

## ÍNDICE GENERAL

PÁG.

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. <b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.2. <b>PROBLEMÁTICA</b> .....	<b>2</b>
<b>Antecedentes del Hotel Viru Viru Tres Estrellas</b> .....	<b>5</b>
1.3. <b>IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>7</b>
1.3.1. <b>Identificación del Problema</b> .....	<b>7</b>
1.3.2. <b>Elementos del Problema que se Conocen</b> .....	<b>11</b>
1.3.3. <b>Elementos del Problema que se Pretenden Conocer</b> .....	<b>11</b>
1.3.4. <b>Planteamiento del Problema</b> .....	<b>11</b>
1.4. <b>JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>12</b>
1.4.1. <b>Justificación Teórica</b> .....	<b>12</b>
1.4.2. <b>Justificación Metodológica</b> .....	<b>12</b>
1.4.3. <b>Justificación Práctica</b> .....	<b>12</b>
1.4.4. <b>Justificación Económica</b> .....	<b>12</b>
1.4.5. <b>Justificación Personal</b> .....	<b>12</b>
1.4.6. <b>Justificación Social</b> .....	<b>13</b>
1.5. <b>DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS</b> .....	<b>13</b>
1.5.1. <b>Objetivo General</b> .....	<b>13</b>
1.5.2. <b>Objetivos Específicos del Marco Teórico</b> .....	<b>13</b>
1.5.3. <b>Objetivos Específicos del Marco Práctico</b> .....	<b>13</b>
1.5.4. <b>Objetivos Específicos de la Propuesta</b> .....	<b>14</b>
1.6. <b>PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS</b> .....	<b>14</b>
1.6.1. <b>Variable Independiente</b> .....	<b>14</b>
1.6.2. <b>Variable Dependiente</b> .....	<b>14</b>
1.6.3. <b>Variable Interviniente</b> .....	<b>14</b>
1.7. <b>ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>14</b>

1.7.1. Ámbito Geográfico .....	14
1.7.2. Sector Económico.....	15
1.7.3. Universo de Estudio.....	15
Área Temática .....	15
1.8. ASPECTOS METODÓLOGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.8.1. Tipo de Estudio.....	15
1.9. Método de Investigación .....	16
1.10. Métodos o Técnicas de Recolección de Información.....	16
1.10.1. Fuentes Primarias .....	16
1.10.2. Fuentes Secundarias .....	17
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>18</b>
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....	18
2.1. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA.....	18
2.2. ESTRATEGIAS GENÉRICAS.....	18
2.3. DEFINICIÓN DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA .....	19
2.4. PROCESO DE ELABORACIÓN ESTRATÉGICA.....	19
2.4.1. Desarrollo de una Visión Estratégica .....	20
2.4.2. Formulación de la Misión.....	20
2.4.3. Valores.....	20
2.4.4. Establecimiento de Objetivos .....	21
2.4.5. Formulación de la Estrategia .....	21
2.4.6. Plan Estratégico .....	21
2.4.7. Ejecución de la Estrategia.....	21
2.4.8. Evaluación del Desempeño y Ajustes Correctivos.....	22
2.5. ANÁLISIS EXTERNO .....	22
2.6. ANÁLISIS INTERNO .....	22
2.7. ANÁLISIS FODA.....	23
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>24</b>
SERVICIOS .....	24

3.1.	DIFINICIÓN DE SERVICIO .....	24
3.2.	CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS.....	24
3.2.1.	Intangibilidad del Servicio .....	24
3.2.2.	Inseparabilidad del Servicio.....	24
3.2.3.	Variabilidad del Servicio.....	25
3.2.4.	Caducidad del Servicio .....	25
3.3.	SISTEMA DE SERVUCCIÓN.....	25
3.3.1.	Soporte Físico (Elemento Visible).....	25
3.3.2.	Personal de Contacto (Elemento Visible).....	26
3.3.3.	Sistema de Organización (Elemento no Visible) .....	26
3.3.4.	Cliente (elemento visible).....	26
3.3.5.	Servicio .....	26
3.4.	MEZCLA DE MARKETING DE SERVICIOS.....	26
3.4.1.	Elementos del Producto.....	27
3.4.2.	Lugar y Tiempo.....	27
3.4.3.	Precio y otros Costos para el usuario.....	27
3.4.4.	Promoción y Educación.....	27
3.4.5.	Proceso.....	27
3.4.6.	Entorno Físico.....	28
3.4.7.	Personal.....	28
3.4.8.	Productividad y Calidad.....	28
3.5.	ESTRATEGIAS DE GESTIÓN PARA EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	29
3.5.1.	Gestión de la Calidad de Servicio. ....	29
3.5.2.	Resolución de Reclamaciones .....	29
3.5.3.	Gestión de Recursos Humanos.....	29
3.5.4.	Gestionar las Relaciones .....	29
	<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>30</b>
	<b>SEGMENTACIÓN .....</b>	<b>30</b>

4.1.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	30
4.2.	SEGMENTACIÓN DE LOS MERCADOS DE CONSUMO.....	30
4.2.1.	Segmentación Geográfica .....	30
4.2.2.	Segmentación Demográfica .....	30
4.2.3.	Segmentación Psicográfica .....	31
4.2.4.	Segmentación Conductual.....	31
4.2.5.	Segmentación por Ocasión .....	31
4.2.5.1.	Segmentación por Beneficios .....	31
4.3.	SELECCIÓN DEL MERCADO META.....	31
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>32</b>
POSICIONAMIENTO.....		32
5.1.	CONCEPTOS DE POSICIONAMIENTO Y DIFERENCIACIÓN.....	32
5.2.	CONDICIONAMIENTO PARA DESARROLLO DEL POSICIONAMIENTO ...	32
5.3.	ETAPAS PARA EL POSICIONAMIENTO .....	33
5.4.	ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN.....	33
5.4.1.	Diferenciación de Productos.....	33
5.4.2.	Diferenciación de servicios.....	34
5.4.3.	Diferenciación del Canal.....	34
5.4.4.	Diferenciación de Personas.....	34
5.4.5.	Diferenciación de Imagen.....	34
<b>CAPÍTULO VI.....</b>		<b>35</b>
SECTOR HOTELERO .....		35
6.1.	DEFINICIÓN DE HOTEL .....	35
6.2.	INTRODUCCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR HOTELERO .....	35
6.3.	ORGANIZACIÓN.....	36
6.4.	SECTOR DE LA HOTELERÍA EN SANTA CRUZ .....	36
6.4.1.	Breve Reseña Histórica de la Hotelería en Santa Cruz.....	36
6.4.2.	Situación Actual del Sector.....	36
6.5.	CÁMARA HOTELERA DE SANTA CRUZ .....	38

<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>40</b>
<b>PLANEACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>40</b>
<b>7.1. PROPÓSITO DEL MARCO PRÁCTICO .....</b>	<b>40</b>
<b>7.2. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.....</b>	<b>40</b>
<b>7.3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....</b>	<b>40</b>
<b>7.3.1. Unidad de Análisis 1: Entrevista al Gerente Administrativo .....</b>	<b>41</b>
<b>7.3.2. Unidad de Análisis 2: Personal del Hotel Viru Viru .....</b>	<b>41</b>
<b>7.3.3. Unidad de Análisis 3: Clientes Actuales.....</b>	<b>41</b>
<b>7.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y SUBVARIABLES .....</b>	<b>42</b>
<b>7.4.1. Relación Marco – Teórico - Práctico.....</b>	<b>42</b>
<b>7.5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>44</b>
<b>7.5.1. Datos de Clasificación.....</b>	<b>44</b>
<b>7.5.2. Planeación Estratégica.....</b>	<b>48</b>
<b>7.5.3. Servicios.....</b>	<b>50</b>
<b>7.5.4. Segmentación.....</b>	<b>59</b>
<b>7.5.5. Posicionamiento.....</b>	<b>61</b>
<b>7.5.6. Sector Hotelero de Santa Cruz de la Sierra.....</b>	<b>62</b>
<b>7.6. CRUCES DE VARIABLES .....</b>	<b>64</b>
<b>7.7. ANÁLISIS EXTERNO.....</b>	<b>64</b>
<b>7.7.1. Análisis del Macroentorno.....</b>	<b>64</b>
<b>7.7.1.1. Factores Políticos .....</b>	<b>64</b>
<b>7.7.1.2. Factores Económicos .....</b>	<b>64</b>
<b>7.7.1.3. Factores Sociales .....</b>	<b>64</b>
<b>7.7.1.4. Factores Tecnológicos .....</b>	<b>65</b>
<b>7.7.2. Las Cinco Fuerzas de Porter.....</b>	<b>65</b>
<b>7.7.2.1. Amenazas de Entrada de Competidores Potenciales.....</b>	<b>65</b>
<b>7.7.2.2. Amenazas de Entrada de Productos/Servicios Sustitutos.....</b>	<b>66</b>
<b>7.7.2.3. Poder de Negociación de los Proveedores .....</b>	<b>67</b>

7.7.2.4. Poder de Negociación de los Clientes .....	68
7.7.2.5. Rivalidad Competitiva.....	69
<b>7.8. ANÁLISIS INTERNO .....</b>	<b>69</b>
7.8.1. Organización .....	70
7.8.2. Dirección y Planificación Estratégica .....	71
7.8.3. Competencias Genéricas y Específicas de los Puestos .....	72
7.8.3.1. Gerente Propietario.....	72
7.8.3.2. Gerente Administrativo .....	72
7.8.4. Desarrollo y Gestión de Recursos Humanos.....	73
7.8.5. Servicios .....	73
7.8.6. Precios .....	73
7.8.7. Marketing y Ventas .....	73
<b>7.9. ANÁLISIS FODA .....</b>	<b>74</b>
<b>7.10. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>75</b>
<b>7.11.PRUEBA DE HIPÓTESIS.....</b>	<b>77</b>
<b>CAPÍTULO VIII .....</b>	<b>78</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>78</b>
<b>8.1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>78</b>
<b>8.2. MATRÍZ PROBLEMA – CAUSA – EFECTO – SOLUCIÓN .....</b>	<b>78</b>
<b>8.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>79</b>
8.3.1. Objetivo General de la Propuesta.....	79
8.3.2. Objetivos Específicos .....	79
<b>8.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>80</b>
<b>8.4.1. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS .....</b>	<b>80</b>
8.4.1.1. Declaración de la Misión y Visión .....	80
8.4.1.2. Valores .....	81
8.4.1.3. Objetivos del Hotel Viru Viru.....	81
8.4.1.4. Estrategia Genérica .....	81
8.4.1.5. Comunicación de la Misión, Visión, Objetivos y Estrategia formulada.....	82

8.4.2.	SEGMENTO DEL MERCADO AL CUAL SE ENFOCA EL HOTEL VIRU VIRU.....	82
8.4.3.	DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	83
8.4.4.	MEJORAS EN ELEMENTOS DE SERVUCIÓN.....	84
8.4.4.1.	SOPORTE FÍSICO .....	84
8.4.4.2.	PERSONAL DE CONTACTO .....	85
8.4.4.2.1.	Plan para la Capacitación del Personal .....	85
8.4.4.3.	ORGANIZACIÓN INTERNA.....	86
8.4.4.3.1.	Formalización del Proceso de Limpieza y Tareas de Mantenimiento. ....	87
8.4.4.3.2.	Planificación de la Limpieza .....	87
8.4.4.3.3.	Realización de Actividades de Limpieza .....	87
8.4.4.3.4.	Verificación de la Limpieza.....	89
8.4.4.3.5.	Planeación del Mantenimiento.....	90
8.4.4.3.6.	Gestión de Empleados.....	91
8.4.5.	ESTRATEGIAS DE GESTIÓN PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO..	92
8.4.5.1.1.	Gestión de las Expectativas del Cliente .....	93
8.4.5.1.2.	Resolución de Reclamaciones y Quejas.....	93
8.4.5.1.3.	Buzón de Sugerencias .....	94
8.4.6.	MEZCLA COMERCIAL DEL HOTEL VIRU VIRU .....	94
8.4.6.1.	SERVICIO .....	94
8.4.6.2.	PRECIO.....	95
8.4.6.3.	PERSONAL.....	95
8.4.6.4.	DISTRIBUCIÓN.....	95
8.4.6.5.	PUBLICIDAD.....	96
8.4.6.6.	PROMOCIÓN.....	96
8.4.6.7.	PROCESOS.....	97
8.5.	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA.....	97
8.6.	PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN.....	97
<b>CAPÍTULO IX</b>	.....	<b>101</b>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
9.1. CONCLUSIONES.....	101
9.2. RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	