

Resultado Encuesta Temporada Semana de Receso 2014

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

**Octubre
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

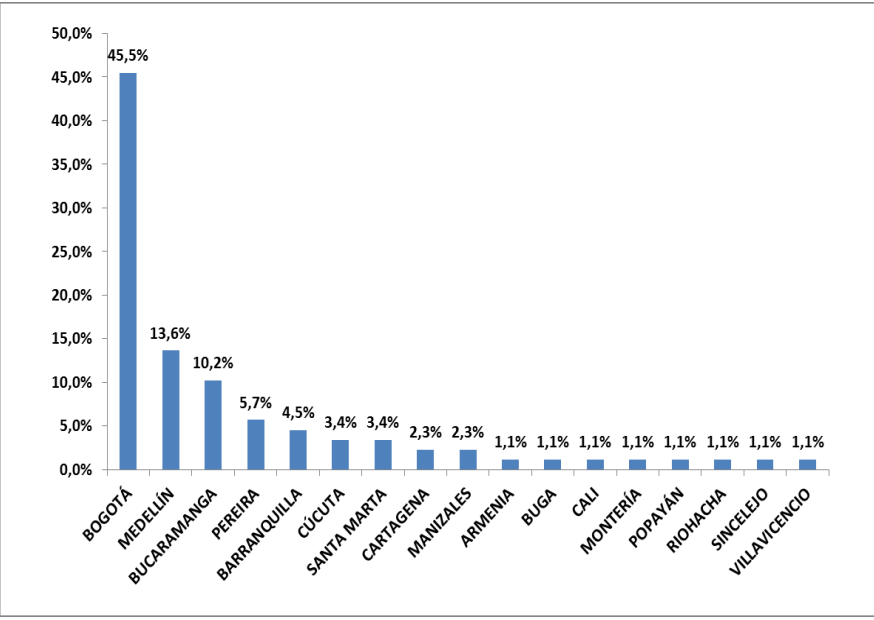
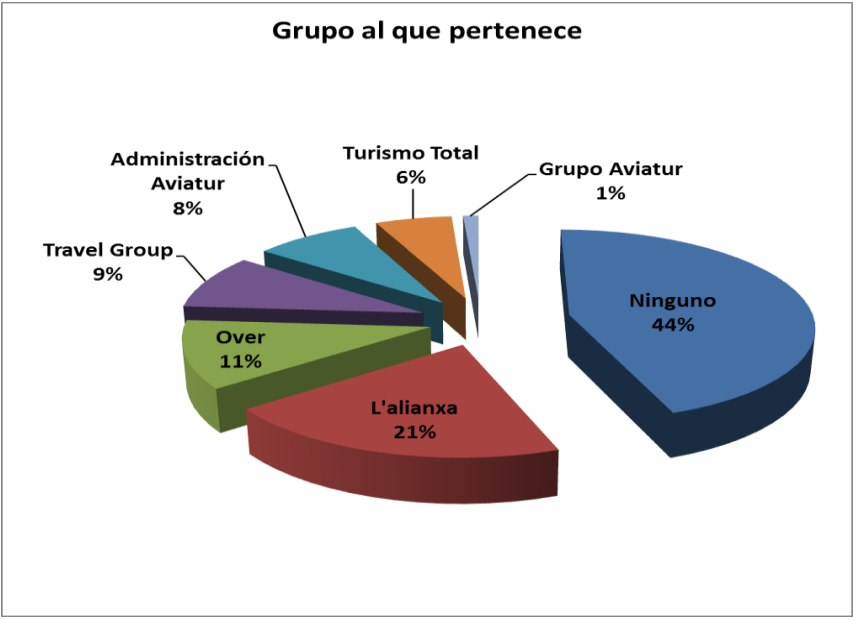
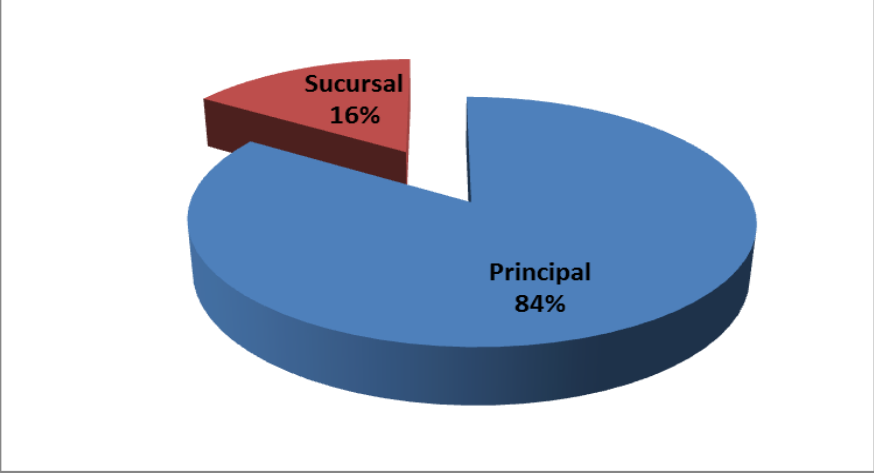
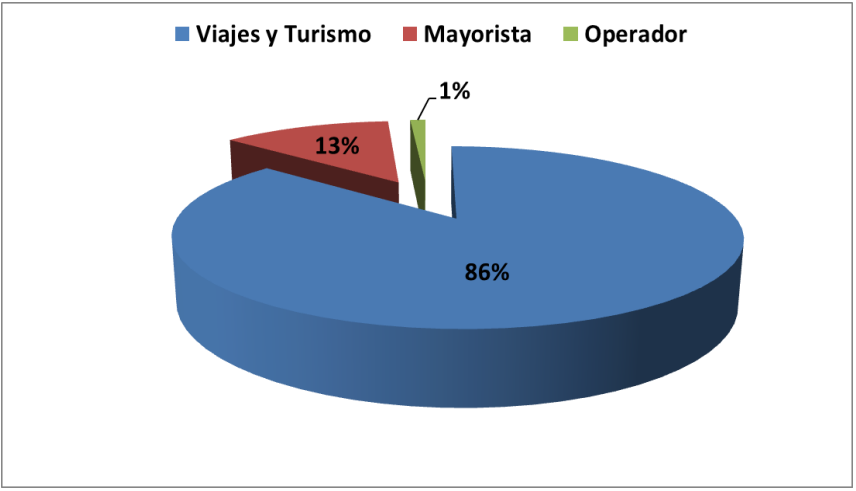
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada Semana de Receso año 2014

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de temporada Semana de Receso 2014

<p>ARMENIA VIAJES ARMENIA</p> <p>BARRANQUILLA COOMEVA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MUNDITUR S.A.S VIAJAR LIMITADA L'ALIANXA VIATURLA S.A.S</p> <p>BOGOTA AEROVIAJES PACIFICO DE BOGOTA S.A. AGENCIA DE VIAJES AZ AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO FALABELLA AGUILATOURS LTDA. ALVARO VELEZ Y CIA S.A.S ANDES TOURS ARC LTDA. ATRAPALO COLOMBIA S.A.S AVIATUR S.A BCD TRAVEL BLANCO TRAVEL SERVICE LTDA. BUENTURISMO CAMINANTES VIAJES Y TURISMO CARREÑO TOURS LTDA. CIC COLOMBIA TRAVEL S.A.S COLOMBIAN TOURIST L'ALIANXA EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXTUR L'ALIANXA LTDA. GLOBAL MERCADO DEL TURISMO S.A. JTR REPRESENTACIONES LINEAS JORGE PARRA LTDA. MARRERO VIAJES Y TURISMO LTDA. MAYATUR COLOMBIA NEXO TOURS BOGOTA LTDA. NIKO TRAVEL AVIATUR NTC TURISMO ORGANIZACIÓN AVIATUR OPERAMA OSSA Y ASOCIADOS S.A. OVER CHICO TOURS PRICETRAVEL REVEL MOSQUERA Y ASOCIADOS TECNIVIAJES L'ALIANXA TRAVEL ADVISORS - ORGANIZACION TURISMO INTERNACIONAL COLOMBIA S.A.S. TURISPETROL I.A.C. UGA TURISMO S.A.S VIAJES CHAPINERO L'ALIANXA VIAJES CIRCULAR S.A.S. PRINCIPAL VIAJES CIRCULAR S.A.S. SUCURSAL VIAJES FIVA</p> <p>BUCARAMANGA A VOLAR AGENCIA DE VIAJES HORIZONTES LTDA. DE POLO A POLO PROYECTOS CORPECOL S.A.S RUMBOS LTDA. SANTUR L'ALIANXA TURORIENTE UNIBELIER LTDA. VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL</p>	<p>BUGA CASA DEL TURISMO BUGA</p> <p>CALI REGATA VIAJES Y TURISMO</p> <p>CARTAGENA GEMA TOURS S.A. VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL</p> <p>CUCUTA CARIBES TOURS L'ALIANXA INTERNACIONAL LTDA. NORTUR LTDA. VIAJES CUCUTA L'ALIANXA</p> <p>MANIZALES ECOSISTEMAS LTDA. ROSA DE LOS VIENTOS LTDA..</p> <p>MEDELLIN AEROVISIOS S.A.S AGENCIA DE VIAJES GENESIS S A S AVIATUR TURISMO MEGA CASA DE COLOMBIA EN MEDELLIN LTDA. JS REPRESENTACIONES TURISTICAS MAYORPLUS S.A PANAMERICANA DE VIAJES - TURIVEL SWISSANDINA TURISMO TRAVEL SOLUTIONS S.A. TRAYECTOS S.A.S INVERSIONES UNIVIAJES S.A. VIAJES CIRCULAR S.A.S. SUCURSAL</p> <p>MONTERIA FASEVIAJES LTDA.</p> <p>PEREIRA ALL TRAVEL REPRESENTACIONES LTDA. GRUPO WELCOME S.A. INVERSA S.A.S VIAJES CIRCULAR S.A.S. SUCURSAL VIAJES VIP AVIATUR</p> <p>POPAYAN AGENCIA DE VIAJES AVIALOI L'ALIANXA LTDA.</p> <p>RIOHACHA SOL ERA VIAJES Y TURISMO</p> <p>SANTA MARTA ORO VERDE VIAJES Y TURISMO LTDA. SPORTUR TURISMERK</p> <p>SINCELEJO AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MAR CARIBE</p> <p>VILLAVICENCIO MTR MERCADEO TURISTICO REPRESENTACIONES</p>
---	--

Información de las agencias encuestadas temporada Semana de Receso 2014



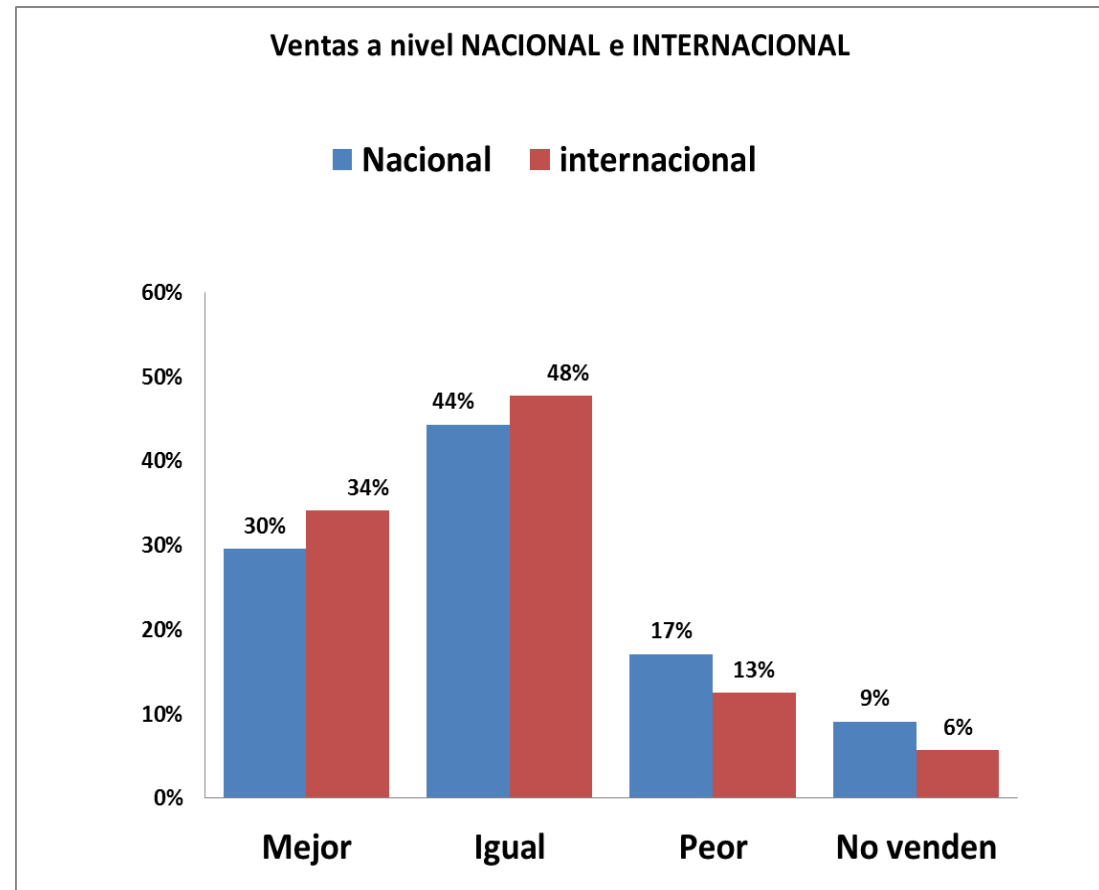
2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y
DESTINOS TURÍSTICOS
NACIONALES E
INTERNACIONALES

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

- El 48% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de Semana de Receso 2014, fue igual que la temporada del año 2013.

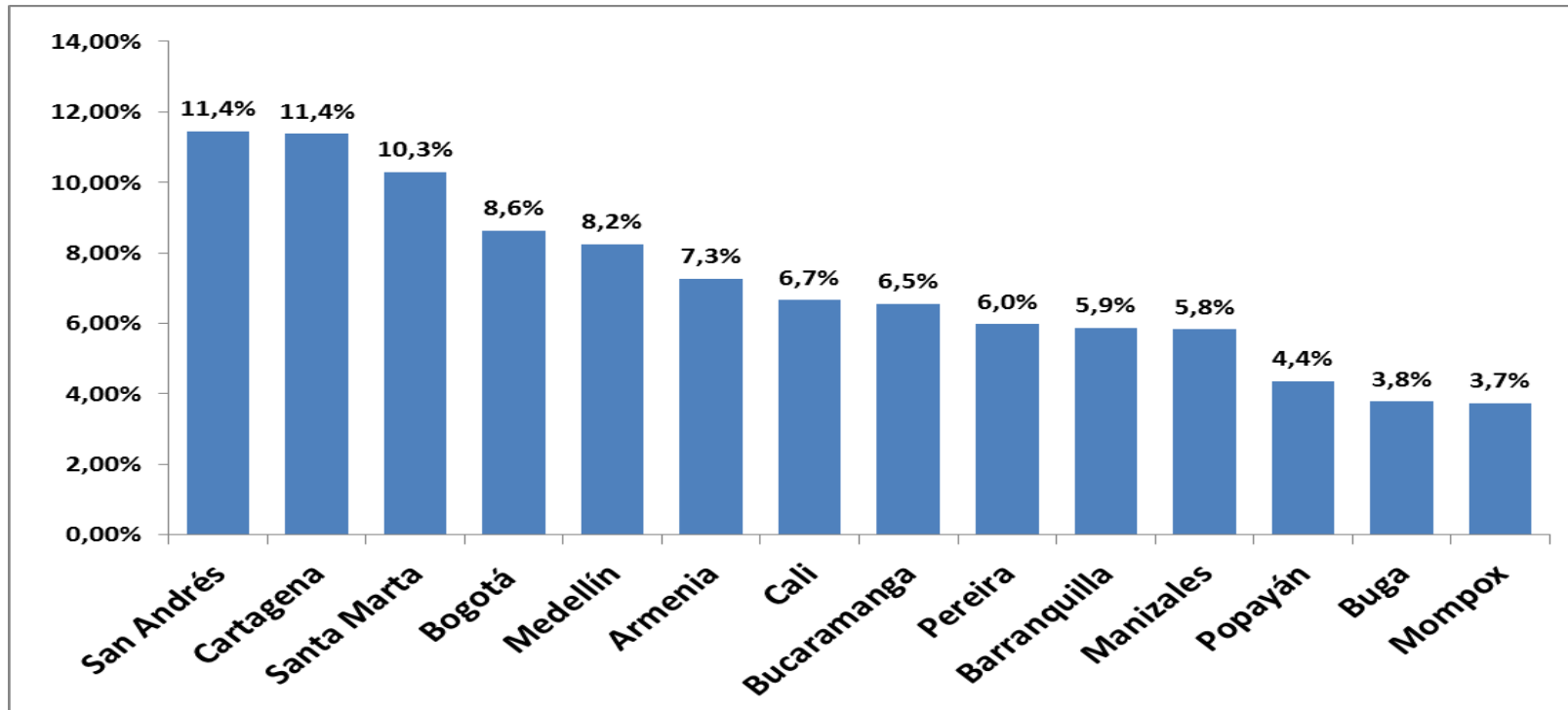
- Un 30% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento mejor a la temporada del año 2013.

- Un 17% de las agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Semana de Receso 2014, fue peor que la temporada del año 2013.



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Semana de Receso 2014

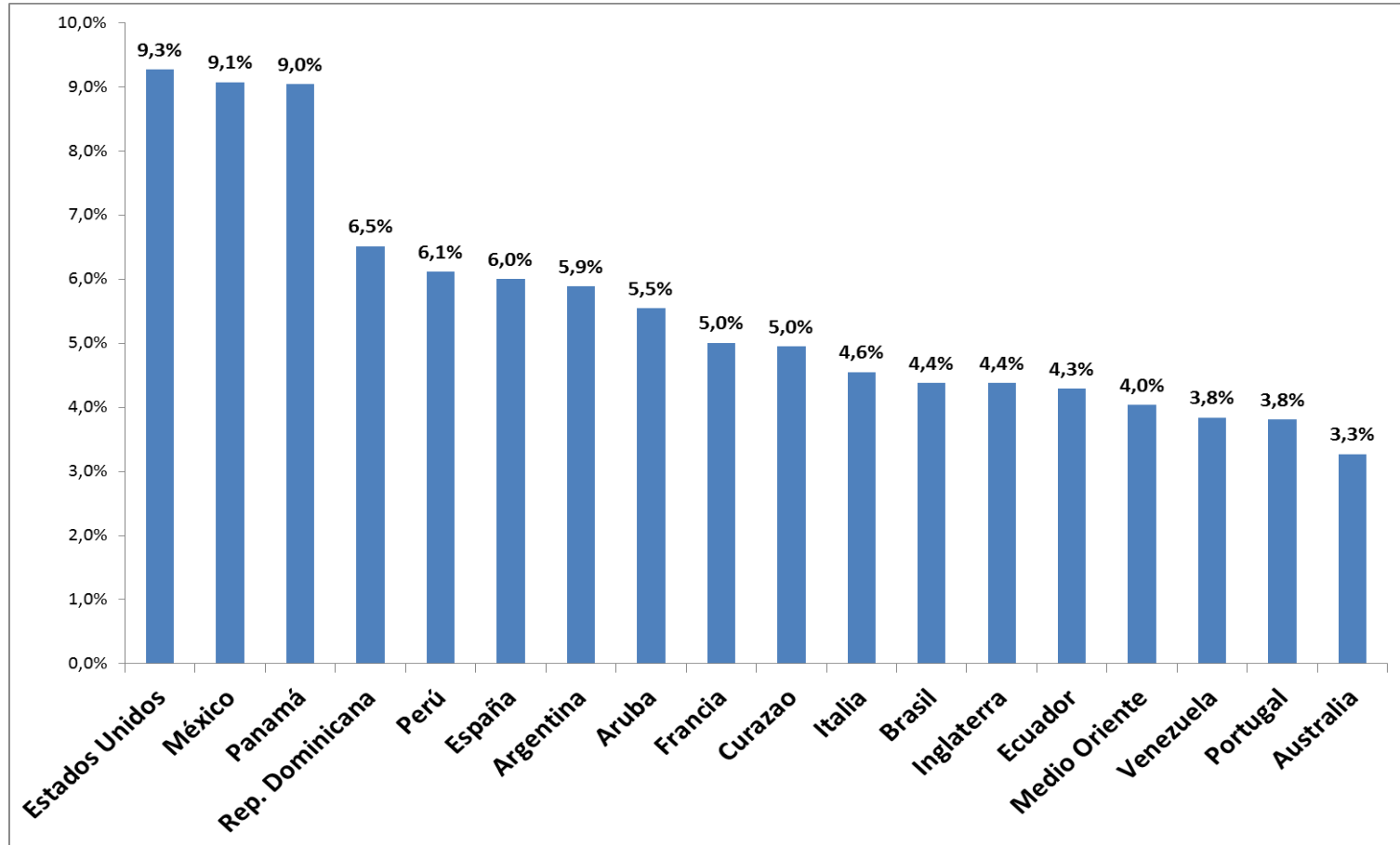
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales más vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Bogotá y Medellín.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 88 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 de Receso 2014



Gráficas: Destinos Internacionales – Base 88 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 de Receso 2014 por las Agencias de Viajes fueron:

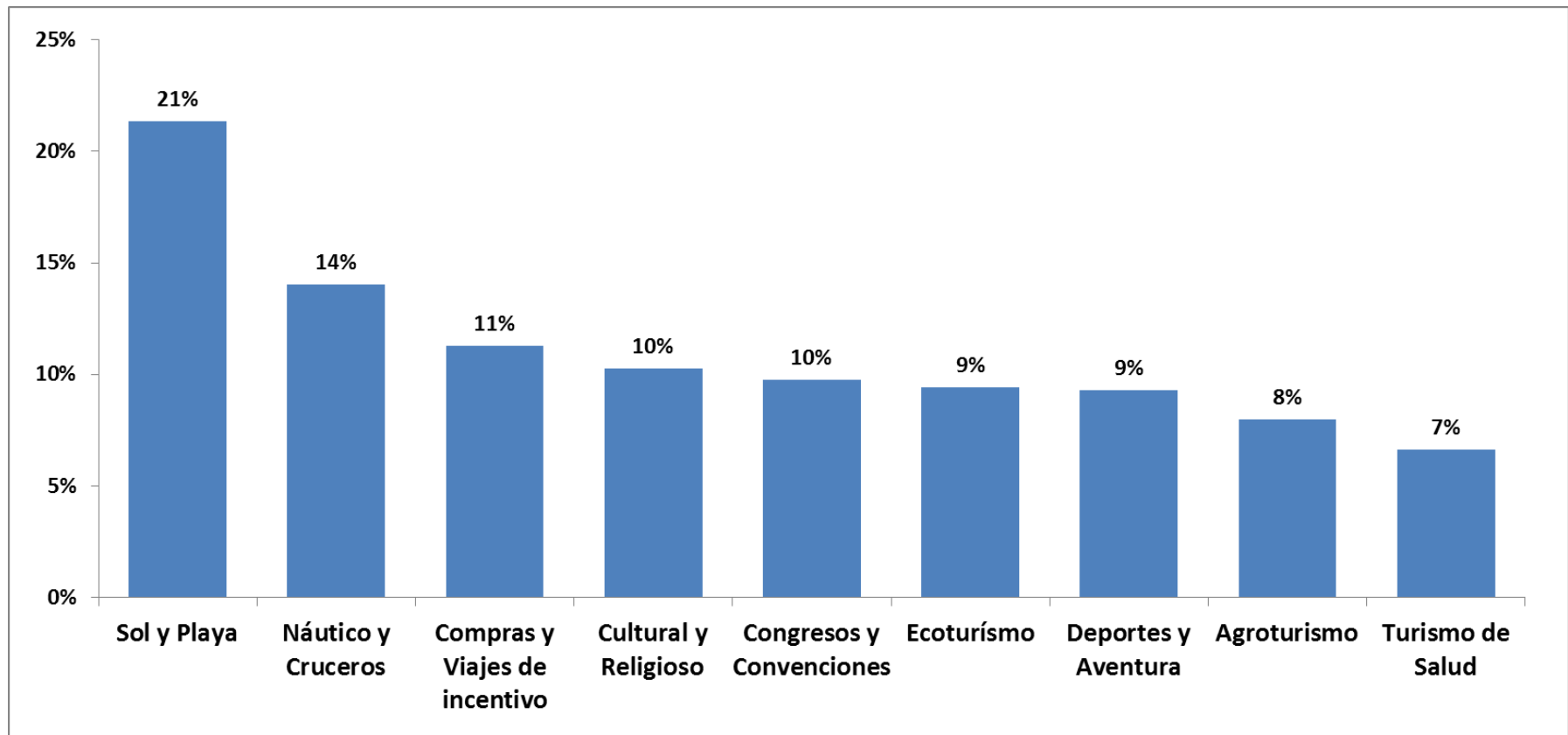
- Paquetes a San Andrés todo incluido.
- Planes a Cartagena todo incluido.
- Planes a Santa Marta (Parque Tayrona)
- Planes al Eje Cafetero (Fincas Cafeteras)
- Planes a Punta Faro - Nuqui - Bahía Solano – Capurgana – Gorgona
- Planes al Amazonas.
- Planes a la Guajira (Riohacha – Cabo de la Vela)
- Turismo a Caño Cristales.
- Turismo Medellín - pueblos de Antioquia.

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

- Planes a Estado Unidos (Orlando y Miami)
- Planes a Panamá y República Dominicana (Punta Cana.)
- Planes a Cuba (Habana – Varadero)
- Planes todo incluido a México (Cancún y Riviera Maya)
- Planes a Argentina (Buenos Aires – Iguazú – Bariloche)
- Planes a Suramérica.
- Planes a Centro América
- Tour a Isla Margarita.
- Planes a Medio Oriente.

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Semana de Receso 2014

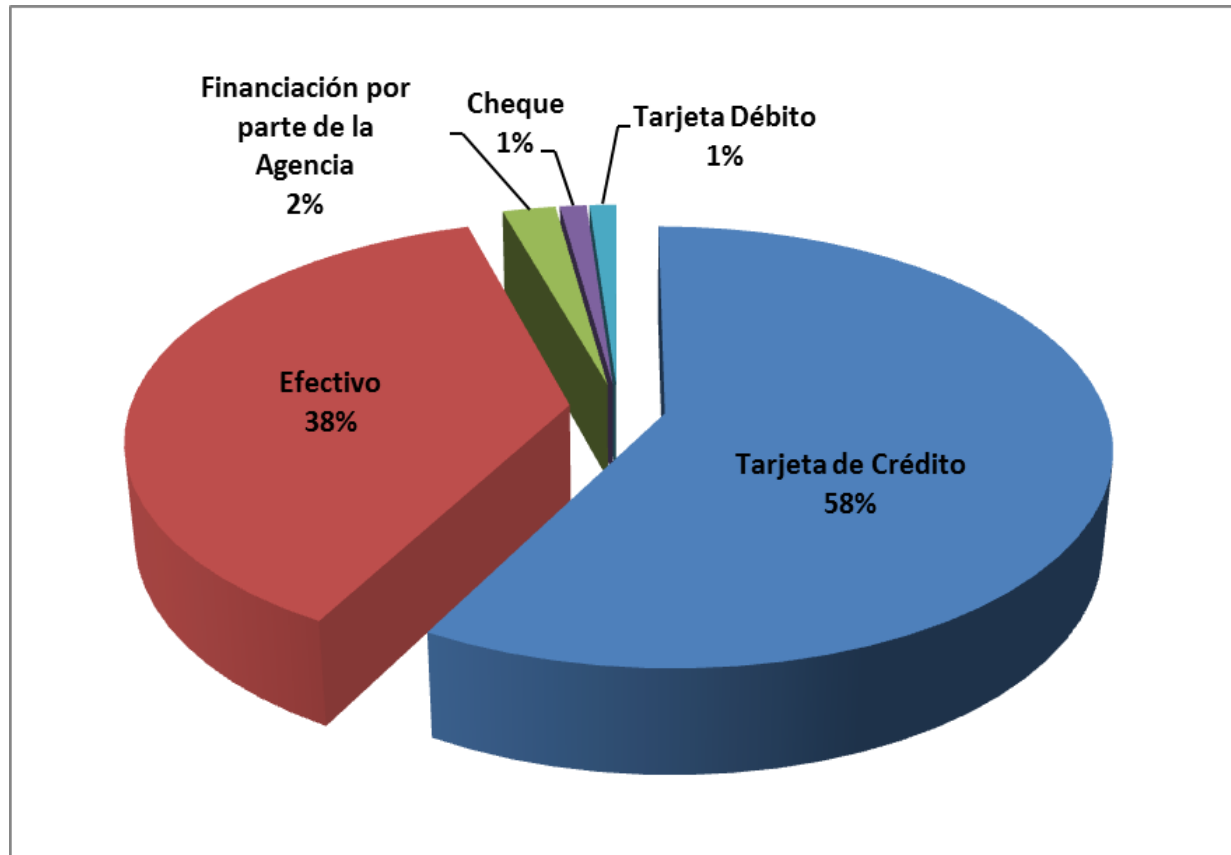
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de Semana de Receso es Sol y Playa.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 88 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 de Receso 2014?



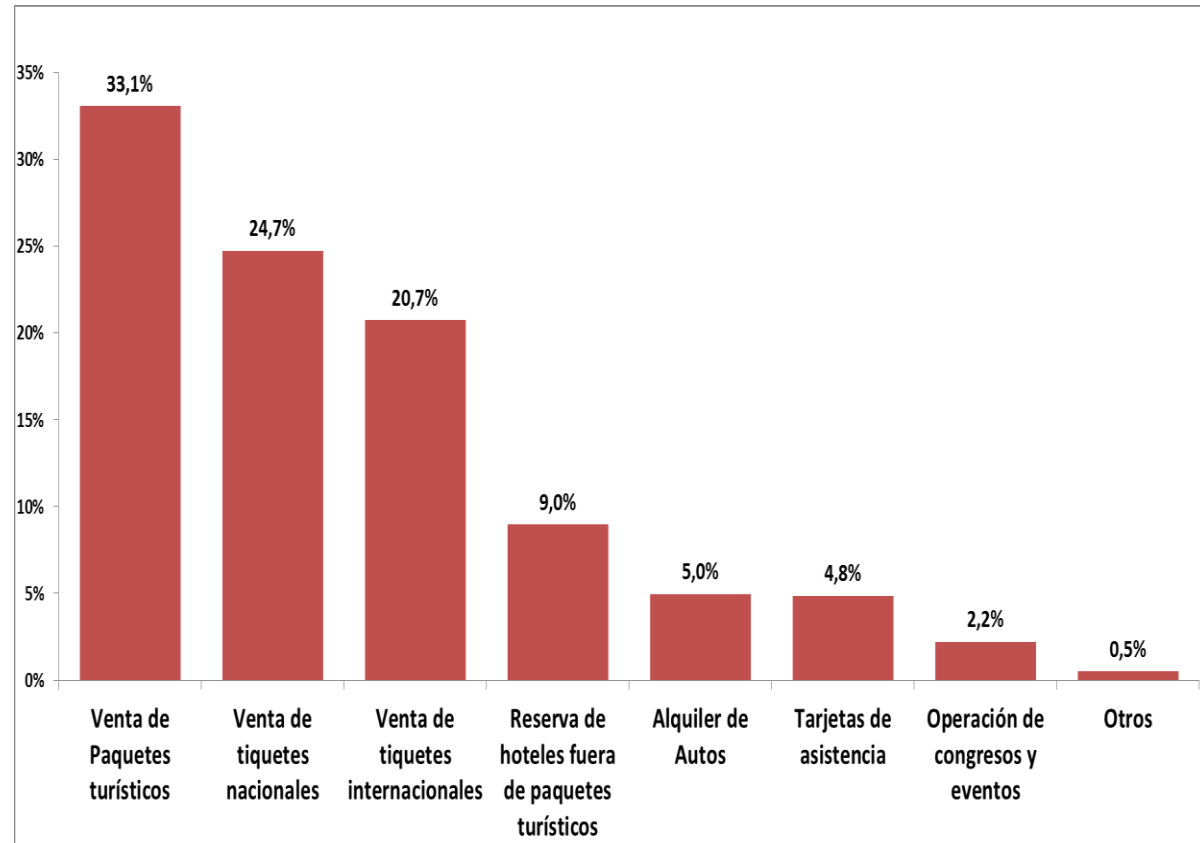
Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 88 agencias

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

- Los paquetes turísticos representan el 33,1% 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 45,4% de las ventas totales.

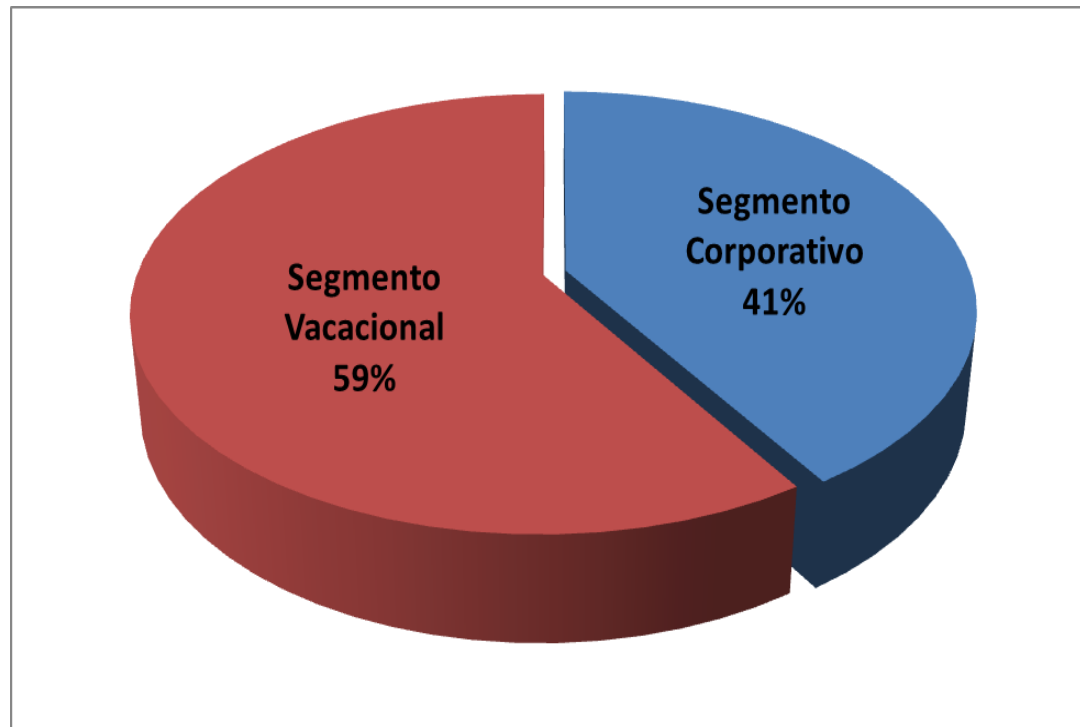
- La venta de tiquetes nacionales representa el 54% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 46%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 88 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 88 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 Semana de Receso 2014

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

El 90% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 16% durante la temporada de Semana de Receso 2014 con respecto al año 2013

El 10% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 22% durante la temporada de Semana de Receso 2014 con respecto al año 2013