

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Comercial con Enfasis en Ventas
2	TÍTULO DEL PROYECTO	DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIA EN SERVICIO AL CLIENTE, ETIQUETA Y PROTOCOLO EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA
3	AUTOR(es)	Di Marco Arias María Carolina, Gandur Ovalle Jassibe
4	AÑO Y MES	2015 mayo
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Luz Sofía Mendez Alvarez
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Actualmente empresas y trabajadores mantienen interrelaciones y contactos permanentes que son fundamentales para el éxito de la organización, lo cual los obliga a participar en actividades en donde es necesario tener conocimientos de etiqueta y protocolo, adicional a su preparación profesional. A través del presente plan de negocio, se formula el diseño de una empresa orientada a suplir las necesidades de los empresarios del oriente colombiano en lo referente a la prestación de asesorías y consultoría en temas de servicio al cliente, protocolo y etiqueta empresarial, buscando optimizar el comportamiento de sus trabajadores y que éste se refleje en el trato con todos sus clientes beneficiando la imagen de la empresa.</p> <p>Currently businesses and workers maintain permanent contacts and relationships that are critical to the success of the organization, forcing them to participate in activities where it is necessary to have knowledge of Etiquette and Protocol, in addition to their professional training. Through this business plan, the design of a strategy to meet the needs of employers in Bucaramanga and near towns with regard to the provision of advisory and consulting services in the areas of customer service, business etiquette and business protocol is formulated, seeking to optimize the behavior of their workers and that this is reflected in dealing with all clients benefiting the company image.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Protocolo, Etiqueta, Relaciones, Manuales, Empresarial
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Actividad 7020 "Actividades en de consultorías de gestión".
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa de asesorías y consultoría en temas de protocolo y etiqueta empresarial.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir todos los aspectos relacionados con el estudio del mercado como oferta, demanda y análisis comparativo oferta-demanda y sus proyecciones. 2. Determinar la organización técnica, operativa, administrativa y la estructura organizacional de la empresa. 3. Definir los módulos de capacitación a ofrecer, buscando como fin la satisfacción de las necesidades del mercado. 4. Evaluar económica y financieramente el plan de negocio, con el fin de determinar su viabilidad.
12	RESUMEN GENERAL	<p>En el mundo empresarial actual las empresas y los empresarios mantienen interrelaciones y contactos permanentes que son parte fundamental para el éxito de la organización, lo cual los obliga tanto a organizar como asistir a eventos, conferencias, convenciones empresariales, congresos internacionales de asociaciones múltiples, simposios, entre otras. Todas estas reuniones deben ser regidas por un código, que regule y facilite la interrelación, este código es el protocolo empresarial, el cual se debe observar en las relaciones empresariales y se ha convertido en un nuevo lenguaje universal y el dominio de éste se constituye día a día en un atributo esencial, para toda persona que se desempeñe en el campo laboral. Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, a través del presente plan de negocio, se formula el diseño de una empresa orientada a suplir las necesidades de los empresarios del oriente colombiano en lo referente a la prestación de asesorías y consultoría en temas de servicio al cliente, protocolo y etiqueta empresarial.</p> <p>Lo anterior, si se tiene en cuenta la importancia que representa para cada tipo de organización, el incluir dentro de su plan de capacitación al recurso humano, el tema de la etiqueta y el protocolo, buscando optimizar el comportamiento de sus trabajadores y que éste se refleje en el trato con todos sus clientes beneficiando la imagen de la empresa.</p> <p>Por lo tanto, para el desarrollo del plan de negocio propuesto es necesario en el primer capítulo denominado Aspectos preliminares de la Investigación, enmarcar de manera detallada los aspectos relevantes que se tratarán en la investigación, seguidamente se desarrollarán capítulos tales como: Marco Referencial, Metodología, Análisis del sector, Estudio de Mercado objetivo, Plan de Marketing, Estudio Técnico y Estudio financiero, en los que se muestra de manera clara y detallada la viabilidad para la creación de la empresa propuesta.</p>

13	CONCLUSIONES.	<p>Con base en el estudio realizado, podría decirse que es factible la implementación de una empresa de asesoría en etiqueta y protocolo empresarial, si se tiene en cuenta que en la actualidad no se cuenta en el mercado una empresa que se dedique específicamente a brindar toda clase de información y apoyo a las empresas, que no tengan o cuenten con un adecuado conocimiento de este tema.</p> <p>Por otra parte a través de la información obtenida, el estudio desde el punto de vista de mercado y financiero cuenta con un potencial de demanda insatisfecha, la cual hace que financieramente sea viable el proyecto, pues el mercado existente genera una rentabilidad que lo hace atractivo al inversionista si se tiene en cuenta el nivel de aceptación de los servicios ofertados por parte del cliente meta, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad de captar los servicios ofertados por la empresa propuesta. .</p> <p>Además, pese al criterio conservador al cual se sometió el proyecto, durante el análisis financiero y de sensibilidad, el mismo resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) bastante interesante.</p> <p>Asimismo, la factibilidad económica del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en los niveles de venta e incremento en los costos; como lo demuestra el análisis de sensibilidad realizado para los escenarios realista, pesimista y optimista.</p> <p>Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, se puede concluir que el proyecto es factible en todos sus aspectos y desde el punto de vista legal no presenta ningún tipo de restricciones.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</p> <p style="text-align: right;">Camara de Comercio de Bucaramanga</p> <p>Bucaramanga. (Diciembre de 2012). Compite 360°. Recuperado el Diciembre de 2012, de www.compites360.com</p> <p>Camara de Comercio de Bucaramanga. (Octubre de 2012). sintramites.com. Recuperado el Diciembre de 2012, de http://www.sintramites.com/temas/indicadoresantander/</p> <p>ALBÁN CAISA, Jimena, "Etiqueta y Protocolo", Primera Edición, 2002, pág. 34.</p> <p>Ibid., p. 35</p> <p>BARQUERO José Daniel, FERNÁNDEZ Sánchez Luis Fernando. Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad (e-book) Front Cover. Lex Nova, Jul 1, 2007</p> <p>CUTLIP, Scott y CENTER, Allen, "Relaciones Públicas", Edición Rialp, Madrid, 1975, pag.18.</p> <p>RIOS Szalay, Jorge "Relaciones Públicas su administración en las organizaciones", 1978, pag.14 y 15.</p> <p>Op. Cit. ALBAN., p. 34.</p> <p>CUADRADO Esclapez Carmen. Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. FC Editorial, 2007 - 502 p.</p> <p>VILLALTA, Blanco, "La Secretaria Perfecta, Manual de Protocolo en la Empresa", Segunda Edición, 2001, pag. 33</p> <p>FINCOWSKY, Franklin "Sistemas Administrativos", Editorial McGrawhill, México, 1997, p. 1</p> <p>REYES Ponce Agustín. Administración moderna. Editorial Limusa, 1992 - 480 p.</p> <p>http://www.protocolo.org/social/protocolo_y_etiqueta_social/que_es_el_protocolo_su_aplicacion_oficial_y_social.html</p> <p>http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_%28econom%C3%ADa%29</p> <p>http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/43/serviciente.htm</p> <p>http://es.scribd.com/doc/52279901/DEFINICION-DE-ETIQUETA-Y-PROTOCOLO</p> <p>http://www.cesde.edu.co/index.php/practicas-empresariales/la-etiqueta</p> <p>http://www.slideshare.net/claudiosortiz/la-orientacin-al-cliente</p> <p>ZUÑIGA Ana Eloisa. Moderno manual de etiqueta y protocolo. Círculo de Lectores, 1996</p> <p>MARTÍNEZ Guillen Maria del Carmen. Manual básico de protocolo empresarial y social. Ediciones Díaz de Santos, Sep 8, 2013 - 211 p.</p> <p>CUADRADO Esclapez Carmen. Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. FC Editorial, 2007 - 502 p.</p> <p>DANE. (2012). Sintramites. Recuperado el 2012, de http://www.sintramites.com/temas/indicadores%20referencia/crepib.htm</p> <p>GEM. Reporte GEM Colombia regiones / Bucaramanga 2010-2011</p> <p>Ibid., p. 43</p> <p>KOONTZ HAROLD & O'DONNELL CYRIL. Administration moderna. Ed. McGraw-Hill. México 1997.</p> <p>JIMÉNEZ CASTRO WILBURG. Introducción al estudio de la teoría administrativa. Ed. Limusa. México 1999.</p> <p>Op. Cit., KOONTZ HAROLD & O'DONNELL CYRIL</p> <p>SAMUEL C. CERTO. Administración moderna. 2a. edición. Mc Graw Hill. México 1996.</p>