

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

PROYECTO FORMATIVO

PRESENTADO POR:

YENIFER ANDREA MENDEZ BUITRAGO

DANIEL PACHECO TORRES

OSCAR MARTIN

Bogotá D.C., Colombia 24 de febrero del 2017

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

PROYECTO FORMATIVO

PRESENTADO A:

Bogotá D.C., Colombia 24 de febrero del 2017

TABLA DE CONTENIDO

MISION.....

VISION.....

ANALISIS DE MERCADO.....

NECESIDADES.....
.....

BENEFICIOS.....
.....

SOLUCIONES
POSIBLES.....
.....

INCONFORMIDADES.....
.....

ENTREVISTA.....
.....

CONCLUSIONES DE
ENTREVISTA.....

OBJETIVOS
GENERALES.....
.....

OBJETVOS
ESPECIFICOS.....
.....

Master system

Innovación a sus ideas

MISION:

Somos una entidad dedicada a la prestación de asesorías en servicio al cliente para restaurantes, clubes, hoteles, bares y todo tipo de establecimientos MASTER SISTEM busca ofrecer a sus clientes soluciones con eficacia y calidad y así suplir las necesidades de los establecimientos que buscan nuestra orientación.

VISION:

Ser pioneros en el mercado para el 2016, siendo reconocidos por ser una empresa con los más altos estándares de calidad y eficiencia, ser la primera empresa de asesorías colombiana en obtener reconocimiento internacional y abrir las puertas a la competitividad de organizaciones nacionales en grandes mercados internacionales.

OBJETIVO GENERALES:

- ✓ Brindar el apoyo a nuestros clientes en la toma correcta de decisiones frente al mejoramiento de su empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ✓ Posicionarse en el mercado como líder en consultoría en Recursos Humanos.
- ✓ Brindar servicios innovadores.
- ✓ Lograr estar a la vanguardia de la información
- ✓ Ser la mejor opción de asesoría para nuestros clientes

COMPETITIVIDAD

Según la pagina <http://www.micros-fidelio.eu/> he encontrado que es un empresa de asesorías en barismo coincidimos en puntos como facilitar el medio de aprendizaje pro medios tecnológicos sin embargo en nuestro mercado somos los primeros en incursionar en el tema de asesorías de SERVICIO AL CLIENTE y A&B esta empresa lo que busca es preparar las personas para que sean mejores en el área de barismo.

Según la tesis de **DIANA MARIA PEÑALOSA TIBAQUIRA en la universidad javeriana en el año 2009** hicieron una tesis de grado basada en las asesorías en servicio al cliente pero se aplicaba solo a restaurantes.

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwj40vD8lvzOAhVL92MKHTmBBKkQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.javeriana.edu.co%2Fbiblos%2Ftesis%2Feconomia%2Ftesis85.pdf&usg=AFQjCNEjg93fQZlqjoaKcHlkTCpgWmkudQ&bvm=bv.131783435,d.eWE&cad=rja>

Según mis investigaciones las dos empresas han podido llevar a cabo sus ideas con un excelente resultado ya que en un país como Colombia este campo como los es alimentos y bebidas es muy bien aceptado.

Por otro lado mi investigación me dio altos porcentajes de que mi proyecto es único en el mercado y tendría alta posibilidad de éxito ya que muchos hoteles necesitan de una dirección de un apoyo para poder surgir en esta industria que poco a poco se hace mas grande.

ANALISIS DEL CONSUMIDOR:

Nuestro cliente objetivo son los hoteles no categorizados ya que este tipo de hoteles tienen muchas más falencias y necesitan una dirección o personal capacitado para ayudarlos a progresar.

Este tipo de hoteles no cumplen los requisitos que exige la NTSH 006 para poder aspirar y aplicar a la categorización por estrellas.

Estos hoteles no cuentan con muchos servicios, la mayoría de ocasiones la recepcionista es la misma camarera y botones además no cuentan con muchos servicios como bar y lavandería.

Según la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) **en 2016 la ocupación hotelera fue 56,2 %**, la más alta de toda la serie. En 2015 fue 53,4%.

En el 2016 **los ingresos reales de los hoteles aumentaron 4,5 % y el personal ocupado 2,2 %**. En 2015 las variaciones fueron 9,0 % y 3,6 % respectivamente. En 2016 los principales motivos de viaje de todos los huéspedes alojados en los hoteles fueron ocio con 47,4 %, negocios con 41,4 %, convenciones con 7,0 % y “otros motivos” con 4,2 %. En 2015 los principales motivos fueron ocio y negocios con 44,6 % cada uno, convenciones con 6,7 % y “otros motivos” con 4,0 %.

En 2016 **el principal motivo de viaje de los huéspedes residentes colombianos alojados en los hoteles fue ocio con 50,7 %, seguido por negocios con 38,7 %, convenciones con 6,7 % y “otros motivos” con 3,9%**. En 2015 los principales motivos fueron ocio con 47,9 %, seguido por negocios con 41,8 %, convenciones con 7,0 % y “otros motivos” con 3,4 %.

En 2016 **los principales motivos de viaje de los huéspedes no residentes alojados en los hoteles fueron negocios con 47,3 %, seguido por ocio con 40,4 % y convenciones con 7,5 %**. En 2015 los principales motivos de viaje fueron negocios con 50,7 %, seguido por ocio con 37,6 % y convenciones con 6,1 %.

Anual (diciembre 2015 / diciembre 2016)

En diciembre de 2016 la variación de los ingresos reales de los hoteles fue -3,5% y del personal ocupado -0,1%. En diciembre de 2015 las variaciones fueron 12,8 % y 3,4 % respectivamente.

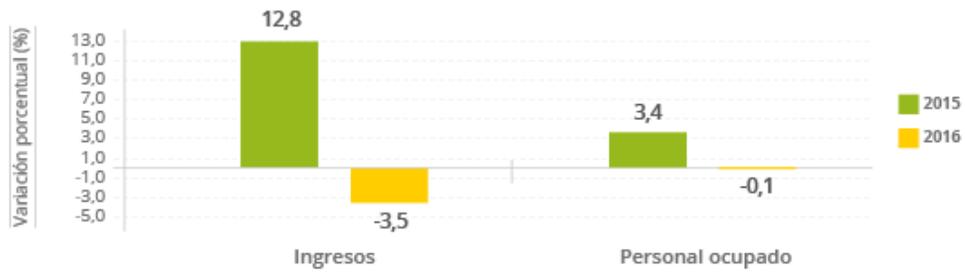
En diciembre de 2016 el principal motivo de viaje de todos los huéspedes alojados en los hoteles fue ocio con una participación de 54,4 %, seguido de negocios con 34,8 % y convenciones con 6,2 %. En diciembre de 2015 los principales motivos de viaje fueron ocio con 54,7 %, seguido por negocios con 35,8 % y convenciones con 5,6 %.

En diciembre de 2016 el principal motivo de viaje de los residentes colombianos alojados en los hoteles fue ocio con 57,3 %, seguido por negocios con 32,5 %, convenciones con 5,7 % y “otros motivos” con 4,5 %. En diciembre de 2015 el principal motivo fue ocio con 57,1 %, seguido por negocios con 33,8 %, convenciones con 5,5 % y “otros motivos” con 3,6 %.

Para los no residentes en diciembre de 2016 el principal motivo de viaje fue ocio con 46,9 %, seguido por negocios con 40,8 %, convenciones con 7,4 % y “otros motivos” con 4,9 %. En diciembre de 2015 el principal motivo de viaje fue ocio con 48,5 %, seguido por negocios con 41,0 %, convenciones con 6,0 % y “otros motivos” con 4,5 %.

En cuanto a las tarifas de habitación en diciembre de 2016 la variación de la tarifa promedio para acomodación sencilla fue 3,4 %, para doble fue 3,1 %, para la tipo suite fue 1,3 % y para otros tipos de habitación (triple, cuádruple, cabañas y apartamentos) fue 1,6 %.

Hoteles Variación anual de los ingresos reales y personal ocupado promedio
Diciembre (2016 - 2015)



Fuente: DANE

Información actualizada el:



Ciudad: BOGOTÁ, D.C.

Rol: I. Encuestador-Monitor.

Investigación: MUESTRA MENSUAL DE HOTELES

Resultados de inscritos

NÚMERO CONVOCATORIA: 1643BOG.MMH.EMO

#	Cédula	Nombre	Apellido	RESULTADO	Estado
1	35378592	LUZ ANGELA	PINZON SERRANO	94	ADMITIDO
2	52815746	DIANA MARCELA	RAMIREZ	88	ADMITIDO
5	52489966	LUZ DARY	MARQUEZ APONTE	85	ADMITIDO
8	51828148	MARTHA LIGIA	NAVARRO FIGUEROA	84	ADMITIDO
3	39537187	SANDRA	TORO AVILA	82	ADMITIDO
4	51692947	ELIZABETH	PUENTES SUAREZ	82	ADMITIDO
6	79397193	JOSE MAURICIO	OLMOS RODRIGUEZ	79	ADMITIDO
9	1026564280	YINNETH	MAHECHA MONSALVE	78	ADMITIDO
10	19495336	LUIS ANTONIO	SARMIENTO SANCHEZ	78	ADMITIDO
7	52701793	ANGELA MARIA	GOMEZ RODRIGUEZ	76	ELEGIBLE
13	1032462911	DIEGO FERNANDO	ROMERO ROLDAN	75	ELEGIBLE
11	80213211	CRISTIAN ALEJANDRO	IDARRAGA	72	ELEGIBLE
12	27143402	MARGARITA	MONCAYO PIALEJO	69	ELEGIBLE
15	1032428233	ANDRES FABIAN	ORTIZ CASTRO	66	ELEGIBLE
14	52485609	YAMILE	TRUJILLO NIÑO	66	ELEGIBLE
18	1032364392	JAIRO AUGUSTO	PEREZ FONSECA	66	ELEGIBLE
16	1110483089	YULIANA MARCELA	TEUTA BONILLA	63	ELEGIBLE
17	1018411658	SERGIO IVANOFF	GARZON MUSKUS	60	ELEGIBLE
19	39539349	PATRICIA LILIANA	MUSKUS SULAYBAR	-	NO PRESENTO
20	80165263	JOHN FREDY	URUEÑA RUBIO	-	NO PRESENTO
21	1013629168	CINDY PAOLA	ROMERO GALEANO	-	NO PRESENTO
22	1014187225	YURY CAROLINA	MUÑOZ VASQUEZ	-	NO PRESENTO

(<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-mensual-de-hoteles-mmh>)

(https://www.dane.gov.co/files/contratacion/convocatorias/2015/nuevos_resultados_MMH_1643.pdf)

NECESIDADES

- Falta de reconocimiento en el mercado
- Falta de preparación y organización en la entidad
- Falta de personal capacitado
- No hay la cantidad de personal requerida

BENEFICIOS

- Aumentar el posicionamiento del mercado
- Reducir costos de la empresa
- Aumentar ventas
- Aumentar el nivel de preparación del personal de la organización
- Aumentar la ocupación de las habitaciones del hotel

POSIBLES SOLUCIONES

Se hará un proceso de planeación basado en un diagnostico el cual se dará por medio de una lista de chequeo basada en la NTSH 006 después se realizara un plan de mejora el cual se entregara al hotel y ya por decisión el cliente puede optar por capacitaciones o no.

INCONFORMIDADES

EMPRESA	NUESTRA IDEA	COMPETENCIA ORACLE MICROSS
MASTER SISTEM	<p>Nuestro personal asesora y capacita</p> <p>Verificamos que el plan de mejora sea el adecuado en un plazo de 15 días</p> <p>No tenemos excelente nivel tecnológico</p> <p>Operamos en varias áreas del hotel</p> <p>Tenemos acompañamiento presencial</p>	<p>El personal solo asesora</p> <p>Solo entregan el plan de mejora por medio tecnológico</p> <p>La tecnología es el medio por el cual ellos operan</p> <p>Ellos solo trabajan en 2 áreas del hotel</p>

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES	falta de personal falta de reconocimiento en el mercado falta de presupuesto falta de tiempo no hay alianzas
OPORTTUNIDADES	Somos pioneros en el mercado Solo hay 3 empresas que brindan aesorias sin embargo no se enfocan en a&b Nuestro valor agragado como es las capacitaciones personalizadas nos hacen fuertes la necesidad de un proyecto de asesorías como el de nosotros en el mercado es muy grande li
FORTALEZAS	Acompañamiento personalizado capacitaciones con personal especializado precios ajustables evaluación practica nivel de actualización
AMENAZAS	Falta de demanda cambios económicos en el país cambio del dólar otras empresas que brinden un servicio similar al mio y se establezcan cerca a mi establecimiento

ENCUESTA

1. Cuenta con algún tipo de estos distintivos o certificaciones?

- A. LEED
- B. NTS 002
- C. ISO 9001:2000

2. Con cuanto personal de bar cuenta para realizar las actividades establecidas ?

- A. De 2 a 4 personas
- B. De 3 a 5 personas
- C. De 10 o más personas

3. cuenta con suficiente personal para servicio de cocina?

- A. Si
- B. No

4. Si estuviera en vigor nuestro nuevo servicio, cual es la probabilidad que lo utilizaría en lugar de servicios similares de la competencia?

- A. 100%
- B. 75%
- C. 50%
- D. 25%
- E. 0%

5. Con que frecuencia se remodelan las instalaciones?

- A. 2 veces al año
- B. 3 veces al año
- C. De 4 veces a 10 en el año

6. **ha recibido apoyos de programa de fomento al turismo de** empresas públicas o privadas?

- A. Si
- B. No

7. **Que edad tiene su empresa?**

- A. 1 a 5 años
- B. 5 a 10 años
- C. Mas de 10 años

8. **Su hotel alguna vez ha contado con la ayuda de asesores para la mejora de su establecimiento?**

- A. SI
- B. NO

9. **Cree usted que un servicio de asesorías podría mejorar la calidad de su hotel?**

- A. SI
- B. NO

10. **Su hotel cuenta con restaurante o bar?**

- A. SI
- B. NO

11 capacita a su personal con frecuencia?

- A. SI
- B. NO

12 realiza evaluación mensual de el desempeño de su personal?

- A. SI
- B. NO

13 si nosotros prestáramos servicios de asesoría para poder categorizar su hotel por estrellas usted adquiriría nuestros servicios

- A. si
- B. no

ENTREVISTA

Nombre:

Estrato:

Edad:

Ocupación:

Introducción

A continuación les daremos unas preguntas de plan de mejoramiento, para así mimos saber que puntos hay que mejorar y tartar mas a fondo.

1. ¿Usted que piensa de estos servicios que se les esta ofreciendo a las diferentes entidades de alimentos y bebidas son adecuados?.
2. ¿Usted en algún momento ha visto o sabe de otra empresa que ofrezca estos servicios que se les esta ofreciendo?.
3. ¿Con los temas que se le ha hablado piensa que es necesario realizar una asesoría en: servicio al cliente, mercadeo y ventas, finanzas y recursos humanos?.
4. ¿Ya que conoce nuestros servicios ofrecidos, que piensa que es el factor diferenciador de nuestra empresa?.

5. ¿Como empresario piensa que le hace falta algo a nuestros servicios?.

6. ¿En un pensamiento competitivo, usted piensa que nuestros servicios podrán ayudar a las empresas

CONCLUSIONES DE ENTREVISTA

Con las entrevistas que se hicieron se puede destacar que en un 80 por ciento a los clientes, o empresas les gustaría que la empresa master system asesore a sus empresas para la toma de decisiones que como se sabe en toda empresa siempre hay que tomar, también se pudo ver que hay un nivel de competencia de asesoría para restaurantes y demás, en ese caso master system deberá mejorar e innovar con propuestas que ayuden a mejorar sus producciones y ventas de sus empresas.