

OPCIÓN DE GRADO II
CONTAHOTELES

PRESENTADO A:

Ángela María Castellanos

PRESENTADO POR:

Leidy Alejandra Daza Gutiérrez
Cristian Mauricio Velásquez Marroquín
Laura Milena Neme

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. JUSTIFICACIÓN	5
3. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA.....	6
3.1 Descripción de la Idea de Negocio	6
3.2 Identidad Estratégica.....	6
Apoyar al sector hotelero en el área de contabilidad prestando servicios de asesorías contables y tributarias principalmente a pequeños y medianos hoteles.	6
3.3 Futuro Preferido	6
3.4 Objetivo General	6
3.5 Objetivos Específicos.....	7
3.6 Valores corporativos	7
3.7 Análisis de PESTEL.....	8
3.8 Análisis de Porter	9
3.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas	10
3.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa	10
3.11 Cadena de Valor	11
Desarrollo tecnológico.....	11
3.12 Estrategia Competitiva	12
4. ESTUDIO DE MERCADOS.....	12
4.1 Objetivos del Estudio de Mercados	12
4.2 Definición del mercado objetivo	12
4.3 Metodología de Investigación.....	13
4.4 Análisis de Investigación	13
5. PLAN DE MARKETING	17
5.1 Objetivos del Plan de Marketing.....	17
5.2 Estrategia de Producto.....	18
5.2.1 Estrategia de Marca	18
5.2.2 Estrategia de Servicio Postventa.....	18
5.3 Estrategia de Precio	18
5.4 Estrategia de Publicidad	19
5.4.1 Plan de Medios.....	19



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



Dirección Nacional de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

CONTAHOTELES

5.5 Estrategia de Promoción	19
5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	20
6. CONCLUSIONES	20
7. BIBLIOGRAFIA	20
8. ANEXOS.....	21
8.1 Anexo 1 Encuesta.....	21
8.2 Anexo 2 Conclusiones sobre las encuestas.....	23
ANEXO 3 PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	25
ELIGE TU PACK.....	25

1. INTRODUCCIÓN

Enfrentar las mejoras de productividad y competitividad en esta época, no es nada fácil, teniendo en cuenta las necesidades que surgen a través del desarrollo y mejora continua de las organizaciones, es por esto que nace la necesidad de llevar la contabilidad de todas las organizaciones, y es aquí donde CONTAHOTELES, surge como un proyecto para hoteles pyme, que desean llevar un estricto orden en su economía.

CONTAHOTELES, es una empresa dedicada a la prestación de servicios contables a hoteles pyme, presentando a las organizaciones una solución amigable con el medio ambiente y económicamente asequibles.

Este proyecto nace con el fin de aprender, y por ende crear una empresa que cuente con personal altamente calificado en el área contable, y ofrecer módicos precios a su distinguida clientela, enfocándose en principios básicos como lo son la honestidad, el respeto, la puntualidad, entre otros.

CONTAHOTELES, surge en el momento en que los integrantes del proyecto, observaron que hoteles pequeños y medianos de Bogotá, no contaban con asesorías contables especializadas, por ende se creó la empresa CONTAHOTELES el cual se enfocó en suplir dichas necesidades, tratando de ser una organización diferente; con un plus, donde se evalué los aspectos socioeconómicos, culturales y ambientales.

Es por esta razón que este proyecto se realizó con el fin de que la mayoría de pequeños y medianos hoteles, eligieran a CONTAHOTELES, como su empresa preferida, confiando su economía, enfocando el proyecto en la prestación de servicios con altos índices de calidad, y el personal altamente calificado.

2. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente proyecto es importante para suplir las necesidades de las empresas que necesitan un apoyo en el área contable de sus organizaciones, de este modo se crea la empresa CONTAHOTELES, que busca ser un apoyo para hoteles PYMES, no solo en la parte económica, sino social y ambiental, enfocando la prestación de un servicio con altos estándares de calidad, excelente presentación, cumplimiento, fidelidad y todo lo que buscan los Hoteles PYMES.

La importancia de crear una empresa que ofrezca un servicio contable, surge de la idea de 3 estudiantes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, los cuales decidieron desarrollar este proyecto, con el fin de crecer en el ámbito estudiantil y profesional, por ende la creación de la empresa CONTAHOTELES, es esencial para los actores de este proyecto, enfocando la empresa como una organización comprometida con el medioambiente.

Debido a la alta demanda de servicios contables en hoteles pyme, nace CONTAHOTELES, con el fin de cubrir las necesidades de estos establecimientos, es por esto que CONTAHOTELES en sus procesos, se enfoca en la disminución de materias primas, como lo es el uso de papel, el cual será reemplazado por el envío de documentación únicamente vía electrónica, así disminuir la cantidad de residuos generados, y llegar a ser una empresa que a través de buenas prácticas ambientales, logre un desarrollo sostenible y una mejora continua en CONTAHOTELES, con el fin de ser líder en el sector contable de Bogotá.

Por último, a la hora de realizar la formulación de este proyecto, se busca que los hoteles PyMES, logren el cumplimiento de los requisitos de la normatividad vigente, obtendrán beneficios adicionales al encontrarse en una armonía con el medio ambiente y con la comunidad, acarreado la reducción de los costos de disposición final, aumentar la competitividad, ya que las empresas que están interesadas y comprometidas con el medio ambiente tienen mayor demanda a la hora de licitar a la comunidad.

Este proyecto es importante para el desarrollo como contador público de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, ya que este se caracteriza por su formación integral, que le permite identificar, diagnosticar, pronosticar y proponer estrategias para las diferentes adversidades que se presentan en la prestación de un servicio contable.

3. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA

3.1 Descripción de la Idea de Negocio

CONTAHOTELES es una idea de negocio que consiste en prestar un servicio de asesoría contable para los pequeños y medianos hoteles (PYME) que están ubicados principalmente en la zona Teusaquillo y Centro de Bogotá. También se busca implementar la contabilidad en pequeños hoteles que hasta el momento no hayan llevado contabilidad en el transcurso del tiempo.

Las principales características de este negocio son las siguientes:

- Contamos con personal capacitado en el área contable y administrativa.
- Prestamos asesoría contable y tributaria a hoteles Pyme.
- Somos eficientes al momento de entregar los resultados requeridos.
- Manejamos excelentes precios en el mercado

3.2 Identidad Estratégica

Apoyar al sector hotelero en el área de contabilidad prestando servicios de asesorías contables y tributarias principalmente a pequeños y medianos hoteles.

3.3 Futuro Preferido

Ser una empresa reconocida para el 2022 a nivel nacional en el ámbito contable, administrativo y financiero superando las expectativas de los clientes. Así mismo ser la empresa líder en proveer servicios contables, auditoría y de consultoría a hoteles impulsando su crecimiento en el mercado.

3.4 Objetivo General

Asesorar pequeños y medianos hoteles en el área administrativa, contable y jurídica proporcionando información útil y oportuna que ayude a tomar decisiones que ayuden a mejorar el funcionamiento del establecimiento.

3.5 Objetivos Específicos

- Dar a conocer CONTAHOTELES en Bogotá principalmente en los sectores de Teusaquillo y Centro al momento de empezar a desarrollar nuestro objeto social por los establecimientos hoteleros Pyme como una empresa de asesoría contable y tributaria.
- Lograr una participación del 10% de los hoteles pyme de Bogotá en el primer año a partir de su inicio de la actividad económica..
- Tener un 30% de asesorías contables de los 175 hoteles de Teusaquillo y 30% de los 87 hoteles del centro a los 3 años desde el inicio de la actividad económica.

3.6 Valores corporativos

Puntualidad: Ser puntuales al momento de entregar informes a cada empresa es uno de los valores más relevantes de Contahoteles.

Calidad: Realizar los procesos necesarios garantizando altos niveles de calidad ayuda a generar confianza a los clientes.

Responsabilidad: Llevar la información interna de cada establecimiento con responsabilidad mejora la entrega de informes necesarios.

Honestidad: Realizar los trabajos con honestidad y así mismo fomentarla a la compañía para generar una mayor confianza.

3.7 Análisis de PESTEL.

P

Día a día están saliendo varias reformas que cambian las responsabilidades tributarias de cada empresa, por esto las entidades deben recurrir a personas con capacidades de implementar los cambios necesarios.

E

En la parte económica hay tendencias de creaciones y mejoras en los hoteles, esto implica una mayor responsabilidad tributaria lo cual conlleva a buscar servicios de profesionales

S

Es muy importante la imagen corporativa de los hoteles, ya que esto les proporciona fiabilidad a los clientes, para lograr esto debe hacer una contabilidad transparente y veras.

T

Hoy en día contamos con tecnología apropiada que nos proporciona una información confiable del estado financiero de la empresa.

E

Al manejar software contables se manejaría toda la información en medios electrónicos, con esto evitaríamos el gasto del papel para cuidar el medio ambiente.

L

Se deben proporcionar todos los movimientos contables de la empresa de forma organizada y con lo establecido para poder llevar la contabilidad de forma legal

3.8 Análisis de Porter

PROVEEDORES

El único insumo necesario son los software, ya que el número de proveedores es alto, la empresa podrá cotizar en varias empresas y así no estará sujeta a un solo proveedor.

NUEVOS ENTRANTES

La principal barrera es el precio, puesto que una empresa busca lo más económico, sin dejar al lado la experiencia que se tenga.

COMPETENCIA EN EL MERCADO

Si existe gran rivalidad, puesto que la mayoría de empresas que ofrecen estos servicios tienen como mercado objetivo hoteles pequeños y medianos. Igualmente hay empresas que ya tienen clientes fijos y no buscan nuevas entradas.

SUSTITUTOS

En sustitutos encontramos los profesionales de área administrativa, ya que poseen habilidades similares a los contadores, su calidad no sería la misma pero su precio sería más bajo.

CLIENTES

Los clientes poseen alto poder de negociación, ya que pueden obtener la contabilidad de distintos proveedores. Estos pueden obligar a que los precios bajen o requerir mayor calidad volviéndose en una amenaza para la empresa.

CONTAHOTELES

3.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Personal no adecuado • No tenemos el reconocimiento en el sector hotelero • No tener el conocimiento suficiente para suplir las necesidades del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer precios acorde con accesibles al publico • ser los únicos en ofrecer asesorías sobre el manejo y diferentes nomas que se den tener en un funcionamiento hotelero. • Manejo de áreas como contabilidad, finanzas y hotelería y turismo
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con la misma idea de asesorías podrían generarnos competencias • Podrían especializarse más a fondo en normas internacionales NIF y NIC • Que los establecimientos hoteleros no necesiten de nuestros servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente el sector hotelero está en crecimiento • Hay pocas empresas que prestan este servicio • Con nuestros servicios podamos expandirnos como una gran empresa.

3.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa

DEBILIDADES – AMENAZAS	FORTALEZAS - AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Realizando capacitaciones a nuestro personal llegaremos seguros a ofrecer nuestros servicios demostrando una alta calidad y profesionalismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofreciendo precios accesibles para nuestros clientes hará que nuestra competencia se vea afectada y se opaque
FORTALEZAS - OPORTUNIDADES	DEBILIDADES - OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Con nuestro conocimiento nos daremos a conocer y dominaremos el mercado para ser únicos, exclusivos e innovadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con el crecimiento del mercado de hotelería tendremos reconocimiento y fidelización

ANALISIS DEL DOFA:

Según en la matriz D.O.F.A. concluimos según muestra parte interna y externa de la idea de negocio con asesorías contables; y así observas que estrategias y alternativas, que nosotros podríamos escoger para llevar acabo para que nuestra idea sea un gran éxito y poder ayudar y contribuir con una gran ayuda para las diferentes entidades que necesiten de nuestros servicios.

Según en la parte interna encontramos que debemos prepararnos más en la parte de asesorías y las normas NIIF y NIC para que de esta manera podamos manejar con gran fluidez este tema y así poder asesorar a entidades que en verdad lo necesiten.

Contamos con una idea novadora y útil que se debe tener mucho cuidado para los prestadores de servicios turísticos puesto que muchas no conocen muy bien sobre los verdaderos pasos que se den tener con dichas normas

3.11 Cadena de Valor

Desarrolle el modelo de cadena de valor identificando cada uno de los procesos que intervienen en el desarrollo de la empresa.

Infraestructura de La empresa	Administrativos, contadores, administradores turísticos y hoteleros, planificaciones estratégicas PYMES		
Recursos Humanos	Reclutamiento, capacitación de personal que conozca sobre las asesorías contables en hoteles, incentivar a los empleados sobre el buen manejo de las asesorías		
Desarrollo tecnológico	Investigación sobre el mercado de las asesorías y la forma de asegurar al cliente		
	Contar con un portafolio variado y aplicando las necesidades de los clientes	Manejar post-venta con nuestros clientes	Manejar publicidad y los diferentes canales para darnos a conocer
	Operaciones	Marketing	Servicios

3.12 Estrategia Competitiva

Se presentan cinco estrategias en las que las empresas deben dirigir esfuerzos para mejorar su competitividad en los próximos años:

- ∇ Incremento en la satisfacción del cliente o mejora de calidad.
- ∇ Reducción de costos y maximizar capacidades.
- ∇ Mejora de procesos y desempeño.
- ∇ Innovación y desarrollo de nuevos productos.
- ∇ Mayor control interno y una buena administración de riesgos.

4. ESTUDIO DE MERCADOS

4.1 Objetivos del Estudio de Mercados

CONTAHOTELES tiene como objetivo de investigación:

- Saber cuántos hoteles están dispuestos a adquirir nuestro servicio de asesoría contable.
- Conocer el estado de Legalidad de los hoteles Pyme
- Estimar el valor que están dispuestos a pagar los hoteles por una asesoría contable y tributaria.
- Saber cuántos hoteles aproximadamente llevan actualmente contabilidad dentro del establecimiento

4.2 Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo de Contahoteles son los pequeños y medianos hoteles (PYME) de la localidad de Teusaquillo y Centro la Candelaria.

Según el DANE, en el sector de Teusaquillo encontramos 175 hoteles legalmente inscritos en la cámara de comercio de Bogotá, en el centro más específicamente en la Candelaria se encuentran 87 hoteles inscritos. Del total de estos 262 hoteles se estima poder conseguir el 10% de estos hoteles durante el primer año de funcionamiento de Contahoteles para poder prestarles el servicio de asesoría contable.

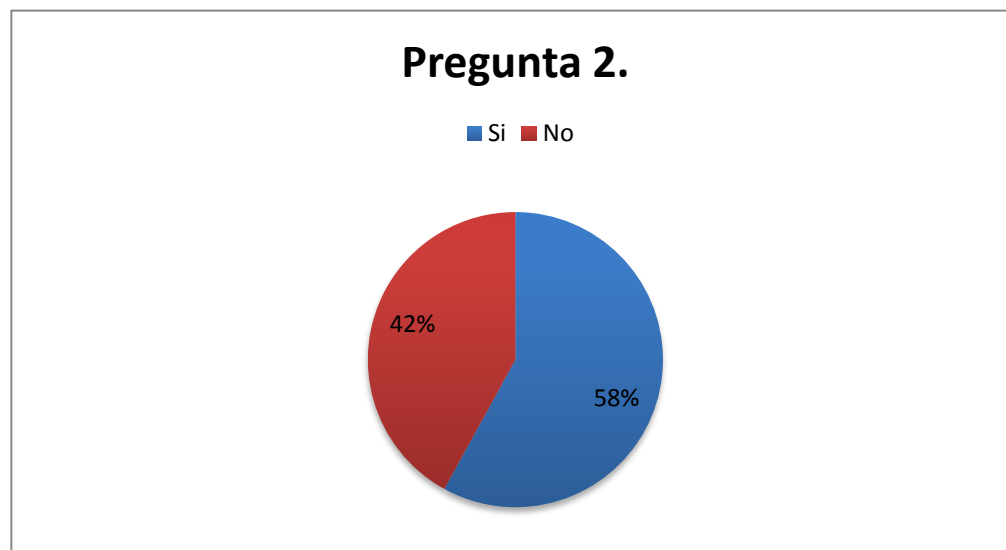
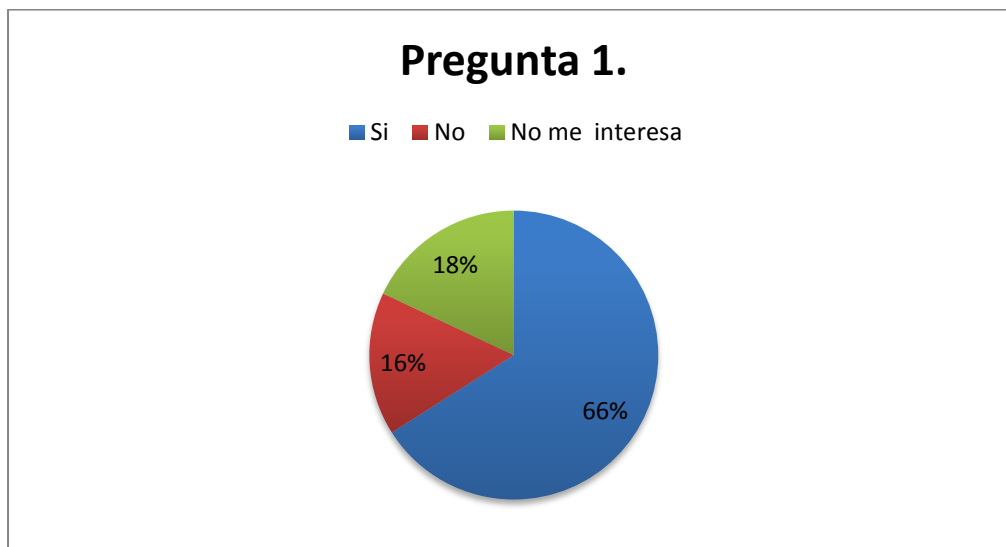
4.3 Metodología de Investigación

Para la investigación de mercado se realizaron 50 encuestas a diferentes hoteles ubicados en el sector de Teusaquillo y Centro de Bogotá, las cuales fueron realizadas personalmente, por correo electrónico y por teléfono.

En el Anexo N° 1 se muestra el diseño de la encuesta realizada.

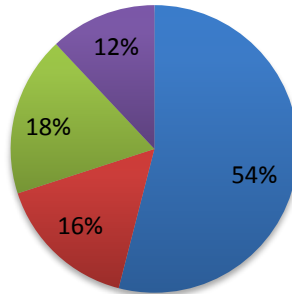
4.4 Análisis de Investigación

Inmediatamente después de realizar las encuestas realizamos tabulación de los resultados junto con algunas conclusiones que podemos obtener a través de los porcentajes obtenidos. A continuación se muestran los resultados gráficamente.



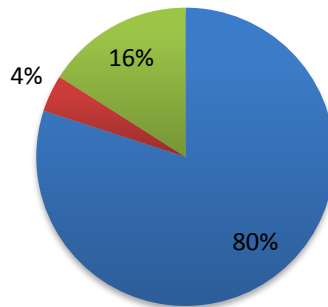
Pregunta 3.

■ De \$100.000 a \$200.000 ■ De \$200.000 a \$300.000
■ De \$300.000 a \$400.000 ■ Mas de \$400.00



Pregunta 4.

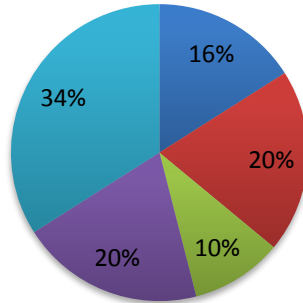
■ Si ■ No ■ No Recuerdo



CONTAHOTELERES

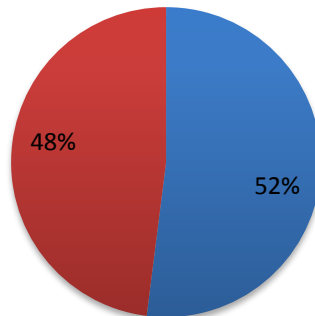
Pregunta 5.

■ De \$100.000 a \$200.000 ■ De \$200.000 a \$300.000 ■ De \$300.000 a \$400.000
■ Mas de \$400.00 ■ No recuerda



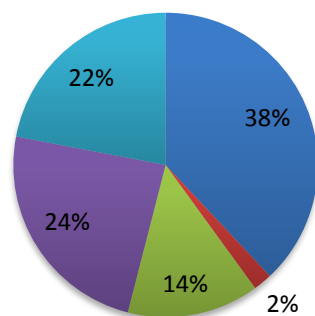
Pregunta 6.

■ Si ■ No



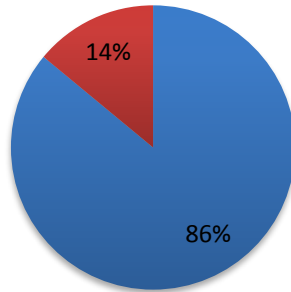
Pregunta 7.

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5



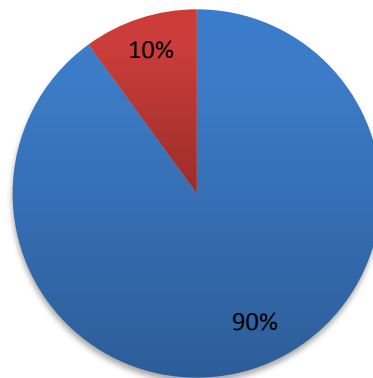
Pregunta 8.

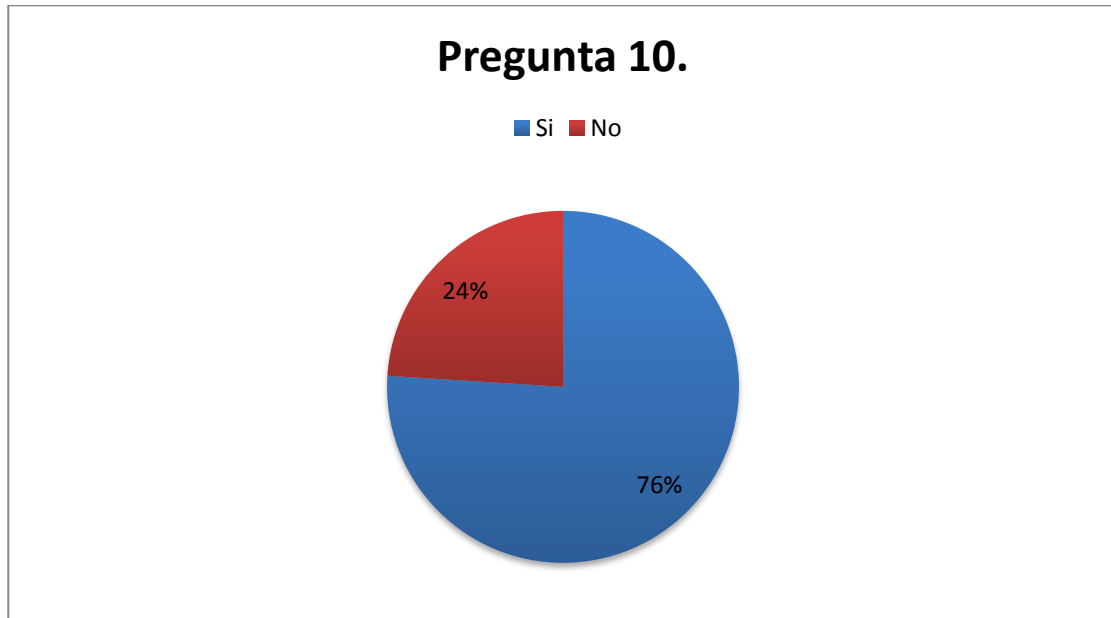
■ Si ■ No



Pregunta 9.

■ Si ■ No





CONCLUSION GENERAL

Según los resultados obtenidos se puede afirmar que hay un alto índice de hoteles que no llevan una contabilidad al día, o simplemente no la tienen implementada. Esto beneficia a Contahoteles, ya que puede lograr un alto porcentaje de clientes al momento de dar a conocer nuestros servicios. Se deben hacer cálculos para establecer el precio del servicio el cual debe cubrir todos los costos y gastos y debe generar una rentabilidad esperada conociendo que un alto número de hoteles prefiere precios bajos.

En el Anexo N° 2 se encuentran las conclusiones realizadas por cada pregunta.

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos del Plan de Marketing

- Obtener un incremento en la participación del mercado
- Lograr incrementar la rentabilidad de la empresa
- Elaborar una estrategia de marca que le genere confianza al cliente
- Lograr la Fidelización y satisfacción de los clientes
- Incrementar el nivel de ventas

5.2 Estrategia de Producto

Contahoteles ofrece el servicio de asesorías específicamente a hoteles, esto genera como beneficio a los clientes el conocimiento que se adquiere en el área hotelera y así poder asesorarlo con diferentes experiencias que se adquieren en el ámbito laboral. A continuación se encuentra el brochure que ofrece Contahoteles:

5.2.1 Estrategia de Marca

CONTAHOTELES S.A.S



SONOS LA AYUDA QUE
SU HOTEL NECESITA

Con la marca de Contahoteles, queremos generarle al cliente la fácil recordación, ya que es un nombre fácil y que explica perfectamente el objeto social de la empresa.

También se quiere que cada vez que se nombre Contahoteles genere emociones fuertes y agradables al haber tenido una buena experiencia en el momento de contactar a la empresa y/o adquirir los servicios.

5.2.2 Estrategia de Servicio Postventa

En cuanto al servicio Postventa se brindara capacitaciones al administrador o encargado del establecimiento sobre el Software contable y conceptos básicos que se deben tener claros del ámbito contable, ya que la mayoría no conoce sobre el tema contable. Igualmente se harán revisiones periódicas al establecimiento para comprobar que todo esté funcionando debidamente y se estén prestando los servicios adecuadamente.

Se escuchara al cliente, se le preguntara que quiere, como lo quiere y cuando lo quiere para poder brindar un servicio personalizado según la necesidad de cada establecimiento.

5.3 Estrategia de Precio

En el mercado, el precio general oscila entre los \$250.000 hasta \$1'500.000 mensuales, esto depende de que tantos registros contables genere durante el periodo, en este caso mensual. Se tendrá un precio de lanzamiento desde \$200.000 hasta \$600.000 mensual, este precio se acordara en la primera cita según el plan de servicios que el establecimiento adquiera. El

precio se mantendrá fijo durante el primer año de adquirido el servicio, luego cada año aumentara un 15%, depende si se generan más costos y gastos que los presupuestados.

Este precio se definió al momento de conocer el precio general del mercado, siendo unos más económicos que otros se hizo un promedio teniendo en cuenta que los servicios se prestaran a pequeños y medianos hoteles. También se tuvo en cuenta los resultados de las encuestas realizadas los cuales nos arrojó un precio promedio que están dispuestos a pagar por este servicio.

5.4 Estrategia de Publicidad

En el momento de darnos a conocer con hoteles haremos visitas personalmente, haremos publicaciones en páginas generales como lo es LinkedIn.

Para Comunicarse Contahoteles con los clientes se hará vía teléfono, e-mail y personalmente, cada semana o cada vez que se presente alguna inconsistencia.

Esta estrategia se realizó de esta manera ya que los hoteles manejan una cantidad de información en medios magnéticos que serán enviados vía e-mail.

5.4.1 Plan de Medios

En plan de medios utilizaremos redes sociales como lo son Twitter, Instagram y Facebook, para generar seguidores se harán publicaciones diarias que proporcionen información útil sobre temas de contabilidad, tributaria y administración, que ayude a nuestros seguidores a generar conocimiento sobre el manejo de empresas.

5.5 Estrategia de Promoción

Se manejaran un política llamada Súmate, la cual consiste en traer un hotel nuevo para asesorarlo e implementar la contabilidad y se hará descuento del 30% en el mes siguiente, esto aplica para los hoteles que tengan nuestros servicios.

Al momento de adquirir nuestros servicios se les dará un precio especial, como ya lo mencionamos puede oscilar desde \$200.000 a \$600.000, este precio tendrá un crecimiento inicial a los 6 meses del 20% mensual, y anualmente aumentara un 15%.

5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS

	2017	2018	2019	2020	2021
PROYECCION DE VENTAS	15	30	45	60	75
INGRESOS PROYECTADOS	\$4'500.000	\$9'000.000	\$13'500.000	\$18'000.000	\$22'500.000

6. CONCLUSIONES

- ❖ La implementación de una asesorías contables gratuita en establecimientos hoteleros ya que ayudaría a estas personas a estar más atentos y informados en los asuntos de legales y tributarios que se encuentren en falencias.
- ❖ Para estos establecimientos es de suma importancia ya que lograría una mayor formalización y legalización de los hoteles MYPES.
- ❖ Ofrecer un gran portafolio que estos establecimientos puedan tener una guía de seguimiento y los pasos que deben cumplir y ante los entes que regulan y supervisan todos estos lugares.
- ❖ Contar con una oficina en la cual nuestros clientes puedan acudir para tomar los diferentes servicios que ofrecemos o conocer de los servicios que les brindamos a todos los establecimientos hoteleros.
- ❖ Existe una muy mala información entre los establecimientos hoteleros de cómo deben estar organizados sus estados financieros y la documentación que debe estar al día.
- ❖ Por medio de las asesorías contables en establecimientos hoteleros poder organizar este mercado tan grande ya que no se le da el debido manejo y controlar estos establecimientos.

7. BIBLIOGRAFIA

- https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621127_1_VIRTU%20AL/Contenidos/Documentos/Material%20Complementario/Mat.%20Apoyo%20Guia%204/PRON%C3%93STICO%20DE%20VENTAS.pdf
- https://books.google.com.co/books?id=oFHqcA_BK4gC&printsec=frontcover&dq=MARKETING&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjo8dr09fDTAhWFKyYKHerYC3AQ6AEIJjAB#v=onepage&q=MARKETING&f=false (LIBRO “DIRECCION DE MARKETING”)
- <http://www.dane.gov.co/>

8. ANEXOS

8.1 Anexo 1 Encuesta

1. ¿Sabe que es asesoría contable?

a) Si

b) No

c) No me interesa

2. ¿Alguna vez ha tenido una asesoría contable?

a) Si

b) No

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría contable o tributaria?

a) De \$100.000 a \$200.000

b) De \$200.000 a \$300.000

c) De \$300.000 a \$400.000

d) Más de \$400.000

4. ¿Alguna vez le habían ofrecido este servicio?

a) Si

b) No

c) No recuerdo

5. ¿Aproximadamente cuanto costaba?

a) De \$100.000 a \$200.000

b) De \$200.000 a \$300.000

c) De \$300.000 a \$400.000

d) Más de \$400.000

e) No recuerdo

6. ¿Adquirió el servicio?

a) Si

b) No

¿Porque tomo la decisión de adquirir el servicio?

7. ¿Qué tan satisfecho esta con el servicio de asesoría contable? Siendo 1 insatisfecho y 5

Totalmente satisfecho.

a) 1

b) 2

c) 3

d) 4

e) 5

8. ¿Se encuentra su establecimiento legalmente constituido en cámara de comercio?

a) Si

b) No

9. ¿Le interesaría constituir la como una empresa ante cámara de comercio?

a) Si

b) No

10. ¿Tiene conocimiento de los estados financieros de su empresa?

a) Si

b) No

8.2 Anexo 2 Conclusiones sobre las encuestas

1. De las 50 encuestas realizadas se obtuvo un porcentaje de 66% para la respuesta SI, un 16% para la respuesta NO, y un 18% para la respuesta NO ME INTERESA, esto nos indica que el 16% de los hoteles encuestados posiblemente no manejan contabilidad en sus establecimientos, ya que no conocen que es una asesoría contable, esto nos ayudaría a conseguir al menos un 90% de estos 8 establecimientos para implementar la contabilidad.
2. Según los resultados de la encuesta 21 hoteles que representan un 42% de los hoteles encuestados no han tenido nunca una asesoría contable ni tienen implementado la contabilidad dentro del establecimiento, posiblemente son hoteles pequeños o boutiques, este es un buen indicador para Contraházteles ya que se puede concentrar en estos hoteles y brindarles los servicios requeridos para que ellos implementen la contabilidad.
3. Un 54% de los hoteles encuestados están dispuestos a pagar de \$100.000 a \$200.000, esto nos indica que el valor en el mercado es muy bajo, debemos observar que tanta rentabilidad nos dejaría para mantener estos precios, también se debe mirar que tan grande y que tantos registros realiza durante el mes para así mismo fijar un precio accesible.
4. Acá vemos que solo a 2 hoteles nunca les han ofrecido una asesoría contable, pero a 40 de 50 hoteles encuestados si les han ofrecido este servicio, por ende se puede decir que hay varias empresas dedicadas a prestar asesorías contables que han ofrecido sus servicios a los hoteles, posiblemente los 2 hoteles que respondieron no son nuevos, o son muy pequeños.
5. Se puede decir que el precio del mercado está en \$400.000, ya que tiene el mayor porcentaje de respuestas.
6. Un 52% de los hoteles encuestados adquirieron el servicio al momento de ofrecerlo, esto indica que al momento de pasar la propuesta para realizar el servicio de asesoría contable una gran población la adquiere en el instante que se la ofrecen. Probablemente al ofrecer nuestros servicios al 48% restante pueden acceder a tomar nuestros servicios.

CONTAHOTELLES

7. Podemos ver que la gran mayoría de los hoteles encuestados están insatisfechos con el servicio brindado por otras empresas o no tienen el servicio, solo el 22% está totalmente satisfecho, por esto con el restante 78% podemos ofrecer nuestros servicios y preguntar que les disgusta del servicio que tienen actualmente para poder ofrecerles algo mejor y así estén totalmente satisfechos con los servicios que le podamos brindar.

8. De los 7 establecimientos que no están constituidos legalmente ante la cámara de Comercio podemos decir que probablemente sea hoteles pequeños que tal vez presten sus servicios en casas propias, se les brindará asesoría y apoyo al momento de querer constituirlos legalmente, es un porcentaje pequeño pero se puede lograr obtener todos los clientes.

9. De los 7 hoteles que no estaban legalmente constituidos 5 no están interesados en constituirlos, por esto podemos decir que no es viable dedicarnos únicamente a la constitución de empresa legalmente.

10. Tan solo 38 de los 50 hoteles encuestados tienen conocimiento de cómo va su negocio, tal vez porque no llevan contabilidad o porque los contadores que tienen actualmente no les presentan informes mensuales de cómo va el establecimiento. Podemos entrar a demostrar que llevando la contabilidad estará informado de la utilidad que genera en cada periodo.

ANEX

ELIGE TU PACK

PACK # 1

- ASESORIA CONTABLE
- SOFTWARE BASICO

PACK #2

- ASESORIA CONTABLE
- ANALISIS FINANCIERO
- SOFTWARE AVANZADO

PACK #3

- ASESORIA CONTABLE
- ANALISIS FINANCIERO
- ASESORIA TRIBUTARIA
- SOFTWARE CONTABLE