

Resultado Encuesta Temporada Fin de año 2011

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

Subdirección de Investigación e Innovación

Diciembre 2011 y Enero 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
- ✓ Comportamiento de las ventas temporada de fin de año: 20 – 22
- ✓ Comportamiento de las ventas año 2011 23 – 25

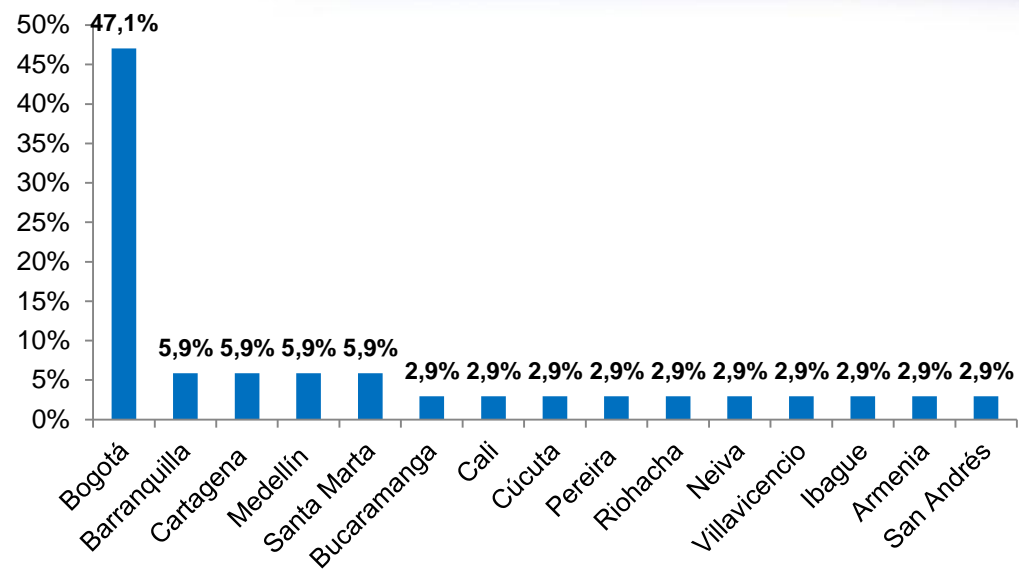
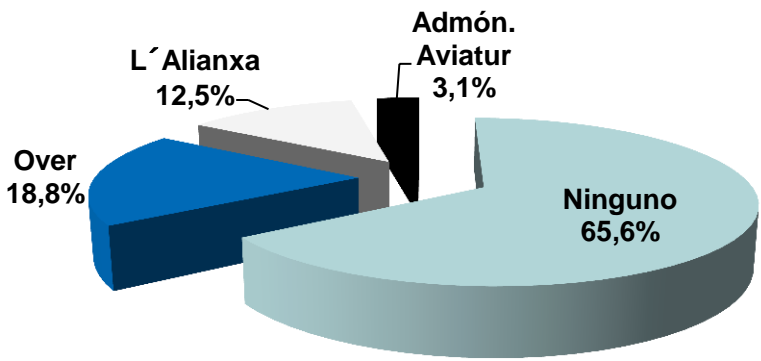
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante el año 2011 y expectativas primer semestre 2012

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

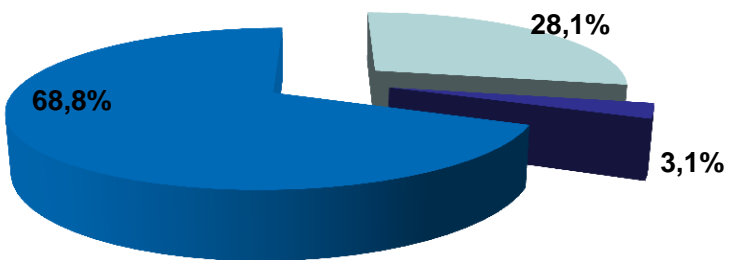
Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta Temporada de Fin de año 2011

1. Aeroviajes Pacifico De Bogota S.A
2. Aerovision S.A.S.
3. Agencia De Viajes Cog Ltda
4. All Reps
5. Athal Viajes Y Turismo Ltda
6. Aviatur S.A.
7. Calypso Tours L´Alianza
8. Circular De Viajes S.A – Bucaramanga
9. Circular De Viajes S.A – Cartagena
10. Circular De Viajes S.A – Bogotá
11. Circular De Viajes S.A – Medellín
12. Circular De Viajes S.A – Pereira
13. Circular De Viajes S.A - NVA, CUC, VVC, IBE
14. Circular De Viajes S.A – Santa Marta
15. Circular De Viajes S.A – Barranquilla
16. Expreso Viajes y Turismo
17. Gema Tours SA
18. Islatur L`Alianza
19. Nexo Tours Bogota Ltda
20. Nomadas S.A.
21. Oro Verde Viajes y Turismo Ltda
22. Over Chico Tours
23. Pelicanos Tours Mayoristas
24. Pista Tours Ltda
25. Sertel Ltda
26. Sol Era Viajes
27. Solways Colombia S.A.
28. Tesoro Tours S.A.
29. Tourexito
30. Velez Tours Ltda
31. Viajes Chapinero / Fuerza Delta
32. Viajes Coopava

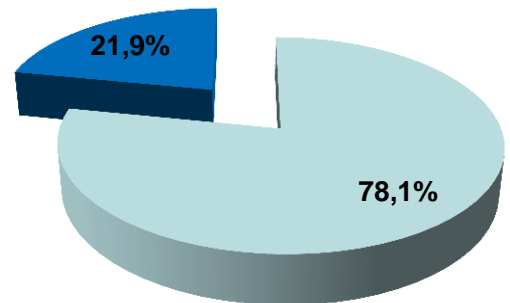
Información de las agencias encuestadas temporada de fin de año 2011



■ Mayorista ■ Operador ■ Viajes y Turismo



■ Principal ■ Sucursal

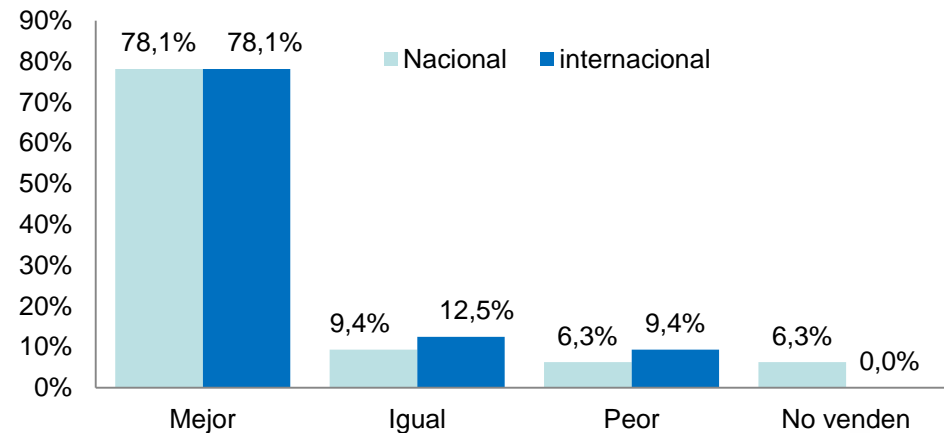


2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y
DESTINOS TURÍSTICOS
NACIONALES E
INTERNACIONALES

¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de Fin de Año de 2011 con respecto a la temporada de 2010?

- Las Agencias de Viajes establecen que el comportamiento de ventas en la temporada de fin de año 2011 fue mejor según el 78% de las agencias que contestaron la encuesta.
- Una proporción pequeña de agencias de viajes manifestó haberles ido peor tanto en el segmento nacional e internacional.

Ventas a nivel NACIONAL e INTERNACIONAL



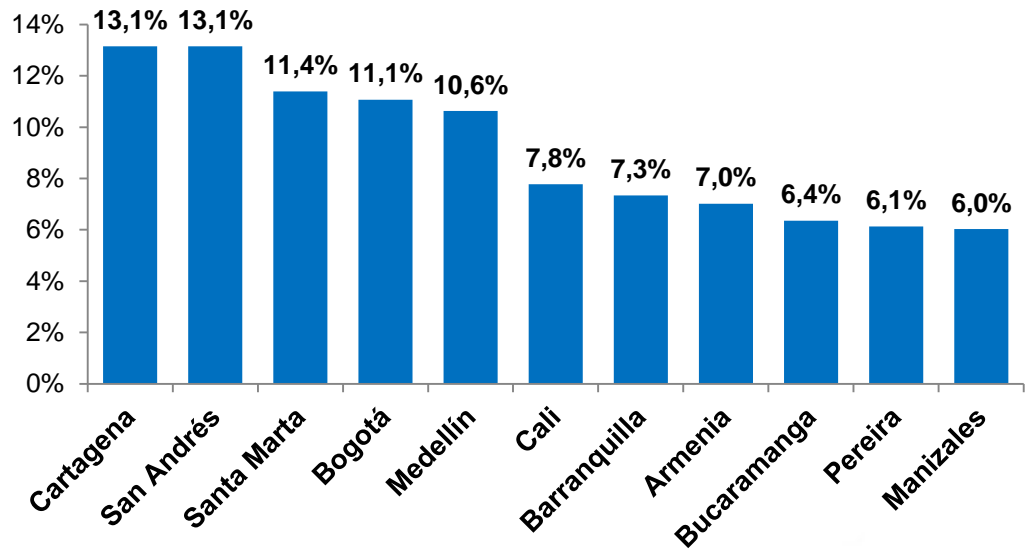
¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Fin de Año 2011 respecto al mismo periodo del 2010?

- El 97% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 30% durante la temporada de fin de año de 2011 respecto a la misma temporada durante el año 2010.

- El 3% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un -15% durante la temporada de fin de año de 2011 respecto a la misma temporada durante el año 2010.

Destinos NACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Fin de Año 2011

- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales más vendidos por las agencias de viajes, en orden de importancia fueron: Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Bogotá y Medellín.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.
- Bogotá y Medellín siguen tomando posición como uno de los destinos corporativos más visitados durante esta temporada.

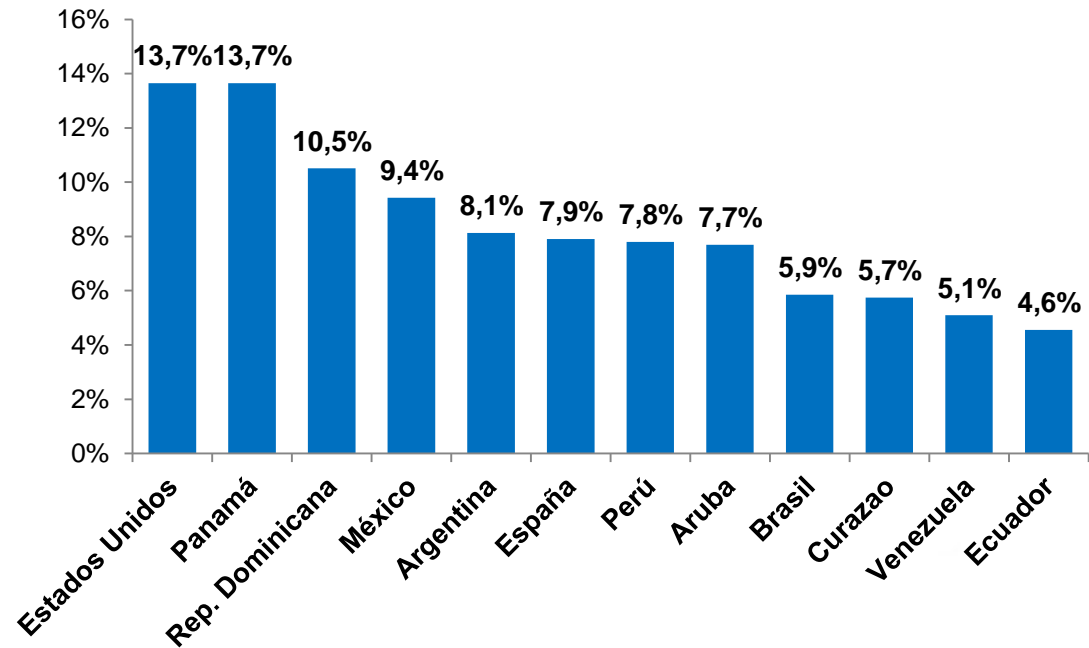


Gráficas: Destinos nacionales – Base 32 agencias

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.

Destinos INTERNACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Fin de Año 2011

- Estados Unidos y Panamá siguen predominando como los países preferidos por los colombianos para la temporada de vacaciones de fin de año.
- Se resalta el caso de República Dominicana y México como destinos internacionales de importancia para la venta de las agencias de viajes.
- Se esperaba que países como Ecuador y Venezuela tuvieran un peso más importante dentro de las agencias de viajes.



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 32 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 2011 por las Agencias de Viajes

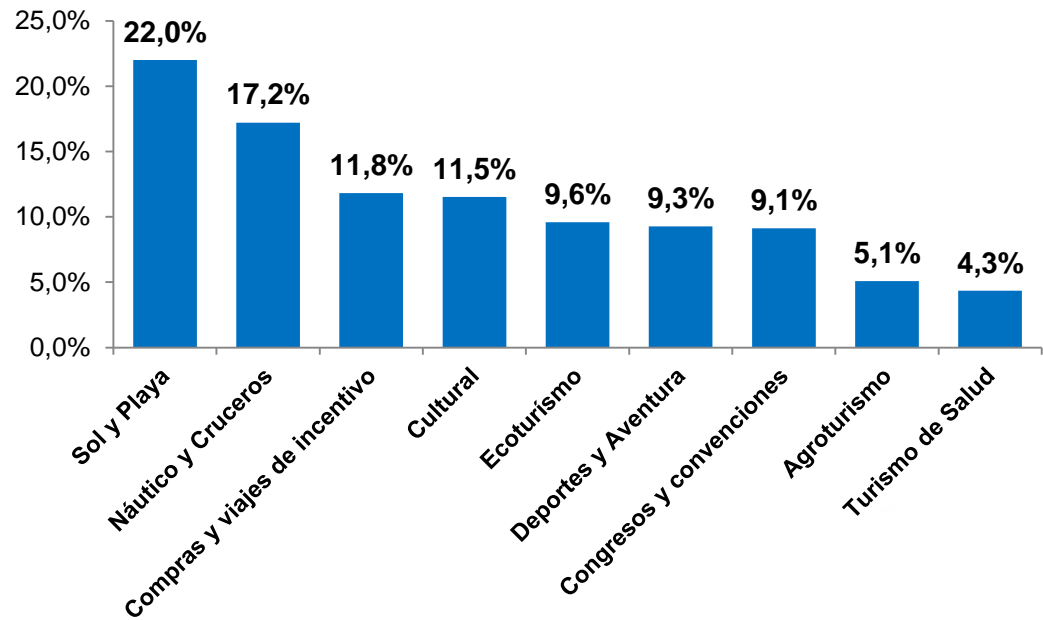
- Paquetes todo incluido a San Andrés, Cartagena (Barú) y Santa Marta.
- City Tour y alojamiento en Bogotá
- Crucero por el caribe de Pullmantur
- Planes Medellín alumbrados
- Planes al Eje Cafetero 4 noches 5 días
- Planes para la Feria de Cali
- Paquetes a Capurgana

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Fin de Año 2011 por las Agencias de Viajes en Colombia

- Circuitos por Estado Unidos (Miami, Orlando)
- Planes todo incluido a Panamá
- Planes todo incluido a Republica Dominicana (Punta Cana), Aruba, Curazao
- 6 y 7 noches a Cacún, 7 noches a Cuba, 6 noches a Curazao (paquetes que incluyen tiquetes, alojamiento, tours, traslados)
- Cruceros por el Caribe
- Circuitos por Europa
- Planes a Argentina fin de año.
- Planes a Perú – Machu Pichu

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para la agencia durante la temporada de Fin de Año 2011.

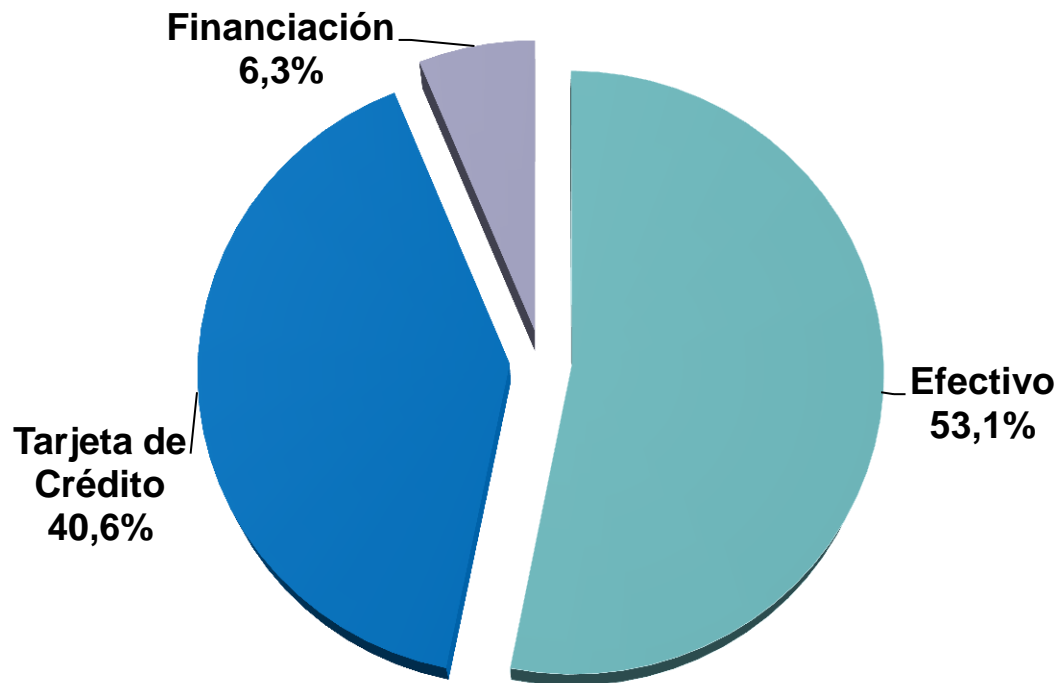
- El 93% de las agencias de viajes que contestaron la encuesta manifestaron que sol y playa es el producto turístico más ofrecido.
- Los cruceros se consolidan en el segundo lugar, el 65% de las agencias manifiestan como un producto importante dentro de su operación.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 32 agencias

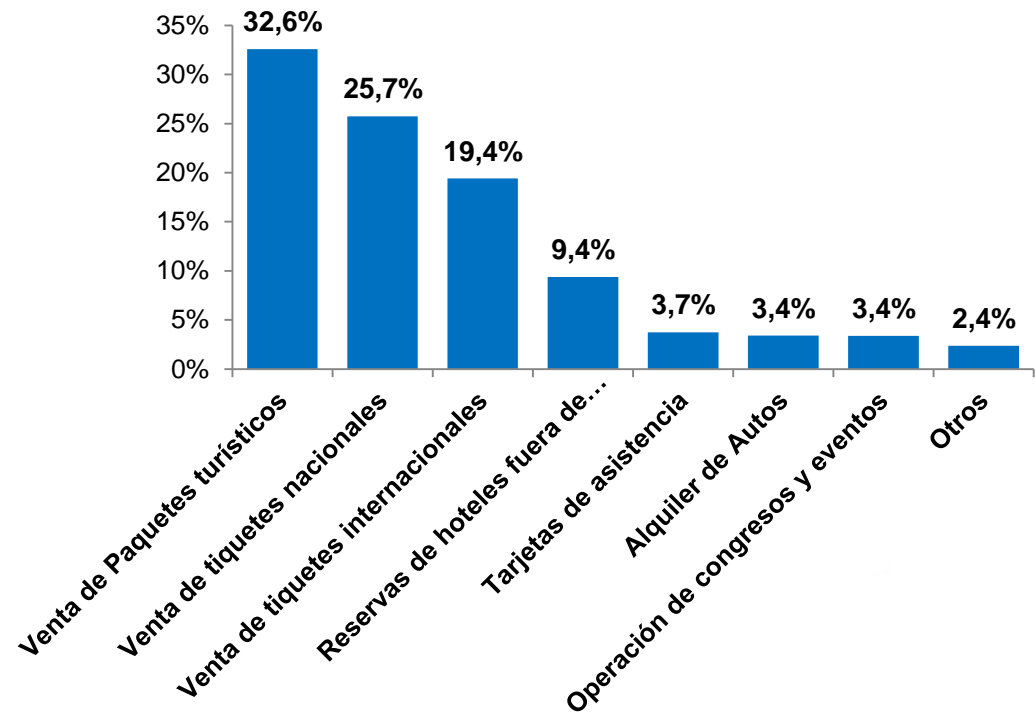
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos y ubicándolos porcentualmente.

¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las agencias de viajes para esta temporada de Fin de Año 2011?



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

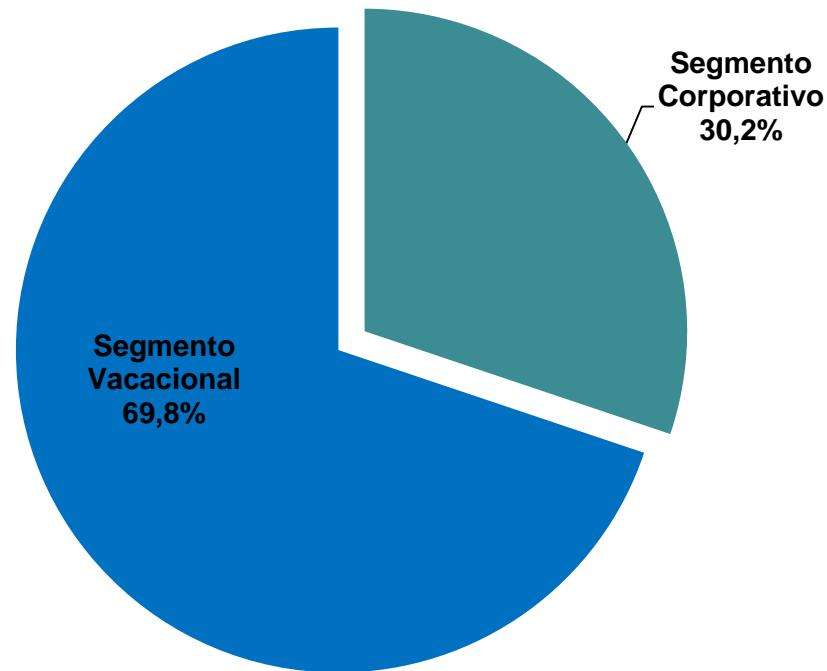
- Si separamos el peso de los tiquetes aéreos nacionales e internacionales, los paquetes turísticos representan el servicio turístico más importante ofrecido por las agencias de viajes.
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales representan el 45,1% de las ventas totales.
- La venta de tiquetes nacionales representa el 57% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los internacionales el 43%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 32 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:

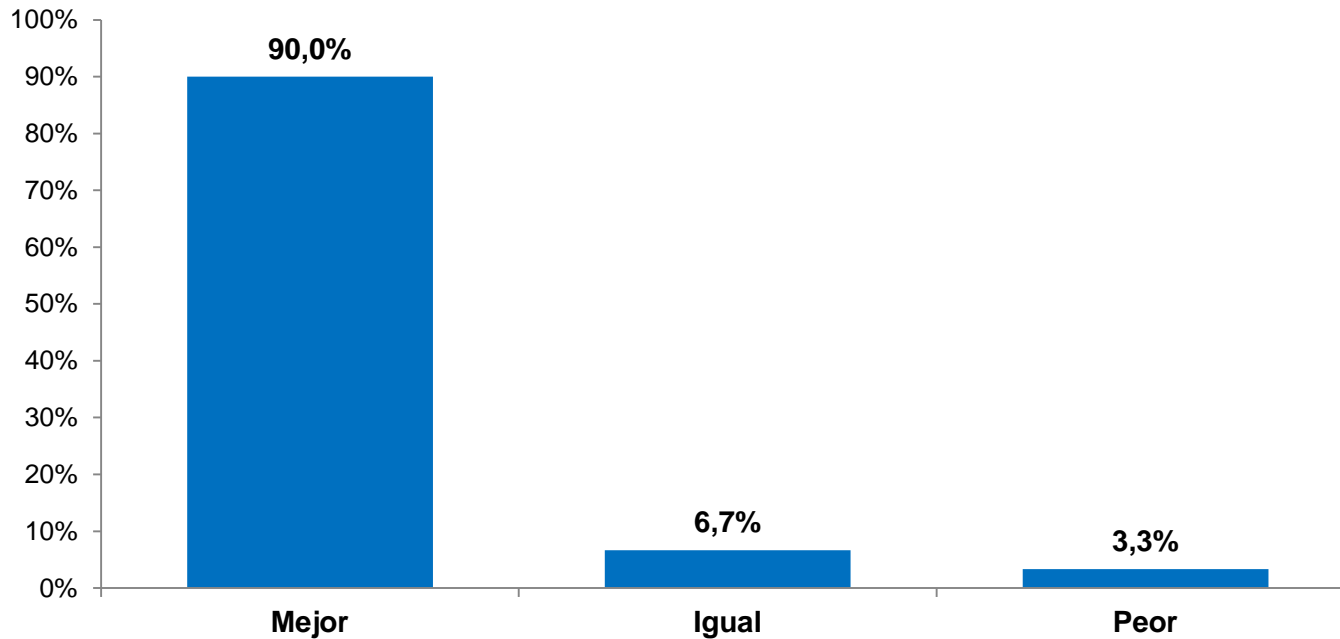


Gráfica: Segmento corporativo y vacacional – Base 32 agencias

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 EL AÑO 2011 Y
ESPECTATIVAS PRIMER
SEMESTRE 2012

¿Cómo estuvieron las ventas para el año 2011 respecto al año 2010?



¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido del año 2011 respecto al mismo periodo del 2010?

- El 97% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 27% durante el año 2011 respecto al año 2010.
- El 3% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un -15% durante el año 2011 respecto al año 2010.

¿Cuáles considera que fueron las causas del aumento o disminución de sus ventas durante el año 2011?

- Manejo de varios grupos convenciones y planes turísticos.
- Las promociones de los cruceros.
- Mejores condiciones de la economía
- Las promociones de las aerolíneas
- Mejores alternativas de viajes
- Mayor número de visas aprobadas a diferentes destinos del mundo
- Un leve aumento del número de clientes corporativos
- Hubo mucha mas intensión de viajes por parte de los clientes, acompañadas de las buenas promociones que tuvo el mercado durante varios meses del año.
- Mejoro el estado del tiempo, se resolvió el tema de carreteras y las aerolíneas ofrecieron vuelos adicionales.
- Crecimiento en ventas tkts nacionales, internacionales y paquetes turísticos.
- Planes turísticos con descuentos.
- La baja del dólar y el euro

Sus expectativas para el primer semestre de 2012 son:

