

Resultado Encuesta Temporada Semana de Receso 2015

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

**Octubre
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

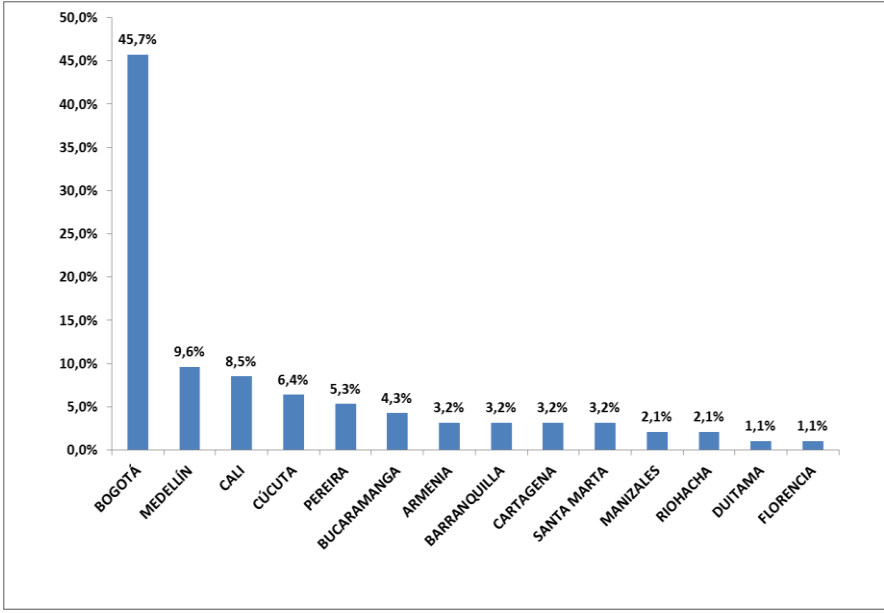
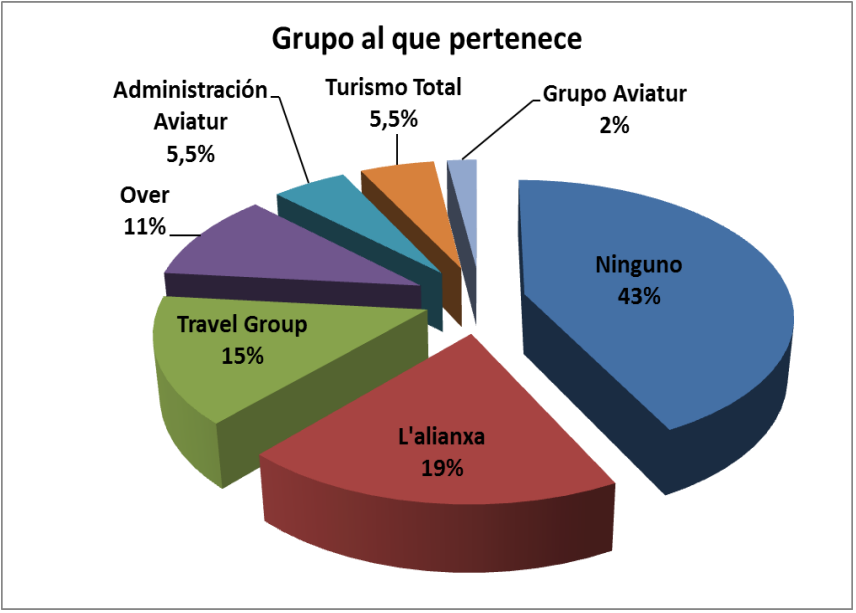
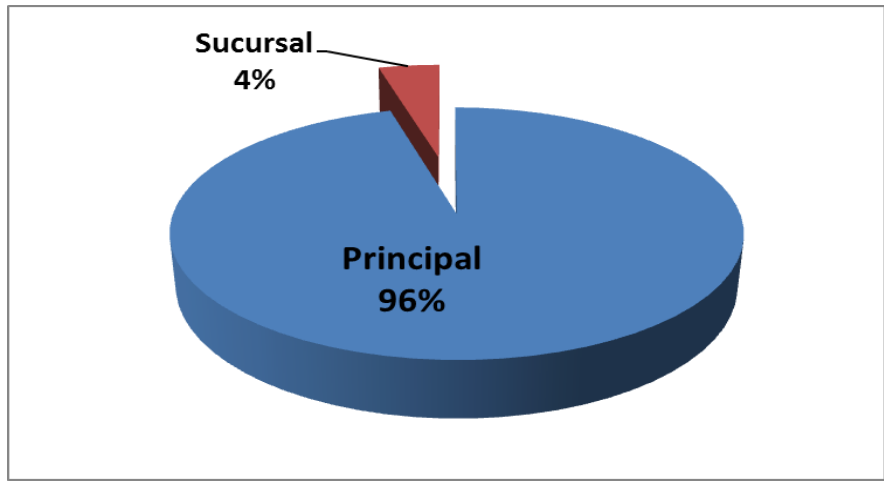
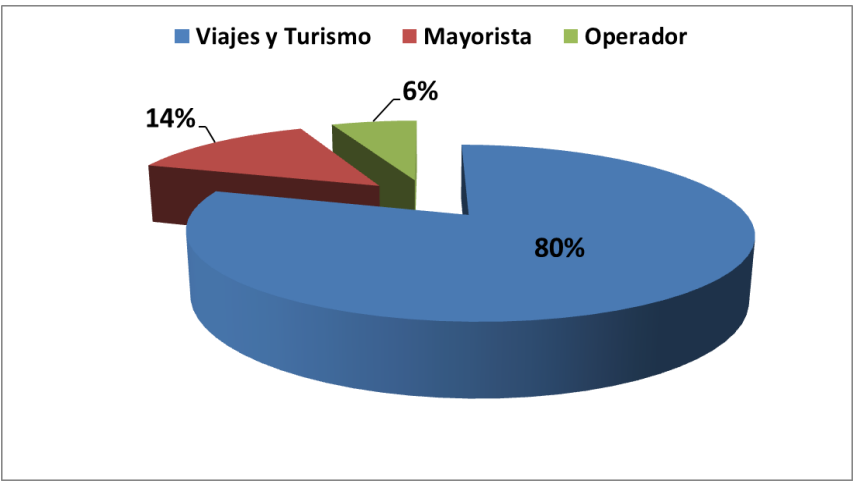
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada Semana de Receso año 2015

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 2015

ARMENIA	CALI
AGENCIA DE VIAJES C.O.G LTDA.	AVIATUR SUCURSAL GUAPI
VIAJES ARMENIA	COOMEVA TURISMO
VIAJES Y TURISMO SENDERO VERDE L'ALIANXA LTDA.	J.E TOURS LTDA.
BARRANQUILLA	PASAPORTE AL MUNDO TURISMO
HKM TRAVEL S.A.S	SURATUR
VIATURLA S.A.S	VIAJES CALIMA LTDA.
VIP TOURS COLOMBIA	VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL CALI
BOGOTÁ	VOC TURISMO LTDA.
AGENCIA DE VIAJES VILLA DE LEIVA S.A.	CARTAGENA
AGUILATOURS LTDA.	CAMINO TOURS SAS
ANDES TOURS S.A.	GEMA TOURS S.A.
AVIATUR S.A.	INCENTIVAMOS COLOMBIA
BCD TRAVEL- TRAVEL CLUB	CÚCUTA
BLANCO TRAVEL SERVICE LTDA.	AEROVIAJES NORTE LTDA.
CAMINANTES VIAJES Y TURISMO LTDA.	CARIBES TOURS LTDA.
CARLSON WAGONLIT TRAVEL	NORTUR LTDA.
CASA DEL TURISMO - ORGANIZACIÓN AVIATUR	PINTO TOURS L'ALIANXA
CEDHITOURS S.A.S	TURISMO INTERNACIONAL DEL ORIENTE S.A.S
CIRCUITOS TURISTICOS LTDA.	VIAJES CUCUTA L'ALIANXA
CM TROPICAN REPRESENTACIONES LTDA.	DUITAMA
COLMUNDO VIAJES	VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL DUITAMA
COLOMBIAN TOURIST	FLORENCIA
E-EXPLORA.COM	RUTAS Y DESTINOS LTDA.
EXPRESO VIAJES Y TURISMO	MANIZALES
FESTIVAL TOURS	ECOSISTEMAS LTDA.
INNOVA MAYORISTA DE TURISMO	ROSA DE LOS VIENTOS LTDA.
LINEAS JORGE PARRA S.A.S	MEDELLÍN
LOS NOMADAS	AEROVISION S.A.S
MARRERO VIAJES Y TURISMO LTDA.	CASA DE COLOMBIA EN MEDELLÍN LIMITADA
NIKO TRAVEL - ORGANIZACIÓN AVIATUR	INVERSIONES UNIVIAJES S.A.
OPERAMA LTDA.	JS REPRESENTACIONES TURISTICAS
ORIENTUR	MAYORPLUS S.A.
OVER CHICO TOURS	OIT S.A.S - ORGANIZACIÓN AVIATUR
OVER TURINCO	VIAJES VERACRUZ L'ALIANXA S.A.
PELICANOS TOURS MAYORISTA	VIAJES VIEJO Y NUEVO MUNDO - ORGANIZACIÓN AVIATUR
REVEL REPRESENTACIONES TURISTICAS	VIAJES ELITE
ROCIO DE CASTIBLANCO VIAJESDE15.COM	PEREIRA
SOLWAYS COLOMBIA	ALL TRAVEL REPRESENTACIONES LTDA.
STUDENT TRAVEL CENTER	VANI S.A.
SUBATOURS	VIAJES CIRCULAR S.A.S SUCURSAL PEREIRA
TECNIVIAJES LALIANXA S.A.S	VIAJES ORBE L'ALIANXA
TURISMO AL VUELO L'ALIANXA	VIAJES VIP - ORGANIZACIÓN AVIATUR
TURISMO INTERNACIONAL COLOMBIA S.A.S.	RIOHACHA
TURISMO LTDA.	KAISHITRAVEL
VIAJES CIRCULAR S.A.S	SOL ERA TRAVELS
VIAJES COUNTRY S.A.S	SANTA MARTA
VIAJES DEL COMERCIO	ORO VERDE VIAJES Y TURISMO S.A.S
VIAJES OGANESOFF	TRANSPORTES CITY VANS
VIMEXPORT	TURISMERK LTDA.
VISION TOURS S.A.S	TUNJA
WORLD TOURS S.A.S	BOYACA TOURS
BUCARAMANGA	
A VOLAR L'ALIANXA	
SANTANDER AL EXTREMO S.A.S	
TURORIENTE	
UNIBELIER LTDA.	

Información de las agencias encuestadas temporada Semana de Receso 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 Semana de Receso 2015 con respecto a la temporada de 2014?

- El 29% de las Agencias de Viajes encuestadas establecen que el comportamiento de las ventas en el segmento **Nacional** durante la temporada de Semana de Receso 2015, fue mejor que la temporada del año 2014.

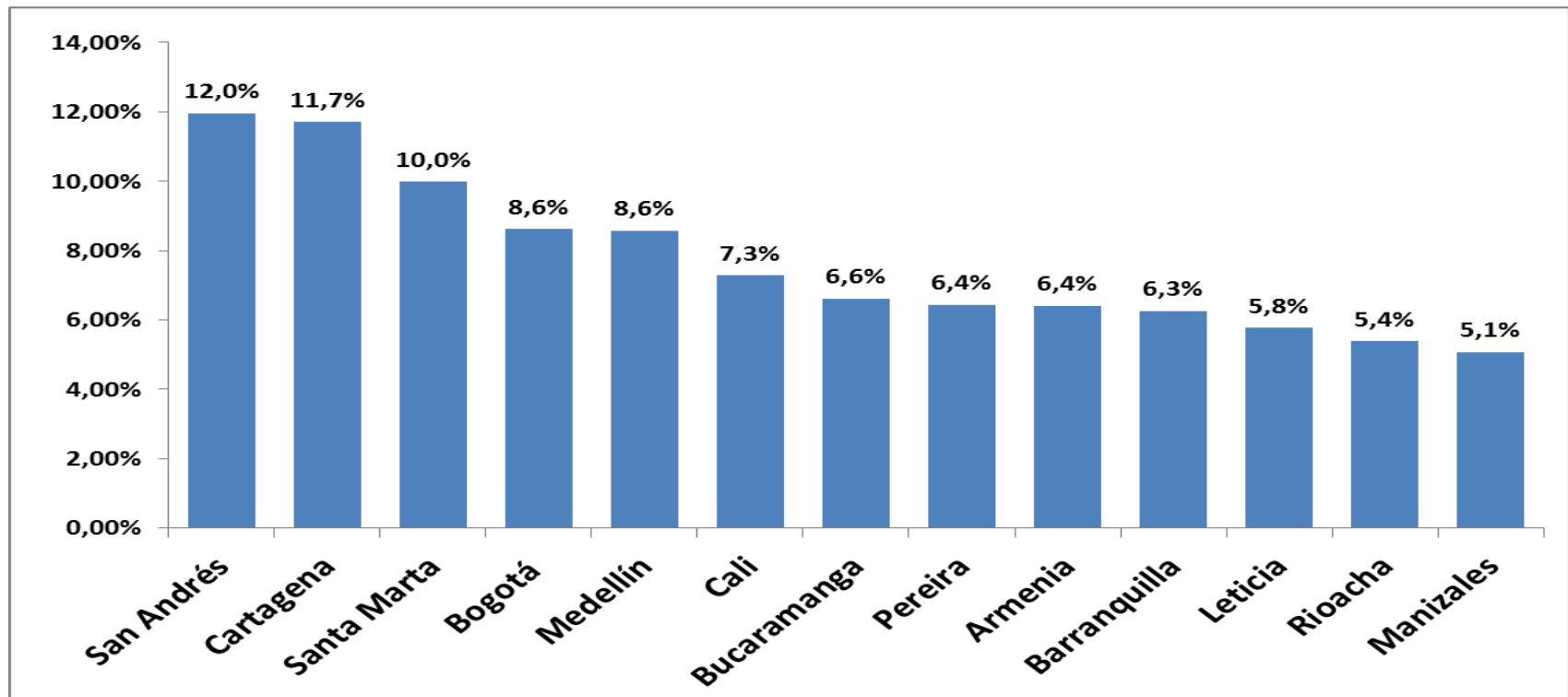
- Un 27% considera que el segmento **Nacional** tuvo un comportamiento igual a la temporada del año 2014.

- Un 54% de las agencias de Viajes encuestadas manifiestan que el comportamiento de las ventas en el segmento **Internacional** durante la temporada de Semana de Receso 2015, fue peor que la temporada del año 2014.



Destinos NACIONALES más vendidos por las Agencias de Viajes durante la temporada de Semana de Receso 2015

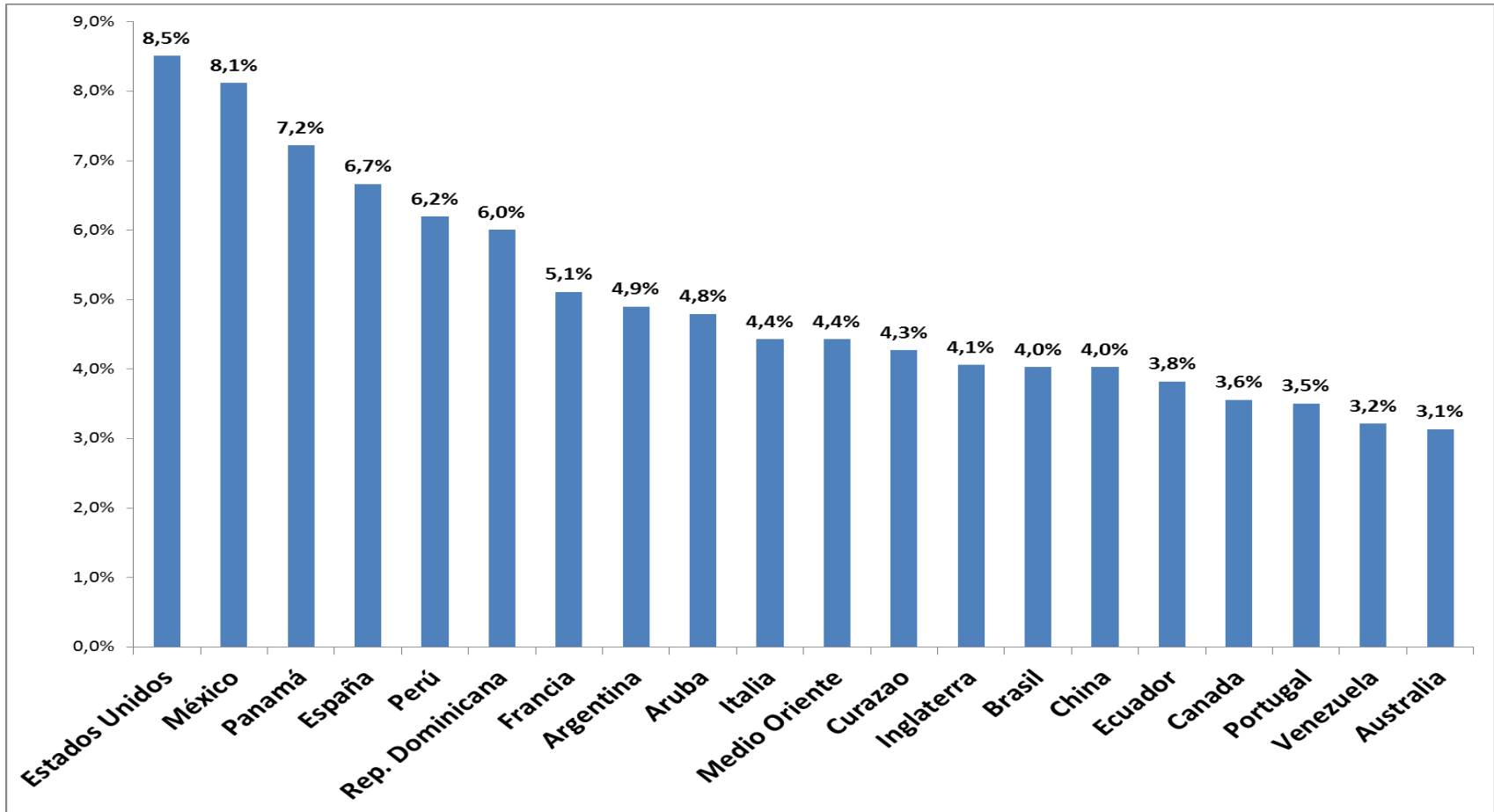
- En esta temporada, los 5 principales destinos nacionales mas vendidos por las Agencias de Viajes, en orden de importancia fueron: San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Bogotá y Medellín.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 94 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 2015



Gráficas: Destinos Internacionales – Base 94 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 2015 por las Agencias de Viajes fueron:

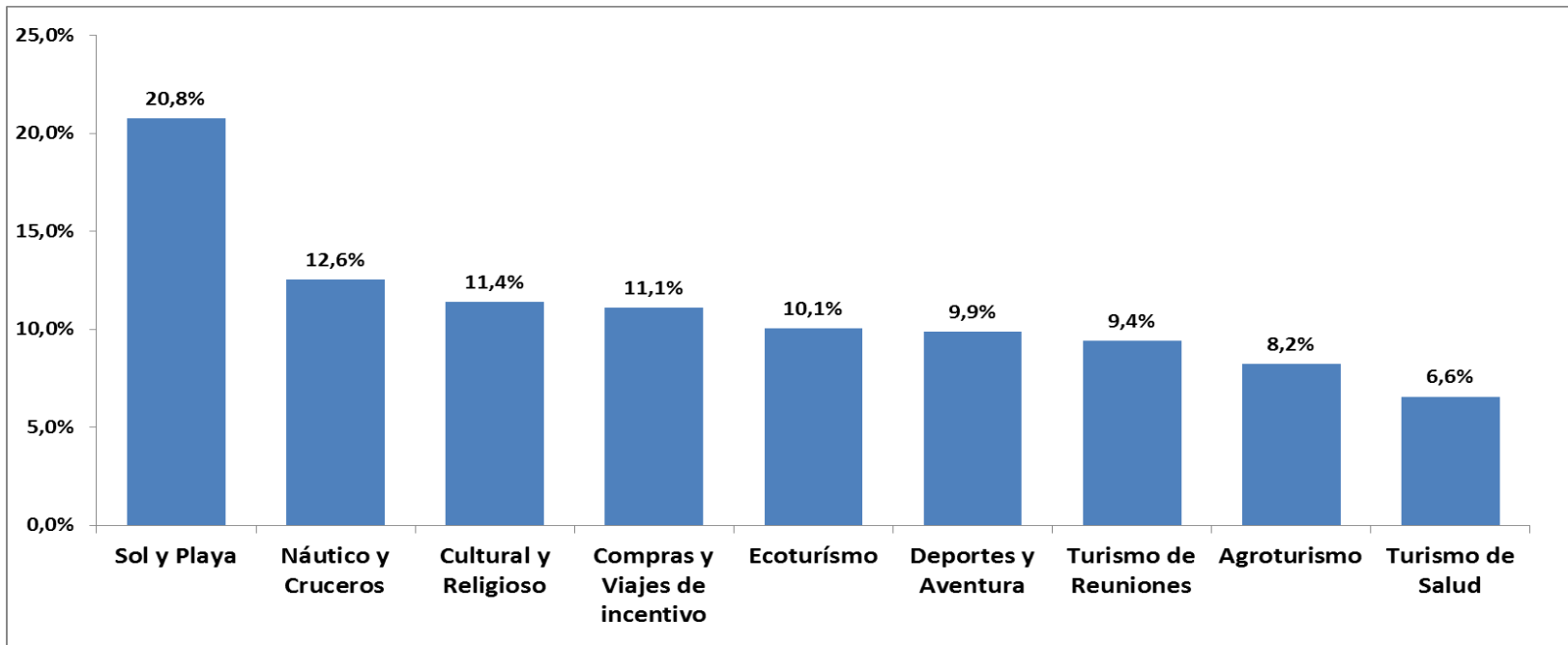
- Paquetes a San Andrés todo incluido.
- Planes a Cartagena todo incluido.
- Planes a Santa Marta (Parque Tayrona - Ciudad Perdida – Neguanje – Playa Cristal)
- Planes a la Guajira (Riohacha – Cabo de la Vela)
- Turismo a Caño Cristales.
- Planes al Eje Cafetero (Fincas Cafeteras)
- Plan Avistamiento de Ballenas Nuqui - Bahía Solano
- Parque Nacional Natural los nevados – Nevado del Ruiz –Nevado Santa Isabel

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

- Planes a Estado Unidos (Orlando y Miami)
- Planes todo incluido a México (Cancún)
- Planes a Panamá
- Republica Dominicana (Punta Cana.)
- Planes a Suramérica.
- Planes a Argentina (Buenos Aires – Iguazú – Bariloche)
- Circuitos por Europa
- Planes a Cuba (Habana – Varadero)
- Planes a Centro América
- Crucero Antillas y Caribe
- Planes a Medio Oriente.

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para las Agencias de Viajes durante la temporada de Semana de Receso 2015

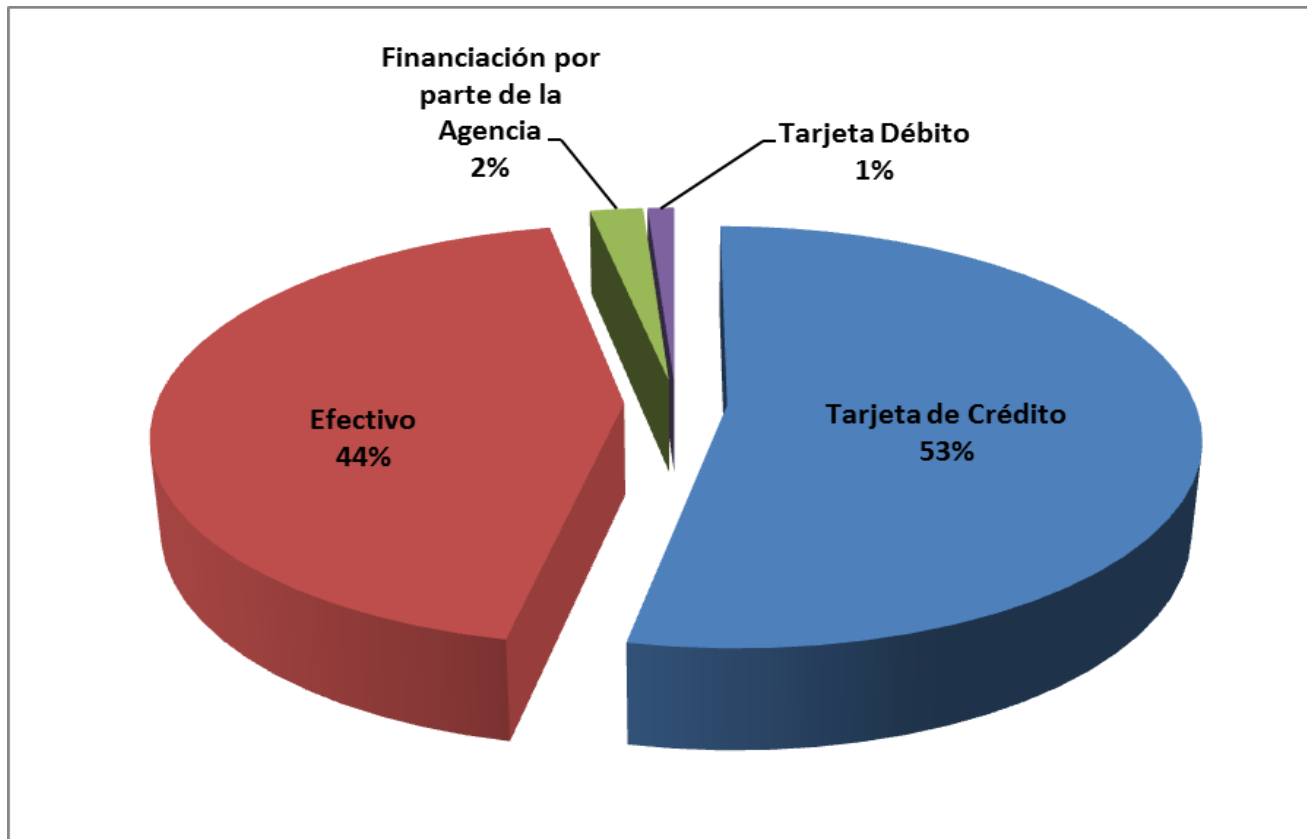
- Sin duda el producto turístico más vendido por las Agencias de Viajes durante esta temporada de Semana de Receso es Sol y Playa.
- El producto Náutico y Cruceros se encuentra en el segundo lugar de importancia en ventas para la temporada.



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 94 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 2015?



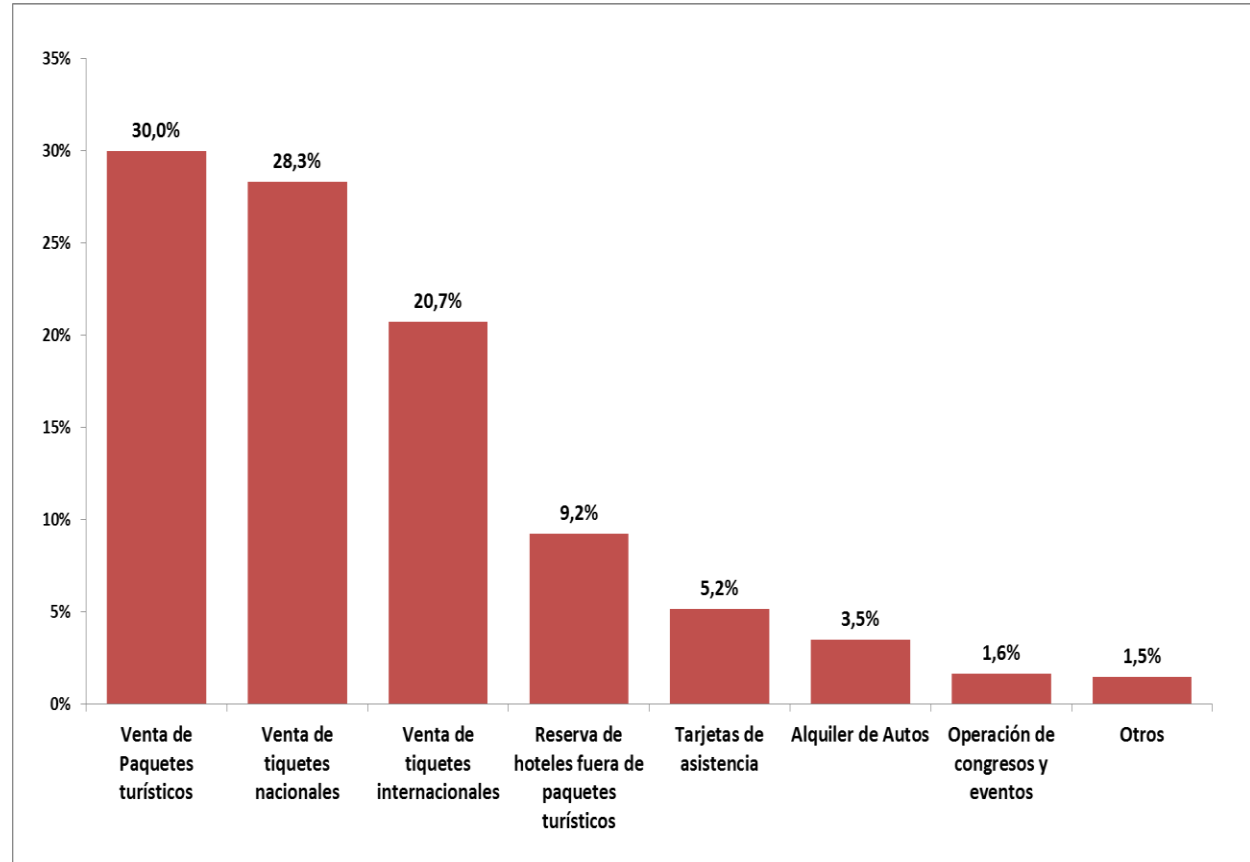
Gráfica: Forma de pago más utilizada – Base 94 agencias

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

- Los paquetes turísticos representan el 30% 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 49% de las ventas totales.

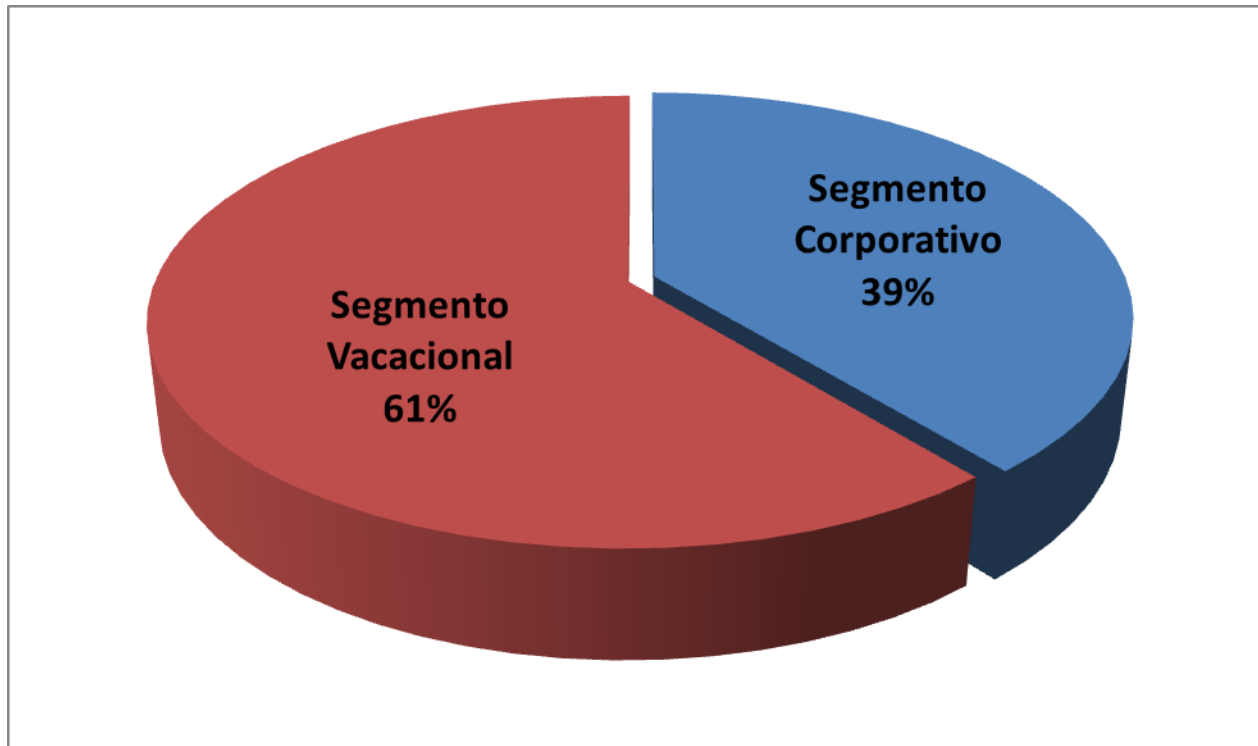
- La venta de tiquetes nacionales representa el 58% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los tiquetes internacionales el 42%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 94 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 94 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 2015

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

El 60% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 20% durante la temporada de Semana de Receso 2015 con respecto al año 2014

El 40% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un 24% durante la temporada de Semana de Receso 2015 con respecto al año 2014