

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**“ PLAN DE MARKETING PARA EL HOSTAL PALAMAS DE LA CIUDAD  
DE TARIJA”**

**DOCENTE: ARAOZ MONTOYA SAID LUIS**

**ESTUDIANTES:**

BALANZA ICHAZO SAMUEL

CAMPERO ARAMAYO LUIS

**TARIJA-BOLIVIA**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto lo dedicamos a nuestros padres, por mostrarnos el camino hacia la superación.

A nuestras hermanas por brindarnos tiempo y un hombro para descansar.

A toda nuestra familia y amigos por permitirnos aprender más de la vida a su lado.

Esto es posible gracias a ustedes.

## INDICE

PERFIL DE INVESTIGACIÓN .....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	1
2. ANTECEDENTES .....	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
5. HIPÓTESIS .....	7
6. ÁRBOL DE PROBLEMAS Y SOLUCIONES .....	8
7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	9
7.1. Objetivo General de Investigación.....	9
7.2. Objetivos Específicos .....	9
8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
8.1. Tipo de Investigación .....	10
8.2. Métodos y Técnica .....	11
8.3. Población .....	13
9. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
9.1. Teórica.....	13
9.2. Temporal.....	14
9.3. Espacial .....	14
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	1
1.1. MARKETING .....	15
1.1.1. Marketing Estratégico .....	15

1.1.2. Marketing Operativo .....	16
1.2. MEZCLA DE MARKETING .....	17
1.2.1. Producto.....	17
1.2.2. Precio.....	17
1.2.3. Plaza .....	18
1.2.4. Promoción.....	18
1.3. PLAN DE MARKETING .....	19
1.3.1. Pasos para el desarrollo de un plan de marketing .....	19
1.4. ESTRATEGIA.....	20
1.4.1. Estrategia de Mercadotecnia.....	21
1.4.2. Estrategia con Base en las 7P's.....	22
1.4.3. Etapas de Vida de la Empresa.....	25
1.4.4. Mercado Meta.....	28
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	15
2.1. ANALISIS DEL MACRO ENTORNO – FACTORES PESTEL.....	30
2.1.1. Factores Políticos .....	30
2.1.2. Factores Económicos.....	33
2.1.3. Factores Sociales.....	41
2.1.4. Factores Tecnológicos .....	45
2.2. CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO HOTELERO EN BOLIVIA.....	51
2.3. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO .....	54

2.3.1. Poder de Negociación de los Clientes .....	54
2.3.2. Poder de Negociación de los Proveedores.....	54
2.3.3. Rivalidad entre Competidores .....	55
2.3.4. Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores .....	56
2.3.5. Ingreso de Productos Sustitutos .....	56
2.4. RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	56
2.5. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA .....	57
2.5.1. Logotipo de la empresa “Hostal Palamas” .....	58
2.6. POCO CONOCIMIENTO DEL MERCADO HOTELERO.....	58
2.7. IMPROVISADOS ESFUERZOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD .....	59
2.8. ANÁLISIS FODA .....	60
CAPÍTULO III: INFORMACIÓN DEL MERCADO .....	29
3.1. ANÁLISIS E INFORMACIÓN DEL MERCADO.....	63
3.1.1. Problema de Decisión Gerencial.....	63
3.1.2. Problema de Investigación de Mercados.....	63
3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	64
3.2.1. Objetivo General .....	64
3.2.2. Objetivos Específicos del Análisis del Mercado .....	64
3.3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	65
3.3.1. Población .....	65
3.3.2. Determinación de la Muestra.....	65

3.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	65
3.4.1. Análisis de Resultados.....	65
3.5. ESTUDIO CUALITATIVO COMPLEMENTARIO .....	93
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	78
4.1. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING .....	96
4.1.1. Estrategias Corporativas .....	96
4.1.2. Formulación de la Misión y Visión.....	96
4.2. VALORES Y/O PRINCIPIOS .....	97
4.3. ANÁLISIS DE LAS 4 ÁREAS DE LA EMPRESA .....	98
4.3.1. Área Financiera.....	98
4.3.2. Área de Recursos Humanos.....	99
4.3.3. Área Funcional.....	99
4.3.4. Área de Marketing.....	99
4.4. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	100
4.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	100
4.5.1. Objetivo General .....	100
4.5.2. Objetivos Específicos .....	100
4.5.3. Segmentación del Mercado .....	101
4.5.4. Estrategia de Penetración de Mercado .....	102
4.6. PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....	108
4.6. ANÁLISIS BENEFICIO-COSTO.....	109

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
BIBLIOGRAFÍA.....	111
WEBBLOGRAFIA.....	113
Anexo 1.....	114
Anexo 2.....	115
Anexo 3.....	116
Anexo 4.....	118
Anexo 5.....	119
Anexo 6.....	120
Anexo 7.....	121
Anexo 8.....	122
Anexo 9.....	123
Anexo 10.....	124

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Gasto Turístico de Extranjeros en Bolivia 2006 – 2019 (Millones de Dólares) ....	1
Ilustración 2 Gasto turístico de extranjeros en Bolivia, 2006 – 2019 (millones de dólares) ....	35
Ilustración 3 Ingresos por turismo receptivo en comparación con los diez principales productos de exportación, 2019 (millones de dólares).....	36
Ilustración 4 Llegada de visitantes extranjeros en Bolivia, 2008-2019 (número de personas)	37
Ilustración 5 Número de empresas registradas en actividades de alojamiento y servicios de comida, por departamento, 2010-2020.....	38
Ilustración 6 Impacto del Turismo en la Economía Boliviana .....	47
Ilustración 7 Impacto de Covid-19 en el Turismo de Bolivia .....	49
Ilustración 8 Impacto del Turismo Interno .....	50
Ilustración 9 Uso de la Tecnología Digital en el Turismo .....	51
Ilustración 10 Categorización de los Hoteles y la Asignación de Estrellas .....	52
Ilustración 11 Clasificación de Hostales y la Asignación de Estrellas .....	53
Ilustración 12 Logotipo del Hostal Palamas .....	58
Ilustración 13 Hoja Membretada .....	103
Ilustración 14 Fórmula Beneficio-Costo.....	109

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resumen de las 5 Fuerzas de Michael Porter	57
Tabla 2 Segmentación del Mercado	101
Tabla 3 Presupuesto para Tácticas	108
Tabla 4 Presupuesto para Actividades	108
Tabla 5 Presupuesto Total	108