

Resultado Encuesta Temporada de Semana de Receso 2013

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

Octubre 2013

- **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

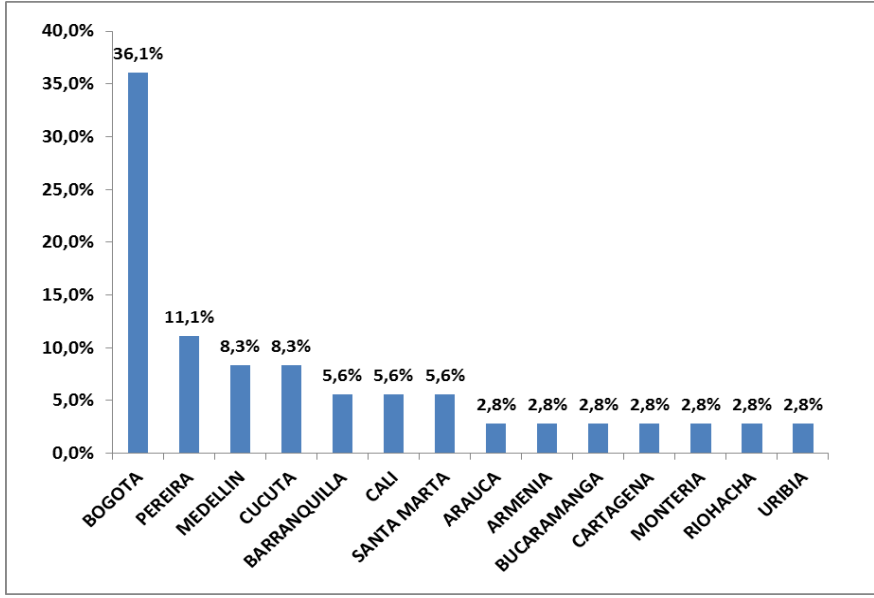
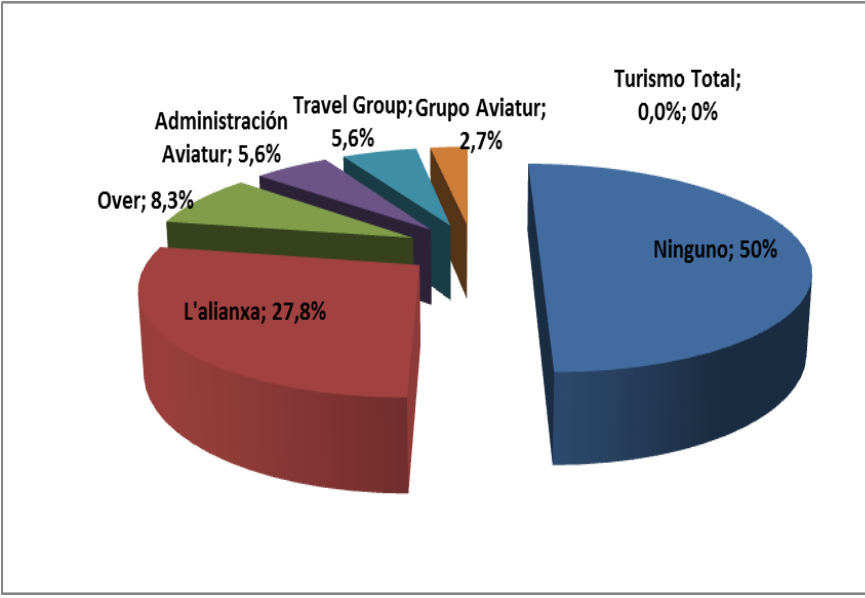
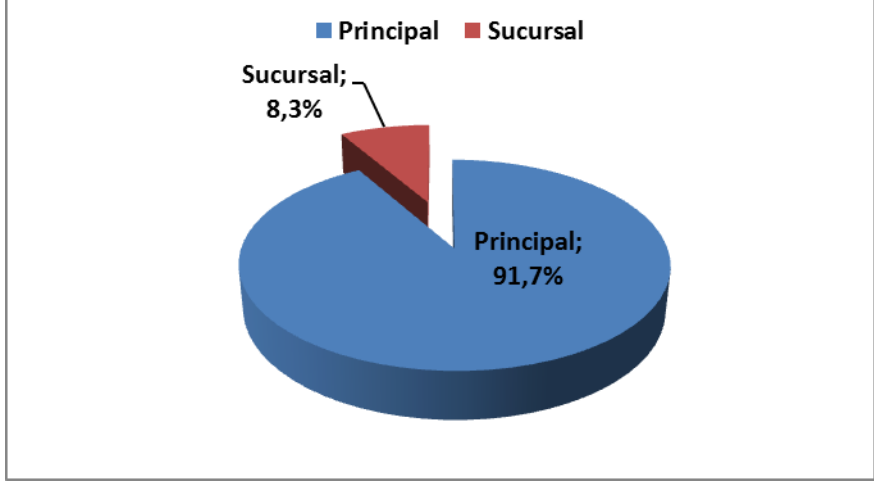
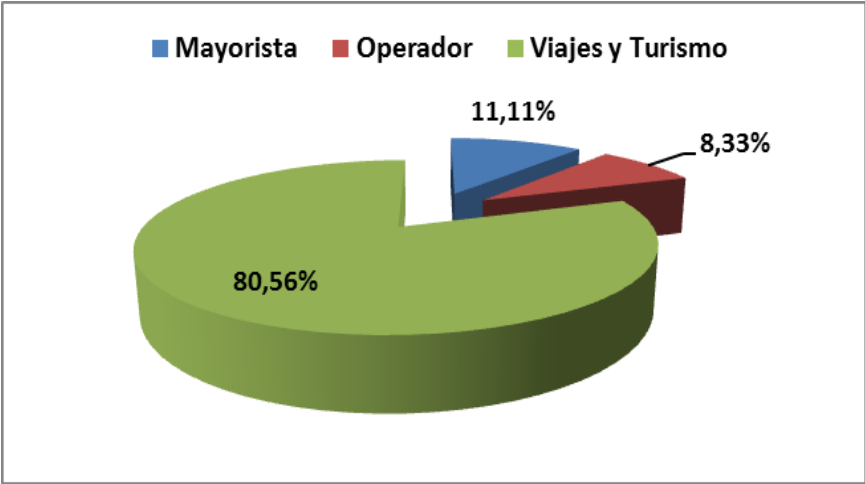
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Semana de Receso 2013

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta de temporada de Semana de Receso 2013

		19	HEMISFERIO TOURS
1	COLOMBIAN TOURIST L'ALIANXA	20	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
2	ORO VERDE VIAJES Y TURISMO LTDA.		AVIATUR
3	NORTUR LTDA	21	REYES TOURS
4	TECNIVIAJES L'ALIANXA	22	VIAJES CHAPINERO L'ALIANXA
5	ALESTUR LTDA	23	VIAJES OGANESOFF - BOGOTÁ
6	AEROVISION SAS	24	CIRCULAR DE VIAJES S.A. -
7	OVER CHICO TOURS		BARRANQUILLA
8	MONTERIA TOURS LTDA	25	VIAJES CUCUTA L'ALIANXA
9	VIAJES ARAUCA	26	CIRCULAR DE VIAJES S.A -
10	EXPRESO VIAJES Y TURISMO		BOGOTA
11	VIAJES AEROMEDELLIN	27	SERTEL LTDA
12	CALYPSO TOURS	28	AGENCIA DE VIAJES C.O.G.
13	LA TIENDA DEL TURISMO	29	SANTANDER AL EXTREMO S.A.S
14	ALL TRAVEL REPRESENTACIONES	30	COLRESERVAS
15	VIAJES ORBE SAS	31	VIAJES DACAR L'ALIANXA
16	TOUREXITO	32	VELEZ TOURS SAS
17	SOL ERA TRAVELS	33	REGATA VIAJES Y TURISMO
18	EXTUR L'ALIANXA LTDA	34	KAISHI TRAVEL
		35	COMFAMILIAR RISARALDA
		36	VIAJES EUPACLA L'ALIANXA

Información de las agencias encuestadas temporada de Semana de Receso 2013



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 2013 con respecto a la temporada de 2012?

- Las Agencias de Viajes establecen que el comportamiento de ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de semana de receso del año 2013 fue según el 53% mejor que el año pasado.

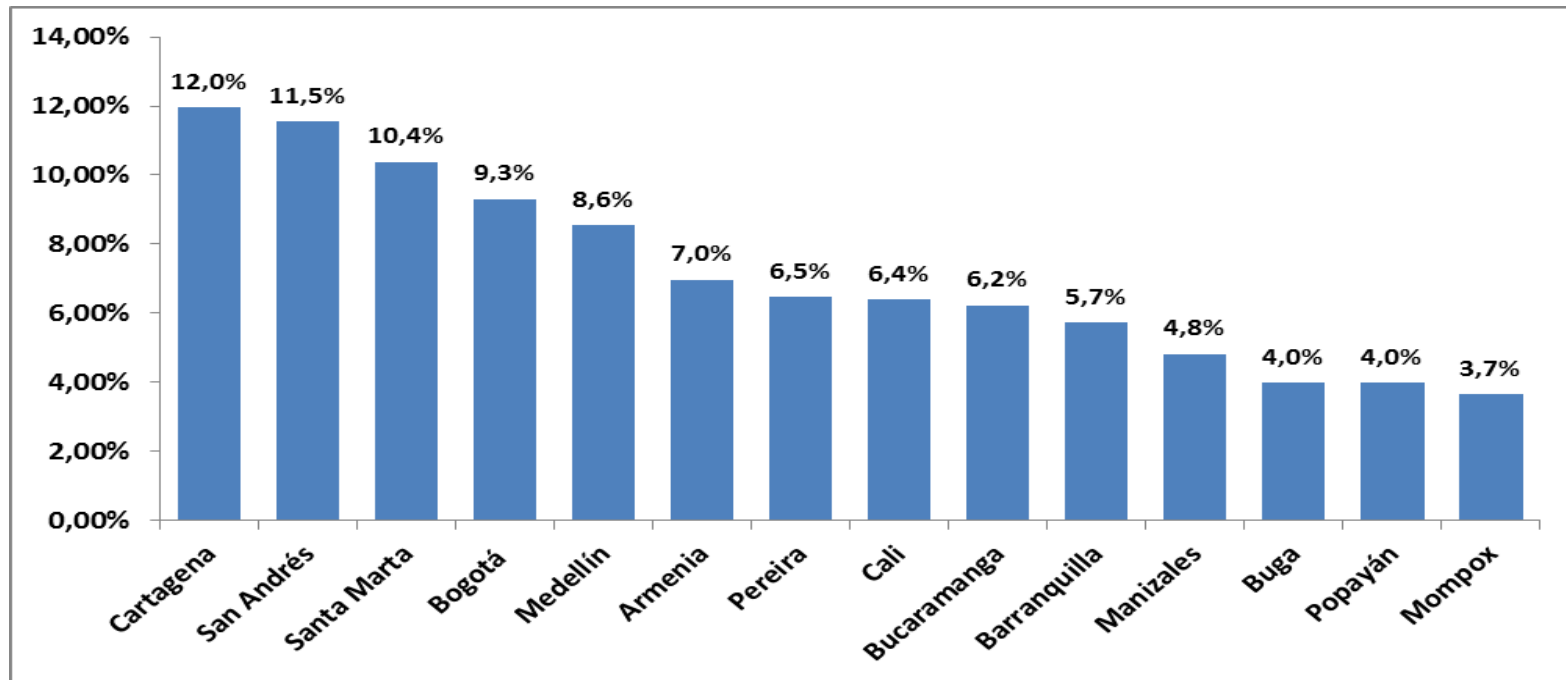
- Un 50% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2012.

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



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Semana de Receso 2013

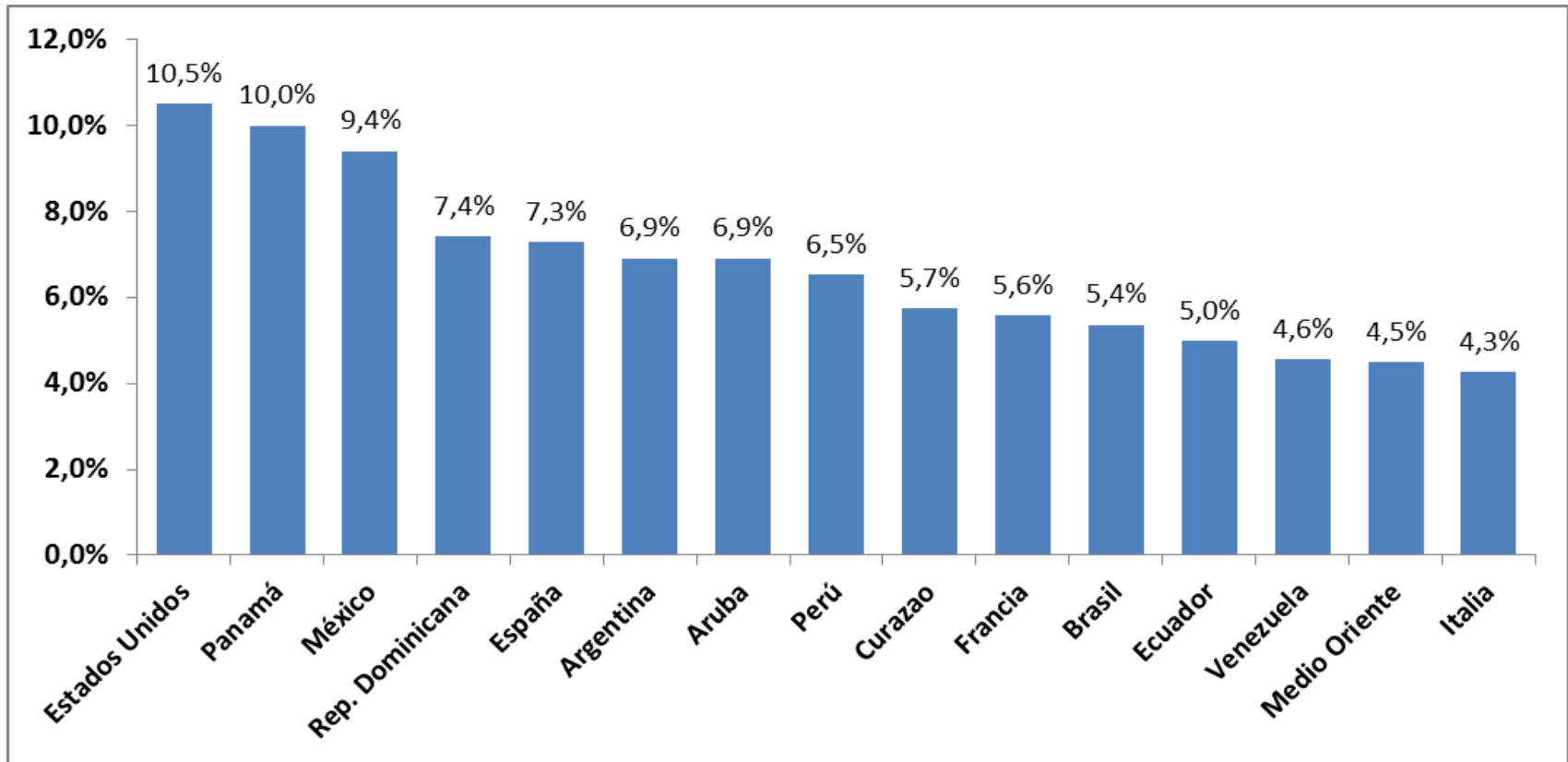
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Bogotá y Medellín.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 36 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 2013



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 36 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 2013 por las Agencias de Viajes fueron:

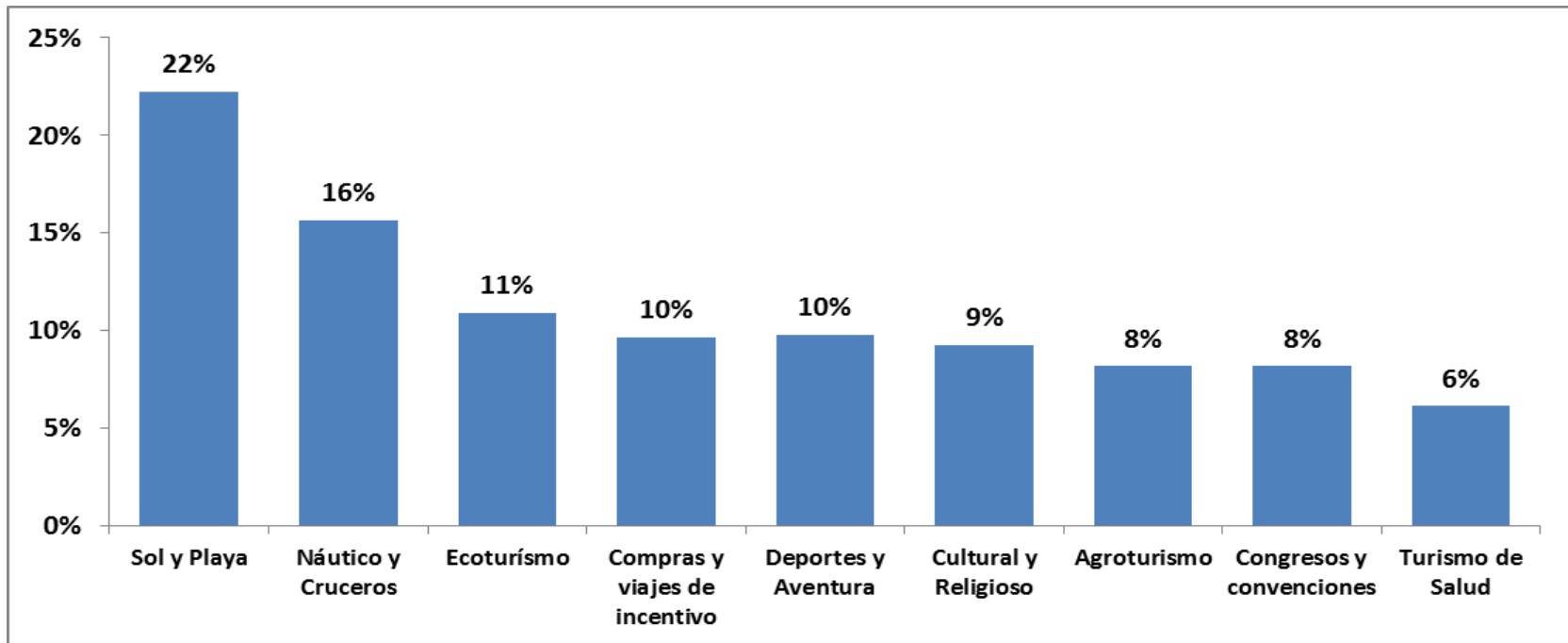
- Paquetes a San Andrés, Cartagena (Barú) y Santa Marta
- Paquetes al Eje Cafetero.
- Eliminatorias mundial Brasil en Barranquilla.
- Turismo de aventura, Sol y Playa
- Planes a La Guajira y Capurgana
- Planes con Decamerón todo incluido

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Semana de Receso 2013 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes a Estado Unidos (Orlando, Miami, New York)
- Parques temáticos Estados Unidos
- Planes a Panamá , Aruba, México (Cancún y Riviera maya) y Curacao.
- Cuba
- Paquetes a Isla Margarita.
- Cruceros por el Caribe
- Europa Clásica

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para la Agencia durante la temporada de Semana de Receso 2013

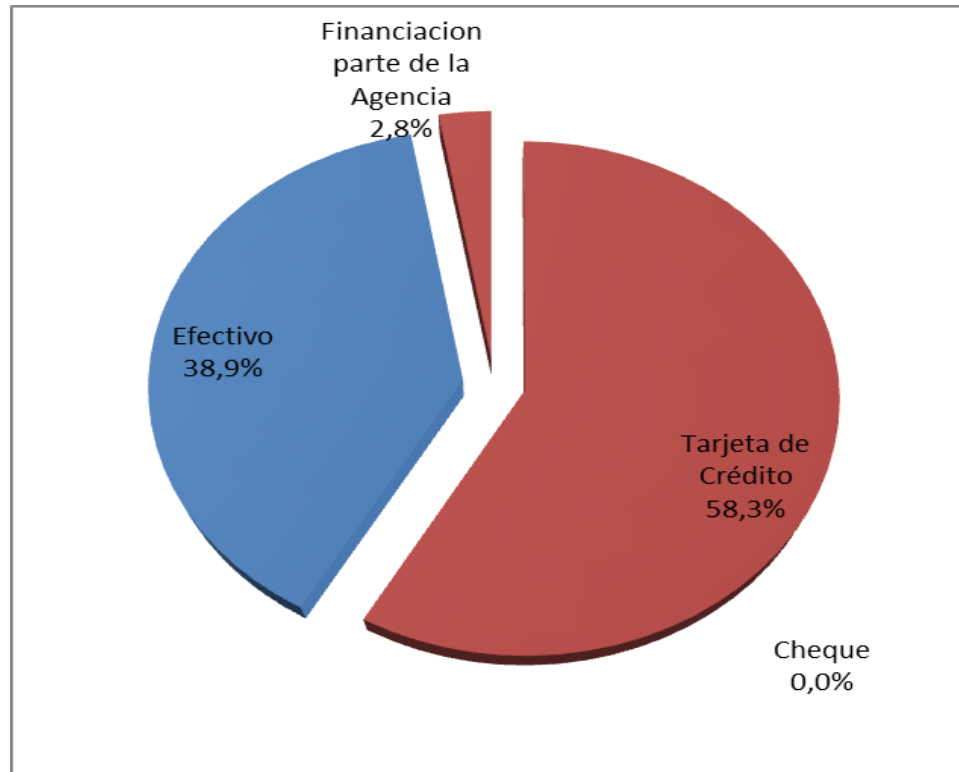
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de semana de receso es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 36 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.

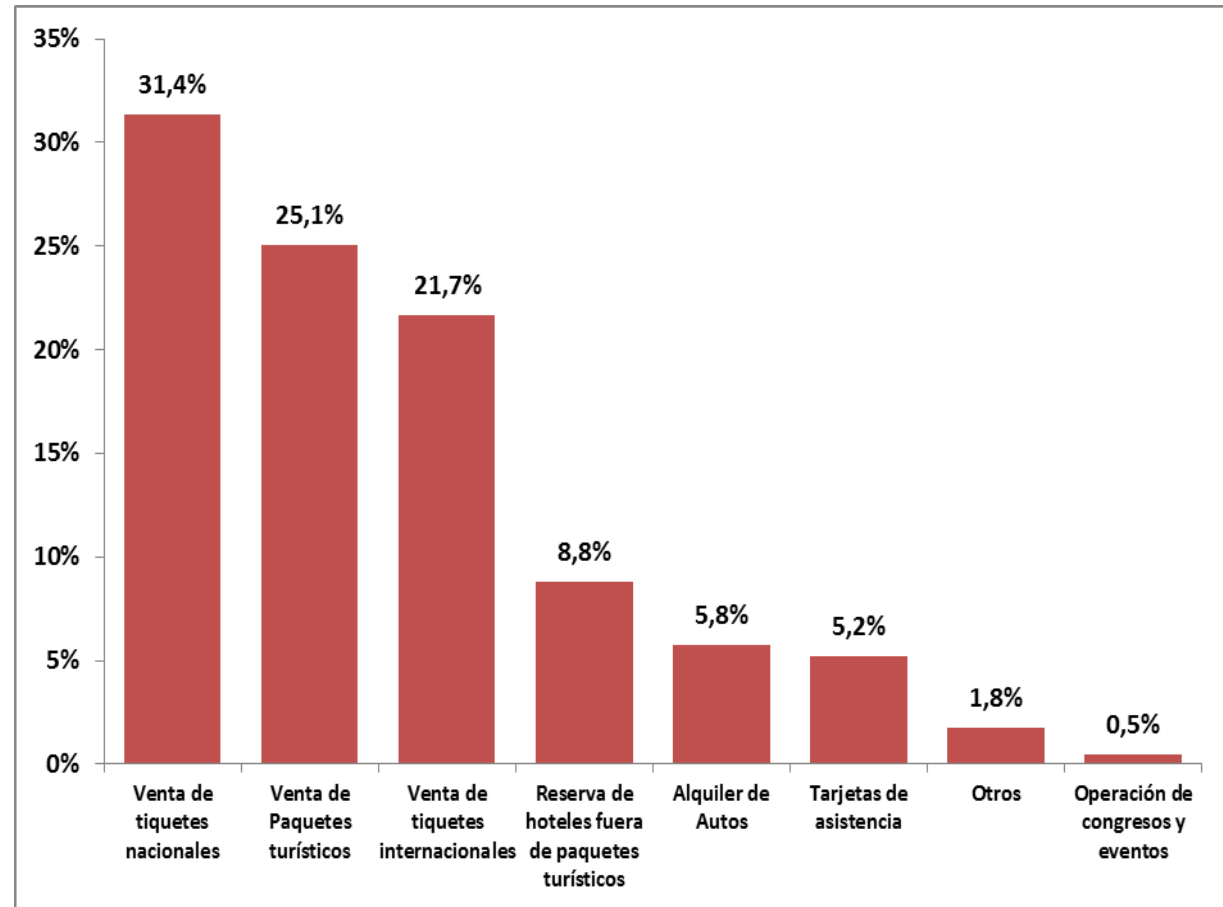
¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las Agencias de Viajes para esta temporada de Semana de Receso 2013?



Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 36 agencias

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

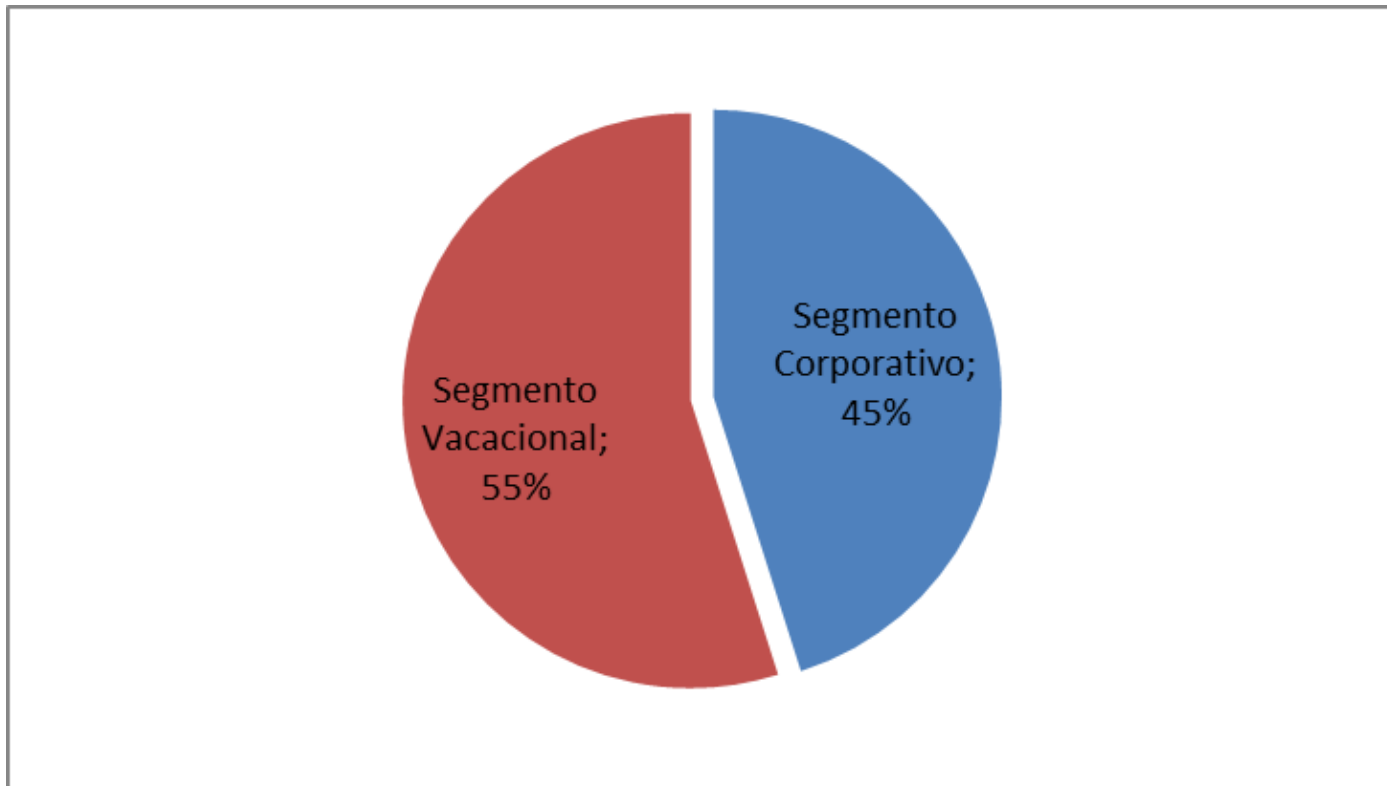
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales representan el 43% de las ventas totales.
- La venta de tiquetes nacionales representa el 59% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los internacionales el 41%.
- los paquetes turísticos representan el 25% del servicio turístico más importante ofrecido por las agencias de viajes.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 36 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 36 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 2013

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Semana de Receso 2013 respecto al mismo periodo del 2012?

El 92% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 17% durante la temporada de Semana de Receso 2013 con respecto al año 2012.

El 8% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 30% durante la temporada de Semana de Receso 2013 con respecto al año 2012.