

ANEXO I

ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN:

1. PLAN DE INVESTIGACIÓN (PERFIL)

1.1. Antecedentes

1.2. Justificación

1.2.1. Justificación Teórica

1.2.2. Justificación Practica

1.2.3. Justificación Científica

1.2.3.1. Económica

1.2.3.2. Social

1.3. Planteamiento del Problema

1.3.1. Identificación del Problema

1.3.2. Definición del Problema

1.3.3. Formulación del Problema

1.3.4. Hipótesis

1.3.4.1. Variables

1.4. Objetivo de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

1.4.2. Objetivos Específicos

1.5. Metodología de Investigación

1.5.1. Tipo y diseño de Investigación

1.5.2. Tipo de investigación

1.5.3. Diseño de investigación

1.6. Técnica de Investigación

- 1.6.1. Análisis del Macro Entorno
- 1.6.2. Análisis del Micro Entorno
- 1.6.3. Instrumento de recolección de datos
 - 1.6.3.1. Recopilación de Datos Primarios
 - 1.6.3.2. Recopilación de Datos Secundarios
- 1.7. Delimitación de investigación
 - 1.7.1. Teórica
 - 1.7.2. Temporal
 - 1.7.3. Espacial

MARCO TEÓRICO

Capítulo I

2. Estrategia Publicitaria para el Incremento de ventas

2.1. ¿Qué es estrategia?

- 2.1.1. Concepto de Estrategia
- 2.1.2. Importancia de la estrategia
- 2.1.3. Tipos de estrategia
 - 2.1.3.1. Estrategia de liderazgo en costos
 - 2.1.3.2. Estrategia de diferenciación
 - 2.1.3.3. Estrategia de Enfoque

2.2. Estrategia Publicitaria

- 2.2.1. ¿Qué es Publicidad?
- 2.2.2. Concepto de Publicidad
- 2.2.3. Tipos de Publicidad
- 2.2.4. Medios Publicitarios

Capítulo II

2.3. ¿Qué es un Incremento?

2.3.1. Concepto de Incremento

2.3.2. Importancia de un Incremento

2.3.3. Tipos de Incremento

2.4. Incremento de Ventas

2.4.1. ¿Qué es una Venta?

2.4.2. Concepto de Venta

2.4.3. Tipos de Ventas

DIAGNÓSTICO

3. Análisis de la Situación

3.1. La Empresa

3.1.1. Historia

3.1.2. Filosofía Empresarial

3.1.3. Objetivos

3.1.4. Organigrama

3.1.5. Cartera de Productos

3.1.6. Estructura Publicitaria Actual

3.2. Análisis del Macro Entorno

3.2.1. Entorno Político Legal

3.2.2. Entorno Económico

3.2.3. Entorno Socio-Cultural

3.2.4. Entorno Tecnológico

3.2.5. Entorno Ambiental

- 3.3. Análisis del Micro Entorno
 - 33.1. Cinco Fuerzas de Porter
 - 33.2. Los Medio de Comunicación y La Publicidad
- 4. Análisis FODA
 - 4.1. Matriz FODA
- 5. Propuesta Científica
 - 5.1. Descripción de la Propuesta
 - 5.2. Objetivo de la Propuesta
 - 52.1. Objetivo General
 - 52.2. Objetivo Especifico
 - 52.3. Importancia y beneficios de la Propuesta
 - 52.4. Estrategia de Publicidad
 - 5.2.4.1. Televisión
 - 5.2.4.2. Redes Sociales y pagina Web
 - 5.2.4.3. Consideraciones Finales
- 6. Conclusiones y Recomendaciones
- 7. Bibliografía y Anexos

ANEXO II

Anexo 1: CRONOGRAMA DE GANTT

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES "GANTT"																					
N	ACTIVIDADES	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
		E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
		M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
		N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Perfil de Investigación																				
2	Revisión del Perfil de investigación																				
3	Asignación de Tribunales																				
4	Elaboración del Marco Teórico (Micro entorno)																				
5	Elaboración del Marco Teórico (Macro entorno)																				
6	Conclusiones																				
7	Recomendaciones																				
8	Elaboración de la propuesta																				
9	Presentación del Proyecto Final																				
10	Correcciones Finales																				
11	Revisión por parte de Tribunales																				
12	Defensas																				

Fuente: Propia

Anexo 2: PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA AL GERENTE DEL HOSTAL J&J

¿Cuál es la demanda actual de la empresa?

¿Usted cree que la publicidad es fundamental para su empresa?

¿Qué tipo de Publicidad se maneja en la actualidad en el Hostal J&J?

¿La Publicidad que maneja la empresa cree que es eficiente?

¿Está conforme con la Publicidad con la que cuenta la empresa?

¿Cree usted que se debería mejorar la Publicidad de su empresa?

¿Qué medio de Comunicación le parece más eficiente para dar a conocer su empresa al Mercado?

¿Qué opina de la Publicidad en Internet (Redes Sociales, páginas Web, etc.)?

¿Qué red social le parece más efectiva?

¿Usted cree que invertir en la publicidad es muy importante y necesario?

Anexo 3: NIT Y LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

NIT
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA
RÉGIMEN GENERAL
5969201013
EMITE FACTURA

Contribuyente: HENRRY NELSON PALLUCA BARRERA
Domicilio Tributario: CASA MATRIZ CALLE BERNARDO NAVAJAS TRIGO No. 1013 BARRIO LA TERMINAL
Gran Actividad: SERVICIOS
Actividad Principal: Hoteles
Tipo Contribuyente: EMPRESAS UNIPERSONALES

IMPUESTOS NACIONALES

Nº 008909 GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE TARIJA
Y LA PROVINCIA CERCADO
DIRECCIÓN DE INGRESOS

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
Nº DE PADRÓN MUNICIPAL: 29825

HENRRY PALLUCA-HOSTAL J & J
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

NOMBRE PROPIETARIO: HENRRY NELSON PALLUCA BARRERA	DOC. IDENTIDAD CI 5969201 LP	
CLASE ACTIVIDAD O NEGOCIO: HOTELES, CASA DE HUESPEDES, CAMPAMENTOS Y OTROS	CÓDIGO CHU: 632	
DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD SERVICIO DE HOSPEDAJE.	FECHA DE REGISTRO 20/03/2017	
DIRECCIÓN: CA BERNARDO NAVAJAS 1013	ZONA: LA TERMINAL	
AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO MEDIANTE LEY MUNICIPAL 30 - 2003	DE FECHA: 11/08/2003	
SUPERFICIE M2 200.00	FECHA DE EMISIÓN: 10/04/2017	FECHA DE RENOVACIÓN: 10/04/2019

DIRECTOR(A) DE INGRESOS
CONTRIBUYENTE

AL CIERRE DEFINITIVO O TEMPORAL DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, DEBERÁ COMUNICAR DE FORMA OBLIGATORIA A LA DIRECCIÓN DE INGRESOS.
EL PRESENTE DOCUMENTO DEBE SER EXHIBIDO EN UN LUGAR VISIBLE.

Anexo 4: FOTOGRAFÍA DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA



Anexo 6: PROPUESTA DE UN NUEVO LOGOTIPO



Anexo 5: PROPUESTA DE LA PÁGINA WEB



