



ÍNDICE

0. PRESENTACIÓN Y OBJETO DEL PROYECTO.....	1
1. EL SECTOR HOTELERO	5
1.1 Introducción	5
1.2 El Turismo en el Mundo.....	5
1.3 El Turismo en España	8
1.3.1 Principales proveedores de turistas hacia España	10
1.3.2 Principales destinos turísticos en España.....	11
1.3.3 Presente y futuro del turismo en España.....	12
1.4 Establecimientos Hoteleros.....	17
1.4.1 Clasificación de los Establecimientos Hoteleros	18
1.4.2 Distribución de la planta hotelera en España.....	24
1.4.3 Dimensión media de los establecimientos hoteleros en España.....	27
1.5 Evolución y crecimiento de la planta hotelera en España.....	28
1.6 La producción del sector hotelero en España.	31
1.7 Servicios y departamentos hoteleros.....	32
1.8 La PYME media en el turismo y en el sector hotelero.	37
2. CRM.....	39
2.1. Introducción al CRM	39
2.2. Indicativos que pueden motivar la implantación de un CRM.....	44
2.3. Conceptos previos a tener en cuenta en la implantación de un CRM	46
2.3.1 El valor del cliente. ¿Sabe usted cuánto vale cada uno de sus clientes?	46
2.3.2 Fidelización de Clientes.....	47
2.3.3 Gestión de Clientes	48



2.3.4 Factores fundamentales de los que depende la Fidelidad del Cliente	49
2.3.5 Causas de fidelidad	51
2.3.6 Ventajas de la fidelidad.....	52
2.3.7 Vinculación con los clientes	53
2.4. Estrategia de implantación de un CRM	54
2.4.1 Premisas antes de abordar la implantación	54
2.4.2 Pasos en la implantación de un CRM	55
2.4.3 Diseño de la estrategia relacional	56
2.4.4 Puesta en marcha de la estrategia relacional.....	57
2.4.5 Factores de riesgo en la implantación de la estrategia CRM	63
2.5. Principios básicos del CRM en el Sector Hotelero	64
2.5.1 Cambio en las estrategias de Marketing	65
2.5.2 La Meta es la Fidelización de la Cartera de clientes.....	65
2.5.3 Conocer al cliente obligará a atender sus expectativas	66
2.5.4 Estas Relaciones obligarán al Cuidado Esmerado del Cliente.....	68
2.5.5 Aspectos fundamentales que se integran en la Tecnología operativa de un CRM	68
2.5.6 La implantación de un CRM como ‘driver’ de integración de las Nuevas Tecnologías de la Información, la Comunicación y el Conocimiento	69
2.5.7 La Tecnología y los procesos que involucra un CRM en el negocio hotelero.....	70
3. ANÁLISIS Y SITUACIÓN	72
3.1. Introducción	72
3.2. Metodología	74
3.3. Planificación y Entrevistas.....	77
3.4. Definición de métricas de Servicios.....	79
3.5. Situación Actual.....	80
3.5.1 Organización.....	83
3.5.2 Procesos y Sistemas Actuales	86



3.5.3 Personal asociado a los procesos	104
3.6. Situación Futura	107
3.6.1 Organización Futura	107
3.6.2 Procesos y Sistemas Futuros.....	109
3.6.3 Personal asociado a los procesos futuros	121
3.7. Formación.....	126
4. DISEÑO	127
4.1. La estructura de datos.....	128
4.2. Diseño Conceptual de la base de Datos.....	132
4.3. Diseño Físico de la base de Datos	135
4.4. Nuestra Base de Datos	139
4.5. Diseño de la Interfaz Gráfica.....	159
4.5.1 Pantalla de Búsqueda.....	167
4.5.2 Nuevo Cliente	169
4.5.3 Entrada de Opiniones (Nueva Opinión).....	175
4.5.4 Resultados de Opinión por Intervalos.....	178
4.5.5 Hoja de Cliente	183
4.5.6 Estadísticas. Hoja de Filtrado	194
5. CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS.	201
5.1. Conclusiones.....	201
5.2. Líneas Futuras	204
6. BIBLIOGRAFIA.....	205
7. PÁGINAS WEB DE REFERENCIA.....	207
APÉNDICES	