

Resultado Encuesta Temporada Mitad de Año 2012

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

Subdirección de Investigación e Innovación

Junio – Julio 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 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

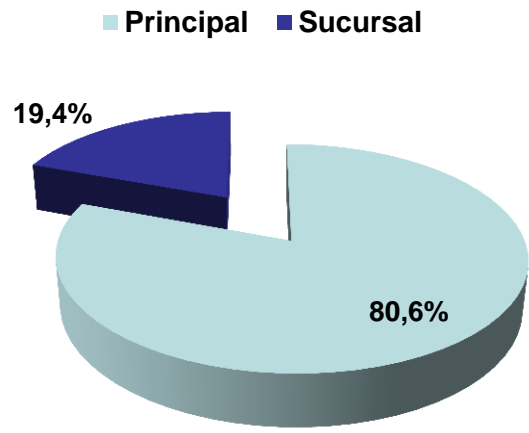
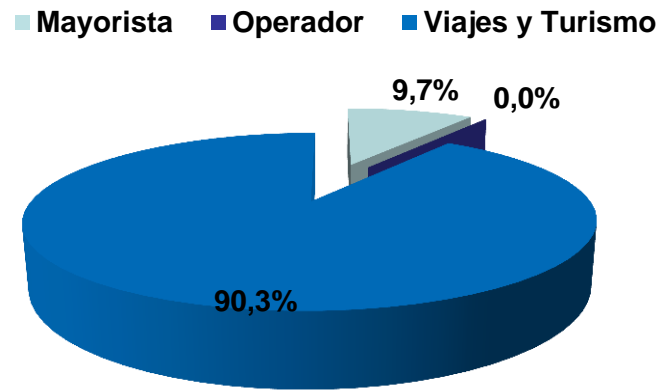
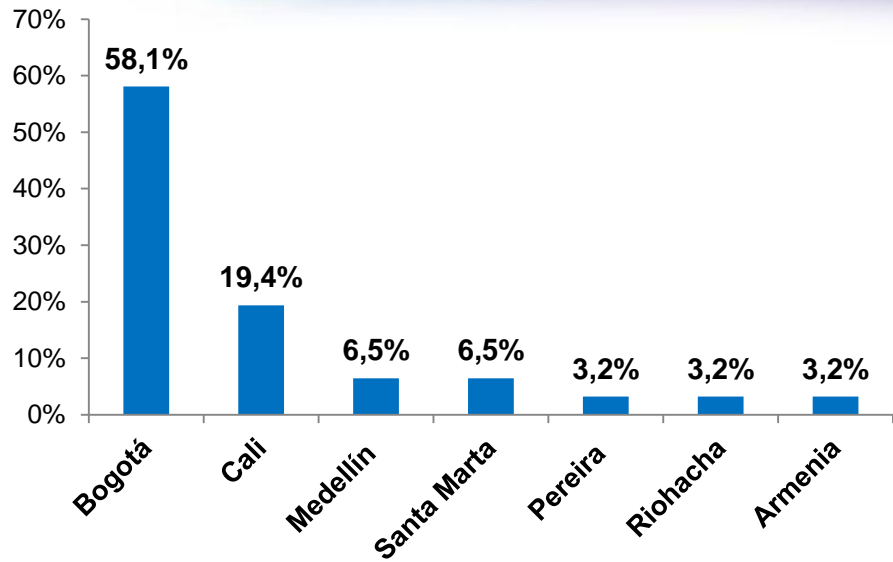
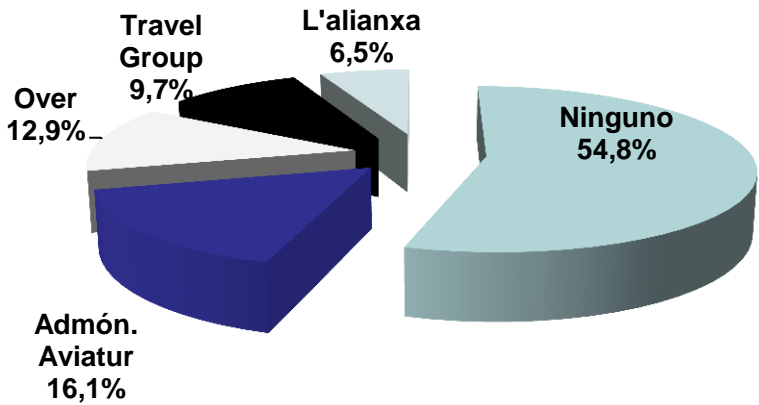
1. Información general de las agencias encuestadas.
2. Percepción de las ventas y destinos turísticos nacionales e internacionales
3. Mercado
4. Comportamiento de las ventas durante la temporada de Mitad de año 2012

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS

Agencias de Viajes que aportaron con sus respuestas al desarrollo de la encuesta Temporada de Mitad de Año 2012

1. Aeroviajes Pacifico De Bogota S.A
2. Aerovision S.A.S.
3. Andes Tours
4. Aviatur Buceo
5. Aviatur Cali
6. Circuitos Turísticos Ltda
7. Circular De Viajes S.A – Medellín
8. Circular De Viajes S.A – Cali
9. Circular De Viajes S.A – Pereira
10. Circular De Viajes S.A – Bogotá
11. Expreso Viajes y Turismo
12. Logistics and Travel
13. Nexo Tours
14. Omnitours Colombia
15. Panturismo
16. Pistatours Ltda
17. Regata Viajes y Turismo
18. Rocio de Castiblanco Viajes de 15
19. Sol Era Travels
20. Solaris Mayorista
21. Sportur
22. Tecniviajes L´Alianza
23. Turismerk
24. Tutiquete
25. Viajes Alkosto
26. Viajes Armenia
27. Viajes Coopava
28. Viajes del Comercio Ltda
29. Viajes Galeón S.A.
30. Viajes Premier
31. Voc Turismo Ltda.

Información de las agencias encuestadas temporada de Mitad de Año 2012



Gráficas: Información general de las agencias de viajes – Base 31 agencias

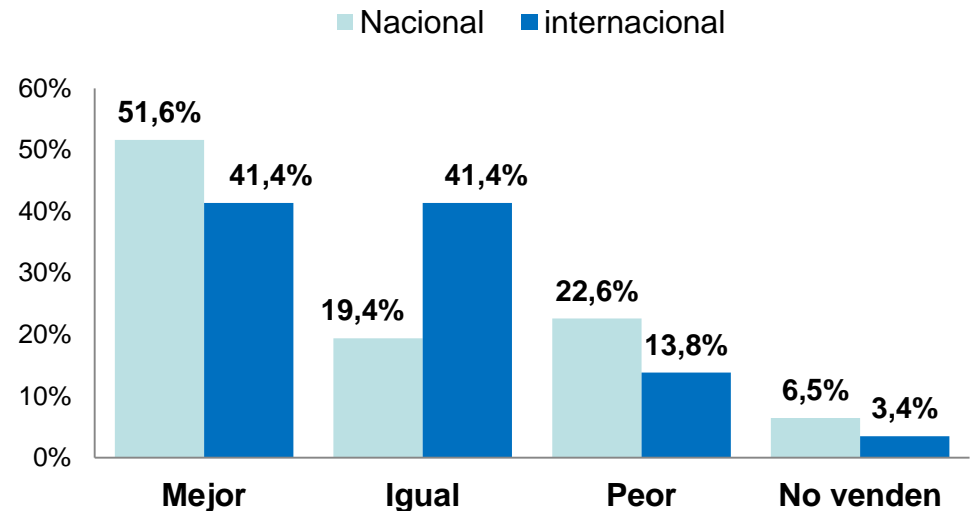
2. PERCEPCIÓN DE LAS VENTAS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

¿Cómo han estado las ventas para el segmento NACIONAL e INTERNACIONAL en la temporada de Mitad de Año de 2012 con respecto a la temporada de 2011?

- Las Agencias de Viajes establecen que el comportamiento de ventas en el segmento Nacional durante la temporada de Mitad de Año 2012 fue según el 51,6% mejor que el año pasado, mientras que un 41,4% considera que el segmento internacional tuvo un comportamiento igual que durante la temporada del año 2011.

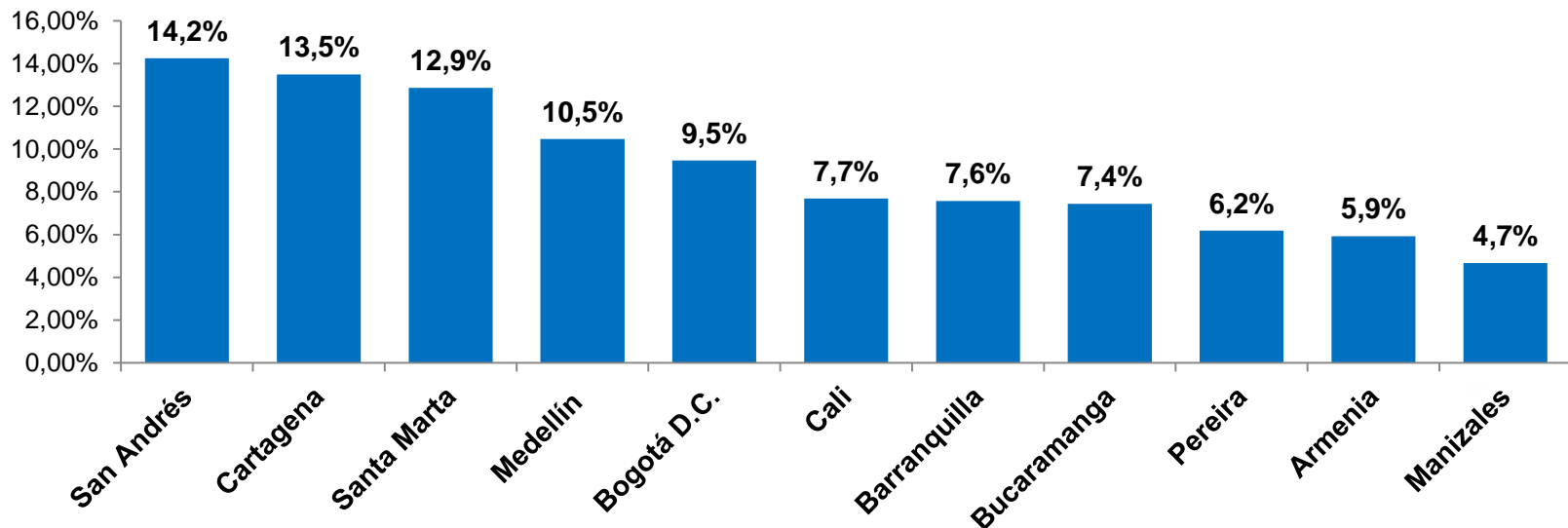
- Una proporción pequeña de agencias de viajes manifestó haberles ido peor tanto en el segmento nacional e internacional.

Ventas a nivel NACIONAL e INTERNACIONAL



Destinos NACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Mitad de Año 2012

- 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, Medellín y Bogotá.
- Siguen predominando los destinos de sol y playa.



Gráficas: Destinos nacionales – Base 31 agencias

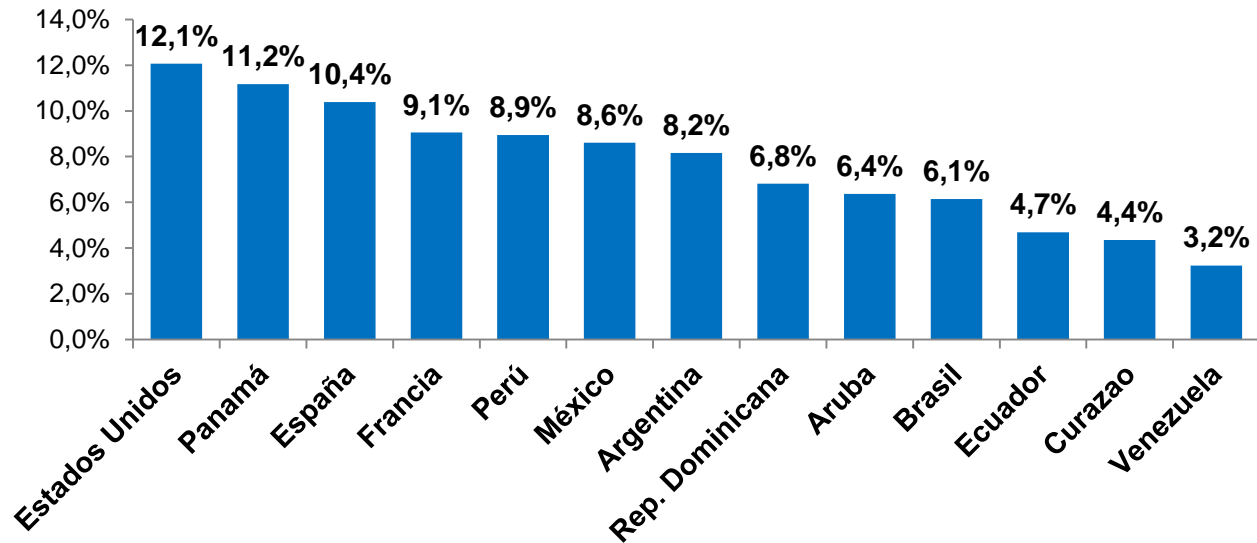
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos, ubicándolos porcentualmente.

Destinos INTERNACIONALES más vendidos por las agencias de viajes durante la temporada de Mitad de Año 2012

- Estados Unidos y Panamá siguen predominando como los países preferidos por los colombianos para la temporada de Mitad de año 2012.

- Se resalta el caso de España, Francia, Perú, México y Argentina como los destinos internacionales de importancia para la venta de las agencias de viajes.

- Ecuador y Venezuela siguen perdiendo peso dentro de las ventas de las agencias de viajes durante las diferentes temporadas del año.



Gráficas: Destinos Nacionales – Base 31 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 2012 por las Agencias de Viajes fueron:

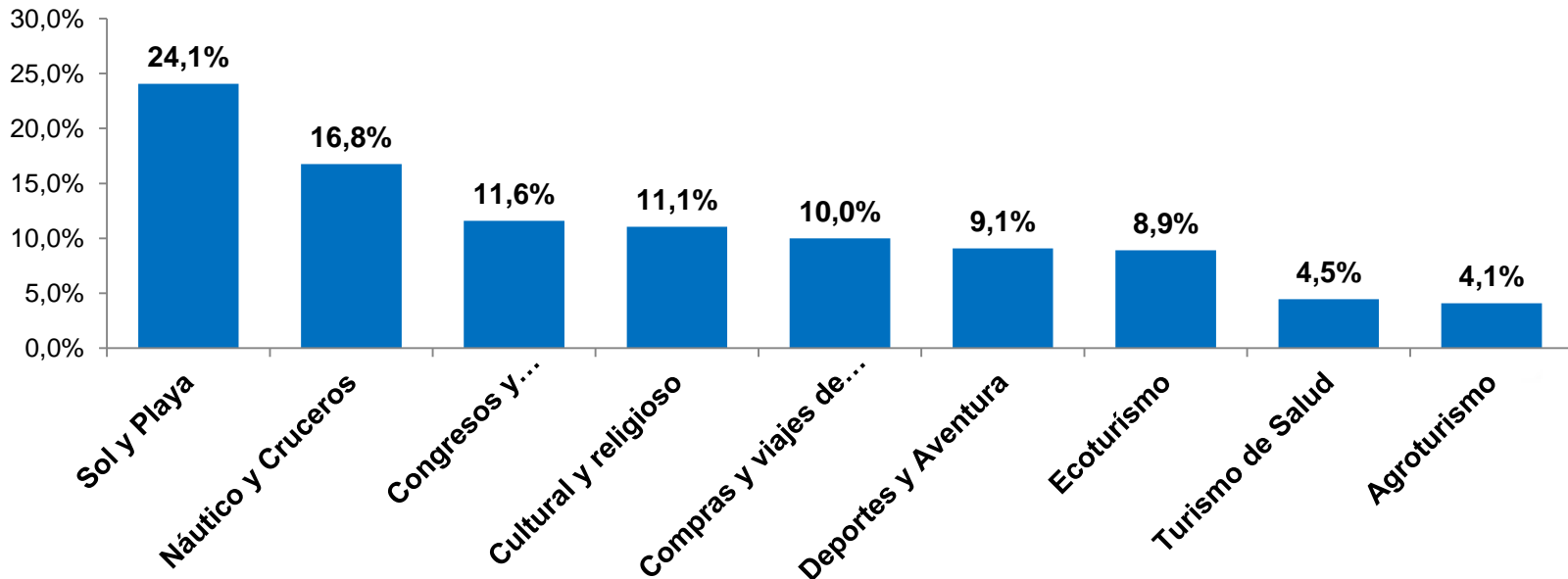
- Paquetes todo incluido a San Andrés (Decameron), Cartagena (Hoteles Hilton, Las Américas y Almirante) y Santa Marta (Irotama y Parque Tayrona).
- Paquetes todo incluido al Eje Cafetero.
- Planes todo incluido de 4 días y 3 noches
- Planes a la Guajira Colombiana, Cabo de la Vela, Punta Gallinas y Capurgana
- Un porcentaje muy bajo respondieron con planes a Villavicencio, Gorgona

Algunos **PAQUETES TURÍSTICOS INTERNACIONALES** vendidos para esta temporada de Mitad de año 2012 por las Agencias de Viajes fueron:

- Planes todo incluido a Panamá (5 y 6 noches), por el precio y porque no piden Visa.
- Cruceros desde Panamá, Punta Cana y Cuba.
- Cruceros por el Caribe.
- Planes a Estado Unidos (Miami, Orlando, visita a los Parques Disney)
- Planes todo incluido a Republica Dominicana (Punta Cana), Aruba, Curazao.
- Planes a Cuba
- Planes a México (Cancun), Argentina y Perú
- Planes a Europa y Oriente

PRODUCTOS TURÍSTICOS según la importancia en ventas para la agencia durante la temporada de Mitad de año 2012

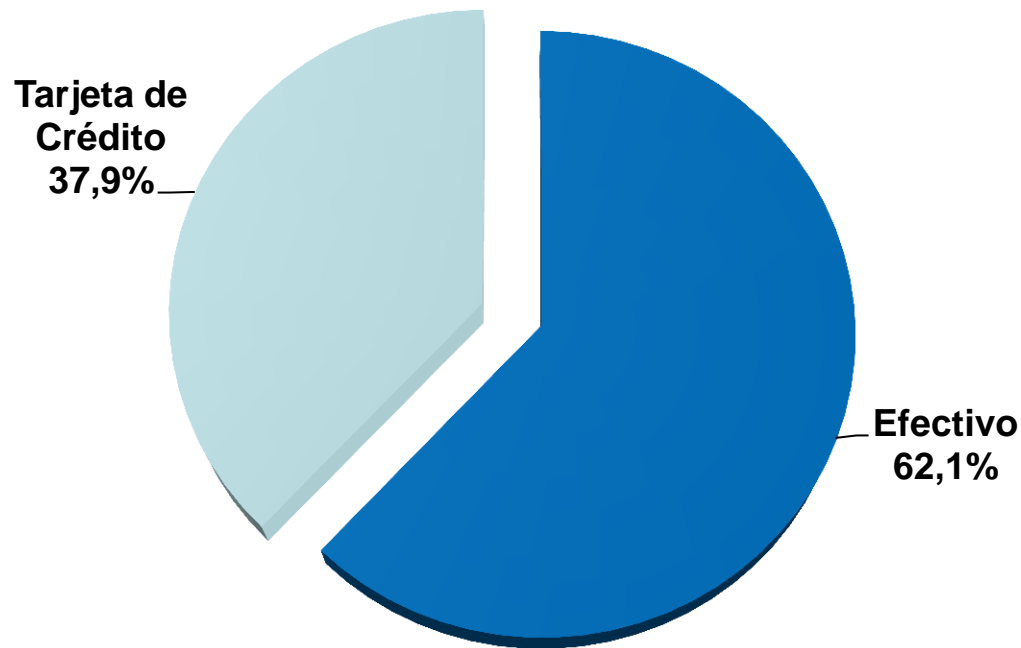
- Sin duda el producto turístico más vendido por las agencias de viajes durante las diferentes temporadas del año es Sol y Playa.
- Los cruceros se consolidan en el segundo lugar.
- Para esta temporada predominó en tercer lugar el producto de Congresos y Convenciones



Gráfica: Producto turístico de mayor demanda – Base 31 agencias

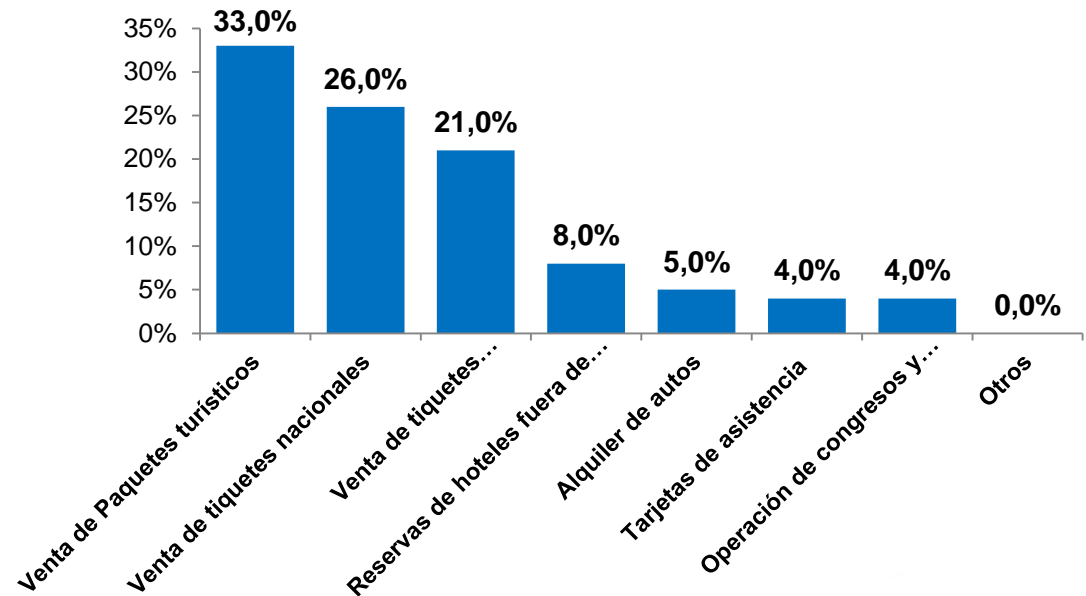
Las agencias encuestadas contestaban marcando un puntaje de 1 a 5 de acuerdo a la importancia de cada segmento dentro de sus empresas, respecto a esto se realizó la sumatoria de los puntos y ubicándolos porcentualmente.

¿Cuál ha sido la forma de pago más usada por los clientes de las agencias de viajes para esta temporada de Mitad de Año 2012?



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

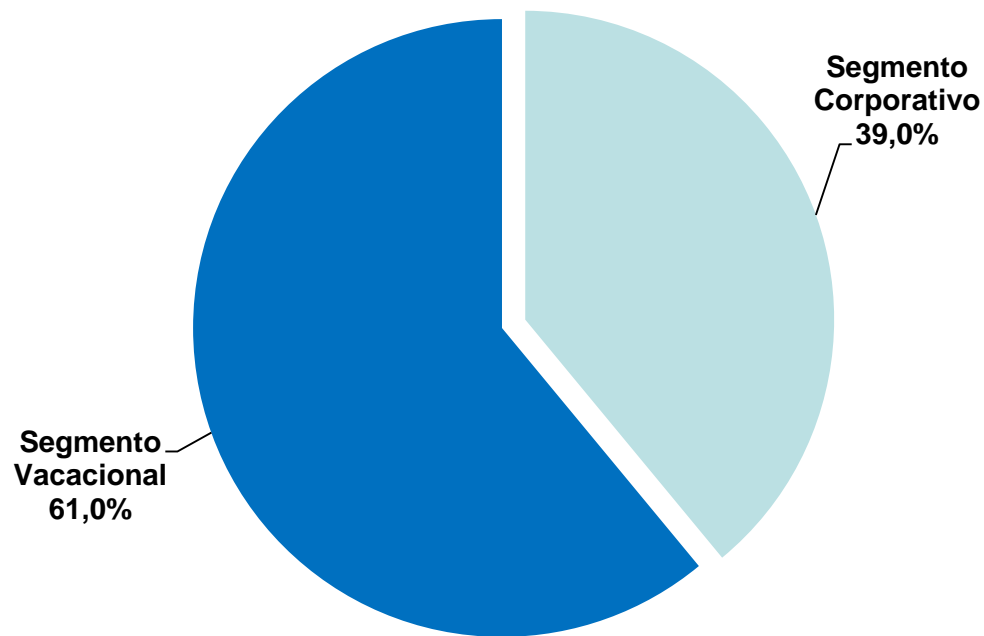
- Si separamos el peso de los tiquetes aéreos nacionales e internacionales, los paquetes turísticos representan el servicio turístico más importante ofrecido por las agencias de viajes.
- Sumando la participación de los tiquetes nacionales e internacionales representan el 47% de las ventas totales.
- La venta de tiquetes nacionales representa el 55% de la venta total de tiquetes aéreos, mientras que los internacionales el 45%.



Gráfica: Porcentaje venta de servicios turísticos – Base 27 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 27 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 2012

¿Qué porcentaje estima que crecieron o disminuyeron sus ventas en lo corrido de la temporada de Mitad de Año 2012 respecto al mismo periodo del 2011?

- El 89% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas aumentaron en promedio un 18% durante la temporada de mitad de año 2012 con respecto al año 2011

- El 11% de las agencias encuestadas determinaron que sus ventas disminuyeron en promedio un -15% durante la temporada de mitad de año 2012 con respecto al año 2011