



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): MARIA FERNANDA **APELLIDOS:** BLANCO VEGA

NOMBRE (S): _____ **APELLIDOS:** _____

FACULTAD: _____ CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: _____ TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): LUZ MARINA **APELLIDOS:** PEÑA

TITULO DE LA TESIS: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR HOTELERO EN LA
ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN:

Se analizó la estructura actual del sector hotelero de la zona centro de Cúcuta, a partir de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, por medio de un estudio de mercado determinando el comportamiento de los clientes actuales y potenciales, participación de mercado y análisis de la competencia. Igualmente, se determinaron las características del mercado del sector de la zona centro de Cúcuta, implementando estrategias de mejoramiento y formulando alternativas estratégicas prmitiendo proyectar los hoteles céntricos de la ciudad. Por ultimo, se elaboró el plan de acción con sus indicadores de gestión.

Palabras clave: análisis estratégico, sector hotelero, zona centro, Cúcuta.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 133

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR HOTELERO EN LA ZONA CENTRO DE
LA CIUDAD DE CÚCUTA

MARIA FERNANDA BLANCO VEGA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2014

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR HOTELERO EN LA ZONA CENTRO DE
LA CIUDAD DE CÚCUTA

MARIA FERNANDA BLANCO VEGA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Tecnólogo Comercial y Financiero

Director
LUZ MARINA PEÑA
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2014



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

HORA: 10:00 A.M.
FECHA: DICIEMBRE 19 DEL 2013
LUGAR: SALA 4 DEL CREAD
JURADOS: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
ALONSO TOSCANO NIÑO
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

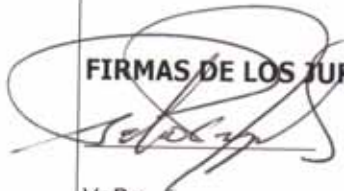
TITULO DE LA TESIS: ANALISIS ESTRATEGICO DEL SECTOR HOTELERO EN LA
ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE CUCUTA


DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA


NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>MARIA FERNANDA BLANCO VEGA</u>	<u>1460521</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO,CERO</u>

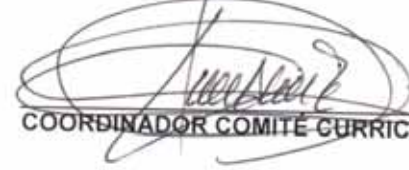
PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:


VoBo.






COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	16
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3 JUSTIFICACIÓN	20
1.4 OBJETIVOS	21
1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES	22
2. REFERENTES TEÓRICOS	23
2.1 ANTECEDENTES	23
2.2 MARCO TEÓRICO	24
2.3 MARCO LEGAL	26
3. METODOLOGÍA	29
3.1 NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	30
3.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	32
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	32
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS	33
3.6 TABULACION, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	33
4. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO	53

4.1 DIAGNOSTICO INTERNO	55
4.2 EVALUACIÓN DE CAPACIDAD INTERNA	55
4.2.1 Capacidad directiva	56
4.2.2 Capacidad de talento humano	57
4.2.3 Capacidad competitiva	57
4.2.4 Capacidad financiera	58
4.2.5 Capacidad tecnológica	58
4.3 DIAGNOSTICO EXTERNO	60
4.3.1 Variables externas	60
4.4 ANALISIS DOFA	64
4.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	66
4.5.1 Principios corporativos	66
4.5.2 Modelo de misión para los hoteles de la zona centro de Cúcuta	67
4.5.3 Modelo de Visión para los hoteles de la zona centro de Cúcuta	68
5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	69
5.1 MERCADO DE SERVICIOS	70
5.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS	71
5.3 CLASIFICACION DEL MERCADO	74
5.3.1 Mercado meta	75
5.3.2 Mercado potencial	75
5.4 SEGMENTACION DE MERCADOS	75
5.4.1 Proceso de segmentación de mercados	76
5.4.2 Características de un segmento de mercado	77
5.4.3 Variables de segmentación de clientes	78

5.5 ANÁLISIS DE VENTAS Y PARTICIPACION DE MERCADO	80
5.5.1 Análisis de ventas	80
5.5.2 Participación de mercado	80
5.6 ANÁLISIS DEL SERVICIO	82
5.6.1 Talento humano	82
5.6.2 Servicios	83
5.6.3 Momentos de verdad	86
5.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	88
5.7.1 Calidad del servicio	89
5.7.2 Ubicación de la competencia	89
5.8 ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO	90
5.8.1 Canales de distribución	90
5.8.2 Instalaciones para la distribución	91
5.9 ANÁLISIS DE PROMOCION DE LOS SERVICIOS	91
5.9.1 Promoción de ventas	91
5.9.2 Publicidad	91
5.9.3 Relaciones públicas	92
5.9.4 Venta personal	92
6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR HOTELERO DE LA ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA	93
6.1 ESTRATEGIAS	93
6.1.1 Cultura corporativa	93
6.1.2 Servicio al cliente	94
6.2 RAZONES POR LAS QUE SE PRESTA UN MAL SERVICIO AL CLIENTE	95

6.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	96
6.4 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	98
6.4.1 Estrategia de posicionamiento	99
6.4.2 Desarrollo de los servicios actuales	100
6.4.3 Mejorar las instalaciones	101
6.4.4 Estrategia de capacitación del personal	101
6.4.5 Estrategia de Motivación del personal	102
6.4.6 Difundir los principios corporativos propuestos	102
6.4.7 Estrategia de tarifas	102
6.4.8 Estrategia de distribución	103
6.4.9 Estrategia de agremiación	103
6.4.10 Medir el grado de satisfacción del cliente	104
6.4.11 Estrategias de promoción	104
6.4.12 Estrategia de mejoramiento en tecnología	107
6.4.13 Estrategias de servicio al cliente	108
6.4.14 Estrategia de certificación en calidad de los hoteles	109
7. PLAN DE ACCIÓN PARA EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR HOTELERO DE LA ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA	111
7.1 PLAN DE ACCIÓN	111
7.2 IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN	112
7.3 PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACCIÓN	117
7.4 INDICADORES DE GESTIÓN	118
7.4.1 Indicadores de gestión	118
7.4.2 Componentes de un sistema de medición	118

7.4.3 Premisas para la definición de indicadores de gestión	119
8. CONCLUSIONES	122
9. RECOMENDACIONES	125
BIBLIOGRAFÍA	127
ANEXOS	128