

RESUMEN

El presente proyecto consiste en la elaboración de una Estrategia de Publicidad para el Hostal “J&J” en la ciudad de Tarija, que le permita captar nuevos clientes y aumentar el número de ventas en la ciudad de Tarija, mediante la incorporación de nuevas estrategias publicitarias.

En el primer capítulo se realiza un estudio situacional sobre Tarija y la industria Hostelera, ya que se tendrá un panorama más claro no solo de las amenazas y oportunidades que tiene el Hostal en el entorno en el que se desenvuelve, sino de la identificación de fortalezas que son claves para diferenciarse de la competencia.

En el segundo capítulo se desarrollara un sondeo de los medios de comunicación mas aceptados en Bolivia, sobre todo en el departamento de Tarija. Esto con la finalidad de obtener información relevante a la hora de tomar una decisión de que medio de publicidad optar para la estrategia de publicidad que se propondrá en el presente proyecto de investigación.

El tercer capítulo se desarrolla la propuesta con el objetivo de mejorar la imagen del Hostal, impulsando los atributos y captar nuevos clientes, logrando así el aumento de las ventas. Las estrategias que se propondrán serán las adecuadas para el Hostal, que se determinara según los estudios arrojados en los capítulos anteriores. Solucionando o contrarrestando los problemas identificados.

Al termino de los tres capítulos se presentan las conclusiones y recomendaciones que los autores tienen con el Hostal “J&J”, que sirven para que los administradores o dueños conozcan un punto de vista diferente y tengan una visión más amplia para poder tomar decisiones futuras no solo con respecto a la implementación de la estrategia de publicidad, sino para futuras acciones o actividades que el Hostal desee emprender.

