

Índice temático

<u>Resumen ejecutivo</u>	<u>0</u>
<u>Abstract</u>	<u>1</u>
<u>Dedicatorias y Agradecimientos</u>	<u>2</u>
<u>Índice temático</u>	<u>4</u>
<u>Índice de figuras</u>	<u>6</u>
<u>Capítulo 1</u>	<u>8</u>
<u>1.1 Lugar de aplicación</u>	<u>9</u>
<u>1.2 Problemática</u>	<u>9</u>
<u>1.3 Área de investigación</u>	<u>10</u>
<u>1.4 Área de estudio</u>	<u>10</u>
<u>1.5 Otros interesados</u>	<u>10</u>
<u>1.6 Vías de solución</u>	<u>10</u>
<u>1.7 Objetivo general</u>	<u>11</u>
<u>1.8 Objetivos específicos</u>	<u>11</u>
<u>1.9 Resultados tangibles</u>	<u>12</u>
<u>1.10 Metodología</u>	<u>12</u>
<u>Capítulo 2</u>	<u>16</u>
<u>2.1 Marco teórico</u>	<u>17</u>
<u>Capítulo 3</u>	<u>28</u>
<u>3.1 Diagnóstico de la situación actual de la empresa</u>	<u>29</u>
<u>Capítulo 4</u>	<u>36</u>
<u>4.1 Análisis del proceso del vino</u>	<u>37</u>
<u>Capítulo 5</u>	<u>42</u>
<u>5.1 Desarrollo de la propuesta</u>	<u>43</u>
<u>5.2 Desarrollo de la propuesta de estrategia genérica</u>	<u>44</u>
<u>Capítulo 6</u>	<u>60</u>
<u>6.1 Introducción</u>	<u>61</u>
<u>6.2 Análisis de los resultados</u>	<u>61</u>
<u>6.3 Conclusiones</u>	<u>64</u>

<u>Capítulo 7</u>	<u>65</u>
<u>7.1 Propuesta del nuevo negocio</u>	<u>66</u>
<u>7.2 Propuesta</u>	<u>68</u>
<u>Capítulo 8</u>	<u>72</u>
<u>8.1 Desarrollo de la propuesta de Modelo de Gestión de Negocios</u>	<u>73</u>
<u>8.2 Estrategia de servicio</u>	<u>74</u>
<u>8.3 Componentes de la administración de servicios</u>	<u>83</u>
<u>8.4 La cadena de utilidad en el servicio</u>	<u>84</u>
<u>8.5 El proceso de compra de servicios</u>	<u>85</u>
<u>8.6 Creación de valor en un mercado competitivo, posicionamiento</u>	<u>86</u>
<u>8.7 Definición de la oferta de servicio</u>	<u>88</u>
<u>8.8 Estrategias de precio</u>	<u>92</u>
<u>8.9 Estrategias de recursos humanos</u>	<u>94</u>
<u>8.10 Estrategia de operaciones, calidad y productividad</u>	<u>99</u>
<u>8.11 Estrategia de marketing</u>	<u>103</u>
<u>8.12 Estrategia de promoción, educación y venta</u>	<u>105</u>
<u>8.13 Resumen</u>	<u>108</u>
<u>8.14 Conclusiones</u>	<u>109</u>
<u>Capítulo 9</u>	<u>110</u>
<u>9.1 Conclusiones y recomendaciones</u>	<u>111</u>
<u>Bibliografía</u>	<u>114</u>
<u>Anexos</u>	<u>115</u>

Índice de figuras

<u>Figura 1: Mapa de proceso servicio de mantenimiento correctivo</u>	<u>30</u>
<u>Figura 2: Mapa de proceso servicio de mantenimiento preventivo</u>	<u>31</u>
<u>Figura 3: Mapa de proceso servicio de elaboración y ejecución de proyectos</u>	<u>32</u>
<u>Figura 4: Organigrama orientado a las funciones</u>	<u>33</u>
<u>Figura 5: Organigrama orientado a los procesos</u>	<u>33</u>
<u>Figura 6: Diagrama del proceso de elaboración del vino tinto</u>	<u>37</u>
<u>Figura 7: Diagrama del proceso de elaboración del vino blanco</u>	<u>38</u>
<u>Figura 8: Diagrama del proceso de elaboración del vino espumoso</u>	<u>38</u>
<u>Figura 9: Diagrama del proceso de crianza en barricas</u>	<u>40</u>
<u>Figura 10: Diagrama de los procesos previos</u>	<u>40</u>
<u>Figura 11: Diagrama de los procesos de envasado y etiquetado</u>	<u>41</u>
<u>Figura 12: Elementos de la visión estratégica del negocio del servicio</u>	<u>45</u>
<u>Figura 13: Estrategias básicas de posicionamiento para servicios</u>	<u>51</u>
<u>Figura 14: Desarrollo de una estrategia de posicionamiento de mercado</u>	<u>53</u>
<u>Figura 15: Codificación de respuestas escala Likert</u>	<u>62</u>
<u>Figura 16: Tablas resumen I Ítem</u>	<u>62</u>
<u>Figura 17: Tabla de respuestas relacionadas con demanda</u>	<u>63</u>
<u>Figura 18: Tabla resumen respuestas II ítem</u>	<u>64</u>
<u>Figura 19: Tabla resumen inversiones y costos del servicio productivo</u>	<u>67</u>
<u>Figura 20: Tabla resumen inversiones en 2da modalidad</u>	<u>67</u>
<u>Figura 21: Mapa de procesos servicio productivo</u>	<u>68</u>
<u>Figura 22: Tabla resumen parámetros económicos del servicio productivo</u>	<u>69</u>
<u>Figura 23: Tabla resumen evaluación económica proyecto</u>	<u>70</u>
<u>Figura 24: Tabla resumen análisis de sensibilidad proyecto</u>	<u>71</u>
<u>Figura 25: Diagrama modelo de gestión de negocios empresa Follert</u>	<u>73</u>
<u>Figura 26: Estrategias básicas de posicionamiento para servicios</u>	<u>86</u>
<u>Figura 27: Tabla resumen indicadores de servicios suplementarios</u>	<u>90</u>
<u>Figura 28: Tabla ejemplo de programación de tareas por equipo empresa Follert</u>	<u>91</u>
<u>Figura 29: Tabla resumen precios servicios empresa Follert</u>	<u>94</u>

<u>Figura 30: Tabla ejemplo planificación actividades RRHH</u>	<u>96</u>
<u>Figura 31: Nueva estructura organizacional de la empresa Follert</u>	<u>96</u>
<u>Figura 32: Tabla resumen objetivos operacionales de la empresa Follert</u>	<u>99</u>
<u>Figura 33: Tabla estrategias de almacenamiento de la demanda</u>	<u>101</u>
<u>Figura 34: Desarrollo de estrategia de posicionamiento de mercado</u>	<u>105</u>
<u>Figura 35: Cuadro resumen responsabilidades funcionales Empresa Follert</u>	<u>108</u>