

# ÍNDICE

## Tabla de contenido

ÍNDICE.....	2
1. RESUMEN .....	4
2. INTRODUCCIÓN .....	5
3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA .....	8
3.1 Objetivos Generales .....	8
3.2 Objetivos Específicos.....	8
3.3 Metodología de la investigación .....	8
4. MARCO TEÓRICO.....	11
4.1 Fidelización.....	11
4.2 Experiencias.....	12
4.3 Marketing interno .....	13
4.4 Orientación al cliente .....	15
4.5 Comunicación interna .....	16
4.6 Reconocimientos.....	17
4.7 Momento de la verdad.....	20
4.8 Del cliente interno al cliente final .....	20
5. CASO DE ESTUDIO .....	23
5.1 Breve reseña histórica de Club Med .....	23
5.2 Política de recursos humanos de Club Med .....	24
5.3 Descripción de métodos y programas de fidelización de empleados en Club Med ...	27
5.4 Breve análisis de la competencia .....	30
6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
6.1 Informe sobre resultados de las entrevistas a empleados de Club Med.....	34
6.1.1 Expectativas y experiencia .....	34
6.1.2 Valoraciones y percepciones de los elementos del Marketing interno .....	36
6.1.3 Relación con el huésped y factores de diferenciación del trabajo en Club Med	39
6.1.4 Recuerdos y motivos para continuar en la empresa.....	42
6.2 Informe sobre resultados de las entrevistas a empleados de otras empresas del sector turístico. ....	45
6.2.1 Expectativas y experiencia .....	46
6.2.2 Valoraciones y percepciones de los elementos del Marketing interno .....	47
6.2.3 Relación con el huésped y factores de diferenciación del trabajo.....	48



6.2.4	Recuerdos y motivos para continuar en la empresa.....	49
7.	REFLEXIÓN SOBRE LOS RESULTADOS.....	52
8.	CONCLUSIONES FINALES .....	56
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	58
10.	ANEXOS .....	60

