

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**“ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD PARA EL HOSTAL J&J EN LA CIUDAD  
DE TARIJA”**

**Por: UNIV. BLADIMIR ALEX ABAN ARIAS**

**Docente Guía: Lic. PILAR BALDIVIEZO MOGRO**

**TARIJA-BOLIVIA**

**18 DE FEBRERO DEL 2021**

## **AGRADECIMIENTO**

*Primeramente, a mi Dios todopoderoso, en que me apoyé con mucha Fe.*

*Les dedico a mis padres quienes han sido mi gran Fortaleza y que me han brindado seguridad.*

*A mi esposa Lucy Flores y mi hijita Victoria Aban Flores, quienes fueron mi fuerza y apoyo.*

*A mis hermanos que me han brindado muchísimo con su gran amor y cariño quienes me han acompañado y orientado.*

*A todos aquellos Profesores Licenciados por brindarme una enseñanza.*

*Al hostel J&J, por confiar en mí y proporcionar toda la información para la realización de este proyecto.*

## ***DEDICATORIA***

*Agradezco a Dios por darme la fortaleza, sabiduría, entendimiento para el desarrollo de mi Trabajo de Grado y así permitirme que cumpliera mi sueño de ser un profesional y ser el que guie siempre mi camino para ejercerlo con mucha ética y honradez.*

## ***PENSAMIENTO***

*“No hay fórmulas secretas para el éxito. Es el resultado de tu preparación, trabajo duro y aprender de los errores”*

*Colin Powel*

# Contenido

<b>1. PERFIL DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
<b>1.1. Antecedentes</b> .....	1
<b>1.2. Justificación</b> .....	2
<b>1.2.1. Justificación Teórica</b> .....	2
<b>1.2.2. Justificación Práctica</b> .....	2
<b>1.2.3. Justificación Científica</b> .....	2
<b>1.3. Planteamiento del problema</b> .....	3
<b>1.3.1. Identificación del Problema</b> .....	3
<b>1.3.2. Definición del Problema</b> .....	4
<b>1.3.3. Formulación del Problema</b> .....	4
<b>1.3.4. Hipótesis</b> .....	5
<b>1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	6
<b>1.4.1. Objetivo General</b> .....	6
<b>1.4.2. Objetivos Específicos</b> .....	7
<b>1.5. Metodología de investigación</b> .....	7
<b>1.5.1. Tipo y Diseño de la Investigación</b> .....	7
<b>1.5.2. Tipo de Investigación</b> .....	7
<b>1.5.3. Diseño de Investigación</b> .....	8
<b>1.6. Técnica de Investigación</b> .....	8
<b>1.6.1. Análisis del Macro Entorno</b> .....	8
<b>1.6.2. Análisis del Micro Entorno</b> .....	9
<b>1.6.3. Recopilación de datos Primarios</b> .....	13
<b>1.6.4. Recopilación de Datos Secundarios</b> .....	14
<b>1.7. Delimitación de investigación</b> .....	14
<b>1.7.1. Teórica</b> .....	14
<b>1.7.2. Temporal</b> .....	14
<b>1.7.3. Espacial</b> .....	15
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	15
<b>Capítulo I</b> .....	15
<b>2. Estrategia Publicitaria para el Incremento de Ventas</b> .....	15
<b>2.1. ¿Qué es estrategia?</b> .....	15
<b>2.1.1. Concepto de Estrategia</b> .....	15

2.1.2.	<b>Importancia de la estrategia</b> .....	15
2.1.3.	<b>Tipos de estrategia</b> .....	16
2.2.	<b>Estrategias de Publicidad</b> .....	18
2.2.1.	<b>¿Qué es Publicidad?</b> .....	18
2.2.2.	<b>Concepto de Publicidad</b> .....	18
2.2.3.	<b>Tipos de Publicidad</b> .....	18
2.2.4.	<b>Medios Publicitarios</b> .....	20
<b>CAPÍTULO II</b> .....		21
2.3.	<b>¿Qué es un Incremento?</b> .....	21
2.3.1.	<b>Concepto de Incremento</b> .....	21
2.3.2.	<b>Importancia de un Incremento</b> .....	21
2.4.	<b>Incremento de Ventas</b> .....	22
2.4.1.	<b>¿Qué es una Venta?</b> .....	22
2.4.2.	<b>Concepto de Venta</b> .....	22
2.4.3.	<b>Tipos de Ventas</b> .....	22
<b>DIAGNÓSTICO</b> .....		24
3.	<b>Análisis de la Situación</b> .....	24
3.1.	<b>La Empresa</b> .....	24
3.1.1.	<b>Historia</b> .....	24
3.1.2.	<b>Filosofía Empresarial</b> .....	26
3.1.3.	<b>Objetivos</b> .....	27
3.1.4.	<b>Organigrama</b> .....	27
3.1.5.	<b>Cartera de Productos</b> .....	28
3.1.6.	<b>Estructura publicitaria actual del Hostal J&amp;J</b> .....	29
3.2.	<b>Análisis de Macroentorno</b> .....	31
3.2.1.	<b>Entorno Político legal</b> .....	31
3.2.2.	<b>Entorno Económico</b> .....	33
3.2.3.	<b>Socio-Cultural</b> .....	36
3.2.4.	<b>Entorno Tecnológico</b> .....	37
3.2.5.	<b>Entorno Ambiental</b> .....	38
3.3.	<b>Análisis del Microentorno</b> .....	38
3.3.1.	<b>Cinco Fuerzas de Porter</b> .....	38
3.3.2.	<b>Sondeo de los Medios de Comunicación y la Publicidad en Bolivia</b> .....	42

3.3.3.	Conclusiones del Diagnostico .....	49
4.	ANALISIS FODA.....	50
4.1.	Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas mediante la utilización de una matriz FODA .....	50
5.	PROPUESTA CIENTÍFICA.....	61
5.1.	Descripción de la Propuesta.....	61
5.2.	Objetivos de la Propuesta .....	62
5.2.1.	Objetivo General .....	62
5.2.2.	Objetivos Específicos.....	62
5.2.3.	Importancia y beneficios de la propuesta .....	62
5.2.4.	Estrategia de Posicionamiento.....	62
5.2.5.	Estrategia de Publicidad .....	64
6.	Conclusiones y Recomendaciones .....	71

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Operacionalización de hipótesis, variables e indicadores.....	6
Ilustración 2: Fachada y Ubicación del Hostal J&J .....	24
Ilustración 3: Organigrama del Hostal J&J.....	26
Ilustración 4: Tipos de Habitaciones.....	28
Ilustración 5: Sector de Matriz Productiva.....	32
Ilustración 6: Ingresos de viajeros a establecimiento de hospedaje .....	34
Ilustración 7: Inflación en Bolivia.....	36
Ilustración 8: Fuerza y Amenaza de Nuevos Participantes .....	38
Ilustración 9: Poder de Negociación de los Proveedores .....	39
Ilustración 10: Poder de Negociación de los Compradores .....	40
Ilustración 11: Fuerza Rivalidad entre los Competidores .....	40
Ilustración 12: Fuerza Amenaza de Productos sustitutos.....	41
Ilustración 13: Fuerzas de Portes .....	42
Ilustración 14: Matriz FODA .....	51
Ilustración 15: Categorías del PCI .....	55
Ilustración 16: Capacidad Directiva.....	56
Ilustración 17: Capacidad del Talento Humano.....	57
Ilustración 18: Capacidad Competitiva.....	58
Ilustración 19: Capacidad Tecnológica.....	59
Ilustración 20: Capacidad Financiera.....	60
Ilustración 21: Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	61
Ilustración 22: Diagnostico Externo (POAM) .....	62
Ilustración 23: Propuesta de Logotipo .....	67
Ilustración 24: Propuesta de Spot Publicitario .....	68
Ilustración 25: Creación de Pagina Web “Word Press” .....	69
Ilustración 26: Presupuesto para las Estrategias Publicitarias .....	70



