

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA EN ETIQUETA, PROTOCOLO Y SERVICIO AL CLIENTE
UBICADA EN EL MUNICIPIO DE MELGAR TOLIMA

JENNY MELISSA MENDOZA TORRES

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA SECCIONAL ALTO MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, CUNDINAMARCA

IX SEMESTRE

2017

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA EN ETIQUETA, PROTOCOLO Y SERVICIO AL CLIENTE
UBICADA EN EL MUNICIPIO DE MELGAR TOLIMA

JENNY MELISSA MENDOZA TORRES

Trabajo de grado para obtener el título de Administradora Turística y Hotelera

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA SECCIONAL ALTO MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, CUNDINAMARCA

IX SEMESTRE

2017

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
2. EL PROBLEMA:	6
3. JUSTIFICACIÓN.....	9
4. MARCO DE REFERENCIA	11
5. MARCO LEGAL	15
Ley 1558 de 2012, nueva ley de turismo	16
Ley 1558 de 2012, nueva ley de turismo	16
Estatuto de trabajo:	17
6. ESTRATEGIA METODOLOGICA	20
TAMAÑO:	21
UBICACIÓN:	21
NOMBRE:	21
VISIÓN	21
MISIÓN	22
OBJETIVOS DEL NEGOCIO	22
7. VENTAJAS COMPETITIVAS	22
8. ANÁLISIS DE MERCADO	22
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	22
9. ANALISIS DEL SECTOR:	23
<input type="checkbox"/> FACTORES ECONOMICOS:	23
<input type="checkbox"/> FACTORES SOCIOCULTURALES:.....	23
<input type="checkbox"/> FACTORES POLITICOS Y ADMINISTRATIVOS:	24
<input type="checkbox"/> FACTORES TECNOLOGICOS:	25
10. ANALISIS COMPETITIVO DE PRECIOS	25
11. ANALISIS DE LA COMPENTECIA.....	26
12. DESARROLLO TÉCNICO (PORTAFOLIO DE SERVICIOS).....	26
13. ANÁLISIS FINANCIERO.....	27
14. DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	30
ANALISIS DE LA ENCUESTA:.....	30

RESULTADOS DE LA ENCUESTA:.....	31
15. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	38
16. CANVAS DE JM CONSULTORÍA.....	39
17. CONCLUSIONES.....	42
BIBLIOGRAFIA.....	43

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de grado se afana un plan de negocios para la creación de una empresa consultora en etiqueta, protocolo y servicio al cliente en el municipio de Melgar, la cual realiza diferentes análisis con el fin de determinar la viabilidad de la empresa en el sector hotelero. Actualmente no existe este tipo de empresa en el municipio y cuando se requiere asesoría en estas áreas se debe acudir a las ciudades más cercanas como Bogotá e Ibagué, el diseño y posible ejecución de este tipo de servicios podría ser oportunidad en el sector. Se analizó por más de un año el comportamiento de asesorías y capacitaciones de la industria hotelera, asistiendo a las diferentes capacitaciones de servicio al cliente que programó la cámara de comercio del sur y oriente del Tolima, así mismo se realizó un número de encuestas las cuales fueron analizadas pregunta por pregunta para conocer la opinión de los administradores de hoteles y saber si ellos estarían dispuestos a invertir en este tipo de asesorías. Con objeto del mismo se encamina cumplir con los requisitos establecidos por la Universidad Piloto de Colombia Seccional alto Magdalena y obtener el título profesional como Administradora Turística y Hotelera.

2. EL PROBLEMA:

Melgar es un municipio que cuenta con 36.641 habitantes según las estadísticas del DANE y aproximadamente con una población flotante de 146.564 personas en temporadas altas como el mes de junio, diciembre y fines de semana, de acuerdo a los registros de visitas al punto de información turística (PIT) del municipio. Por esta razón es considerado un municipio de carácter turístico según la resolución 0348 de 2007; y fue promocionado internacionalmente durante los años 2006, 2007 y 2008 como destino turístico en Estados Unidos (MinCIT, 2006).

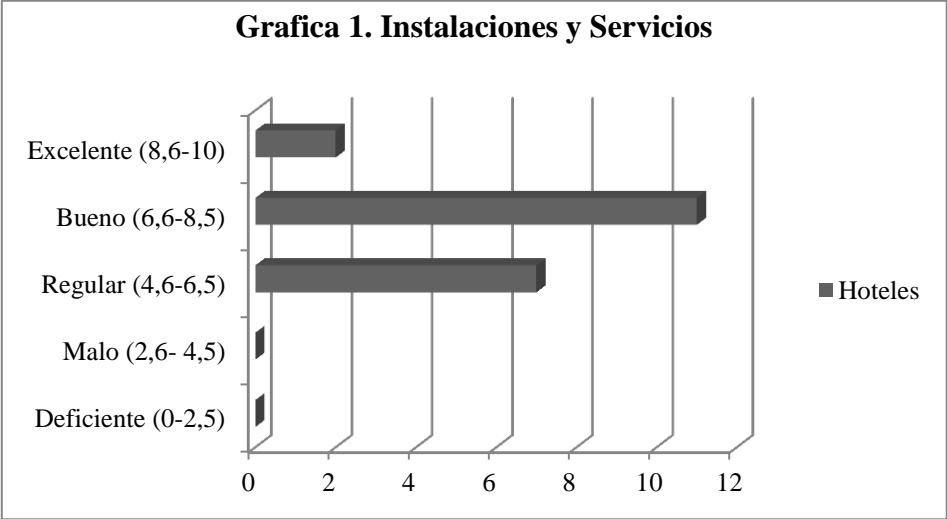
Por otra parte un número considerable de trabajadores en la industria del turismo y hotelería, son considerados empíricos o con conocimientos en otras áreas administrativas y no de servicio, puesto que varios hoteles son de familias y pasan de generación en generación ofreciendo el servicio de hospedaje de manera informal o no adecuada. En el censo general del año 2005 bajo la administración del ex alcalde José Alejandro Martínez Sánchez se observa que:

El 38,0% de la población residente en Melgar, ha alcanzado el nivel básico primario y el 32,9% secundaria; el 4,3% ha alcanzado el nivel profesional y el 0,6% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 9,0%. (DANE, 2005).

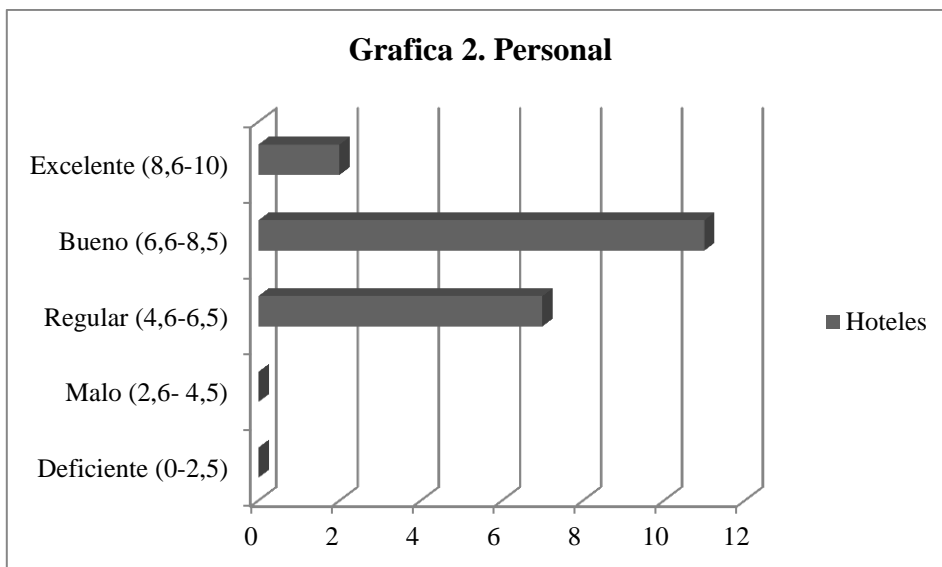
Para combatir este servicio informal se proyecta apoyar a la Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico del municipio, en las acciones registradas en el Plan de Desarrollo 2016-2019 que sean afines a los servicios de la consultoría en etiqueta, protocolo y servicio al cliente; tales como son formación, capacitación, cultura turística ciudadana (Concejo

Municipal, 2016, p.49). Así mismo trabajar de la mano de los hoteles del municipio y pugnar el número de comentarios negativos que se registran en páginas de reserva hotelera como son Booking, Trivago y Tripadvisor, las cuales son vistas por turistas a nivel mundial que desean reservar o simplemente visualizar la imagen de un destino y hotel.

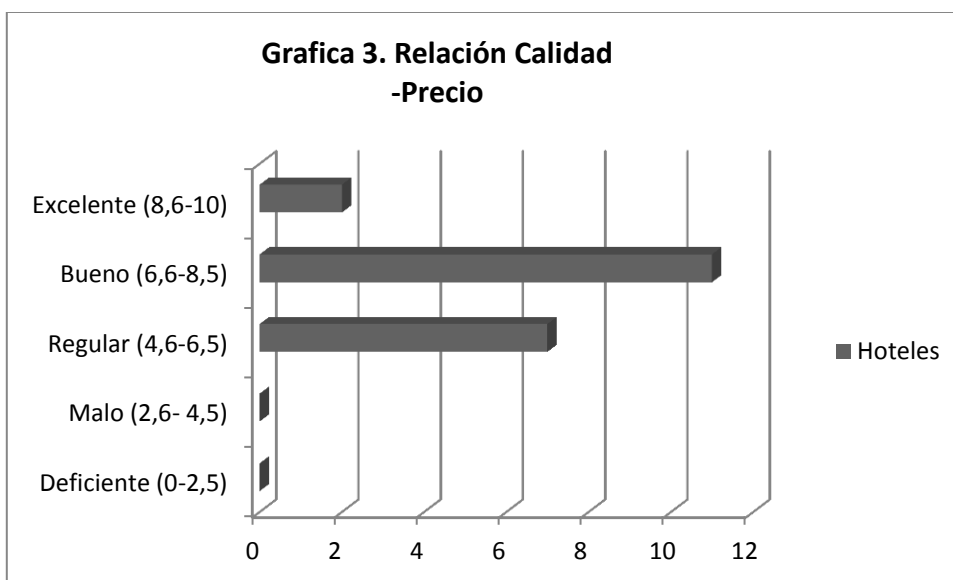
Por esta razón se realizan tres graficas de puntajes referentes a instalaciones y servicio, personal y relación calidad precio, de 20 hoteles registrados en la página web ww.booking.com.



(Fuente: propia)



(Fuente: Propia)



(Fuente: Propia)

En las tres graficas los hoteles en el Municipio de Melgar según los comentarios registrados en Booking.com por turistas, tiene una imagen favorable o buena en cuanto a instalaciones, servicios y relación calidad precio. Sin embargo el tope fue únicamente de 20 hoteles ya que la página tiene registrados 34 hoteles de los cuales 20 cuentan con comentarios visibles

esta información sirve para concluir que es posible mejorar la imagen hotelera del municipio por medio de consultoría en servicio al cliente o la que el hotel necesite de acuerdo a un diagnóstico inicial y llegar a ofrecer servicios con calidad y registrar un mayor número de hoteles con una calificación excelente. (Ver Anexo información de comentarios de la página Booking.com). Por lo tanto se sugiere crear una empresa consultora en etiqueta, protocolo y servicio al cliente; la cual apoyará y capacitará al personal hotelero, con el fin mejorar la imagen, calidad vs precio en los establecimientos hoteleros.

3. JUSTIFICACIÓN

Con la creación de una empresa de consultoría en etiqueta, protocolo y servicio al cliente se podrá mejorar el nivel competitivo en el sector hotelero y apoyará al desarrollo de la región como lo tiene establecido en la visión del PBOT (Plan Básico de Ordenamiento Territorial) de Melgar, capítulo 1 artículo 6 “...ha logrado la suficiencia en la oferta de bienes y servicios que garantizan calidad de vida a la población y lo consolidan como un polo turístico de relevancia nacional” (PBOT, 2016, p 3) a su vez aportará al desarrollo nacional del país, y económicamente participará en el crecimiento pronosticado que según la Organización Mundial de Turismo, “será de un 4,4% anual en los próximos diez años” (DNP y MinCIT 2014,p 5).

La Organización Mundial del Turismo señala que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio, lo que hace que genere impactos en las economías de los países receptores y emisores, en el entorno natural, en los destinos y en la población receptora. Esta

diversidad de impactos genera la necesidad de procesos de planificación que aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión. (OMT, 2008)

En el Plan Sectorial de Turismo “turismo para la construcción de paz” enfatizan la importancia del buen trato, la actualización tecnológica y ecológica y las competencias específicas o transversales que permitan dar un trato profesional y personalizado a sus clientes optimizando tanto los recursos tangibles como los intangibles que posea la empresa (MinCIT, DNP, p 13). Del mismo modo el doctor Manuel García, gerente regional de Albenture, multinacional especializada en ofrecer programas de asistencia a los empleados, menciona “que dar soluciones integrales a las necesidades del talento humano no solo genera un aumento en la productividad, sino que crea un vínculo emocional y de pertenencia difícil de igualar con otro tipo de beneficios” (el empleo.com, 2013). Por lo tanto es importante brindar consultoría y apoyo constantemente a los colaboradores de la industria hotelera y generar en ellos un sentido de pertenencia por el municipio y atraer más turistas los cuales se lleven la mejor imagen de Melgar y se refleje en estadísticas de páginas web y del PIT.

Por otra parte en Colombia se cuenta con gran variedad de culturas, por lo tanto la diversidad de acentos, tonalidades y comportamiento sociales no son iguales en el país en general. Por ello mismo se debe manejar en la industria una actitud, un tono suave y neutro que facilite la amabilidad y comunicación entre el turista y el colaborador. A consecuencia de ello es importante establecer un protocolo de servicio y estandarizarlo en cada uno de los hoteles, generar un sello personal en servicio y etiqueta. Generar cordialidad en cada área del hotel y que eso se vea reflejado en la imagen positiva que se lleve cada turista.

4. MARCO DE REFERENCIA

Una empresa consultora puede aportar múltiples beneficios, herramientas y soluciones a una compañía, tal como lo expresa Josep Rodríguez en el artículo publicado en la página web el profesional de la información así: “Con la colaboración de una empresa de consultoría se obtienen conocimientos acumulados, experiencia y trabajo profesional especializado, con los consiguientes ahorros de inversión y de tiempo, mejorando con ello la productividad de la organización” (Rodríguez, 2000, p 12). Las compañías deben contratar una empresa consultora, con el objetivo de mejorar cierta área o servicio. Un consultor externo puede dar una visión distinta a la de un trabajador de planta de esa compañía. En una matriz de impacto se puede observar los puntos críticos o de mejora que se deben realizar en una compañía para mejorar la imagen de la misma hacia los visitantes y huéspedes. El tener una imagen favorable, hoy en día en las redes sociales es un punto importante para la sustentabilidad y rentabilidad del hotel o servicio turístico. Pues es lo que está más cerca al público y es un foco de referencia para visitantes y turistas que hacen reservaciones vía internet.

En efecto la licenciada Ana Patricia Vásquez expresa que la consultoría “es una recomendación de medidas apropiadas y de prestación de dicha asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones. La consultoría de organizaciones o empresas es un servicio al cual los directores de empresas pueden recurrir si sienten necesidad de ayuda en la solución de problemas. El trabajo del consultor empieza al surgir alguna situación juzgada insatisfactoria y susceptible de mejora para dicha organización (Vásquez, 2016, par 2). Es un concepto apropiado para fijar la naturaleza de la empresa; desde allí se desprende un amplio glosario y objetivos que se fijarán al momento de establecer la organización. La

cual se encargará en mejorar la calidad del personal colaborador de la industria en sus tres especialidades y con eso subir los estándares de calidad y a justar la balanza entre precio y servicio.

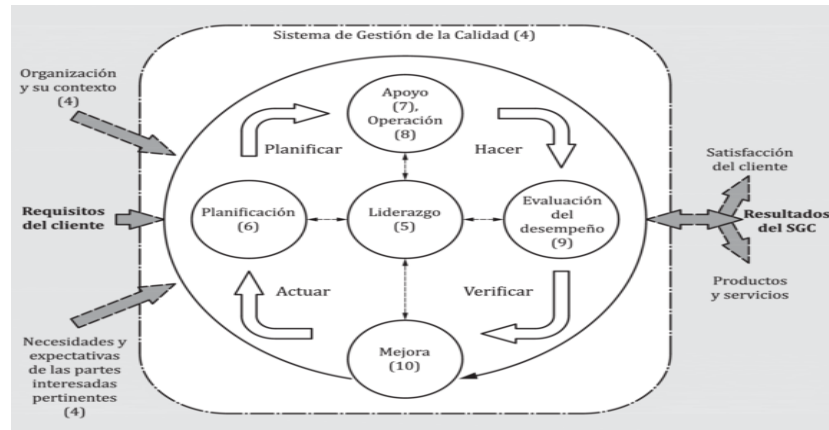
Por otro lado en la **Teoría de la organización**, cabe destacar al ingeniero y teórico en administración de empresas, Henry Fayol, el cual pensaba que toda organización estaba basada en cinco funciones básicas, las cuales actualmente se siguen utilizando en cada empresa, como son: “seguridad, producción, contabilidad, comercialización y administración, además de catorce principios que deberían ser observados para operar con eficiencia” de igual forma la teoría nos dice que, la mejor forma de organización está basada en una distribución de funciones, que se subdividen en sub-funciones y procedimientos, los cuales a su vez son desarrollados por uno o más puestos. Así mismo en la **Teoría de las Relaciones Humanas**: se destaca considerablemente al australiano, psicólogo, sociólogo y teórico de la organización empresarial Elton Mayo, el cual descubrió sin proponérselo la importancia de los grupos informales, cuando trabajaba en la empresa Western Electric, mientras intentaba aplicar los principios de Taylor. La conclusión de Mayo sobre esta aparente contradicción de los principios taylorianos fue que los aspectos emocionales del trabajo resultan más importantes que los físicos, y que la participación social de los trabajadores es un componente fundamental de la productividad. En términos históricos administrativos, los experimentos evidenciaron que existen en las organizaciones grupos sociales que tienen una cultura propia (Rivas, 2009 p 13-14). La **Teoría del Comportamiento**, aunque es una teoría usada principalmente por psicólogos, es importante en las organizaciones, ya que trata de la toma de decisiones, las cuales todos sin importar el puesto o la labor que se esté

desarrollando siempre debe realizar, por lo tanto, para “Herbert Simón (1999) el gerenciamiento es sinónimo de toma-de-decisiones habiendo puesto foco en cómo se toman las decisiones en la práctica y como pueden éstas decisiones llegar a ser más efectivas. Sugiere que en el proceso general de toma-de-decisiones existen tres etapas principales:

1. Encontrando ocasiones en las cuales exista una decisión a tomar, lo que podemos asociar con una actividad de inteligencia en el sentido militar.
2. Inventando, desarrollando y analizando posibles cursos de acción, lo que podría denominarse como una actividad de diseño.
3. Eligiendo un curso particular de acción de todas las opciones posibles, representando una actividad “de opción / elección” u “optativa”.

Finalmente en la **Teoría del desarrollo organizacional** que plantea el economista Lewin McGregor, promueve el cambio planeado en la organización, dice que la colaboración entre distintos niveles organizacionales es posible y el funcionamiento tiene mayor optimización (Rivas, 2009 p 16-18). Las teorías son importantes para la planeación de una empresa, tener una organización administrativa permite alcanzar las metas sin contratiempos y genera confianza a los clientes. Por tal motivo se articula el ciclo PHVA el cual es una herramienta fundamental en las organizaciones. Los resultados de la implementación de este ciclo permiten a las empresas una mejora integral de la competitividad, de los productos y servicios, mejorando continuamente la calidad, reduciendo los costes, optimizando la productividad, reduciendo los precios, incrementando la participación del mercado y aumentando la rentabilidad de la empresa.” (Godoy, 2013 par 2).

Imagen 1: representación de la estructura de la norma ISO 9001: 2015



Fuente: ISO 9001:2015 (los números que hace referencia la imagen son los capítulos de la norma internacional).

El ciclo PHVA se puede aplicar a cualquier tipo de proceso y garantiza una gestión de calidad en la compañía o proceso que sea usado de forma correcta. Al planear los requisitos que quiere el cliente se puede ofrecer un portafolio de servicios oportuno y justo a la medida; hacer un diagnóstico principal y determinar desde donde se debe iniciar a trabajar y así verificar que el proceso sea evaluado y terminar con una mejora continua.

Por otra parte la **Etiqueta**, se define de la siguiente manera: sencillamente, abarca un conjunto de normas para hacer las cosas en forma correcta y de manera más fácil; es la expresión formal de los buenos modales que son imprescindibles para que todos podamos vivir en sociedad. **La etiqueta regula la conducta personal de los individuos**, es decir, todas aquellas cosas que nadie puede hacer por otro, como por ejemplo masticar los alimentos con la boca cerrada. Debe practicarse con naturalidad, igual en la intimidad que en público, estando solos o acompañados; es decir, las buenas maneras han de ser un hábito. (Urbina, 2009 protocolo.org). En otras palabras la etiqueta se forma en cada persona desde el hogar; los hábitos que han forjado desde pequeños se ven reflejado en la

forma en que actúa y se comporta un individuo tanto en sociedad como en la soledad. Esto no quiere decir que al tener un mal hábito no sea corregible, la solución radica desde el momento en que se acepta tener ese mal hábito y la decisión de corregirlo.

De igual forma el **Protocolo** se dice como término concentrador de otros afines, se puede definir como el conjunto de técnicas (basadas en normas, leyes, usos y costumbres) necesarias para la correcta organización y desarrollo de actos, bien sean públicos o privados, y la buena consecución final de los mismos (Urbina, 2009 protocolo.org). El protocolo es básicamente una reglamentación y un orden lógico para la realización de cualquier actividad. No en todas las organizaciones se debe aplicar el mismo protocolo, siempre y cuando no sea en eventos públicos o privados. Puesto que este tipo de eventos sociales o empresariales si tienen un protocolo determinado el cual se ajusta dependiendo de algunas variables, como puede ser clima, hora, lugar y tipo de evento. Pero para el protocolo de una empresa, se puede establecer el que más se ajuste a sus necesidades y todos los trabajadores deben cumplirlo y hacerlo cumplir con una buena actitud. Sobre todo los colaboradores que tienen contacto con el cliente, porque esta es la cara de entrada al hotel o empresa turística y de ahí depende una buena relación entre el huésped y el colaborador, y una buena recomendación o referencia por parte del cliente.

5. MARCO LEGAL

El marco legal abarcará todas las políticas necesarias para el funcionamiento y operación de la empresa consultora, teniendo como marco de referencia principal la nueva ley de turismo, ley 1558 de 2012. Igualmente las leyes laborales y del bienestar del trabajador.

Cuadro 1. Legislación para una Empresa Consultora en Etiqueta, Protocolo y Servicio al cliente en el sector turístico.

Ley	Artículo	Observación
Ley 1558 de 2012, nueva ley de turismo:	Art 3: Calidad. En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional.	Las capacitaciones permiten actualizar a los colaboradores y hacer seguimiento para cumplimiento de normas y metas. Garantizando calidad en los servicios donde se involucre en colaborador con el cliente.
Ley 1558 de 2012, nueva ley de turismo:	Art 16: Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, excepto las universidades e instituciones de educación superior y los medios de comunicación que realicen actividades de esta naturaleza cuando su objeto o tema sea afín a su misión.	La ley dice que todo operador de servicios turísticos debe contar con Registro Nacional de turismo según su actividad a desarrollar. Al ser un medio de comunicación de servicios turísticos, debe contar con RNT y mantener todos los requisitos legales

		para una óptima operación.
Estatuto de trabajo:	<p>Artículo 22 “Educación.</p> <p>Todos los trabajadores tienen derecho a la capacitación y al adiestramiento técnico y profesional. Es deber del Estado ofrecer los programas de formación respectivos y de los empleadores brindar todas las garantías para que los trabajadores puedan acceder a ellos y adelantarlos adecuadamente.</p>	<p>Es obligación del administrador, capacitarse y capacitar a los colaboradores. Para garantizar el óptimo funcionamiento de cada y una de las diferentes actividades que se realicen en el Hotel. El aprendizaje adecuado apodera y crea un sentido de pertenencia entre los colaboradores.</p>
	<p>Art. 36. Estímulo al conocimiento y la experimentación. Todos los empleadores respetarán la propiedad del trabajador sobre el desarrollo de su conocimiento y facilitarán la</p>	<p>No se debe tomar como burla o morbo la “condición” de un trabajador si no tiene el suficiente conocimiento o experiencia en algún área específica o tecnológica.</p>

	<p>experimentación, creando incentivos especiales para el fomento de la ciencia y la tecnología, en procura de mejorar la calidad del trabajo, la productividad y el bienestar de los trabajadores.</p> <p>Así mismo los sistemas de gestión de calidad, garantizan el óptimo desempeño y funcionamiento de la compañía y para ello se debe trabajar continuamente con los colaboradores de la organización hotelera.</p>	<p>Se debe capacitar y orientar a todos los trabajadores en el buen uso de las herramientas tecnológicas que están conectadas en diferentes áreas. Esto garantizará calidad en todos los canales de comunicación.</p>
<p>Ley 905 de 2004</p>	<p>Artículo</p> <p>2. <i>Definiciones.</i> Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación</p>	<p>JM Consultoría, será una pequeña empresa, ya que contará únicamente con tres colaboradores y prestará servicios.</p>

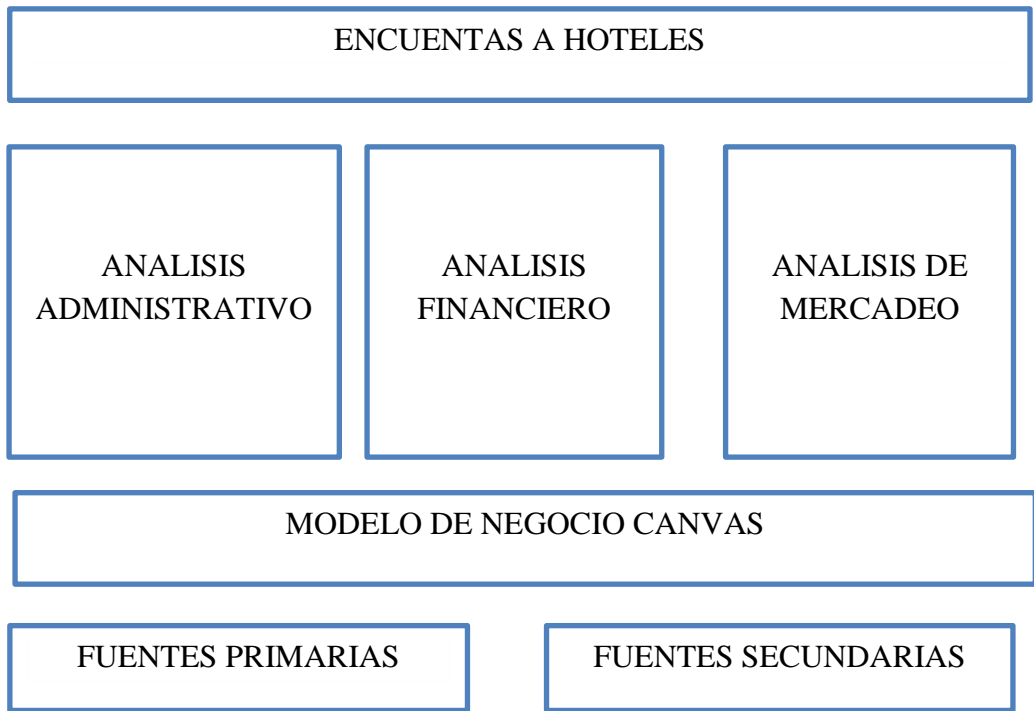
	<p>económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros: Pequeña empresa: a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.</p>	
<p>Cámara de Comercio</p>	<p>Matricula Mercantil: Se deben matricular todas las personas naturales que realicen en forma permanente o habitual actividades mercantiles. Por ejemplo: quien compra y quien vende</p>	<p>El registro de la empresa será como persona natural y de prestación de servicios por eso se debe contar con matricula mercantil, RUT, RUES.</p>

	<p>mercancías o tiene un establecimiento de comercio.</p> <p>Tenga en cuenta que los actos mercantiles están enumerados en el artículo 20 del Código de Comercio.</p>	
--	---	--

Fuente: ley 1558 de 2012, estatuto de trabajo, Ley 905 de 2004, Cámara de Comercio.

6. ESTRATEGIA METODOLOGICA

Para la recolección de información se utilizó un cuestionario, el cual es un instrumento formado por una serie de preguntas que se respondieron por escrito a fin de obtener la información necesaria para la realización de viabilidad. Está en cuenta estará dirigida para los administradores y gestores de los hoteles inscritos con Registro Nacional de Turismo. El municipio de Melgar registra 202 establecimientos de Alojamiento y Hospedaje formales en el año 2016, entre las categorías de hostales, alojamiento rural, casa quinta, aparta hotel y hoteles. Para realizar el estudio de mercadeo se visitó 45 hoteles partiendo de la cantidad de empleados o colaboradores que registraron en confecamaras del sur y oriente del Tolima. Anexo encuesta. Así mismo se continuó con la elaboración del análisis administrativo y financiero terminando con en el análisis de mercadeo, para así llegar a una conclusión de viabilidad de la empresa en el municipio de Melgar.



TAMAÑO: Será una micro empresa la cual operará por prestación de servicios con un único colaborador, se registrará como persona natural en la matrícula mercantil.

UBICACIÓN: Para registro en cámara de comercio, la dirección domiciliaria será carrera 54 No 1-62 interior 3 apto 201 Melgar- Tolima.

NOMBRE: La razón social será JM Consultoría.

VISIÓN

Al año 2022 ser una empresa líder en consultoría en etiqueta, protocolo y servicio al cliente, con presencia a nivel nacional a través de otros consultores; desarrollando estrategias de negocio que apoye su crecimiento constante.

MISIÓN

Apoyar a la industria turística y hotelera en la formación en etiqueta, protocolo y servicios al cliente de colaboradores carismáticos y sentido de pertenencia por la organización.

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

- ✓ Asesorar de forma personalizada a nuestros clientes.
- ✓ Brindar una información actualizada y concisa para la relación hotel vs cliente.
- ✓ Apoyar a la industria hotelera en la formación de calidad del personal.

7. VENTAJAS COMPETITIVAS

JM consultoría se encuentra en el segundo municipio con más hoteles registrados a nivel nacional. Una región apetecida por turistas al estar a dos horas de la capital. Será una ubicación estratégica porque contará con consultoría en la región sin desplazarse a ciudades aledañas. Será flexible en la atención, de domingo a domingo sin importar feriados, esto permitirá ajustarse a las necesidades y comodidad del cliente. Así mismo tendrá a corto plazo la opción de prestar el servicio a municipios aledaños sin incrementar el precio alguno por la consulta.

8. ANÁLISIS DE MERCADO

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

- Geográfica: todos los hoteles registrados formalmente en el municipio de Melgar Tolima.

- Demográfica: se dividirá por cantidad de empleados y tipo de establecimiento de alojamiento y hospedaje.

9. ANALISIS DEL SECTOR:

- **FACTORES ECONOMICOS:** la principal fuente de ingreso en Melgar es el turismo y tal cual lo manifiesta la Administración municipal, la base del desarrollo económico del municipio es el turismo. La administración tiene como una de sus prioridades el fortalecimiento de la imagen turística del municipio a través del rescate del folclor y la cultura. Para tal fin se han realizado alianzas estratégicas con la empresa privada para la consecución de videos promocionales, afiches, y plegables que permitan afianzar a Melgar como municipio turístico del país (*Alcaldía de Melgar, 2016*).

El municipio está en un periodo de expansión, por lo tanto el factor económico, es una oportunidad de crecer continuamente con el territorio; se puede sacar el mejor provecho junto con el Estado y los entes territoriales para capacitar a la comunidad y brindar el mejor servicio al cliente.

- **FACTORES SOCIOCULTURALES:** como anteriormente se expresó un número significativo de habitantes del municipio carece de educación formal; según la Constitución política de Colombia, la cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de nacionalidad. Cultura es creación, disfrute de expresiones culturales, aprovechamiento del tiempo libre, respeto por la diversidad y el aprendizaje. De ahí la importancia de capacitar a los megarenses en diversas disciplinas que posibiliten

el aprovechamiento del tiempo libre y el emprendimiento (*Alcaldía de Melgar, 2012*)

En cuanto a servicio al cliente, JM consultoría ofrece un servicio, el cual ayudará a la comunidad en el buen trato y servicio al turista, brindándole calidad y desarrollo al municipio y principalmente al hotel. Melgar está compuesto en más del 50% de habitantes militares y el trato hacia ellos es un “diferente”, ya que están acostumbrados a recibir órdenes; para salir de esa rutina suelen pasar un día o un fin de semana entre piscina, spa y servicio de bar. Para poderles brindar el mejor servicio se requiere brindar la mejor atención y JM consultoría le garantiza al municipio ese tipo de servicio.

- **FACTORES POLITICOS Y ADMINISTRATIVOS:** La ley 300 de 1996 como ley general de turismo y la ley 1558 de 2012 nueva ley de turismo, “Calidad. En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional” (*ley 1558 de 2012 art 3*), Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, excepto las universidades e instituciones de educación superior y los medios de comunicación que realicen actividades de esta naturaleza cuando su objeto o tema sea afín a su misión (*ley 1558 de 2012 art 16*).

La Alcaldía de Melgar, cuenta con un centro de capacitación para mejorar la cultura del municipio, por ahora con programas tales como: calzado, modelado fomy, modelado enhebrado. Terapias en fonoaudiología, abuso sexual, hidroterapia, expresión oral, lecto-escritura entre otras. Por consiguiente se piensa proponer un plan de desarrollo en etiqueta,

protocolo y servicio al cliente, con el fin de fortalecer y mejorar la cultura en todas las áreas posibles de la región.

- **FACTORES TECNOLOGICOS:** En el Municipio de Melgar, existente aún deficiencia en actividades dirigidas a la Ciencia y la Tecnología, solamente algunos hoteles e instituciones educativas hacen uso de las herramientas de Ciencia y Tecnología. El acceso a Internet, por ejemplo, en el área rural presenta gran dificultad y, en el área urbana la cobertura aún no es suficiente. (*Alcaldía de Melgar, 2012*).

Esta deficiencia en cobertura de internet y tecnología puede afectar negativamente la empresa, puesto que se requiere tecnología de punta y el acceso ilimitado a esta misma, para las consultorías. La deficiencia de locales comerciales en tecnología, genera la necesidad del desplazamiento a municipios aledaños para la búsqueda, compra o reparación de estos elementos.

10. ANALISIS COMPETITIVO DE PRECIOS

Para determinar el precio de asesoría y capacitación se analizaron varias empresas nacionales, teniendo como punto de referencia principal la consultora Diana Neira, quien tiene como valor por asesoría \$ 1.200.000 y opera a nivel nacional y tiene más de 10 años de trayectoria en protocolo. Igualmente se realizaron las encuestas en donde se preguntó el precio que los hoteleros estarían dispuestos a pagar por hora en asesoría, así se determinó el precio adecuado para la empresa.

11. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Se ha observado que el municipio no cuenta con consultores en etiqueta, protocolo y servicio al cliente. De igual forma los capacitadores de servicio al cliente u otras áreas siempre son traídas de las ciudades más cercanas como lo son Ibagué o Bogotá. Entre la competencia directa más fuerte de destaca la consultora Diana Neira, quien es una celebridad de renombre por tener su propia Columna en la revista semana y ser la capacitadora y orientadora principal del programa Colombia Next Top Model. Una de las ventajas con las que cuenta la compañía es la facilidad de desplazamiento en el sector y las facilidades de pago que ofrece por estar emprendiendo en la consultoría. Otras empresas consultoras a nivel nacional son: Prestigio y Distinción, Escuela de Relaciones Publicas, Nova Consulting, Grupo Laera y Consultores y Talentos.

12. DESARROLLO TÉCNICO (PORTAFOLIO DE SERVICIOS)

- Se ofrecerá Consultoría especializada en Etiqueta, tales como expresión de los buenos modales, conducta personal y eliminando malos hábitos.
- La Consultoría en Protocolo será especializará en: Protocolo Empresarial: constituido por la fuerte ética del trabajo, habilidades para resolver problemas, administración del tiempo y reglas generales para un buen trabajo en equipo. Protocolo Social: se compone de; arreglo de mesa, presentación de los platos y reglas básicas para el montaje de eventos sociales.
- Consultoría en servicio al cliente: actitud positiva en el trabajo, saludo, gestos, uso adecuado del uniforme de servicio, postura, tono y voz.

13. ANÁLISIS FINANCIERO

Se realizaron dos planes financieros el primero con el 100% y el segundo con el 30% de la demanda proyectada. El primer plan financiero expresa que:

FLUJO NETO DE EFECTIVO							
CONCEPTO	PERIODOS						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
INGRESOS (A)							
VENTAS							
		\$36.000.000	\$37.800.000	\$39.690.000	\$41.674.500	\$43.758.225	
EGRESOS (B)							
ACTIVO FIJO							
EQUIPO DE OFICINA	\$0						
EQUIPO DE COMPUTO	\$4.480.000						
PAGINA WEB	\$0						
GASTOS PRE OPERATIVOS	\$2.000.000						
COSTO DE VENTA DEL SERV		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
DEPRECIACION		\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	
AMORTIZACION		\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	
GASTOS DE VENTAS		\$720.000	\$756.000	\$793.800	\$833.490	\$875.165	
SALDO ANTES DE IMPUESTOS (A-B)		\$19.632.000	20.676.000	21.772.200	22.923.210	24.131.771	
IMPUESTO CAUSADO		\$4.908.000	\$5.169.000	\$5.443.050	\$5.730.803	\$6.032.943	
IMPUESTOS PAGADO			\$4.908.000	\$5.169.000	\$5.443.050	\$5.730.803	\$6.032.943
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		\$19.632.000	\$15.768.000	\$16.603.200	\$17.480.160	\$18.400.968	-\$6.032.943
MAS DEPRECIACION		\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	
MAS AMORTIZACION		\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$6.480.000	\$20.880.000	\$17.016.000	\$17.851.200	\$18.728.160	\$19.648.968	
VPN	\$64.968.547						
TIR	308%						
PRI	4 meses						
TIO	10%						

(Fuente: Propia)

En la inversión pre operativa los formularios y licencias tienen un valor de \$ 2.000.000, en el plan de inversiones fijas se dice que el equipo de cómputo, página web y el equipo de oficina que son los elementos mínimos para el funcionamiento de la empresa tiene una inversión total de \$ 4.480.000 y el capital de trabajo del primer mes es de \$ 4.000.000, para un total de plan de inversión de \$ 6.480.000. Se cuenta con recursos propios para hacer esta inversión y dar inicio financiero a la empresa, por tal razón no se solicitan ningún tipo de préstamo a entidades bancarias. Se trabajará por prestación de servicios, por tal razón no se contará con nomina se estima pagar al consultor \$ 2.000.000 mensuales, El valor por

hora que se trabajará para alcanzar los objetivos de la empresa será de \$320.000 y se deberán realizar mínimo 45 asesorías en el año. Sin embargo si la asesoría es de 4 horas se manejará un global de \$ 800.000. se planea a corto plazo brindar capacitaciones las cuales se manejarían para grupos de máximo 15 personas, con la finalidad de dedicarle el tiempo suficiente a cada persona y hacer una asesoría dinámica y entretenida. Se estima tener un incremento anual del 5% lo que equivale para el año 2018 un total de ventas de \$ 37.800.000, un costo de venta de \$ 15.120.000. El valor presente neto (VPN) es de \$ \$64.969.988, la inversión se recuperó y se maximizó lo que hace el proyecto aceptable. La tasa interna de Retorno (TIR), fue del 308%, estuvo por encima de la tasa de interés de oportunidad (TIO) que era del 10% y la recuperación de la inversión (PRI) fue solo de 6 meses. Se encuentra orientado a proyectar el presupuesto desde un enfoque de medición de costo histórico (ver anexo en Excel).

El siguiente plan financiero corresponde al 30% del total de la demanda:

CONCEPTO	FLUJO NETO DE EFCTIVO					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS (A)						
VENTAS		\$11.200.000	\$11.760.000	\$12.348.000	\$12.965.400	\$13.613.670
EGRESOS (B)						
ACTIVO FIJO						
EQUIPO DE OFICINA	\$0					
EQUIPO DE COMPUTO	\$4.480.000					
PAGINA WEB	\$0					
GASTOS PRE OPERATIVOS	\$2.000.000					
COSTO DE VENTA DEL SERV		\$4.480.000	\$4.704.000	\$4.939.200	\$5.186.160	\$5.445.468
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
DEPRECIACION		\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000
AMORTIZACION		\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000
GASTOS DE VENTAS		\$224.000	\$235.200	\$246.960	\$259.308	\$272.273
SALDO ANTES DE IMPUESTOS (A-B)		\$5.248.000	5.572.800	5.913.840	6.271.932	6.647.929
IMPUESTO CAUSADO		\$1.312.000	\$1.393.200	\$1.478.460	\$1.567.983	\$1.661.982
IMPUESTOS PAGADO			\$1.312.000	\$1.393.200	\$1.478.460	\$1.567.983
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		\$5.248.000	\$4.260.800	\$4.520.640	\$4.793.472	\$5.079.946
MAS DEPRECIACION		\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000	\$848.000
MAS AMORTIZACION		\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$6.480.000	\$6.496.000	\$5.508.800	\$5.768.640	\$6.041.472	\$6.327.946
VPN	\$16.367.809					
TIR	90%					
PRI	12 meses					
TIO	10%					

(Fuente: Propia)

En la inversión pre operativa los formularios y licencias tienen un valor de \$ 2.000.000, en el plan de inversiones fijas se dice que el equipo de cómputo, página web y el equipo de oficina que son los elementos mínimos para el funcionamiento de la empresa tiene una inversión total de \$ 4.480.000 y el capital de trabajo del primer mes es de \$ 4.000.000, para un total de plan de inversión de \$ 6.480.000. Se cuenta con recursos propios para hacer esta inversión y dar inicio financiero a la empresa, por tal razón no se solicitan ningún tipo de préstamo a entidades bancarias. Se trabajará por prestación de servicios, por tal razón no se contará con nomina se estima pagar al consultor \$ 2.000.000 mensuales, El valor por hora que se trabajará para alcanzar los objetivos de la empresa será de \$320.000 y se deberán realizar mínimo 14 asesorías en el año. Sin embargo si la asesoría es de 4 horas se manejará un global de \$ 800.000. Se planea a corto plazo brindar capacitaciones las cuales se manejarían para grupos de máximo 15 personas, con la finalidad de dedicarle el tiempo suficiente a cada persona y hacer una capacitación dinámica y entretenida. Se estima tener un incremento anual del 5% lo que equivale para el año 2018 un total de ventas de \$ 11.760.000, un costo de venta de \$ 4.704.000 El valor presente neto (VPN) es de \$ \$16.367.809 la inversión se recuperó y se maximizo lo que hace el proyecto aceptable. La tasa interna de Retorno (TIR), fue del 90%, estuvo por encima de la tasa de interés de oportunidad (TIO) que era del 10% y la recuperación de la inversión (PRI) fue solo de 12 meses. Se encuentra orientado a proyectar el presupuesto desde un enfoque de medición de costo histórico (ver anexo en Excel).

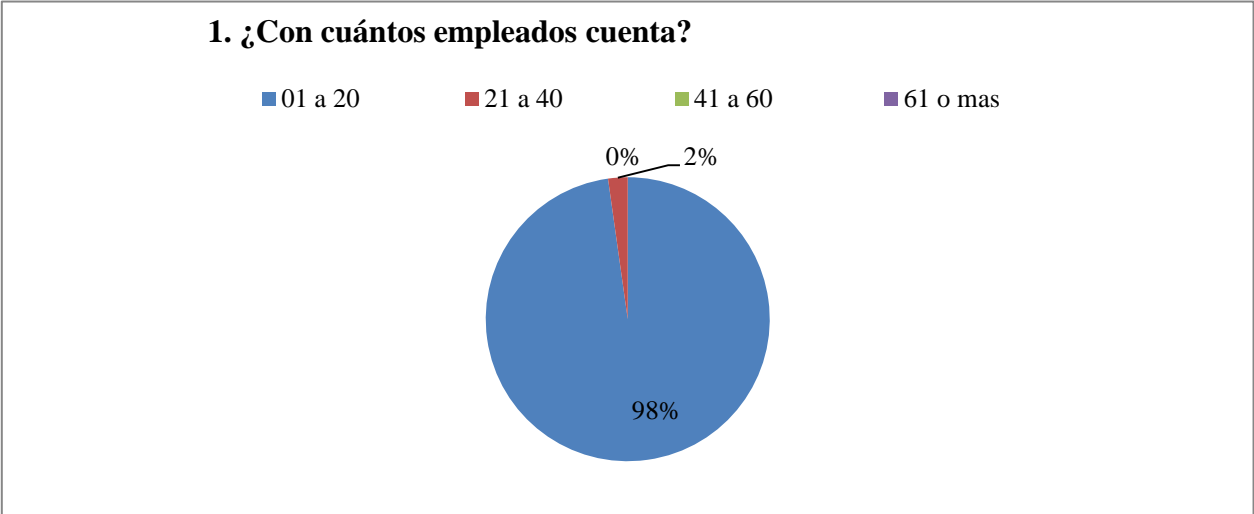
14. DESARROLLO ORGANIZACIONAL

ANALISIS DE LA ENCUESTA:

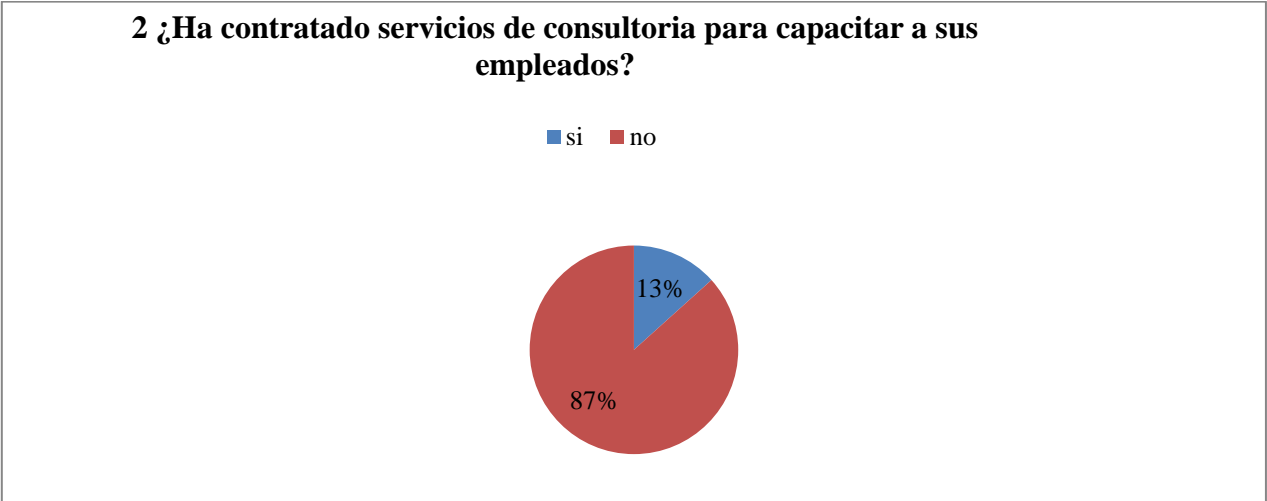
Las encuestas se realizaron entre los meses de junio a octubre del año 2016, se escogieron 45 hoteles de acuerdo a la cantidad de empleados registrados en confecamaras. Las preguntas fueron seleccionadas de acuerdo a las necesidades del plan de creación de empresa y se procedió a analizar cada pregunta con la finalidad de observar si es pertinente o apropiado la creación de una empresa consultora en etiqueta, protocolo y servicio al cliente.

FICHA TECNICA	
Fecha Trabajo de Campo	Octubre 2016
Lugar de realización trabajo de campo	Municipio de Melgar (Hoteles)
Técnica	Encuesta a profundidad
Método de Muestreo	Método no probabilístico por conveniencia
Tamaño muestral	45 Hoteles
Programa análisis estadístico de datos	Manual
Metodología	Pregunta Cerrada para tabulación

RESULTADOS DE LA ENCUESTA:



El 98% de los encuestados respondieron que de 1 a 20 empleados. Se puede deducir que aunque Melgar es un Municipio reconocido como turístico. Y no se tenga un esquema administrativo conformado por más de 20 empleados. Se puede derivar que el mayor número de empleados se registra los fines de semana o las temporadas altas. Lo cual puede ser una “dificultad” para el hotel por la alta rotación de personal.

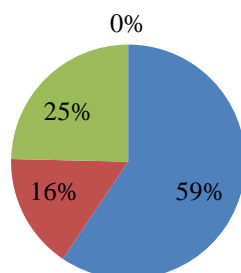


El 87% de los administradores respondieron No. Desconocen los costos y beneficios que tiene el contratar servicios de consultoría especializados en dichas áreas. No conocen

profesionales especializados en la región en etiqueta, protocolo y servicio al cliente. El 13% restante si ha contratado servicios en consultoría los cuales comentan que siempre ha sido con empresas reconocidas a nivel nacional como lo es Cotelco.

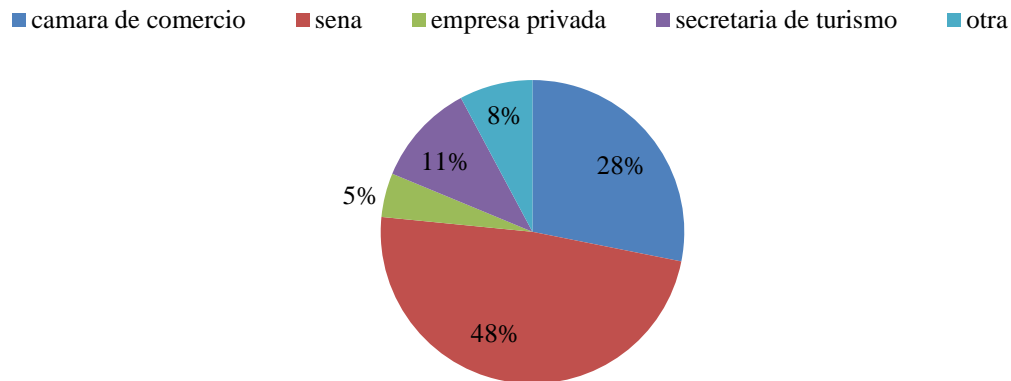
3. ¿Que áreas de la empresa considera que deben ser reforzadas para brindar un mejor servicio al cliente?

■ recepción ■ cocina y mesa ■ camareras y botones ■ otra



Un 59% de los administradores encuestados respondió que una de las áreas del hotel que requiere capacitación en servicio al cliente es recepción, pues es ahí donde se reciben el total de los huéspedes y visitantes, por esta razón son ellos el punto de mayor importancia para dar confiabilidad y brindar amabilidad. Otras áreas del hotel donde también se debe realizar capacitación son el servicio de camareras y botones, y el área de cocina. Aunque los cocineros (ras) normalmente no interactúan directamente con el huésped, del buen trato de ellos con los colaboradores de comedor, generará un buen servicio. Pues los colaboradores tienen derecho un trato amable y respetuoso, es por eso que un trato digno entre compañeros se nota al momento de prestar cualquier servicio.

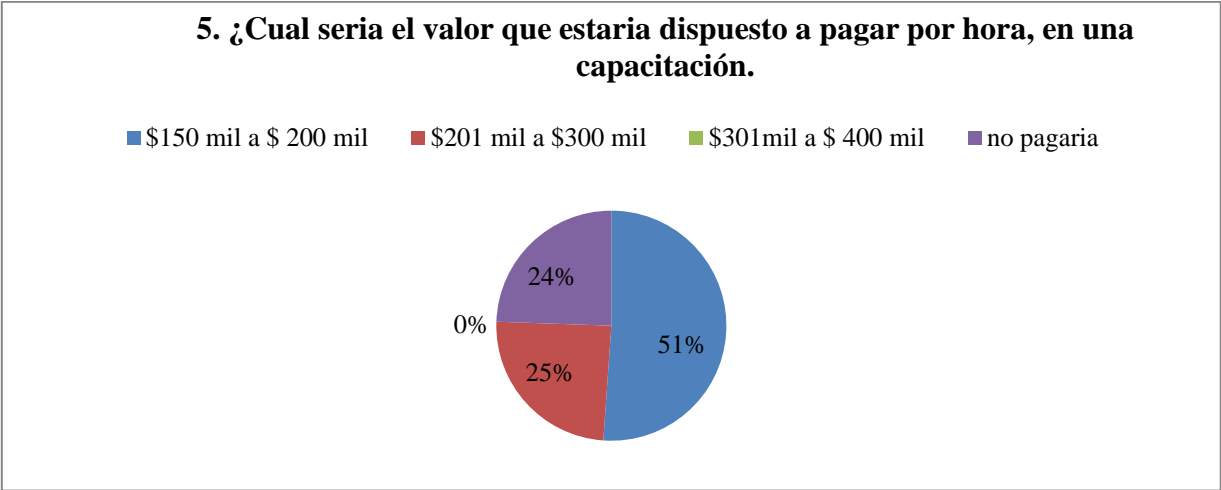
4. Si ha capacitado a sus empleados, ¿ Que medio ha utilizado?



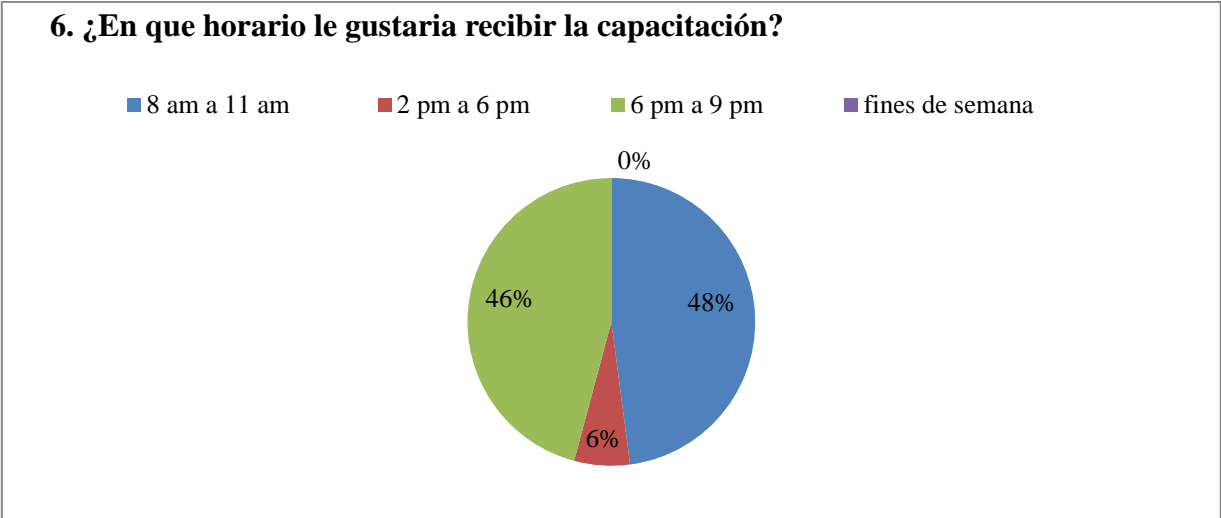
El 48% de los encuestados respondió que ha usado el Servicio de Aprendizaje Sena para capacitar a los colaboradores. El municipio de Melgar cuenta con una sede de aprendizaje Sena, especializada en gastronomía. Por esta razón es el punto de referencia más cercano en áreas hoteleras, El Sena oferta cursos constantemente y aunque la variedad de los mismos es poca también es enfocada al área de cocina principalmente, cabe aclarar que son gratuitos.

El 28% respondieron que se han capacitado por Medio de la cámara de comercio Sur oriente del Tolima, sin embargo revisando la página web <http://blog.ccsurortolima.org.co/> se puede observar que las capacitaciones relacionadas en etiqueta, protocolo y servicio al cliente son pocas. Un 11 % restante ha recibido capacitación por medio de la Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo del municipio. Entre el plan de capacitaciones que maneja la secretaria del municipio se pudo constatar que no han brindado capacitaciones en estas áreas relacionadas. Las capacitaciones que realiza la secretaria están marcadas a destino turístico, inventario turístico, ESCNNA, entre otras. Por tal razón se considera que

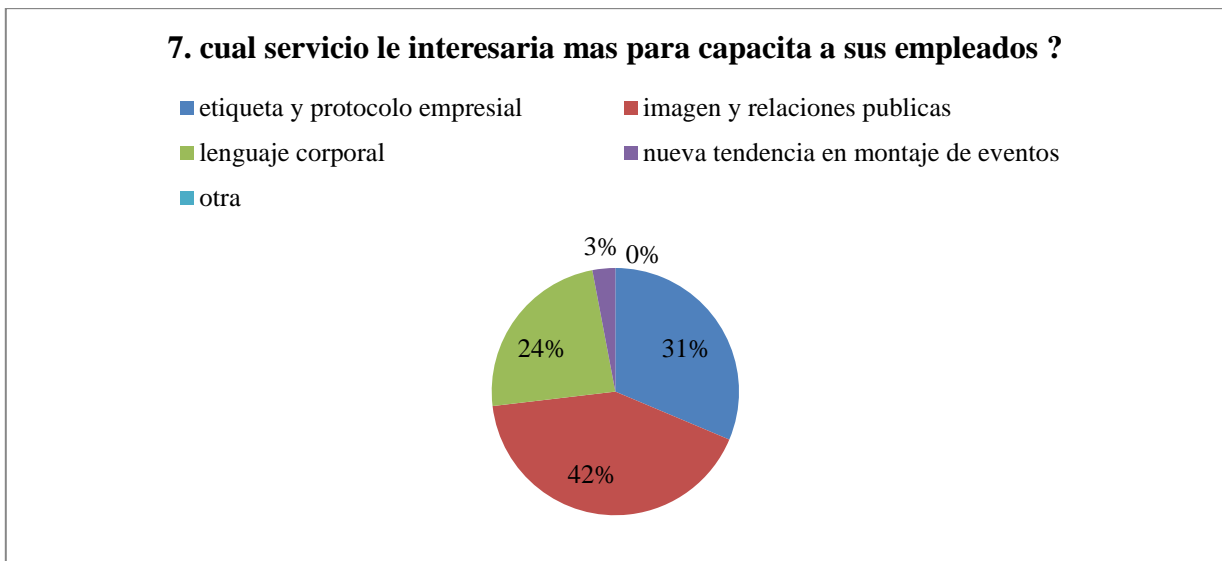
trabajar articuladamente con la SDET sería una buena oportunidad para el posicionamiento de la empresa y apoyo a los hoteleros.



El 51% de los encuestados respondió entre \$150 mil a \$200 mil pesos por hora. Lo cual es un precio razonable basado en que los hoteleros desconocen la empresa y la efectividad de las capacitaciones. El 25% que respondió de \$201 mil a \$ 300 mil son hoteleros que han obtenido buenos resultados con las capacitaciones y el 24% final respondió que no pagaría una capacitación pues no ven la necesidad porque tienen otras alternativas en el municipio.

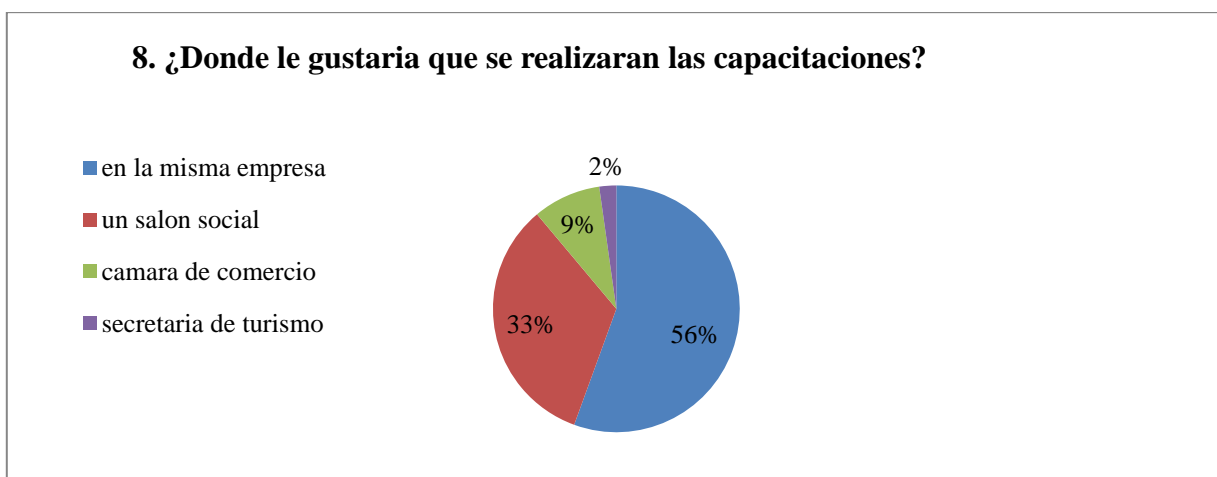


Un 48% de los encuestados respondieron en un horario de 8am a 11am, de lunes a viernes y el 46% respondió en un horario de 6pm a 9pm, los dos horarios son buenos para realizar este tipo de capacitaciones. En el primero los colaboradores están iniciando la jornada laboral y la capacitación servirá para ponerla en práctica inmediatamente, por otra parte si el horario es nocturno, romperá la rutina y no interrumpirá los horarios de llegada de proveedores y huéspedes.



Los administradores respondieron en un 48% imagen y relaciones públicas, lo cual muestra que ellos están interesados en mejorar la relación colaborador vs huésped. La imagen corporal de una persona habla mucho, tener una buena postura, un uniforme adecuado, el cabello peinado correctamente, las uñas limpias y usar un lenguaje cordial habla por sí sola. El buen trato vende más que la publicidad, la mejor referencia de una empresa siempre será el de otra persona. El 31% respondieron etiqueta y protocolo empresarial. El 24% lenguaje corporal. Este tipo de capacitaciones están articuladas de manera indirecta. Pues se necesita de cada una para tener un crecimiento notorio entre el trato de colaboradores, compañeros y huéspedes. El protocolo no es solamente la organización exitosa y el paso a paso de un

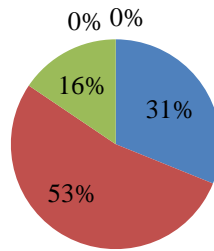
evento. El protocolo empresarial está presente en todas las áreas de una compañía, simplemente que no es reconocido como tal y es por esa razón que algunas empresas no ven el crecimiento esencial de la compañía. Llevar un registro, realizar un manual de funciones, tener reuniones programadas con los colaboradores son puntos importantes de un protocolo empresarial. Y para dar a conocer realmente lo que es se debe realizar una sensibilización a todos los hoteleros.



Más de la mitad (56%) de los encuestados respondieron la misma empresa. Se considera el mejor lugar para realizar este tipo de capacitaciones ya que estaría todo el personal presente y las instalaciones de cada hotel darían más confianza al colaborador. Pues la capacitación permitiría realizarse en forma dinámica y cada colaborador cumpliendo su función.

9. ¿Cual es el nivel educativo de sus colaboradores?

■ bachiller ■ tecnico ■ tecnologo ■ profesional ■ otro



53% respondieron que el nivel educativo de los colaboradores del hotel es técnico, como anteriormente se comentó, el municipio de Melgar cuenta con la sede gastronómica Sena, por tal razón muchos de los colaboradores son técnicos; adicionalmente en el sector no se contaba con programas en universidades referentes a hotelería profesional. Actualmente la Universidad Piloto de Colombia con sede Girardot , oferta la primera promoción en Administradores Turísticos y Hoteleros y la Universidad del Tolima abrirá en el año 2017 el primer programa profesional en Administración Turística y Hotelera.

Finalmente se puede concluir a nivel general que las capacitaciones si son importantes para el sector hotelero y que la ausencia de conocimiento en los términos hace que se vea un enfoque erróneo de lo que en realidad es el servicio y beneficios que estos tienen. Se debe trabajar articuladamente con los entes existentes en el municipio, así se podrá crecer más rápidamente y será un apoyo para las compañías. Con la encuesta se puede determinar también que los habitantes del municipio que trabajan en la industria del servicio en número importante son empíricos o técnicos, por esta razón se debe apoyar a los colaboradores para que su desempeño en la empresa sea óptimo y eficiente. Para los hoteleros es de preferencia recibir las capacitaciones en el mismo hotel, esto es favorable

para la empresa, pues se pueda sacar mayor provecho a las capacitaciones porque serán personalizadas y dinámicas. Las capacitaciones se pueden y deben desarrollarse de forma dinámica, entretenida y teórica. Para que así el colaborador reciba la mayor información posible y sobre todo aprenda la importancia de brindar un buen servicio.

15. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.



Admón. Turística Y Hotelera

Planeación de marketing: entre el nicho de mercado esta todos los prestadores de servicios turísticos sin margen de edad, será toda aquella persona que trabaje en la industria que necesite y desee una capacitación. Los prestadores de servicios deben mínimo anualmente recibir algún tipo de capacitación y actualización en servicio, normas, entre otros. Por tal razón la empresa estará planeada a cubrir ese tipo de necesidades y ausencias que varios prestadores de servicios carecen en la región por ser principalmente empíricos o simplemente deseen ampliar su conocimiento.

- Promoción: será principal de venta personal, aunque se trabajará por página web y redes sociales. El portafolio de servicios en una consultoría debe tener una explicación y un contacto directo con el cliente potencial, por consiguiente se

realizaran visitas a los hoteles y se les brindara información de la empresa y los servicios que se ofrece.

- **Publicidad:** la publicidad está en marcada en tarjetas de presentación que se dejaran en el punto de información turística de la región e igualmente tendrá una página por redes sociales y pagina web. Se diseñara un video con una duración de un minuto donde se podrá observar los servicios que la empresa consultora ofrece y los beneficios que tiene al recibir capacitación.
- **Precio:** las empresas consultoras usualmente cobran por hora de servicio, por esto no se tendrá un precio estándar ni un número explícito de horas de servicio. Se maneja tentativamente \$320.000 pesos por hora para un grupo no mayor a 15 colaboradores. Y se recomendará un servicio menor a las cuatro horas por día, sin embargo si el cliente potencial desea un mayor número de horas se hará una cotización ajustada a sus necesidades, de igual forma si la capacitación es para una única persona el precio variará sin comprometer el capital y el número de venta mínimo de la empresa.

16. CANVAS DE JM CONSULTORÍA

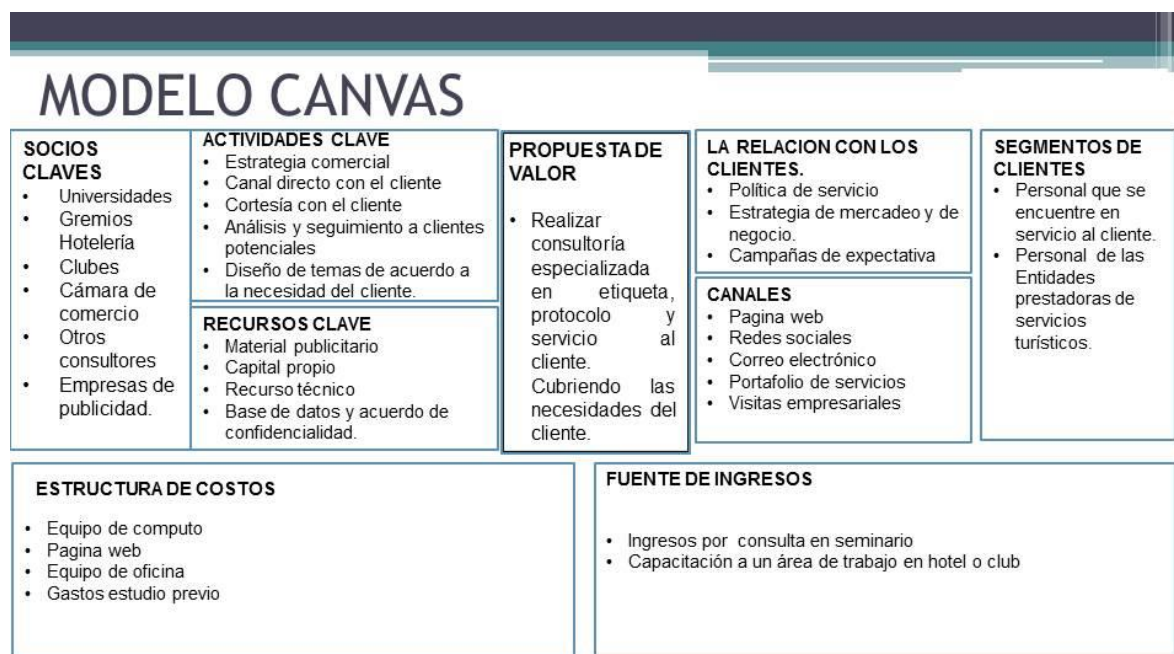
JM consultoría: Será una empresa especializada en consultoría en etiqueta, protocolo y servicio al cliente para los prestadores de servicios turísticos. El valor agregado de la compañía está en la formación a la medida cubriendo las necesidades del cliente y certificación de cada taller y/o asesoría correspondiente; esto con el fin de ser anexado para cualquier proceso de calidad al que el prestador de servicios turísticos este aspirando. Contará con horarios flexibles, porque la industria del servicio funciona las 24 horas del día

los 7 días de la semana, y por esta razón los colaboradores manejan distintos horarios, para no interrumpir en su trabajo. Se realizará una primera asesoría completamente gratuita con la finalidad de observar las necesidades y falencias de cada uno de los colaboradores del hotel o prestador de servicios. Adicionalmente se establecerá un esquema de bonificaciones a clientes fieles y potenciales. La lealtad es un valor importante para la compañía y la confidencialidad es algo fundamental para brindar un servicio óptimo, oportuno y de alta calidad.

Toda capacitación y consulta, generará un valor agregado a la empresa que se asesore en las diferentes áreas. Y ese resultado se podrá observar en los visitantes y huéspedes que califiquen el hotel en las diferentes plataformas que existen hoy en día, porque el sentido de pertenencia brinda un excelente servicio y la mejor referencia es un cliente satisfecho. En inicio la empresa no contará con una oficina física; los servicios serán de forma virtual, a través de página web, chat en línea y redes sociales. Las visitas serán en domicilio en la compañía a asesorar.

Se dará un trato “especial” a los clientes que contraten más de un servicio con la empresa y sean referidos para seguir potencializando la empresa. Estos clientes recibirán bonos de descuento a capacitaciones entre las alianzas que en determinado tiempo se vayan estableciendo. Se escogió como socios clave, las universidades porque certificarán cada taller, seminario o conferencia, teniendo en cuenta la intensidad horaria. Los auditorios de universidades serán un espacio apropiado para desarrollar talleres para varios hoteleros. La cámara de comercio, tiene entre sus programas anuales realizar cierto número de capacitaciones, por esta razón se buscará una alianza y ser parte de ese tipo de capacitaciones y asesorías para todos los prestadores de servicios turísticos. Se destaca el trabajo y

experiencia de otros consultores, de tal forma que se buscará aprender más de ellos en los temas que necesiten profundización y taller teórico práctico. Los consultores serán un apoyo necesario para el crecimiento óptimo de la empresa.



(Fuente: Propia)

17. CONCLUSIONES

Como resultado de la elaboración del plan de negocios para la creación de una empresa consultora en etiqueta, protocolo y servicio al cliente, se puede concluir que tendría acogida en el municipio de Melgar y posiblemente en municipios aledaños. La relación colaborador vs cliente será tangible y la imagen del hotel será positiva para clientes potenciales. La consultoría se articularía perfectamente con el plan de desarrollo del municipio y en el interés de la Administración municipal por formalizar a los trabajadores del sector turístico y de comercio. El asesorar a colaboradores de cualquier tipo de empresa puede parecer una inversión innecesaria pero al tener un grupo de trabajo armonioso se ve reflejado en el trato al cliente y esto genera un cliente fijo y una referencia positiva. Finalmente los dos planes financieros dieron una recuperación en el año uno, lo que se concluye como un proyecto de inversión atractivo y aceptable si se maneja en el esquema de prestación de servicios y como persona natural al no tener colaboradores. Se estima aumentar el portafolio de servicios a medida del tiempo y expandirse a municipios aledaños para crecer en el número de ventas y poder contratar personal de apoyo.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Correa, C (2014) Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, página web, file:///C:/Users/HP%2014/Downloads/PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf

Andrade S. (2012) Innovacion.cl página web, <http://www.innovacion.cl/reportaje/metodologia-canvas-la-nueva-forma-de-agregar-valor/>

Auditoría y Control Interno (2015), página web, <http://audycontrolintunivers2015.blogspot.com.co/2015/04/ciclo-phva.html>

Carreño Manuel, A (1875) Libro Manual de Urbanidad y Buenas Maneras.

Congreso de Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012) ley 1558 art 3 y 16 nueva ley de turismo. Página web: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3597>

Cronis online, c (2012) Protocolo y etiqueta, página web, https://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta_definicion_y_origen.html

Cronis online, c (2012) Protocolo y etiqueta, página web, https://www.protocolo.org/social/etiqueta_social/que_es_el_protocolo_su_aplicacion_oficial_y_social.html

Fondo Nacional de Turismo, (2007) Resolución 0348 página web,
http://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2007/RESOLUCION-0348X-20071.pdf RESOLUCION 348

Gómez Oliveros, G. (2014) Alcaldía de Melgar- Tolima un Gobierno de Derechos y Oportunidades, página web: <http://www.melgar-tolima.gov.co/turismo.shtml>.

Gómez Oliveros, G. (2012) Diagnostico plan de desarrollo Melgar, página web.
<http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/melgar%20plan%20de%20desarrollo%202012.pdf>

Gómez Oliveros, G. (2012) Diagnostico plan de desarrollo Melgar, página web,
<http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/melgar%20plan%20de%20desarrollo%202012.pdf>.

Godoy Guillermina, M (2013) Ingeniería Industrial y Educación, página web
<https://profmgodoy.wordpress.com/2013/02/23/el-modelo-deming/>

Martínez Sánchez, A (2005) Censo General, página web
<https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/tolima/melgar.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, página web
http://www.mincit.gov.co/publicaciones/13694/el_municipio_de_melgar_sera_promocionado_internacionalmente

Norma Técnica Colombiana ISO (2015) Sistemas de Gestión de Calidad.

Portal Web, (2013) El empleo.Com, página web
http://www.eempleo.com/colombia/consejos_profesionales/bienestar-laboral-clave-en-

el-desempeno-del-colaborador-----
-----/13146625

Rivas Tovar, L (2009) Evolución de la teoría de la organización, Universidad del Rosario, página web, http://www.urosario.edu.co/urosario_files/57/575586aa-4e66-467c-a0e7-5b3e25539cd1.pdf

Rodríguez Rovira, J (2000) Papel de las empresas consultoras en la gestión del conocimiento,
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2000/septiembre/2.pdf>.

Simón Herbert, A (1999) The Organization Development Institute International, Latinoamérica, página web, <http://www.theodinstitute.org/joomla/que-dicen-los-expertos-en-empresas-y-do/10-autores/186-simon-herbert-a.pdf>

Vázquez Aguilar, A (2016) Grandes Pymes, página web,
<http://www.grandespymes.com.ar/2011/10/19/que-es-consultoria-y-que-se-puede-esperar-de-ella>