LTDA. VELEZ TOURS S.A.S AGENCIA DE VIAJES AZ S.A. VIAJES COUNTRY VIAJES FENIX LTDA. VIAJES FIVA S.A VIAJES OGANESOFF BOGOTA S.A VIAJES ZEPPELIN S.A VISION TOURS S.A.S VIAJES CIRCULAR S.A.S</p>	<p style="text-align: center;">CARTAGENA</p> <p>GEMA TOURS S.A. INCENTIVAMOS COLOMBIA</p> <p style="text-align: center;">CÚCUTA</p> <p>NORTUR LTDA. TASAJERO TOURS LTDA. VIAJES CÚCUTA VIAJES JUMBO L´ALIANXA LTDA.</p> <p style="text-align: center;">MANIZALES</p> <p>CONFAMILIARES – ORGANIZACIÓN AVIATUR ECOSISTEMAS LTDA. ROSA DE LOS VIENTOS LTDA.</p> <p style="text-align: center;">MEDELLÍN</p> <p>AEROVISION S.A.S DESTINO COLOMBIA S.A.S SWISS ANDINA TURISMO S.A. TRAYECTOS S.A.S VIAJES ELITE VIAJES PALOMARES VIAJES VERACRUZ L´ALIANXA S.A.</p>
	<p style="text-align: center;">PEREIRA</p> <p>GRUPO WELCOME SUCURSAL PEREIRA DESTINOS CIA. LTDA. MAYORPLUS S.A. VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL PEREIRA VIAJES ORBE S.A.S VIAJES VIP - ORGANIZACIÓN AVIATUR</p>
	<p style="text-align: center;">RIOHACHA</p> <p>SOL ERA TRAVELS</p>
	<p style="text-align: center;">SAN ANDRES ISLA</p> <p>VIAJES PORTOFINO</p>
	<p style="text-align: center;">SANTA MARTA</p> <p>ORO VERDE VIAJES Y TURISMO LTDA. AGENCIA DE VIAJES SPORTUR</p>
	<p style="text-align: center;">SINCELEJO</p> <p>VIAJES MAR CARIBE LTDA.</p>

Información de las Agencias encuestadas temporada de Mitad de Año 2015



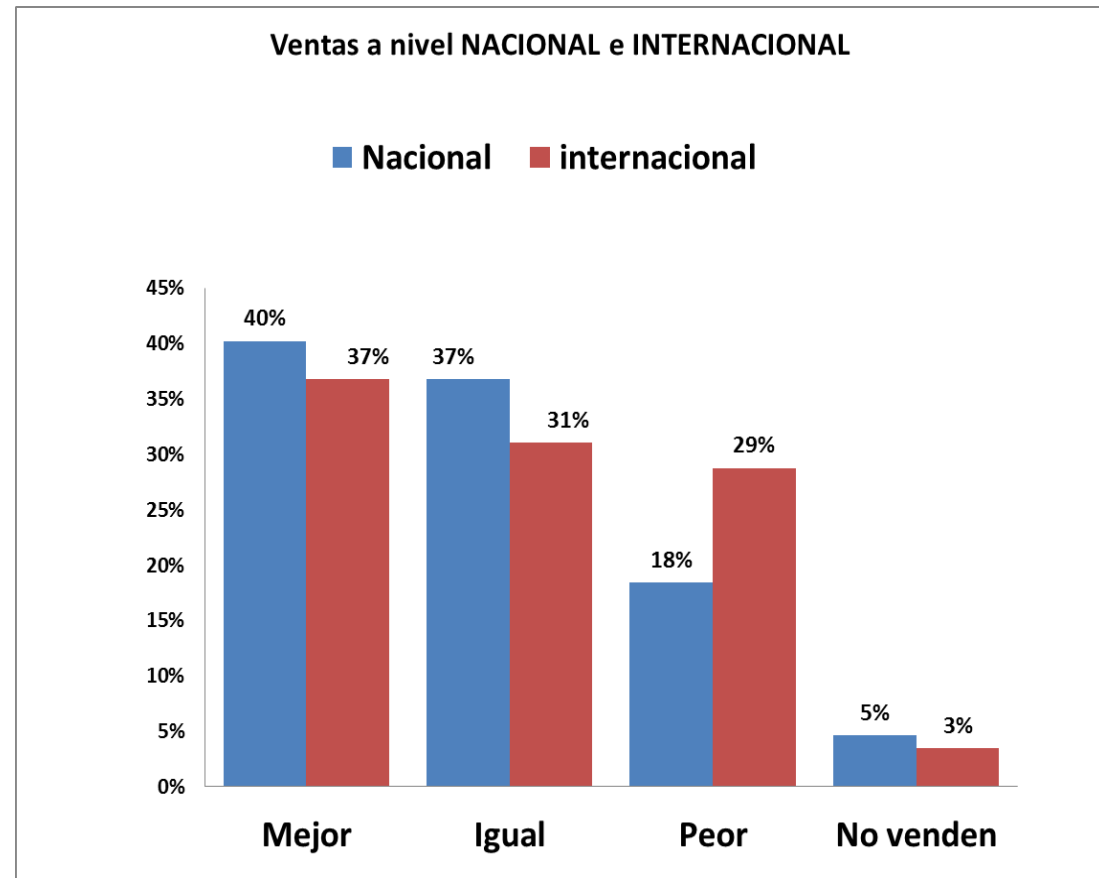
2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y
DESTINOS TURÍSTICOS
NACIONALES E
INTERNACIONALES

¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de Mitad de Año 2015 con respecto a la temporada de 2014?

- El 40% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Mitad de Año 2015, fue mejor que la temporada del año 2014.

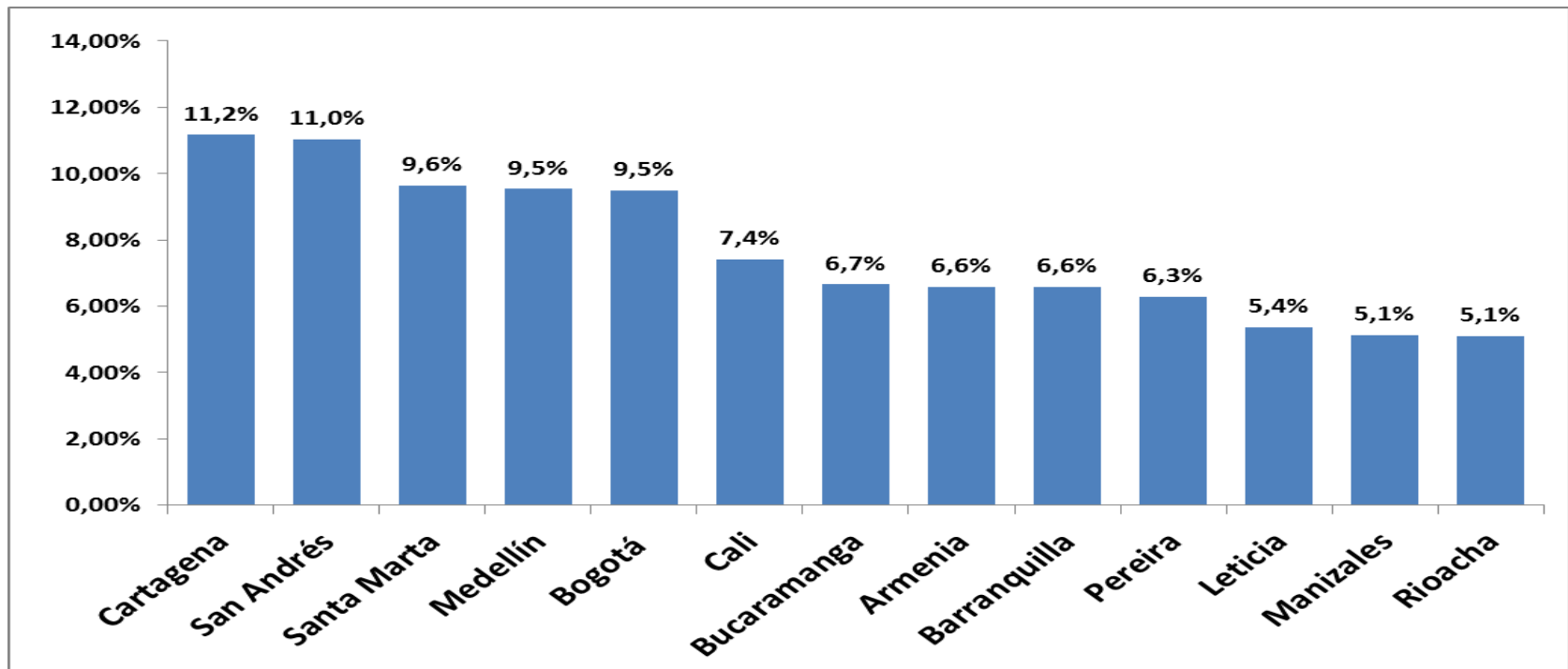
- Un 37% considera que el segmento **Internacional** presentó un comportamiento igual que la temporada del año 2014.

- Un 18% de las Agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Mitad de Año 2015, fue peor que la temporada del año 2014.



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de Año 2015

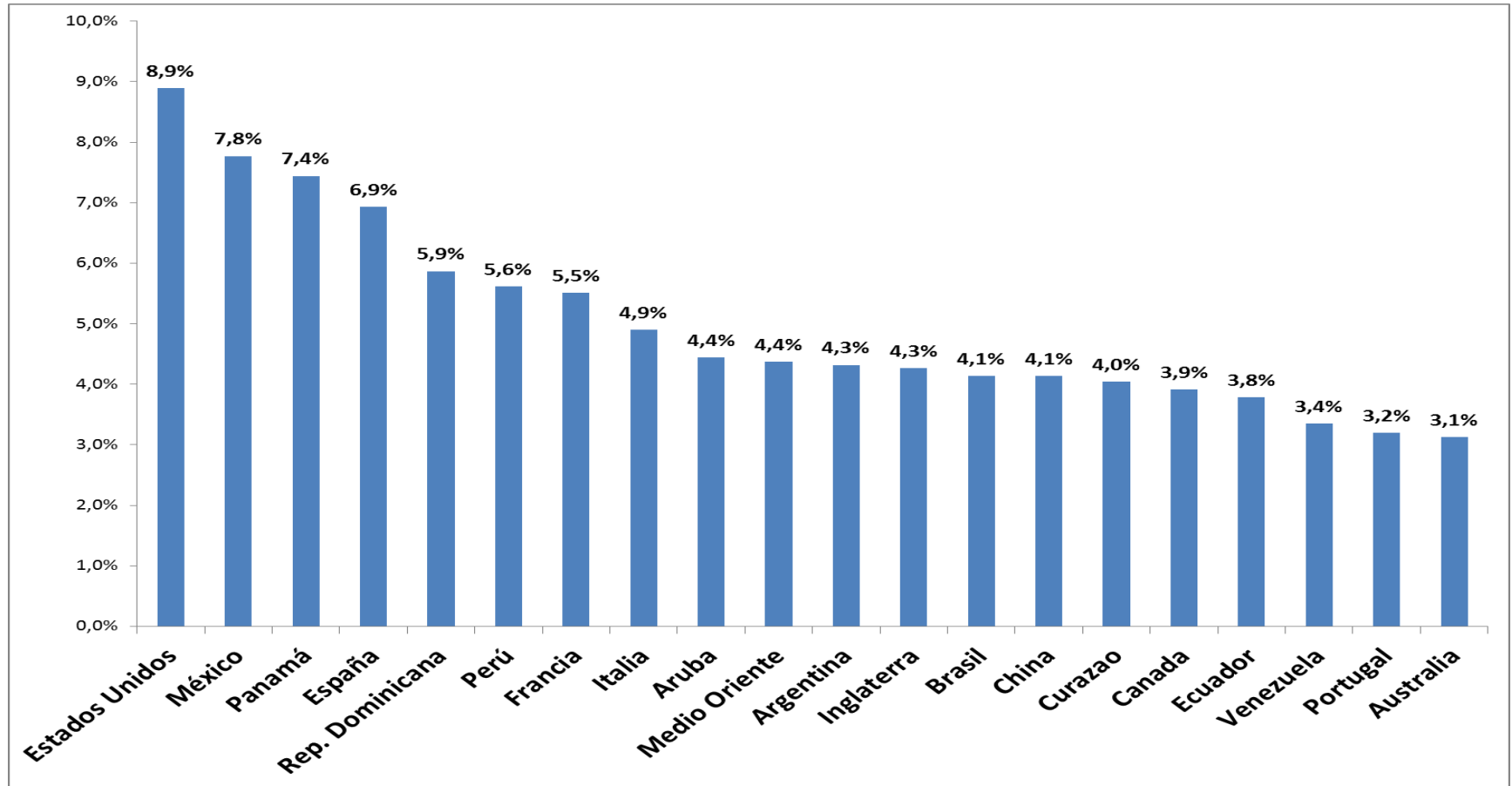
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: Cartagena, San Andrés ,Santa Marta, Medellín y Bogotá.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 87 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 2015



Gráficas: Destinos Internacionales – Base 87 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 2015 por las Agencias de Viajes fueron:

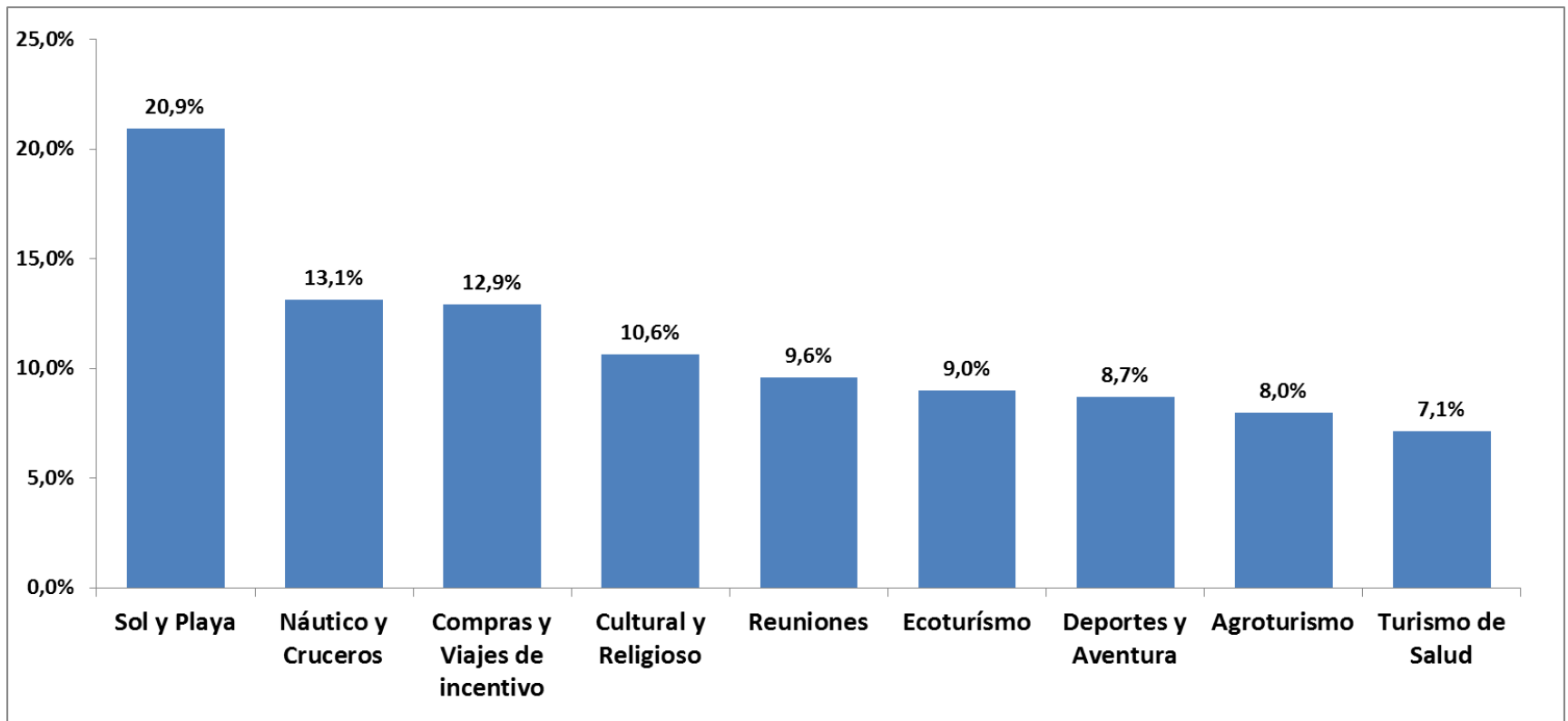
- Planes a Cartagena todo incluido (Barú).
- Paquetes a San Andrés todo incluido.
- Planes a Santa Marta (Parque Tayrona – Ciénaga -Aracataca)
- Planes Bogotá (turismo religioso y sitios históricos)
- Ruta Santander (Barichara – San Gil - Parque Nal. del Chicamocha)
- Planes al Eje Cafetero (Fincas Cafeteras – Ruta del Café)
- Planes a la Guajira (Riohacha – Cabo de la Vela)
- Nuquí y Bahía Solano
- Caño Cristales
- Hulia

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Mitad de Año 2015 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes a Estados Unidos (La Florida Compras, Orlando parques temáticos y Nueva York.)
- Planes todo incluido a México (Cancún)
- Planes a Panamá (Todo incluido, Ciudad y Playa)
- Planes Europa
- Republica Dominicana (Punta Cana)
- Planes a Perú tradicional
- Planes a Medio Oriente
- Planes a Argentina (Buenos Aires)
- China paquete innovador.
- Planes a Cuba (Habana – Varadero)
- Planes a Suramérica.
- Caribe Cruceros.

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Mitad de Año 2015

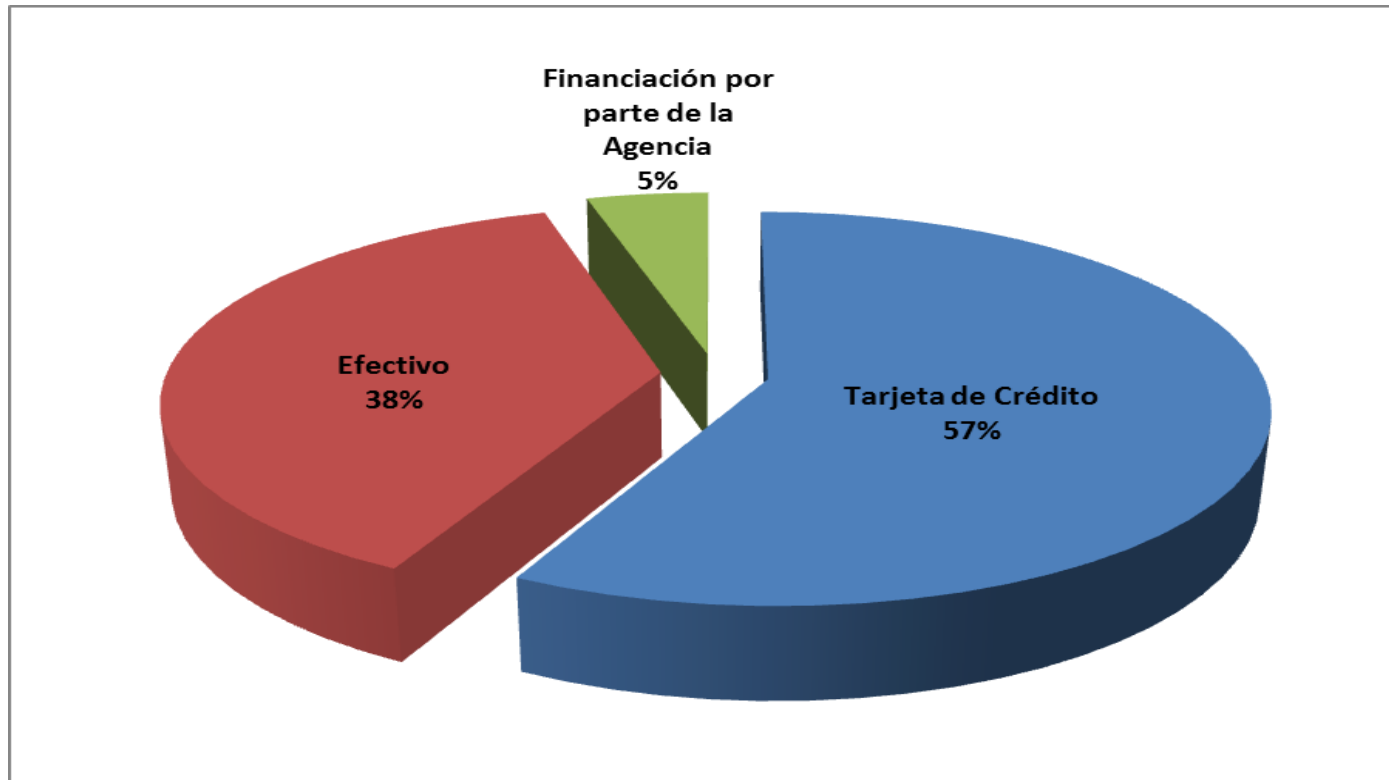
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de Mitad de Año es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 87 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 2015?

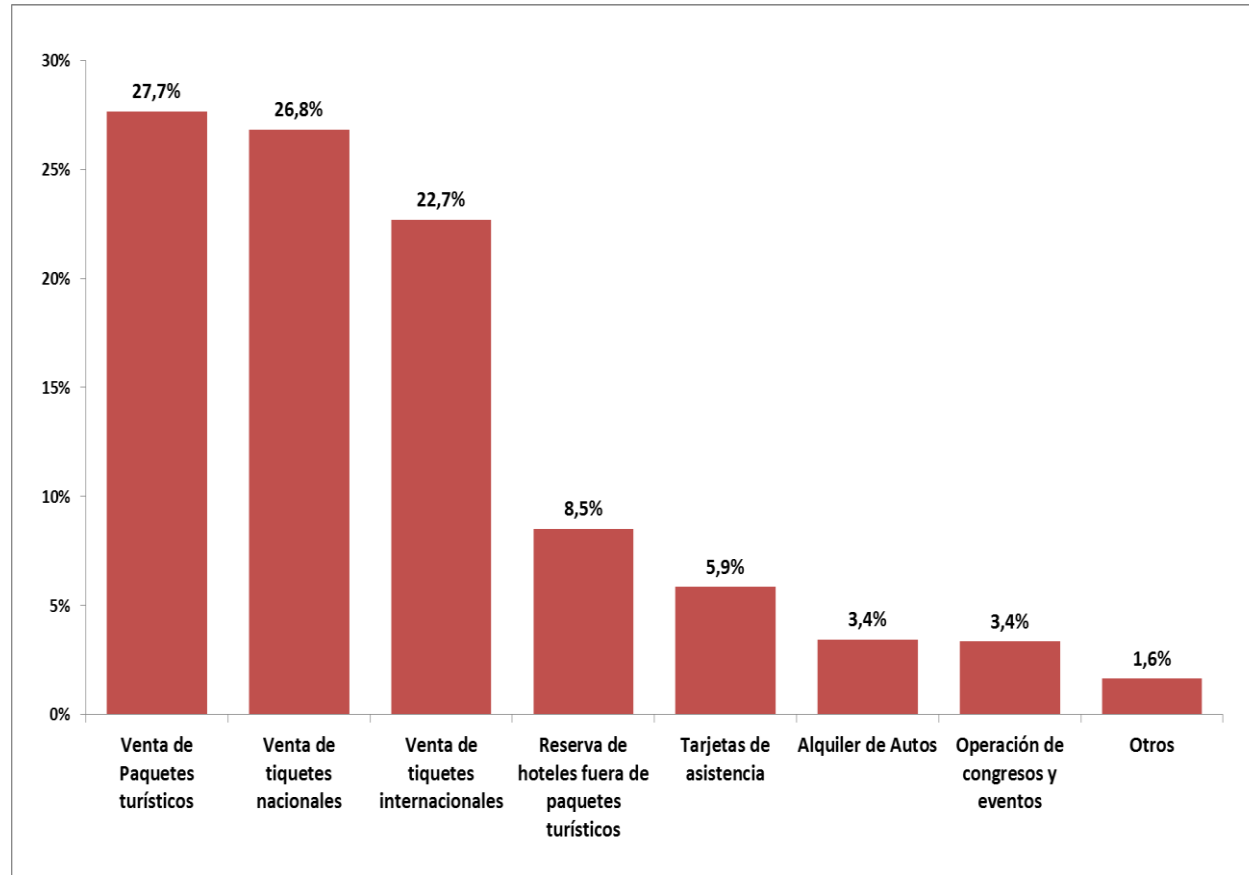


Porcentaje de ventas que representó para esta temporada los siguientes servicios?

- Los paquetes turísticos representan el 27,7% de los servicios más importantes ofrecidos por las Agencias de Viajes, durante esta temporada.

- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales, estos representan el 49,5% de las ventas totales.

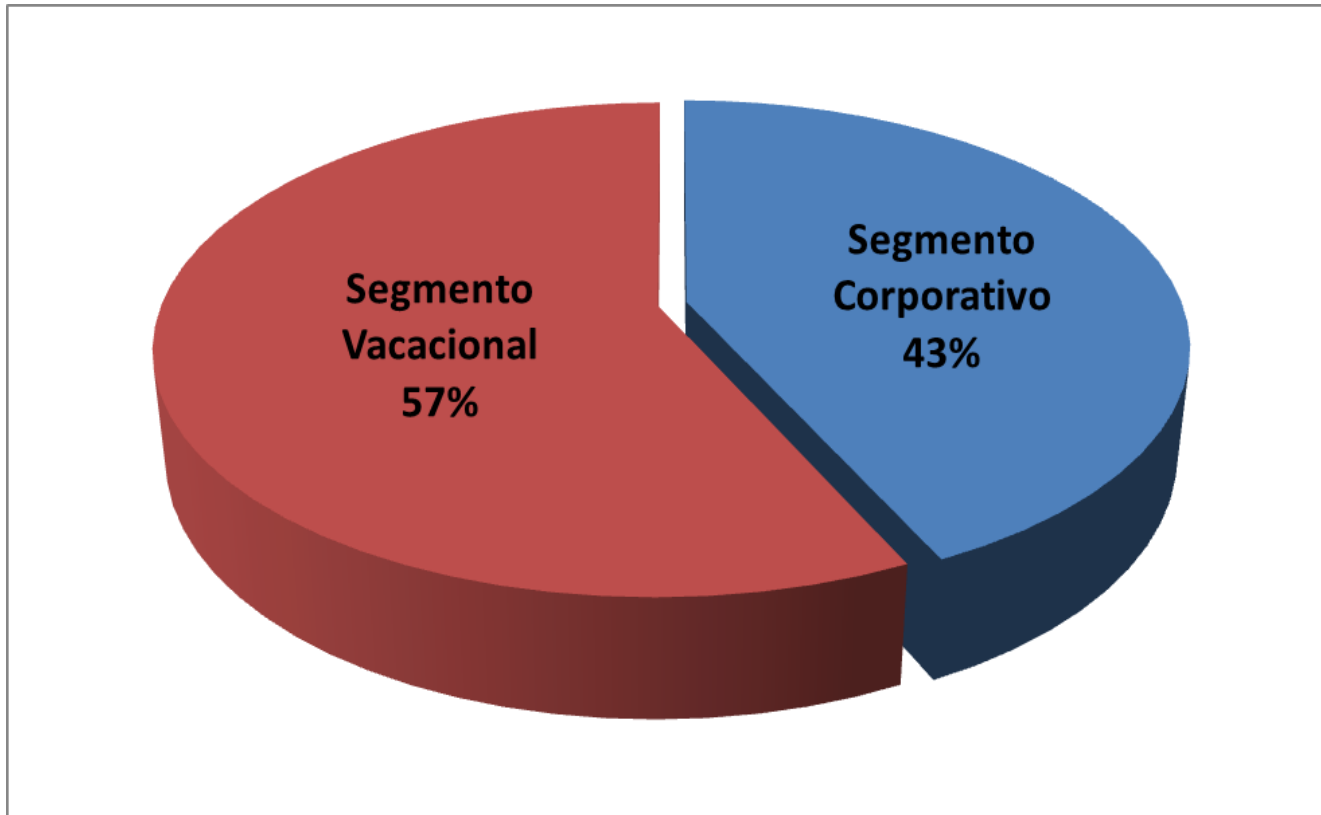
- La venta de tiquetes nacionales representa el 54,1% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 45,9%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 87 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 87 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 2015

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Mitad de Año 2015 respecto al mismo periodo del 2014?

El 68% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 15% durante la temporada de Mitad de Año 2015 con respecto al año 2014

El 32% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 19% durante la temporada de Mitad de Año 2015 con respecto al año 2014