

FORMATO DE ENTREVISTA

La presente encuesta se realiza con el fin de obtener información necesaria para la realización del trabajo de grado del estudiante Joao Hernández de la Universidad del Rosario. Cualquier información acerca de nombres de personas naturales, será omitida de los datos que se presentaran al público, así como cualquier dato que usted considere confidencial.

Agradecemos por su colaboración.

1. Razón social de la empresa:
2. Actividad económica de la empresa:
3. Sector en el que se encuentra:
4. Año de inicio de actividades de la empresa / Años en el mercado:
5. Número de empleados en la empresa:
6. Nombre de la persona entrevistada:
7. Cargo/ posición ocupada:
8. ¿Cuántos productos/servicios ofrece? Mencione los principales.
9. ¿Cuál es su productos/servicio estrella?
10. ¿Cuál es el factor diferenciador de su empresa?
11. En la trayectoria de la empresa, ¿cuáles han sido los principales cambios estructurales del sector (aspectos como el internet, cambios normativos, tasa de cambio, cambios climáticos, nuevos gustos/tendencias del mercado, etc.) en los ámbitos: político y económico, tecnológico, ambiental y socio-cultural?
12. ¿Qué consecuencias generaron estos cambios en su empresa?
13. ¿Qué acciones tomaron para enfrentar estos cambios?
14. ¿Se tomaron o han tomado medidas para prevenir futuros cambios en el sector? Si la respuesta es NO, ¿Por qué? Si la respuesta es SI, ¿Qué medidas tomaron?
15. ¿Qué porcentaje de los costos totales de su empresa, son costos fijos?
16. ¿Quiénes son sus principales competidores, nómbralos?
17. ¿Considera que la principal ventaja de su producto/servicio es el precio o la calidad?

18. Que tan frecuentemente hay nuevas apariciones (nuevo cliente, nuevo mercado, nuevo producto/servicio) dentro de los siguientes aspectos, tanto en el sector como en la empresa?
19. ¿Considera que en el sector hay una agresiva guerra de precios? ¿Por qué?
20. ¿Se ha considerado en la empresa cambiar de actividad económica? Si la respuesta es SI ¿lo considera viable? ¿existe alguna barrera importante a tener en cuenta?
21. ¿Dentro de sus principales competidores, se puede identificar alguna empresa extranjera?
22. ¿Cuál es el promedio de clientes que utilizan sus productos/servicios al mes?
23. De este promedio, ¿Qué porcentaje de clientes son recurrentes?
24. ¿Cuáles son sus principales mercados?
25. ¿Qué tan importante es para sus clientes, en la planificación de sus viajes, el uso de una agencia de viajes?
26. ¿Considera que en el sector existen economías de escala? (economías de escala: reducción de costos al aumentar el volumen de ventas)
27. ¿Cuántos convenios con proveedores maneja su empresa? ¿Cuántos de estos son exclusivos? ¿Con que frecuencia se generan nuevos convenios?
28. De los convenios anteriormente citados, existe alguno que se considere de carácter fundamental para la empresa? ¿Por qué?
29. ¿Cuáles considera usted que son los requerimientos mínimos para ingresar al sector en que se encuentra la empresa?
30. ¿Quiénes son los principales líderes de su sector? ¿Cómo se ve la empresa influenciada por ellos?
31. ¿Se han realizado inversiones en la empresa? ¿de qué tipo? (capital, investigación y desarrollo, formación laboral, etc.)
32. ¿Se ve la empresa afectada por alguna política gubernamental? ¿Cuál? ¿De qué forma?
33. ¿Qué tan fácil podría la empresa realizar las actividades de los proveedores?
34. ¿Qué tan similares son sus proveedores? (en términos de prácticas, políticas, etc.)
35. ¿Qué productos/servicios sustitutos tiene la empresa?

¡Gracias!

MATRIZ DE COEVOLUCIÓN

Tiempo	1990-2000	2000-2006	2006-2009	2009-2012	2012-2015
Discontinuidad política	Recrudescimiento de la violencia	Política de seguridad democrática del gobierno de Álvaro Uribe Vélez	Políticas de fortalecimiento del sector turismo.	Programas de promoción del turismo.	Mejoramiento de infraestructura.
	Aumento de secuestros, extorsiones y terrorismo.		Creación de figuras para capacitación a empresas del sector.		
	Corrupción e inestabilidad política.				
Discontinuidad económica	Apertura económica de 1990.	Mayor demanda de paquetes turísticos	Crisis económica del 2008. Disminución de las comisiones por paquetes aéreos.	Disminución del mercado dadas las posibilidades de contactar directamente con el operador.	Aumento en la demanda de paquetes turísticos
Discontinuidad Sociodemográfica	Percepción de inseguridad y miedo a la movilización dentro del país.	La gente se sentía más segura, quería viajar más	Cambio en las preferencias de destino y actividades.	Los clientes adquirieron mayor control sobre los paquetes que les venden.	Exigencia de respuesta inmediata
	Los viajes se consideran bienes de lujo.	Mejoramiento de la imagen interna y externa del país.	Capacitación y formación de técnicos y tecnólogos en turismo.	Cla invernal en el país.	Cultura de preferencia por beneficios adicionales en las personas
	Dependencia de los clientes con las agencias para viajar	Disminución de la dependencia de los clientes con agencias	Generación de oportunidades para las comunidades locales. La clase media empezó a viajar más a través de agencias	La asesoría en viajes toma un papel importante en las personas	Cambio generacional en los viajeros
Discontinuidad tecnológica		Explosión del internet.	Aparición de las redes sociales.		Mayor velocidad en las transacciones.
Discontinuidad normativa		Aparición de las normas técnicas sectoriales. ICONTEC	Recargo adicional por compra de tickets aéreos a través de viajes.-Aerocivil		
Empresas	Mercadeo enfocado más al producto que al cliente.	Diversificación de mercado. Exploración de nuevos destinos dentro del territorio nacional.	Incursión en el E-business	Cambio en el estilo de venta, generación de valor agregado en la venta.	Integración de servicios operadores y aplicaciones.
	Se promovían los destinos tradicionales.		Ecoturismo y Turismo de aventura	Aumento del mercadeo con promociones y mejoras en los paquetes turísticos.	Fortalecimiento al servicio al cliente y fidelización.
	Los precios de los paquetes turísticos muy elevados.	Incremento de ventas para el sector	Disminución en precios en los paquetes turísticos.	Creación de alianzas estratégicas entre las agencias de viaje.	Personalización de paquetes y segmentación de mercado.
			Enfoque hacia la calidad. Sistemas de gestión y capacitaciones.	Fortalecimiento en la relación con el gobierno.	Creación de plataformas tecnológicas y bases de datos.
			Inclusión de aprendizaje cultural en los paquetes turísticos.	Disminución de oficinas con atención directa al cliente. Disminución en las ventas. Crisis en el sector	