



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): CLAUDIA YAZMIN

APELLIDOS: FIGUEROA ROJAS

NOMBRE (S): CLAUDIA JOHANNA

APELLIDOS: GALLEGO MENDEZ

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACION FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): ALONSO

APELLIDOS: TOSCANO NIÑO

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA EL HOTEL LUXOR DE LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN:

Se realizó un diagnóstico estratégico en las áreas funcionales del Hotel Luxor de la ciudad de Cúcuta, para estudiar el mercado y medir el grado de satisfacción del cliente actual y las características del sector hotelero de la ciudad de Cúcuta. Se analizó la situación actual del Hotel Luxor de acuerdo al estudio de mercado y diagnóstico estratégico, para diseñar las estrategias para las diferentes áreas operacionales y de igual manera el servicio al cliente de manera que se promueva la participación de mercado del Hotel en la ciudad de Cúcuta. Por último, se definió un el plan de acción acorde con la situación de la empresa e indicadores de gestión desarrollando las estrategias de mercado y ventas, financieras, de talento humano y servicio para el Hotel Luxor.

Palabras clave: Diagnóstico estratégico, estudio de mercado, servicio al cliente, sector hotelero.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 125

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

PLAN ESTRATEGICO PARA EL HOTEL LUXOR DE LA CIUDAD DE CUCUTA

CLAUDIA YAZMIN FIGUEROA ROJAS
CLAUDIA JOHANNA GALLEGU MENDEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014

PLAN ESTRATEGICO PARA EL HOTEL LUXOR DE LA CIUDAD DE CUCUTA

CLAUDIA YAZMIN FIGUEROA ROJAS
CLAUDIA JOHANNA GALLEGU MENDEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por al título de:
Administrador Financiero

Director:
ALONSO TOSCANO NIÑO
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE 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: MARZO 03 DE 2014
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: LUZ MARINA PEÑA
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
MARIA ASCENCION ACEVEDO CRUZ

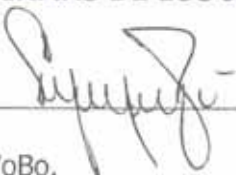
TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA EL HOTEL LUXOR DE CIUDAD DE CÚCUTA.

DIRECTOR: ALONSO TOSCANO NIÑO

| NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES | CODIGO | NOTA | CALIFICACION |
|---------------------------------------|----------------|-------------|---------------------|
| <u>CLAUDIA YAZMIN FIGUEROA ROJAS</u> | <u>1490313</u> | <u>4.2</u> | <u>CUATRO, DOS</u> |
| <u>CLAUDIA JOHANNA GALLEGO MENDEZ</u> | <u>1490397</u> | <u>4.2</u> | <u>CUATRO, DOS</u> |


PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:


VoBo.




C.C 60'295.644.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

| | pág. |
|---|------|
| INTRODUCCIÓN | 16 |
| 1. EL PROBLEMA | 18 |
| 1.1 TITULO | 18 |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 18 |
| 1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA | 20 |
| 1.4 OBJETIVOS | 20 |
| 1.4.1 Objetivo general | 20 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 20 |
| 1.5 JUSTIFICACION | 21 |
| 1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES | 22 |
| 1.6.1 Alcances | 22 |
| 1.6.2 Limitaciones | 22 |
| 2. MARCO DE REFERENCIA | 23 |
| 2.1 ANTECEDENTES EMPÍRICOS | 23 |
| 2.2 ANTECEDENTES BIBLIOGRAFICOS | 23 |
| 2.3 MARCO TEORICO | 24 |
| 2.3.1 Teoría de planeación estratégica | 24 |
| 2.3.2 Planeación estratégica de mercado | 25 |
| 2.3.3 Objetivos del mercado | 26 |
| 2.3.4 Posicionamiento y ventaja diferencial | 26 |

| | |
|---|----|
| 2.3.5 Mercados meta y demanda del mercado | 26 |
| 2.4 DEFINICION DE TERMINOS | 27 |
| 2.5 MARCO LEGAL | 28 |
| 3. DISEÑO METODOLOGICO | 31 |
| 3.1 NATURALEZA DE LA INVESTIGACION | 31 |
| 3.2 POBLACION Y MUESTRA | 32 |
| 3.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACION | 33 |
| 3.4 FUENTES DE INFORMACION | 33 |
| 3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS | 34 |
| 4. ESTUDIO DE MERCADO | 35 |
| 4.1 TABULACION, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN | 35 |
| 4.1.1 Información clientes Hotel Luxor | 35 |
| 5. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO | 43 |
| 5.1 DIAGNOSTICO INTERNO | 46 |
| 5.2 EVALUACIÓN DE CAPACIDAD INTERNA | 46 |
| 5.2.1 Capacidad directiva | 47 |
| 5.2.2 Capacidad de talento humano | 48 |
| 5.2.3 Capacidad competitiva | 48 |
| 5.2.4 Capacidad financiera | 49 |
| 5.2.5 Capacidad tecnológica | 49 |
| 5.3 DIAGNOSTICO EXTERNO | 51 |
| 5.3.1 Variables externas | 51 |
| 5.4 ANALISIS DOFA | 55 |

| | |
|---|----|
| 5.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO | 57 |
| 5.5.1 Principios corporativos | 57 |
| 5.5.2 Misión propuesta para el Hotel Luxor | 58 |
| 5.5.3 Visión propuesta para el Hotel Luxor | 58 |
| 5.5.4 Política de calidad | 58 |
| 5.5.5 Objetivos de calidad | 59 |
| 5.5.6 Expectativas del cliente en cuanto a un trato de calidad. | 59 |
| | |
| 6. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL | 61 |
| 6.1 SELECCIÓN DE LOS MERCADO META | 62 |
| 6.1.1 Mercado meta | 62 |
| 6.1.2 Mercado potencial | 63 |
| 6.2 SEGMENTACION DE MERCADOS | 63 |
| 6.2.1 Proceso de segmentación de mercados | 63 |
| 6.2.2 Características de un segmento de mercado | 64 |
| 6.2.3 Variables de segmentación de clientes personas naturales | 65 |
| 6.2.4 Variables de Segmentación de los clientes empresariales | 66 |
| 6.3 ANALISIS DE VENTAS Y PARTICIPACION DE MERCADO | 67 |
| 6.3.1 Análisis de ventas del sector | 67 |
| 6.3.2 Participación de mercado | 69 |
| 6.4 ANALISIS DEL SERVICIO | 70 |
| 6.4.1 Talento humano | 70 |
| 6.4.2 Servicios | 71 |
| 6.4.3 Medición del servicio | 73 |
| 6.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 78 |

| | |
|---|----|
| 6.5.1 Calidad del servicio. | 79 |
| 6.5.2 Ubicación de la competencia | 80 |
| 6.6 ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO | 80 |
| 6.6.1 Canales de distribución | 80 |
| 6.6.2 Instalaciones para la distribución | 81 |
| 6.7 ANÁLISIS DE PROMOCION DE LOS SERVICIOS | 82 |
| 6.8 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DEL HOTEL | 83 |
| | |
| 7. DISEÑO DEL PLAN ESTRATEGICO PARA EL HOTEL LUXOR | 89 |
| 7.1 ESTRATEGIAS | 89 |
| 7.1.1 Cultura corporativa | 89 |
| 7.1.2 Servicio al cliente | 89 |
| 7.2 FORMULACION DE OBJETIVOS | 90 |
| 7.3 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS | 92 |
| 7.3.1 Estrategia de posicionamiento | 94 |
| 7.3.2 Mejorar los servicios actuales | 94 |
| 7.3.3 Mantenimiento de las instalaciones | 95 |
| 7.3.4 Capacitación del personal | 95 |
| 7.3.5 Motivación del personal | 96 |
| 7.3.6 Difundir los principios corporativos propuestos | 96 |
| 7.3.7 Estrategia de tarifas y descuentos | 97 |
| 7.3.8 Estrategia de distribución | 97 |
| 7.3.9 Estrategia de mejoramiento en tecnología | 98 |
| 7.3.10 Medir el grado de satisfacción del cliente | 98 |
| 7.3.11 Estrategias de promoción | 99 |

| | |
|---|-----|
| 7.3.12 Estrategias de servicio al cliente | 101 |
| 7.3.13 Estrategia de auditoria del servicio | 102 |
| 7.3.14 Estrategia financiera | 103 |
| | |
| 8. PLAN DE ACCION PARA EL DISEÑO DEL PLAN ESTRATEGICO DEL HOTEL LUXOR | 104 |
| 8.1 PLAN DE ACCION | 104 |
| 8.2 IMPLEMENTACION DEL PLAN DE ACCION | 105 |
| 8.3 PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACCION | 108 |
| 8.4 INDICADORES DEL PLAN DE ACCION | 110 |
| 8.4.1 Indicadores de gestión | 110 |
| 8.4.2 Componentes de un sistema de medición | 110 |
| 8.4.3 Premisas para la definición de indicadores de gestión | 111 |
| | |
| 9. CONCLUSIONES | 116 |
| | |
| 10. RECOMENDACIONES | 118 |
| | |
| BIBLIOGRAFÍA | 120 |
| | |
| ANEXOS | 121 |