

SEMINARIO DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Febrero, 2016

Sector Recreación y Turismo



Contenido

- 1. Análisis del entorno**
- 2. Síntesis Plan Estratégico**
- 3. Balance 2015 por Unidad**
- 4. Resultados Económicos 2015/ Presupuesto 2016**
- 5. Prioridades 2016**

Comeva Turismo

Tendencias de Viajes y turismo 2016:

- Viajes de negocios sí pero con espacio para el placer y el esparcimiento familiar.
- El mundo de las búsquedas y las compras de planes turísticos se volvió móvil.
- El marketing de viajes experiencial sube como espuma, al face to face.
- Crear paquetes completos, ofrecer todo incluido como soluciones para nuestros viajeros.

<http://siemprecolombia.info/tendencias-viajes-turismo-2016/>

The world and buyers have changed

What once worked, will not work anymore



Más de 400 búsquedas por minuto sobre hoteles se hacen en Google Colombia

Viajes y paquetes turísticos, lo que más compran los colombianos online

Las cifras que arrojó el pasado cyberlunes realizado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, demostraron que los viajes, paquetes turísticos, la moda, la tecnología y cuponerías, son las categorías más buscadas por las personas a la hora de comprar en línea.

<http://www.vanguardia.com/colombia/340597-19> dic_15

Análisis del entorno

Hoteles & Resort



La ocupación en los hoteles del país llegó al 52.87%, en diciembre, una cifra superior en 4.9% a la reportada en el mismo mes del 2014.

Así lo reportó la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Coltelco), que señaló que “esto se deriva por la demanda interna, ya que con el aumento de la tasa de cambio, los colombianos han sustituido destinos internacionales por los destinos nacionales”.

Cotelco, ene/16

	H&R	Tiempo compartido
Índice de ocupación / Pax	3,94	5,20
Estadia promedio /noches	3,43	6,45

Recreación



GESTION DE LA RECREACION:O se le apuesta a los **EVENTOS** –usualmente masivos y con el criterio que estamos recreando a la población-, o se le apuesta a los **PROCESOS** -con el criterio que uno no recrea a nadie ni nadie lo recrea a uno, sino que las instituciones lo que hacen es generar espacios para que las personas entren en sus propios procesos de recreación.

<http://www.redcreacion.org/gestion.html>

Tendencias en la globalización de la recreación, Alberto Calderón García.

- El incremento de la expectativa de vida de la población de tercera edad dirigirá el mercado de productos y servicios recreativos.
- El aumento de las enfermedades crónicas (de la civilización) fomentará los programas de estilos de vida saludable.
- La globalización, gracias a la comunicación instantánea, generará patrones recreativos similares en el mundo.
- El aburrimiento, depresión, neurosis, aislamiento y el estrés permitirá el desarrollo de programas recreativos que los equilibren y reduzcan.
- La ciencia y la tecnología cambiarán permanentemente los estilos recreativos.
- La recreación ecológica y al aire libre, la comunitaria y la del hogar primarán sobre las demás.
- La recreación como negocio desarrollará tendencias ilimitadas de mercadeo, por las dificultades económica en la provisión de esos servicios estatales.

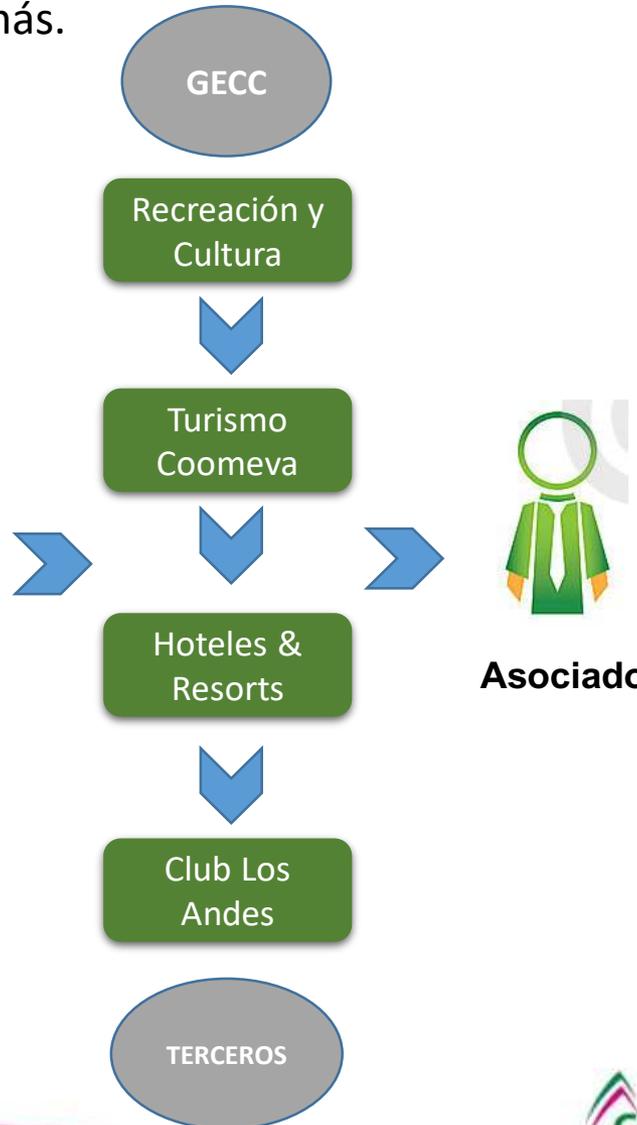
Síntesis Plan Estratégico

¿Para que lo hacemos?

En Coomeva Sector Recreación y Turismo entendemos la recreación y el ocio como una oportunidad para ReCrear y ReConstruir nuestras vidas junto a los demás.

Promesa del Sector

Somos un Sector que propicia experiencias en el tiempo libre que contribuyen al proceso de transformación del Ser y del desarrollo humano, fortaleciendo la interacción familiar y social.



Buscamos generar **COMUNIDAD** e **IDENTIDAD** de forma que nuestros asociados “perciban” los beneficios que le ofrece Coomeva por pertenecer a la Cooperativa.

Desarrollo humano integral mediante la formación en el ser, el saber y el emprender.

Vivir el tiempo libre a través de la diversión y el entretenimiento, aprovechando los momentos de ocio y permitiendo realizar actividades que rompan la rutina de la vida diaria.

Cultural

Vive Gourmet

Vive el Arte y la Cultura

Recreativo

Vive en Familia

Vive y hazlo tu mismo

Viajeros

Vive tu Región

Vital

Vive Vital

Vive tu Planeta

Vive Solidario

Deporte

Vive Caminantes

Vive el Deporte

Un programa es un conjunto de actividades INTEGRADAS Y DIFERENCIADORAS que buscan ofrecer una oferta completa en torno al tema y expectativa de los asociados

Coomeva Sector Recreación y Turismo				
Unidades de Negocio				
Programas				
Vive Tu tiempo Libre en Familia	Día de los Ahijados, Día de Abuelos y Nietos	Salidas Turísticas en Familia, Salidas Temáticas	Plan Vacacional Union Familiar en Resort	Festival de Verano, Día deportivo de la Familia, Spa de Madres e Hijos
Vive Tu Club de Caminantes	Caminatas, Convenios del Programa, Conferencias	Encuentros Nacionales e Internacionales de Caminantes	Caminata Ecológica Parque Tayrona	Talleres y acondicionamiento físico
Vive Gourmet	Eventos Clases Chef Gourmet, Conferencias y convenios con Restaurantes	Convenios Hoteleros, Salidas nacionales e internacionales Gastronómica: Viñedos Chilenos, Festival Gastronómico de Popayan, Peru.	Noche Gastronómica en la Villas Andes Golf	Talleres de Gastronomía en el Club, Festival Gastronómico.

Balance 2015 – Coomeva Turismo

El 2015 fue uno de los años que más retos presentó para el sector turístico principalmente por el comportamiento del dólar, el cual desestimuló los viajes al exterior, igualmente la incursión de agencias de viajes online de talla mundial en el mercado Colombiano.

En respuesta al panorama nacional, durante el 2015 se generó una mayor oferta de productos para el Asociado. nacionales e internacionales, y se intensificó la gestión de mercadeo a través de los canales institucionales y virtuales.

La evolución de la oferta y la demanda en la industria del turismo, a partir del desarrollo y penetración de nuevas tecnologías y plataformas de comercio en el país, llevo a Coomeva Turismo a plantear un **nuevo modelo de negocio incursionando en un canal virtual de ventas**, a través de una alianza con la firma Price Travel, la cual inició su estructuración en el 2015 y dio inicio en febrero de 2016.



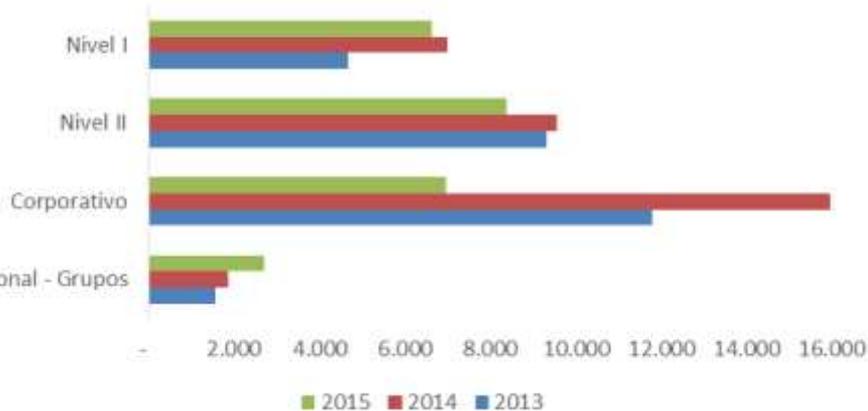
- Productos a precios competitivos
- Información de viajes disponible en todo momento
- Confirmación inmediata
- Plataforma amigable y de fácil uso
- Dinamismo en el servicio
- Diversidad de formas de pago
- Call center 7x24

Beneficio para el Asociado



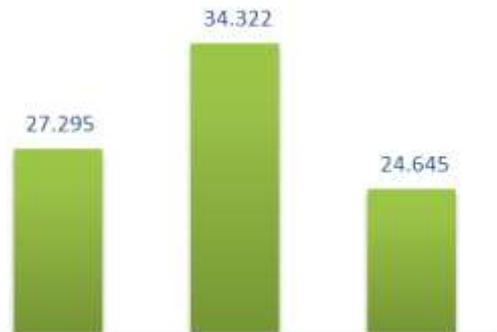
Balance 2015 – Coomeva Turismo

Comparativo Ventas por Niveles (millones)

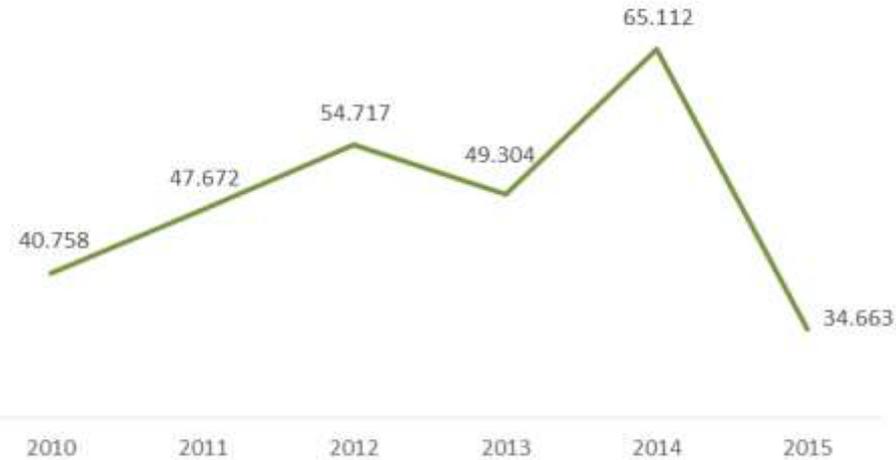


En el 2015 no se continuó con la atención de viajes para Coomeva EPS, programa No POS

Ventas Anuales (millones)



Comportamiento Pasajeros Movilizados



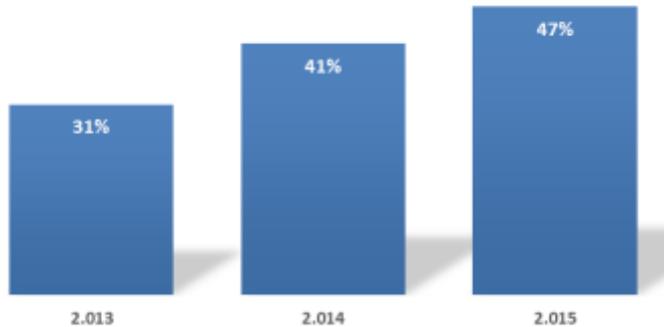
- 120 salidas turísticas en todo el país.
- **Premio Club Honores de Avianca** como 4 año consecutivo, reconocimiento a Coomeva Turismo como una de las 21 agencias de viajes más grandes en Colombia.
- Exposer: 1320 participantes, 39% de Asociados de otras ciudades.
- Beneficios para el Asociado
 - ✓ **847** bonos súper viajeros con ahorro de **\$42 millones**
 - ✓ **\$150 millones** en subsidio boletería Exposer
 - ✓ **\$480 millones** de descuentos en tiquetes aéreos

Balance 2015 – Unid. Corporativa Recreación



La Unidad corporativa de recreación y cultura inició su operación desde el 1 de enero/15, al interior de Coomeva. Avanzó positivamente en el modelo de oferta que integra los eventos y convenios a través de “Programas”, para el cierre del año se presentó al servicio de los asociados Vive Caminantes y Vive Gourmet.

Comportamiento Tasa de Uso anual

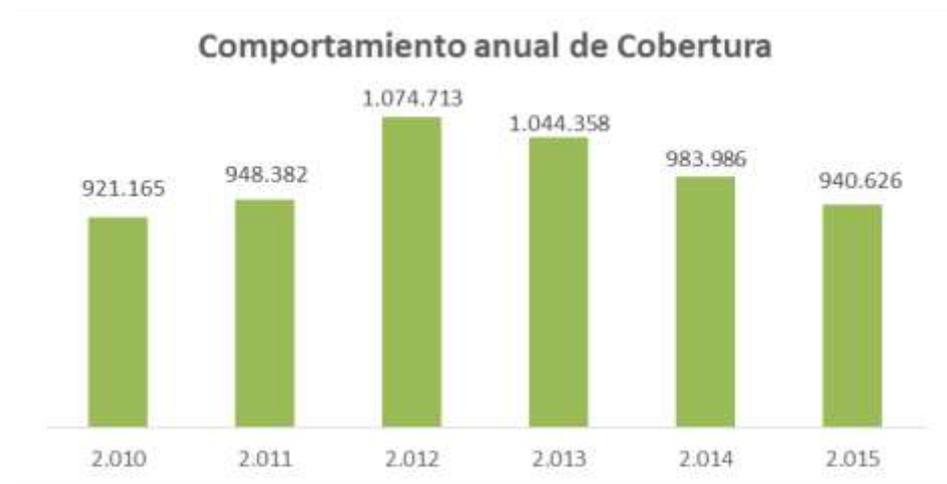


Con la depuración de asociados en diciembre, la tasa de uso sería del 50%

REGIONAL	INDICADOR DE RE-USO			
	TASA DE USO # ASOC	# EVENTOS X ASOC	TOTAL COBERTURA	# ACOMP X ASOC
BOGOTÁ	26.757	1,7	127.964	2,8
CALI	33.404	2,1	290.902	4,2
CARIBE	15.788	2,4	144.135	3,8
EJE CAFETERO	9.557	2,9	75.662	2,7
MEDELLÍN	25.281	2,8	263.918	3,7
PALMIRA	4.665	1,7	38.045	4,8
NACIONAL	115.452	2,3	940.626	3,6

Los 115.452 asociados que usaron los productos de Recreación por lo menos una vez al año, participaron en promedio 2,3 veces en la programación para un total de 265.540 asociados, con un promedio de 3,6 miembros de su familias y una cobertura total de 940.626 personas.

Balance 2015 – Unid. Corporativa Recreación



La disminución de la cobertura obedece a que estratégicamente en el año 2013 se definió dar foco a promover el uso de los asociados a la oferta, orientando los recursos a cumplir con este objetivo (medido por el indicador de tasa de uso, con un resultado ascendente), y no hacia el volumen de participantes.

Se realizaron mejoras a nivel tecnológico y operativo que redundaron en un mejor servicio al asociado, entre otras:

- Implementación de la taquilla virtual para venta y entrega de boletería en barras comerciales.
- Disminución del tiempo en el proceso de entrega de boletería de 6 a 1 minuto en razón a la eficiencia de la nueva taquilla.
- Implementación del canal virtual para la venta de boletería propia "On Line".
- Implementación del módulo de inventario, para garantizar oferta permanente de Boletería.