

# Tabla de Contenido

<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y LA ORGANIZACIÓN	1
1.2	JUSTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE GLOBALIZACIÓN	2
1.3	OBJETIVOS	3
1.3.1	<i>Objetivo General</i>	3
1.3.2	<i>Objetivos Específicos</i>	3
1.4	MARCO TEÓRICO	3
1.5	METODOLOGÍA	6
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA INDUSTRIA</b>	<b>7</b>
2.1	CARACTERÍSTICAS Y DETALLES DE LOS NEGOCIOS INVOLUCRADOS	7
2.1.1	<i>Resorts All Inclusive</i>	7
2.1.2	<i>Agencias de Viajes</i>	8
2.1.3	<i>Wedding Planners</i>	9
2.1.4	<i>Agencia Wedding Travel Experience (WTE)</i>	10
2.2	ANÁLISIS PESTEL CHILE	11
2.3	ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD: FUERZAS DE PORTER	15
2.4	ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN	17
2.4.1	<i>Metodología de selección país</i>	17
2.4.2	<i>Información general países involucrados</i>	23
2.5	ANÁLISIS FODA	26
2.6	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	28
2.7	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	28
2.7.1	<i>Encuesta Online</i>	29
2.7.2	<i>Entrevista presencial focalizada I</i>	37
2.7.3	<i>Entrevista presencial focalizada II</i>	38
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>ESTRATEGIA DEL NEGOCIO</b>	<b>43</b>
3.1	PROPUESTA DE VALOR	43
3.2	ESTRATEGIA DE SELECCIÓN DEL PARTNER HOTELERO	44
3.3	ESTRATEGIA DE MARKETING	49
3.3.1	<i>Estrategia de marca</i>	49
3.3.2	<i>Meta de Marketing</i>	49
3.4	MARKETING TÁCTICO PARA SERVICIOS	50
3.4.1	<i>Producto</i>	50
3.4.1.1	Productos basados en la calidad del servicio	50
3.4.1.2	Tipo de Asociación	53
3.4.1.3	Situación del Grupo Barceló para realizar una alianza	55
3.4.1.4	Puntos a favor en la negociación	56
3.4.1.5	Características de los productos	56
3.4.2	<i>Precio</i>	61
3.4.3	<i>Plaza</i>	62
3.4.4	<i>Promoción y Marketing por canal</i>	63
3.4.4.1	Medios Propios	63
3.4.4.2	Canales de comunicación	63
3.4.4.3	Presupuesto de marketing por canal	63
3.4.5	<i>Presencia o Ambiente físico</i>	65
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>PLAN OPERACIONAL</b>	<b>65</b>
4.1	PROCESOS	65
4.2	RECURSOS Y ACTIVIDADES	68
4.3	DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES	70
4.4	PLAZOS	73
<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>PLAN FINANCIERO</b>	<b>74</b>

5.1	ESTADO DE RESULTADOS E INDICADORES ECONÓMICOS .....	74
5.2	DETALLES DEL ESTADO DE RESULTADOS.....	76
5.2.1	<i>Proyección de Ventas</i> .....	77
5.2.2	<i>Estimación de Costos</i> .....	80
5.3	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	83
5.3.1	<i>Sensibilización de los costos</i> .....	84
5.3.2	<i>Sensibilización de los ingresos</i> .....	84
5.3.3	<i>Sensibilización del tipo de cambio</i> .....	85
5.4	EVALUACIÓN Y ANÁLISIS ECONÓMICO .....	86
5.5	MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO.....	87
<b>CAPÍTULO 6 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>		<b>88</b>
<b>CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES .....</b>		<b>89</b>
<b>CAPÍTULO 8 BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>90</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>92</b>
ANEXO A: MATRIMONIOS CHILENOS EN EL EXTRANJERO - LA TERCERA ONLINE .....		92
ANEXO B: NEGOCIO HOTELES ALL INCLUSIVE .....		94
ANEXO C: VIAJES DE CHILENOS FUERA DE CHILE 2012.....		100
ANEXO D: PUNTOS IMPORTANTES PARA MATRIMONIOS EN EL EXTRANJERO .....		101
ANEXO E: ESTUDIO PRENSA - RESPALDO DESTINOS PREFERIDOS POR CHILENOS EN EL CARIBE.....		102
ANEXO F: ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO (TTCI).....		105
ANEXO G: ESTUDIO DE PRENSA - RANGOS DE EDAD Y FECHAS DE MATRIMONIOS.....		107
ANEXO H: ESTUDIO DE PRENSA - AUMENTO, VALORACIÓN Y VISIBILIDAD SOCIAL DE LOS MATRIMONIOS .....		110
ANEXO I: DISEÑO INVESTIGACIÓN ENCUESTA ONLINE .....		112
ANEXO J: DISEÑO ENTREVISTA PRESENCIAL FOCALIZADA I.....		116
ANEXO K: SALIDAS Y LLEGADAS DEL PAÍS (JAC) .....		119
ANEXO L: DETALLE SEGMENTACIÓN CLIENTES .....		121
ANEXO M: DISEÑO ENTREVISTA PRESENCIAL FOCALIZADA II.....		127
ANEXO N: UBICACIÓN HOTELES PARTNERS.....		129
ANEXO O: COTIZACIONES PRECIOS HABITACIONES ONLINE .....		130
ANEXO P: DESCRIPCIÓN ONLINE RESORTS CARIBE.....		132
ANEXO Q: PLAN DE MARKETING MENSUAL POR AÑO.....		139
ANEXO R: VALIDACIÓN DE MATRIMONIOS CELEBRADOS EN EL EXTRANJERO (REGISTRO CIVIL DE CHILE) .....		141
ANEXO S: FLUJO PROCESOS ACTIVIDADES CLIENTES AGENCIA WTE .....		142
ANEXO T: ESTIMACIONES MENSUALES POR AÑO SEGÚN PRODUCTO.....		143
ANEXO U: METODOLOGÍA ESTIMACIÓN DE MATRIMONIOS Y VENTAS MENSUALES .....		147
ANEXO V: DETALLE PROYECCIÓN MATRIMONIOS TOTALES RM 2013 - 2020.....		151
ANEXO W: MATRIMONIOS REGIÓN METROPOLITANA V/S TOTAL CHILE.....		152
ANEXO X: ESTIMACIÓN VIAJES Y ESTADÍAS COLABORADORES .....		153