

**ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA SAS**

**STEFANI YIZETH RAMIREZ LEON**

**TECNICO EN GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

**CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**OPCION DE GRADO II**

**IBAGUE-TOLIMA**

**2018**

**ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA SAS**

**STEFANI YIZETH RAMIREZ LEON**

**TECNICO EN GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

**DOCENTE**

**AIDEE TORES GIL**

**CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**OPCION DE GRADO II**

**IBAGUE-TOLIMA**

**2018**

## TABLA DE CONTENIDO

	PÁG.
INTRODUCCIÓN	4
1. PLANEACIÓN ESTRATEGIAS GENERATIVAS	5
1.1. Descripción del negocio	5
1.2. Descripción del producto	5
1.3. Objetivo general	6
1.4. Marco legal	6
1.5. Misión	7
1.6. Visión	7
1.7. Valores	7
1.8. Objetivos específicos	8
1.9. Análisis de PESTEL	8
1.10. Análisis de Porter	9
1.11. Matriz de análisis de campos de fuerza	10
1.12. Cadena de valor	11
1.13. Estrategias competitivas	12
1.14. Identificación o construcción de la ventaja competitiva	12
2. ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1. Objetivo del estudio del mercado	12
2.2. Segmentación	12
2.3. Mercado Objetivo	13
2.4. Metodología de investigación	13
2.5. Análisis de la investigación	14
2.6. Recomendaciones	19
3. PLAN DE MARKETING	19
3.1. Objetivos del Plan de Marketing	19
3.2. Estrategias del producto	19
3.3. Estrategias del precio	20
3.4. Estrategias de publicidad	21
3.5. Estrategias de marca	21
3.6. Estrategias de promoción	22
3.7. Campaña publicitaria	23
3.8. Estrategia de distribución	23
4. PROYECCIÓN DE VENTAS	23
4.1. Políticas de cartera	23
4.2. Presupuesto de plan de mercadeo	24
5. CONCLUSIONES	25
BIBLIOGRAFIA	26
ANEXOS	27
ANEXO 1	27
ANEXO 2	28

## INTRODUCCIÓN

Durante años Colombia ha demostrado ser un país donde llegan muchos turistas, en el cual ha llevado a ser lugar de sitios turísticos visitado por los extranjeros. Debidamente a la atención prestada de los servicios ofrecidos en nuestras diferentes regiones, contando con una gran variedad de riquezas naturales y culturales a nivel nacional, proporcionando el conocimiento de cada una de ellas a los clientes.

Entre ellas destacándose el municipio de melgar – Tolima por ser un centro de veraneo con muchas alternativas en el turismo, ecoturismo, dispone de una buena oferta hotelera y de casas vacacionales, para todos los gustos, entre otros.

Además Durante un tiempo se ha visto afectado el municipio de melgar por deterioros como fallas institucionales, de mercado, de infraestructuras que ocasiona la poca participación activa del personal en la captura de beneficios de la actividad turística siendo un ejemplo de uno de los impactos negativos de la globalización cuando no hay la información, la capacidad y la participación ciudadana para la toma de decisión acertadas para mejorar. Como también se encuentra en déficit de habitaciones para turistas y no cuenta con el conjunto de servicios necesarios para su volumen de visitantes.

Sin embargo, Nuestra empresa tiene como objetivo principal ofrecer diferentes tipos de servicios de muy buena calidad además de hotelería y turismo, como la organización de eventos, planes turísticos, recreación, entre otros con una variedad de precios que se acomoden a la necesidad y expectativa de nuestros clientes contando con un alto grado de profesionalismo por parte del personal capacitado que muestran un gran desempeño mejorando continuamente, dando fe y garantizando que nuestros servicios son plenamente confiables.

## 1. PLANEACIÓN ESTRATEGIAS GENERATIVAS

### 1.1.Descripción de la idea de Negocio

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA S.A.S, Es un negocio de origen colombiano dedicado al turismo, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos, organización de eventos, recreación y esparcimiento. Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles servicios de muy buena calidad de acuerdo a sus expectativas.

La idea nace de Melgar – Tolima, el cual se destaca por ser un centro de veraneo con muchas alternativas en el turismo. Ecoturismo, dispone de una buena oferta hotelera y de casas vacacionales, para todos los gustos, entre otros.

Apesar de contar con estos atractivos durante un tiempo se ha visto afectado el municipio de Melgar por deterioros como fallas institucionales, de mercado, de infraestructuras que ocasiona la poca participación activa del personal en la captura de beneficios de la actividad turística siendo un ejemplo de uno de los impactos negativos de la globalización cuando no hay la información, la capacidad y la participación ciudadana para la toma de decisión acertada para mejorar. Como también se encuentra en déficit de habitaciones para turistas y no cuenta con el conjunto de servicios necesarios para su volumen de visitantes.

### 1.2.Descripción del producto

**SERVICIO:** Empresa de servicio dedicados al turismo, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos, organización de eventos, recreación y esparcimiento. Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindándoles servicios de muy buena calidad de acuerdo a sus expectativas, para ello contamos con personal calificado con muy buena capacitación mostrando dedicación, interés y esfuerzo en proporcionar el mejor servicio a nuestros clientes.

**FUNCIONALIDAD:** Regidos bajo la norma ISO 9001:2008, cumpliendo con estos requisitos, damos paso a la mejora continua de los servicios, ofrecidos logrando y garantizando con mayor satisfacción las expectativas requeridas por los clientes dando a conocer:

- La interpretación de los requerimientos y rápida respuesta de nuestros clientes,
- El conocimiento acerca de los servicios ofrecidos,.

- La realización continúa de inspección a los destinos que vende la Empresa, salones donde se realizan los eventos, centros recreativos. Etc,
- El seguimiento de todos los procesos y la evaluación de la satisfacción de los clientes para la toma de decisiones,
- El cumplimiento de las condiciones pactadas.
- La adecuada capacitación de nuestro personal,

Promover la innovación constante de nuestras prestaciones, procesos y procedimientos

### **1.3. Objetivo General**

Determinar la viabilidad de la construcción de un negocio de prestación de servicios turísticos y hoteleros, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos y organización de eventos, recreación y esparcimiento, en el municipio de Melgar, departamento del Tolima, generando un espacio de las personas se puedan reunir para tener momentos de esparcimientos y relajación, disfrutando de diferentes clases de productos y servicios

### **1.4.MARCO LEGAL**

Normas regulatorias generales que delimitan la actividad integral del negocio:

ARTICULO 01: OBJETO La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, reguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privados en la actividad.

- LEY 1558 Del 2012 “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, La Ley 1101 de 2006 y se dictar otras disposiciones”
- Operador turístico
- Pequeña empresa
- CIU 7912

- Clasificación de empresas SAS
- Personal Jurídica
- Resolución de facturación DIAN 900700902 – 8
- REGISTRO NACIONAL DE TURISMO N, 3272
- Contratación de personal de forma directa
- Contratación de proveedores de forma directa
- Afiliaciones al sistema general de seguridad social (EPS, SALUD TOTAL, PENSIONES, PORVENIR, ARL).

### **1.5.MISIÓN Identidad Estratégica**

Brindar un servicio turístico dentro de Colombia en todas sus regiones, siendo un país de gran riqueza natural y cultural principalmente en el municipio de Melgar, con el propósito de mostrar al mundo nuestros hermosos paisajes, y ser una empresa organizadora de eventos que ofrece un servicio de calidad, con una buena atención, para así lograr la satisfacción de nuestros clientes, contar con un personal profesional, técnico y serio. .

### **1.6. VISION Futuro Preferido**

En el 2021, la ORGANIZACIÓN TURISTICA Y EVENTOS INNOVA Sera una empresa turística y organizadora de eventos líder a nivel nacional, que se caracterice por la responsabilidad de sus miembros en el desempeño y calidad de su labor, y en el uso y apropiación de tecnología e innovación al servicio de personas y empresas, contribuyendo decisivamente a incrementar la competitividad de Colombia mostrando los diferentes tipos de servicios a ofrecer.

### **1.7. Valores**

- Pasión: colocamos el alma y corazón en el desarrollo de esta organización y la atención a nuestros clientes,
- Integridad: la honestidad, la ética y el respeto hacia todos los elementos que nos rodean, es la exigencia que marca nuestro día a día, sin estos valores nada puede funcionar.

- Excelencia y trabajo en equipo: creemos que el trabajo en equipo y unos excelentes profesionales son fundamentales para llevar a cabo nuestros objetivos, por eso nos rodeamos de las mejores personas que comparten nuestra misión, visión y valores.

### 1.8. Objetivos Específicos

- Trabajar en equipo
- Desarrollar estrategias de mercadeo, con previo estudio de mercado, de la competencia y análisis del sector
- Analizar y solucionar problemas: capacitación continua del personal, entrenamiento de servicio y atención al cliente, para un buen manejo de clientes.
- Generar empleo de manera directa e indirecta.

### 1.9. Análisis de PESTEL

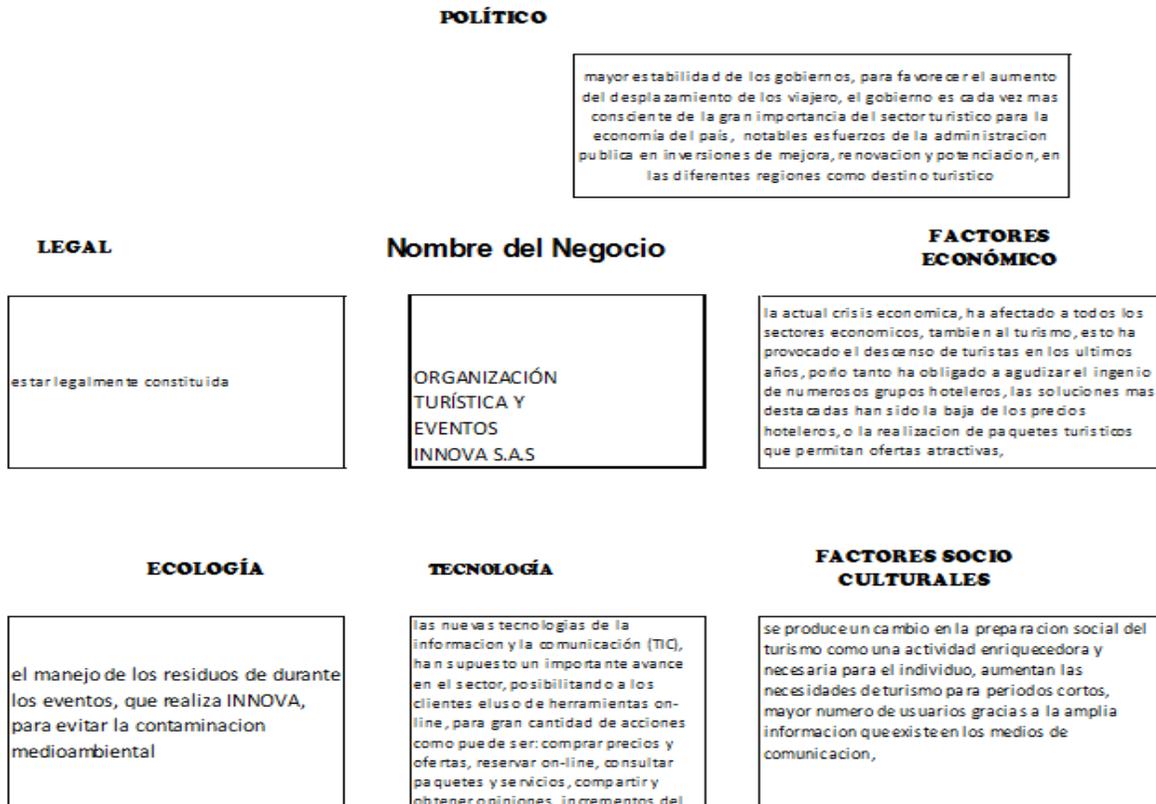
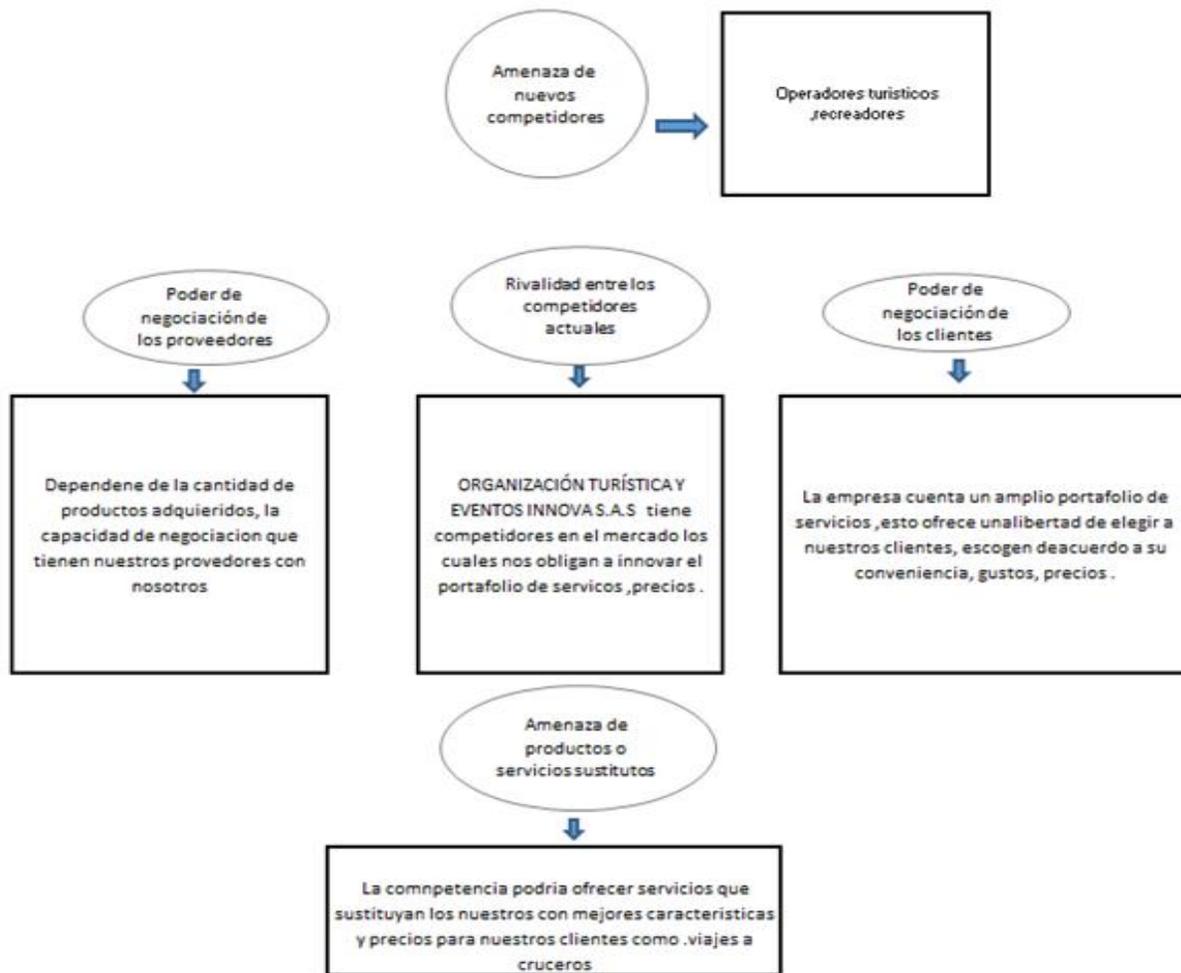


Imagen 1

Según la imagen 1 se especifica sobre el análisis de Pestel donde se puede expresar detalladamente las partes políticas legales su factor económico ecología tecnología las cuales se va a desarrollar y además se aplica los factores socio culturales del proyecto Organización Turística y Eventos Innova SAS.

### 1.10. Análisis de Porter

#### Análisis de las cinco fuerzas – Influencia del Macroentorno



**Imagen 2**

Según la imagen 2 Como podemos ver en el organigrama se especifica las influencias del marco entorno como las amenazas de posibles competidores, poder de negociacion con los clientes, poder de negociacion con los proveedores y posibles amenazas de servcicios sustitutos.

### 1.11. Matriz de Análisis de campos de fuerza

<b>FUERZA INDUCTORA</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Desarrollo innovador del servicio a prestar.</b></li><li>• <b>Oportunidad de crecimiento.</b></li><li>• <b>Servicio que satisfacen las necesidades.</b></li></ul> <b>Innovación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal motivado a realizar con calidad su trabajo.</li><li>• Planes estratégicos elaborados.</li><li>• Servicio de alta calidad.</li><li>• Ubicación geográfica céntrica.</li></ul>

<b>FUERZA OPOSITORA</b>	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Empresa nueva en el mercado</b></li><li>• <b>Necesidad de capital</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competitividad</li><li>• Falta de experiencia</li><li>• No somos una empresa reconocida</li><li>• Tendencias desfavorables en el mercado.</li><li>• No formar un buen equipo de trabajo o no responder bien a sus expectativas y necesidades.</li></ul>

## 1.12. Cadena de Valor

<p><b>INFRAESTRUCTURA :</b> Asesoramiento personalizado, el negocio se financia por medio de los cobros por los servicios prestados y asesoramiento a las diferentes hoteles como también a la prestación de servicio a personas naturales en actividades lúdicas</p>				
<p><b>RECURSOS HUMANOS :</b> Se contara con el personal altamente calificado se motiva al personal con bonos de comisión</p>				
<p><b>TECNOLOGIA :</b> Se contara con los programas con las páginas web correos electrónicos,</p>				
<p><b>ADQUISICIONES:</b> La empresa cuenta con una oficina ubicada en Melgar- Tolima equipos tecnológicos como computador, impresoras.</p>				
LOGISTICA DE ENTRADA	OPERACIONES	LOGÍSTICA DE SALIDA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIOS
<p>Orientar al cliente de acuerdo a su necesidad</p>	<p>De acuerdo a la información obtenida se procede a remitir a nuestro personal sobre lo que ha solicitado el cliente</p>	<p>Una vez desarrollado el servicio se procede a mostrar al cliente el resultado de su servicio deseado.</p>	<p>La empresa se dio a conocer por medio de brochure, radio, páginas web</p>	<p>Luego de haber tomado el servicio se realiza un seguimiento de satisfacción para el cliente</p>

### 1.13. **Estrategias Competitivas**

Organización turística y eventos, la empresa ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA S.A.S Se compromete a ofrecer diferentes tipos de servicios como de turismo, asesorías hoteleras, planes de viajes, eventos y recreación logrando la satisfacción de nuestros clientes:

#### **1.14. Identificación o construcción de la ventaja competitiva**

2. Prestación de servicios turísticos
3. ASESORIAS OPERATIVAS: se hace el análisis de los procesos con el objetivo de proponer soluciones para la corrección y mejora de los mismos
4. Asesorías para hoteles
5. Diseño de paquetes turísticos
6. Recreación y esparcimiento.

## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Objetivo del estudio del mercado**

Determinar la viabilidad de la constitución de un negocio de prestación de servicios turísticos y hoteleros, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos y organización de eventos, recreación y esparcimiento, en el municipio de Melgar, departamento del Tolima, generando un espacio donde las personas se puedan reunir para tener momentos de esparcimiento y relajación, disfrutando de diferentes clases de productos y servicios.

### **2.2. Segmentación**

Las personas de estrato medio, alto y empresas que desean un ente innovador, para la organización de sus eventos, con la mejor atención, los mejores platos y lo más importante que se sientan en un ambiente cómodo, con música de su preferencia y una decoración perfecta acorde a la ocasión y el cumplimiento de lo estipulado en el contrato.

Como también las personas que usan los servicios de empresas turísticas con hábitos de consumo de alto nivel, buscan divertirse constantemente. Y además desean tener un sitio donde puedan

disfrutar de un buen momento, acompañados por su familia o amigos, con una excelente atención, variedad de servicio con un ambiente agradable y acogedor.

### **2.3.Mercado objetivo**

- ✓ PLAN TURÍSTICO, En un sentido aplicado al tema de producto, el plan es un paquete turístico que se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes de prestación de servicios a nuestros clientes.
- ✓ EVENTOS FAMILIARES: Ofrece diferentes tipos de fiestas, ya se cumpleaños aniversarios, entro otros.
- ✓ EVENTOS SOCIALES: Principalmente destinados a la división de los invitados, se le puede realizar en salones, al aire libre, o en la propia casa, decorando un ambiente agradable, acogedor y como para cada uno de los asistentes.
- ✓ RECREACIÓN: Servicio ofrecido a través de la generación de espacios en los que los individuos puede participar libremente de acuerdo a sus intereses y preferencias.
- ✓ ASESORÍAS PARA HOTELES: la asesoría para hoteles esta basada en la experiencia y la formación profesional. El objetivo principal es mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel y reducir los gastos de operatividad.
- ✓ EVENTOS CORPORATIVOS: Completamente encaminados a vincular, incentivar, capacitar, promover, proporcionar, comunicar, al as empresas con sus asociados, trabajadores, clientes y al público en general. ANEXO 1

### **2.4. Metodología de Investigación**

**El tipo de investigación que se aplica fue la DESCRIPTIVA:**

**Su razón** En Melgar – Tolima además de ser un sitio turístico por excelencia y al igual que en distintas ciudades de Colombia durante un tiempo se han presentado deterioros como fallas institucionales, de mercado, de infraestructuras que ocasiona la poca participación activa del personal en la captura de beneficios de la actividad turística siendo un ejemplo de uno de los impactos negativos de la globalización cuando no hay la información, la capacidad y la participación ciudadana para la toma de decisión acertadas para mejorar. Se ve la carencia de

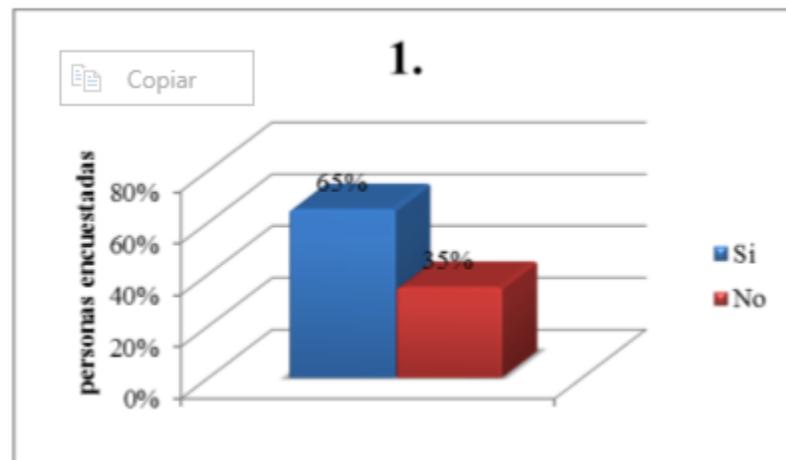
empresas para la organización de eventos que no cumplen con los requerimientos que satisfagan las necesidades de los clientes.

### **El tipo de estudio que se realizo fue CUANTITATIVO**

Para llevar acabo la encuesta a realizar se toma en cuenta que en melgar hay 32.774 habitantes, por lo tanto este estudio va dirigido a 1000 habitantes y empresas de los cuales usan con mayor frecuencia este tipo de servicio de turismo y organización de eventos. Para adelantar el estudio se tiene en cuenta que necesitamos que 500 personas que utilicen este servicio completen la encuesta, considerando que el 50% de las personas, contesten las encuestas. (VER ANEXO 2)

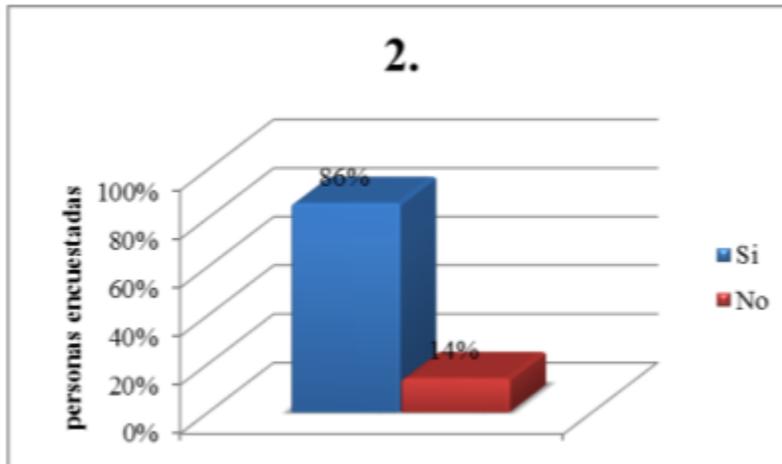
#### **2.5. Análisis de investigación**

1. ¿Conoce usted una empresa que se encargue de todo lo necesario para organizar un evento como: el salón, la decoración, el sonido, las luces, comida etc.?



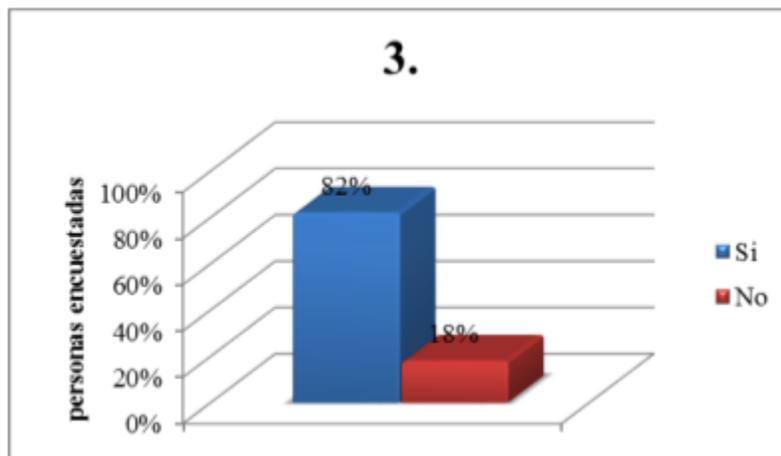
El 65% de los habitantes de la población conocen empresas que prestan el servicio de organización de eventos incluyendo, el salón, decoración etc. Mientras que el 35% no conoce empresas que presten este tipo de servicios

2. ¿Ha utilizado el servicio de una empresa de turismo?



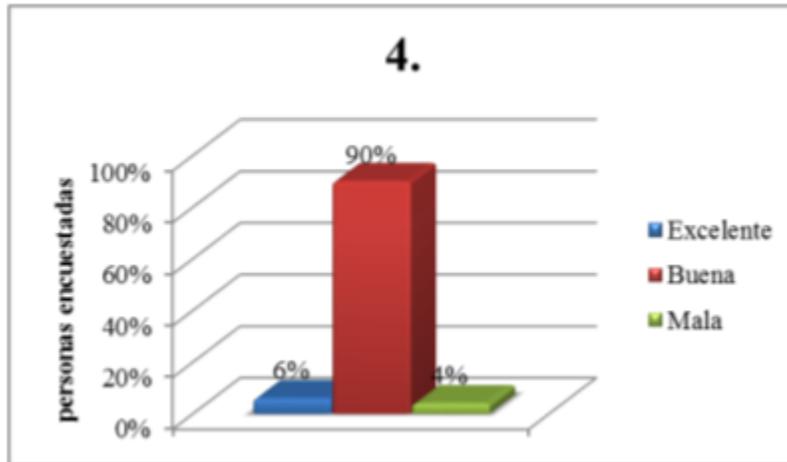
En el municipio de melgar el 85% de las personas usan este tipo de servicios por lo que es muy común siendo melgar un sitio turístico por excelencia y el 14 % de la población no acceden a este servicio por sus bajos recursos.

3¿adquiere usted por las empresas de turismo, planes turísticos con todo incluido?



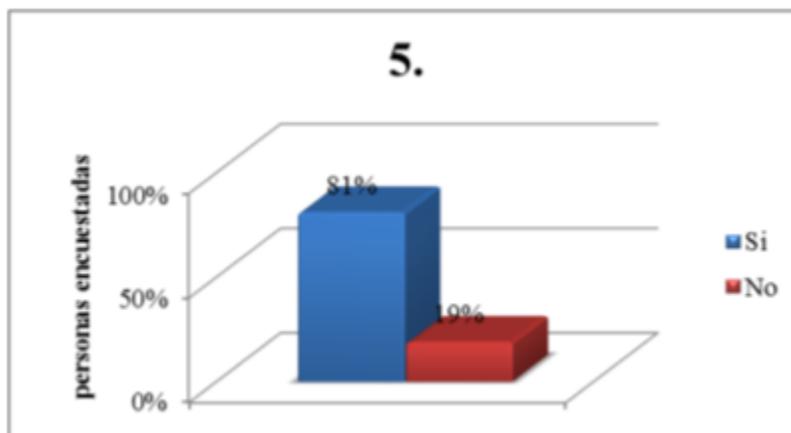
El 82% de los consumidores adquieren este tipo de servicio turístico con todo incluido porque sale más económico y van por 2 o 3 días, en cambio por lo contrario el 18% no porque prefieren ir a divertirse o disfrutar y pasar un rato agradable sin necesidad de adquirir un lugar con alojamiento incluido y devolverse el mismo día para sus casas.

4. ¿Qué experiencia ha tenido al utilizar el servicio de una empresa organizadora de eventos?

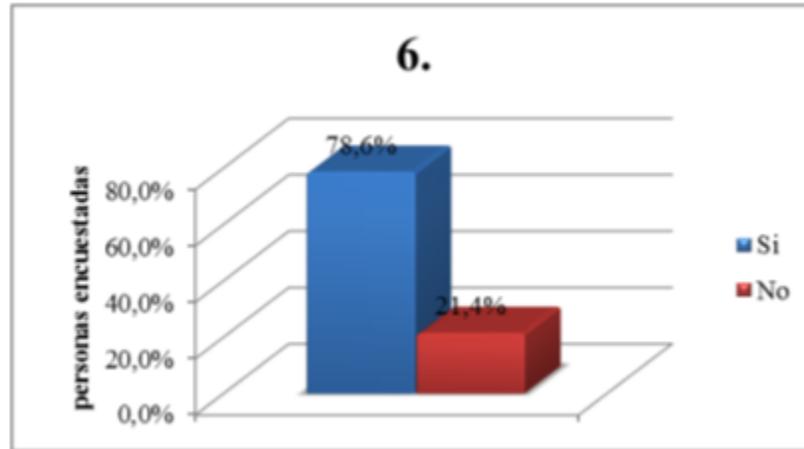


La experiencia que han tenido los consumidores que por algún motivo especial adquieren de los servicios de una empresa organizadora de eventos es buena con un 90% de satisfacción de los clientes.

5. ¿Cree usted que las empresas organizadoras de eventos tienen tecnología actualizada, que garantice excelente calidad para la prestación de sus servicios?

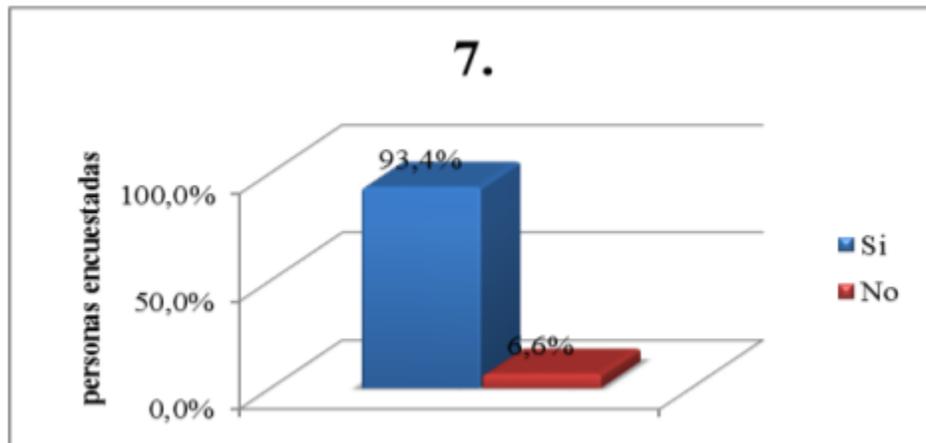


7. ¿Está de acuerdo con el método de trabajo de las empresas prestadoras de estos servicios?

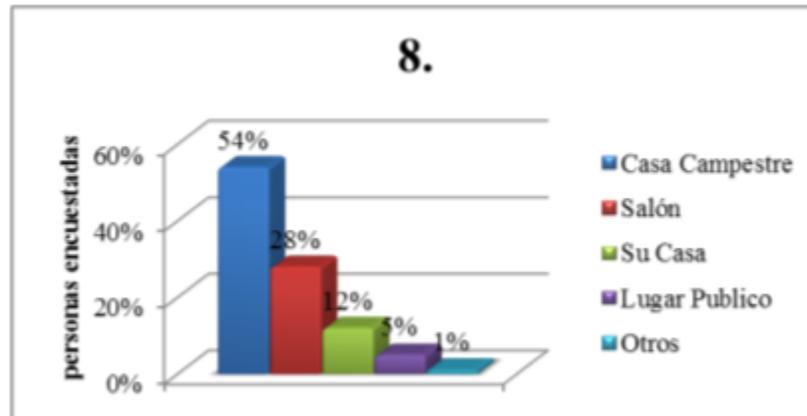


Los consumidores que más utilizan los servicios de empresas turísticas y de eventos están un 78,6% de acuerdo al método de trabajo de estas empresas porque han recibido muy buena atención.

7. ¿Cumplen y son responsables las empresas de turismo y organizadoras de evento cuando se va a llevar a cabo lo acordado?

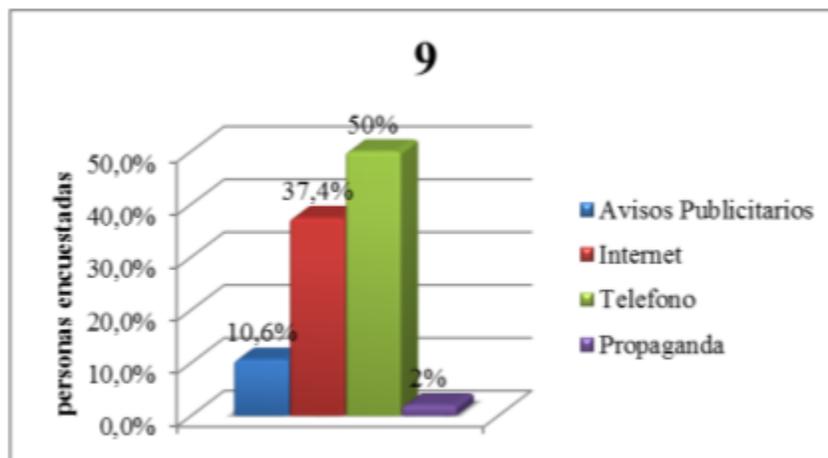


8-. ¿qué lugares prefiere para realizar sus fiestas o eventos?



El 54% de las personas que utilizan el servicio de organización de eventos prefieren realizar sus celebraciones en casa campestre, seguida esta con el 28% un salón por lo que estas 2 son lugares más adecuados y presentables para cualquier tipo de ocasión especial.

9. ¿cómo le gustaría obtener información de los servicios ofrecidos por la empresa?



En la encuesta se puede ver reflejado que las personas les gustaría obtener información de los servicios que presta la empresa con el 50% vía telefónica y el 37,4% por páginas de internet porque así pueden recibir u obtener la suficiente información necesaria requeridas por el usuario.

## 2.6. RECOMENDACIONES

Se debe tener una adecuada organización de eventos ofreciendo al 100% la calidad de nuestros servicios a los clientes para que cumpla con los requerimientos, expectativas y satisfacción de los mismos.

Tomando en cuenta que para ellos se debe contar con una buena planeación, organización, dirección y control.

## 3. PLAN DE MARKETING

### 3.1. Objetivos del Plan de Marketing

**Producto:** Individual

**Mercado:** Las personas de estrato medio, alto y empresas que desean un ente innovador, para la organización de sus eventos, con la mejor atención, los mejores platos y lo más importante que se sientan en un ambiente cómodo, con música de su preferencia y una decoración perfecta acorde a la ocasión y el cumplimiento de lo estipulado en el contrato.

**Competencia:** Organización turística y eventos la empresa ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA S.A.S, Se compromete a ofrecer diferentes tipos de servicios como turismo, asesorías hoteleras, planes de viajes, eventos y recreación logrando la satisfacción de nuestros clientes.

**Ventas:** Dar a conocer la marca, incrementar ventas alcanzables, captar nuevos clientes, fidelizar clientes,

**Publicidad:** haciendo uso de brochure, páginas web.

**Promoción:** incentivos para clientes.

### 3.2. Estrategias de Producto

**Utilidad:** Empresa de servicio dedicados al turismo, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos, organización de eventos, recreación y esparcimiento.

**Usos:** esparcimiento, diversión, organización,

**Tiene como Función;** la de promover la innovación constante de nuestras prestaciones, procesos y procedimientos,

**Empaque:** Servicio

**Garantía:** No tiene garantía

**Servicio Postventa:** El seguimiento de nuestros clientes mediante encuestas de satisfacción

**Tipo de producto:** Producto Individual.

### 3.3. Estrategia de Precio :

- Para determinar la estrategia de precio, se tendrán en cuenta instalaciones, y los variables tales como los costos en que se incurre para la prestación del servicio, los cuales están contemplados en costo del transporte, seguro, mano de obra, y servicios que incurren directamente en el funcionamiento del proyecto. La estrategia prevista para determinar el precio es tener precios bajos o fijar precios iguales a los de la competencia.
- Uno de los aspectos que nos permitirá esta fijación de precios corresponde al poder de negociación de la empresa con nuestros futuros clientes, al poder garantizar la compra al por mayor al detal de producto a los proveedores obteniendo descuentos de acuerdo al tipo de compra.
- Se manejan precios especiales y confidenciales para los clientes que soliciten productos exclusivos.
- Evaluar continuamente los gastos de la empresa, mirar que genera menos ingresos y variar la oferta según la demanda del cliente.
- Entregar siempre facturas y tickets al cliente para generar tranquilidad en la utilización del producto.
- Recibir diferentes medios de pago, efectivo, tarjeta débito y tarjeta de crédito.

### 3.4. Estrategia de Publicidad:

- Avisos publicitarios, donde se muestren los diferentes servicios e inclusive en el mismo establecimiento.
- Contaremos con ofertas atractivas para nuestros clientes mayoristas en temporadas altas.
- Repartir volantes en el municipio de melgar, dando a conocer la empresa y las promociones que hay en ella.
- Hacer publicidad por medio de las redes sociales.
- Creación de una base de datos que contenga, nombre, frecuencias de compras, correo electrónico, teléfono, etc., esto permitirá enviar información constante sobre los nuevos modelos y descuentos
- Realizar visitas periódicas a los cliente para saber el nivel de rotación y aceptación del producto

### 3.5. Estrategia de Marca

**Marca: INNOVA SAS**

La marca se define como **SERIA, DINAMICA Y ORGANIZADA,**

**Logo:**



El color para la marcar será **NARANJA**, es el color que debe representar nuestra marca porque refleja innovación, modernidad, juventud, diversión, es la forma como se debe trabajar en una empresa de servicios de eventos.

Nuestras posibles competencias podrían ofrecer servicios que sustituyan los nuestros con mejores características y precios mas bajos para nuestros clientes, ofrecer además viajes en cruceros,

Entre los posibles competidores estarían

- Organizadores de eventos como la empresa cada de eventos Ibagué,
- Chispum Recreación
- Grupo Dawinchi, quienes utilizan en su logo un color negro, que reflejan prestigio, valor, poder,

**Slogan: Organizadora turística y eventos**

**Ventaja competitiva:** La integración de varios servicios y la innovación de los mismos

**Ventaja comparativa:** La empresa ofrece servicios diversificados a bajo costo

**3.6. Estrategias de Promoción**

VENTA PERSONAL: Nuestros asesores salen a vender y con ellos llevan un portafolio de servicios donde ilustra los servicios que se ofrecen.

Dentro del portafolio hay un pagable que indica las diferentes promociones que tenemos si el cliente decide comprar su bono (descuentos) asegura un determinado porcentaje para su compra de algún servicio.

Publicidad: ofrecer descuentos por determinadas fechas atreves de redes sociales.

- Avisos publicitarios, donde se muestren los diferentes servicios e inclusive en el mismo establecimiento.
- Contaremos con ofertas atractivas para nuestros clientes mayoristas en temporadas altas.
- Repartir volantes en el municipio de melgar, dando a conocer la empresa y las promociones que hay en ella.
- Hacer publicidad por medio de las redes sociales.
- Creación de una base de datos que contenga, nombre, frecuencias de compras, correo electrónico, teléfono, etc., esto permitirá enviar información constante sobre los nuevos modelos y descuentos
- Realizar visitas periódicas a los cliente para saber el nivel de rotación y aceptación del producto

### 3.7. Campaña publicitaria

Tratar de buscar a través de nuevos medios la venta de los servicios que estamos ofreciendo al igual que promocionar el mismo. Por medio de:

- Internet
- Trípticos
- Visita a ferias tanto turísticas como culturales.

### 3.8. Estrategias de Distribución

El canal que se utiliza será el corto, además los actores que intervienen en el canal serán los Asesores Marketing y el tipo del canal será Directo.

#### Canales:

- **Directo:** Vendedores salgan a ofrecer nuestros servicios,
- **Corto:** Mediante estrategias de marketing corto

## 4- PROYECCIÓN DE VENTAS

### 4.1. Políticas de cartera

La base fundamental son las ventas y de acuerdo con las promociones ofertadas, se realiza un pronóstico de ventas acorde con la estructura de los costos como son los sueldos del personal, y los gastos de operaciones.

**Revisión de pagos y descuentos:** hay que tener al día los estados de cuenta para vigilar la morosidad de estas.

**Programa de cobros:** todos los funcionarios están en la obligación de que los programas se cumplan a cabalidad.

**Control de plazos especiales:** los plazos especiales para el pago deben concederse raramente, cuando son concedidos, deben avisarse oportunamente a todas las personas que tengan que ver con el caso.

- Todos los clientes con 15 días de mora serán contactados por correo electrónico.
- Todos los clientes con 20 días de mora serán contactados por teléfono.

**Servicio al cliente:** se debe manejar el departamento de cartera, para tener mejor conocimientos del deudor.

Mantener los gastos dentro del presupuesto

#### 4.2. Presupuesto de plan de mercado

<b>ITEMS</b>	<b>1 mes</b>	<b>valor</b>	<b>valor total</b>
ASESORIAS HOTELERAS	5	100.000	500.000
DISEÑO DE PLANES TURISTICOS	10	200.000	2.000.000
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	20	300.000	6.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>600.000</b>	<b>8.500.000</b>

#### ESTIMACION DEL 80% DE LA VENTA DEL SERVICIO

<b>ITEMS</b>	<b>1 TRIMESTRE</b>	<b>2 TRIMESTRE</b>	<b>3 TRIMESTRE</b>	<b>4 TRIMESTRE</b>
ASESORIAS HOTELERAS	15	30	45	60
DISEÑO DE PLANES TURISTICOS	30	60	90	120
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	60	90	120	150
<b>TOTAL</b>				

<b>ITEMS</b>	<b>1 TRIMESTRE</b>	<b>2 TRIMESTRE</b>	<b>3 TRIMESTRE</b>	<b>4 TRIMESTRE</b>
ASESORIAS HOTELERAS	500.000	500.000	500.000	500.000
DISEÑO DE PLANES TURISTICOS	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
<b>TOTAL</b>				

<b>ITEMS</b>	<b>1 TRIMESTRE</b>	<b>2 TRIMESTRE</b>	<b>3 TRIMESTRE</b>	<b>4 TRIMESTRE</b>
ASESORIAS HOTELERAS	7.500.000	15.000.000	22.500.000	30.000.000
DISEÑO DE PLANES TURISTICOS	60.000.000	120.000.000	180.000.000	240.000.000
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	360.000.000	540.000.000	720.000.000	900.000.000
<b>TOTAL</b>				<b>1.170.000.000</b>

## 5. CONCLUSIONES

**LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA SAS** tiene un alto nivel de servicio hacia el cliente, principalmente con mayor fortaleza el área relacional, demostrando la consecuencia de su filosofía “calidad, atención, basada en la comodidad y satisfacción”.

Es una empresa la cual rige para suplir cada necesidad que tenga nuestro cliente, teniendo uno estándares de calidad competitivos de alto rango y rigiéndonos por entidades que competen la industria turística y hotelera en el país.

La ideología y el concepto que desarrollamos es innovar en el servicio intangible siendo eficientes, eficaces y dando una plena seguridad a nuestros huéspedes, convirtiéndolos en clientes satisfechos y potenciales.

A nuestras empresas prestadoras de servicio turístico estandarizarlas, formalizarlas, legalizarlas y capacitarlas para un excelente servicio de calidad en el municipio de Melgar y el resto del país, la idea principal es pasar del discurso a lograr acciones concretas contra la informalidad. Esto es fundamental para proteger nuestros destinos y, por su puesto, a nuestros huéspedes. Estamos seguros que los alcaldes serán grandes aliados en este proceso”.

## **BIBLIOGRAFIA**

[http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos de grado/347\\_2009\\_CEE\\_GNAVAS\\_13.pdf](http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos%5Cde%5Cgrado%5C347_2009_CEE_GNAVAS_13.pdf)

## ANEXO 1

### ENCUESTA

FECHA: \_\_\_\_\_  
NOMBRE: : \_\_\_\_\_ C.C NO. \_\_\_\_\_

Evidencia: Desarrollo del Segmento

El primer elemento a tener en cuenta es la clasificación del negocio. En seguida, marque con una X el tipo de negocio de su empresa:

B2B  B2C

1. En caso de que su proyecto contemple un negocio tipo B2C, responda las siguientes preguntas sobre su grupo segmentado con el mayor detalle posible haciendo uso de la investigación:

¿Cuál es el sexo del cliente? hombre mujer otro

¿Cuál es el rango de edad? entre 25 y 35 años

¿Cuál es su estado civil? unión libre

¿Cuál es su nivel educativo? Técnica

¿En qué estrato esta ubicada su vivienda? 5

¿Cuál es su ciudad y localidad de residencia? Melgar

¿Cuáles son sus gustos o aficiones particulares? Salir a paseo con mi familia y la celebración de los cumpleaños de mi familia

¿En qué momento de la vida familiar se encuentra? (incluye grupo familiar actual) Vivo con mi esposo en y mis dos hijos adolescentes

¿A qué grupo, comunidad o etnia pertenece?

¿qué rasgos de personalidad posee? No pertenezco a ninguna etnia o comunidad

¿Cuáles son los posibles motivos por los cuales desea adquirir el producto? Adquiero este tipo de servicio turístico con todo incluido porque sale más económico y van por 2 o 3 días. También adquiero el servicio de organizar eventos familiares como cumpleaños .

¿Cuáles son los beneficios que espera del producto y pueden determinar la posibilidad de compra? La excelente organización ,el cumplimiento del servicio que estoy adquiriendo .que siempre me muestren diferentes servicios de planes innovadores .

¿Qué aspectos de su estilo de vida se pueden resaltar? Viajo con frecuencia con mi familia nos gusta disfrutar con nuestros amigos de eventos sociales ,familiares ,cumpleaños ,bodas .las cuales cuenten con un ambiente cómodo y buena música .

2. Si su empresa se encuentra clasificada dentro del marco de negocios tipo B2B, responda las siguientes preguntas acerca de su grupo segmentado con el mayor detal

¿Dónde están ubicadas las empresas? Melgar Tolima

¿Qué tamaño tienen estas organizaciones? Grandes

¿Para qué utilizan su producto? Asesorías

¿Cuáles son los criterios de compra de estas empresas?

Precio calidad soporte técnico servicio

## ANEXO 2

FECHA :

### ENCUESTA

Buen Día mi nombre es Stefany Ramírez León le agradezco me colabore con unos minutos de su tiempo para contestar la siguiente encuesta. Cuyo objetivo es con su ayuda determinar la viabilidad de la constitución de un negocio de prestación de servicios turísticos y hoteleros, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos y organización de eventos, recreación y esparcimiento, en el municipio de Melgar, departamento del Tolima.

Nombre:

1. ¿Conoce usted una empresa que se encargue de todo lo necesario para organizar un evento como: el salón, la decoración, el sonido, las luces, comida etc.?
2. ¿Ha utilizado el servicio de una empresa de turismo?
3. ¿adquiere usted por las empresas de turismo, planes turísticos con todo incluido?
4. ¿Qué experiencia ha tenido al utilizar el servicio de una empresa organizadora de eventos?
5. ¿Cree usted que las empresas organizadoras de eventos tienen tecnología actualizada, que garantice excelente calidad para la prestación de sus servicios?
6. ¿Está de acuerdo con el método de trabajo de las empresas prestadoras de estos servicios?
7. ¿Cumplen y son responsables las empresas de turismo y organizadoras de evento cuando se va a llevar a cabo lo acordado
8. ¿qué lugares prefiere para realizar sus fiestas o eventos?
9. cómo le gustaría obtener información de los servicios ofrecidos por la empresa?

#### Evidencia: Técnicas de Recolección

Marque con una X el instrumento a aplicar en su investigación de mercados:

ENCUESTA

ENTREVISTA

A continuación, enuncie las técnicas de recolección a usar de acuerdo a su instrumento, y en cada una explique brevemente la locación o herramienta a implementar:

TECNICA	LOCACION/HERRAMIENTA
1.CUANTITATIVA	PRESENCIAL
2.CAPTURA DE DATOS ENCUESTA	Se digitalizan los datos recogidos en un Excel.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN



**FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O  
PROYECTOS DE INVESTIGACION**

CÓDIGO: IPA-FO28

VERSIÓN: 00

N° DE PÁGINAS: 2

TÍTULO COMPLETO			
Organización Turística y Eventos Innova SAS			
SUBTÍTULO, SI LO TIENE			
AUTOR O AUTORES			
Apellidos Completos		Nombres Completos	
Ramírez León		Stefani Yizeth	
DIRECTOR (ES) DEL TRABAJO O PROYECTO			
Apellidos Completos		Nombres Completos	
Torres Gil		Aidee	
ESCUELA			
PROGRAMA ACADÉMICO			
Tipo de programa (seleccione con "x")			
Técnico	Tecnólogo	Profesional	Otro. ¿Cuál?
	✘		
Nombre del Programa Académico			
Administración Turística y Hotelera			
Nombres y Apellidos del Director del Programa Académico			
Bibiana Andrea Lombana			
TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:			
Tecnólogo en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras			
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o tener una mención)			

CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN	NÚMERO DE PÁGINAS
Ibagué	2018	28
ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca		
REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas		
APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones		
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

TIPO DE ILUSTRACIONES (seleccione con "x")						
Dibujos	Pinturas	Tablas, gráficos y diagramas	Planos	Mapas	Fotografías	Partituras
		x				
<b>SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO</b> Nota: En caso que el software no se encuentre licenciado por la Institución a través de la biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la tesis o trabajo de grado quedará solamente en formato PDF.						
MATERIAL ACOMPAÑANTE						
TIPO	DURACIÓN (Minutos)	CANTIDAD	FORMATO Y/O MEDIO			
Video						
Audio						
Multimedia						
Otro Cúal?						
DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES						
Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con el Sistema Nacional de Bibliotecas en el correo biblioteca@cun.edu.co, donde se les orientará)						
RESUMEN DEL CONTENIDO						

**ORGANIZACIÓN TURÍSTICA Y EVENTOS INNOVA S.A.S** es un negocio de origen colombiano dedicados al turismo, asesorías hoteleras, diseño de planes turísticos, organización de eventos, recreación y esparcimiento. Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindándoles servicios de muy buena calidad de acuerdo a sus expectativas.

La idea nace de melgar -Tolima el cual se destaca por ser un centro de veraneo con muchas alternativas en el turismo, ecoturismo, dispone de una buena oferta hotelera y de casas vacacionales, para todos los gustos, entre otros.

A pesar de contar con estos atractivos durante un tiempo se ha visto afectado el municipio de melgar por deterioros como fallas institucionales, de mercado, de infraestructuras que ocasiona la poca participación activa del personal en la captura de beneficios de la actividad turística siendo un ejemplo de uno de los impactos negativos de la globalización cuando no hay la información, la capacidad y la participación ciudadana para la toma de decisión acertadas para mejorar. Como también se encuentra en déficit de habitaciones para turistas y no cuenta con el conjunto de servicios necesarios para su volumen de visitantes.

<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>		
<b>FECHA</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>



**CARTA DE AUTORIZACION PUBLICACION EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: IPA-FO27

VERSIÓN: 00

PÁGINA: 32 de 34

Ibagué. \_\_17 de noviembre del 2018\_\_\_\_\_

Señores  
**Sistema Nacional de Bibliotecas**  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior  
Ciudad

Los suscritos:  
Stefani Yizeth Ramírez león

\_\_\_\_\_ C.C.No.1110519826\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ C.C.No. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ C.C.No. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ C.C.No. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ C.C.No. \_\_\_\_\_

En calidad de autor (es) del trabajo de grado Organización Turística y Eventos Innova SAS \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Presentado como requisito para optar el título de \_\_Tecnólogo en gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras\_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_ autorizo (autorizamos) al Sistema Nacional de Bibliotecas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, hacer uso académico-investigativo del presente trabajo de grado y su publicación en la web, teniendo en cuenta que en cualquier caso su finalidad será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, enseñanza e investigación.

Lo anterior teniendo en cuenta lo siguiente:

**AUTORIZO (AUTORIZAMOS)**

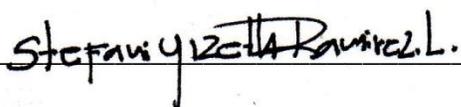
1. La conservación, preservación y almacenamiento de ejemplares de trabajos y/o

proyectos de investigación.
2. La consulta electrónica.
3. La reproducción por cualquier formato.
4. La difusión pública por medio electrónico y/o físico, así como su visibilidad en internet.

De conformidad con lo establecido en la *Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995* y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento.

Para constancia se firma el presente documento en \_\_\_\_\_ la ciudad de Ibagué, a los \_\_\_17 días del mes \_\_\_Noviembre \_\_\_\_\_ del 2018\_\_.

Autor (es)



Firma  
Nombre Stefani Yizeth Ramirez León  
Cédula 1110519826

\_\_\_\_\_  
Firma  
Nombre  
Cédula

\_\_\_\_\_  
Firma  
Nombre  
Cédula

\_\_\_\_\_  
Firma  
Nombre  
Cédula

---

**NOTA: El autor certifica que conoce las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.**

<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>		
<b>FECHA</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>