

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA  
PARA EL  
“HOSTAL MI CASA”**

**Por:**

**ANDRADE ZELAYA JORGE ARTURO**

Tesis presentada a consideración de la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Diciembre de 2007  
TARIJA – BOLIVIA**

El tribunal calificador de la presente tesis, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo las mismas únicamente responsabilidad del autor.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado con mucho amor a mi familia que con su comprensión y apoyo, supieron impulsarme y motivarme para continuar con la elaboración del presente trabajo.

### **AGRADECIMIENTOS:**

Al Lic. Msc. Víctor Hugo Romero por transmitirme sus valiosos conocimientos en el desarrollo de la tesis.

Al gerente propietario del Hostal Mi Casa Sr. Wilner Velazco Vargas por la valiosa información proporcionada.

**PENSAMIENTO:**

“Haz de la perseverancia tu mejor amiga, de la experiencia tu sabio consejero, de la precaución tu hermano mayor y de la esperanza tu genio guardián”.

**Joseph Addison**

# ÍNDICE

**ADVERTENCIA**

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**PENSAMIENTO**

**RESUMEN**

	<b>Pág.</b>
1. Justificación.....	1
2. Planteamiento del Problema.....	2
3. Definición del Problema.....	3
4. Definición de la Hipótesis.....	4
5. Objetivo.....	4
5.1. Objetivo General.....	4
5.2. Objetivos Específicos.....	4
6. Alcance de la Investigación.....	5
7. Metodología de la Investigación.....	5

## CAPÍTULO 1

### MARCO TEÓRICO

1.1. Concepto de Mercadotecnia.....	7
1.2. El Mercado.....	9
1.3. Ambiente de la Mercadotecnia.....	9
1.4. La combinación de Mercadotecnia o marketing-mix.....	10
1.4.1. El Producto.....	11
1.4.2. El Precio.....	11

1.4.3.	Plaza y Distribución.....	12
1.4.4.	Promoción.....	13
1.5.	El Sector de los Servicios.....	15
1.5.1.	Definición de los Servicios.....	16
1.5.2.	Características de los Servicios.....	18
1.5.3.	Clasificación de los Servicios.....	19
1.6.	El Campo del Turismo.....	21
1.6.1.	Concepto de Turismo.....	22
1.6.2.	Clasificación del Turismo.....	23
1.6.3.	Tipos de Turistas.....	25
1.7.	Campo Hotelero.....	25
1.7.1.	Establecimiento de Hospedaje.....	26
1.7.2.	Clasificación y Jerarquización.....	28
1.8.	Concepto de Estrategia.....	32
1.9.	La Gestión Estratégica.....	34
1.10.	Estrategia Competitiva.....	35
1.10.1.	Tipos de Estrategia Competitiva.....	36
1.11.	Estrategia Mercadotecnia.....	37

## **CAPÍTULO 2**

### **DIAGNÓSTICO**

2.1.	Análisis Externo.....	39
2.1.1.	Tendencia Mundial del Turismo.....	39
2.1.2.	La Hotelería en Bolivia.....	41
2.1.3.	Principales Indicadores de la Actividad Turística en Bolivia.....	43
2.1.3.1.	Flujo de Turistas Extranjeros.....	44
2.1.3.2.	Demanda del Turismo Interno y Receptivo.....	45
2.1.3.2.1.	Evolución de la Demanda.....	45

2.1.3.2.2.- Absorción de la Demanda según Ciudad.....	46
2.1.3.2.3.- Absorción de la Demanda según Establecimiento de Hospedaje.....	48
2.1.3.2.4. Estadía de la Demanda Turística.....	49
2.1.3.2.5. Estacionalidad de la Demanda.....	51
2.1.3.3. Perfil del Turista Extranjero.....	53
2.1.3.3.1. Mercados Emisores.....	53
2.1.3.3.2. Ciudades más Visitadas.....	56
2.1.3.3.3. Motivos de Viaje.....	57
2.1.3.3.4. Ocupación.....	58
2.1.3.3.5. Edad Promedio.....	59
2.1.3.3.6. Actividades Realizadas.....	60
2.1.3.4. Oferta Turística en Bolivia.....	61
2.1.3.4.1. Circuito Turístico Integrado.....	61
2.1.3.4.2. Circuito Turístico Interno.....	63
2.1.3.5. Aspectos Económicos.....	66
2.1.3.5.1. Indicadores Económicos de Bolivia.....	66
2.1.3.5.2. Impacto del Turismo en el PIB.....	68
2.1.3.5.3. Ingresos Generados por el Turismo.....	68
2.1.3.5.4. Gastos Turísticos.....	69
2.1.3.5.5. Gastos Medio Diario Realizado por los Turistas.....	69
2.1.3.6. Aspectos Legales.....	70
2.1.4. Situación Actual de la Hotelería en Tarija.....	71
2.1.4.1. Oferta Hotelera.....	71
2.1.4.2. Oferta Turística.....	73
2.1.4.2.1. Atractivos Turísticos.....	73
2.1.4.2.2. Facilidades para el Turismo.....	77
2.1.4.2.3. Vías de Acceso.....	82
2.1.4.3. Absorción de la Demanda de los Principales Hostales.....	82



2.1.4.4.	Tarifas Hoteleras.....	83
2.2.	Análisis Interno.....	86
2.2.1.	Antecedentes.....	86
2.2.2.	Infraestructura del Hostal Mi Casa.....	86
2.2.3.	Localización.....	87
2.2.4.	Flujo de Visitantes.....	87
2.2.4.1.-	Evolución del Flujo de Visitantes.....	87
2.2.4.2.	Detalle del Flujo de Visitantes de la Gestión 2006.....	89
2.2.4.3.	Detalle del Flujo Turístico Nacional de la Gestión 2006.....	91
2.2.4.4.	Detalle de los Meses de Mayor y Menor Afluencia de los Visitantes.....	92
2.2.4.5.	Pernoctaciones.....	95
2.2.5.	Análisis del Personal.....	95
2.2.5.1.	Grado de Instrucción del Personal.....	99
2.2.6.	Participación del Hostal en el Mercado.....	99
2.2.7.	Planes de Mercadotecnia.....	101
2.2.8.	Políticas de Ventas.....	101
2.2.9.	Combinación de Mercadotecnia.....	102
2.2.9.1.	Los Servicios que Presta.....	102
2.2.9.2.	Los Precios.....	102
2.2.9.3.	Publicidad y Promoción.....	103
2.2.9.4.	Distribución.....	103
2.3.	Investigación de Campo.....	104
2.3.1.	Introducción.....	104
2.3.2.	Fuentes de Información.....	105
2.3.2.1.	Fuentes de Información Primaria.....	104
2.3.2.2.	Fuentes de Información Secundaria.....	105
2.3.3.	Objetivos de la Investigación de Mercado.....	106

2.3.4.	Formulación del Diseño de la Investigación de Campo.....	106
2.3.4.1.	Tipo de Investigación: Método de Recopilación de Datos.....	106
2.3.5.	Diseño del Instrumento de Recopilación de Datos.....	108
2.3.6.	Definición de la Población a Investigar.....	107
2.3.7.	Determinación del Tamaño de la Muestra.....	108
2.3.8.	Datos por Recolectar.....	112
2.3.9.	Métodos de Recolección.....	112
2.3.10.	Procesamiento de Datos.....	113
2.3.11.	Planificación del Procesamiento y Análisis de los Datos.....	113
2.3.12.	Resultado de la Investigación de Campo.....	114
2.3.12.1.	Encuestas a Usuarios del Hostal Mi Casa.....	114
2.3.12.1.1.	Cruce de Variables de la Encuesta al Hostal Mi Casa.....	121
2.3.12.2.	Encuestas Clientes Potenciales.....	123
2.3.12.2.1.	Cruce de Variables de la Encuesta a Clientes Potenciales.....	132
2.4.	Los Puntos Fuertes y Débiles del Hostal Mi Casa.....	136
2.5.	Las oportunidades y Amenazas del Sector.....	137
	Conclusiones.....	138

## **CAPÍTULO 3**

### **MODELO**

	Introducción.....	140
3.1.	Visión del Hostal Mi Casa.....	141

3.2.	Misión del Hostal Mi Casa.....	141
3.3.	Definición de Objetivos.....	141
3.4.	Desarrollo de Estrategias.....	143
3.4.1.	Estrategia de Negocios.....	144
3.4.2.	Estrategia Funcional.....	145
3.4.3.	Estrategia Operativa.....	146
3.4.3.1.	Estrategia de Servicio.....	146
3.4.3.2.	Estrategia de Precio.....	148
3.4.3.3.	Estrategia de Comunicación.....	150
3.4.3.4.	Estrategia de Distribución.....	155
3.5.	Sistema de Control y Evaluación.....	157
	Recomendaciones.....	158
	BIBLIOGRAFÍA.....	159
	ANEXOS	

## ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO No 1: Principales Destinos Turísticos.....	39
CUADRO No 2: Principales Países en Función de sus Ingresos por Turismo.....	40
CUADRO No. 3 BOLIVIA: Número de Establecimientos de Hospedaje Habitaciones y Camas por Departamento .....	42
CUADRO No. 4 BOLIVIA: Número de Establecimientos de Hospedaje, Habitaciones y Camas.....	43

CUADRO No. 5	
BOLIVIA: Flujo de Llegada de Visitantes Extranjeros según Medio	
de Transporte.....	44
CUADRO No. 6	
BOLIVIA: Serie Histórica de Llegadas de Visitantes a Establecimientos	
de Hospedaje.....	45
CUADRO No. 7	
BOLIVIA: Absorción de la Demanda según Ciudad y Tipo de Viajero.....	46
CUADRO No. 8	
Llegada de Visitantes a Establecimientos de Hospedaje según Categoría.....	48
CUADRO No. 9	
BOLIVIA: Pernoctación de Viajeros en Establecimientos de Hospedaje	
según Ciudad y Tipo de Viajero.....	50
CUADRO No. 10	
Llegada de Visitantes según Mes.....	51
CUADRO No. 11	
BOLIVIA: Llegada de Visitantes a Establecimientos de Hospedaje	
según Nacionalidad.....	54
CUADRO No. 12	
BOLIVIA: Indicadores Macroeconómicos.....	67
CUADRO No. 13	
BOLIVIA: Ingresos por el Turismo.....	68
CUADRO No. 14	
BOLIVIA: Gastos Turísticos, según Tipo de Gasto.....	69
CUADRO No. 15	
Oferta Hotelera de la Ciudad de Tarija.....	72
CUADRO No. 16	
TARIJA: Absorción de la Demanda de los Principales Hostales	
de la ciudad de Tarija.....	83
CUADRO No. 17	
BOLIVIA: Tarifas Promedio según Categoría Hotelera.....	84
CUADRO No. 18	
TARIJA: Tarifas Promedio según Categoría Hotelera.....	85
CUADRO No. 19	

Flujo de Turistas Nacionales y Extranjeros.....	87
CUADRO No. 20	
Flujo de Turistas Nacionales y Extranjeros.....	89
CUADRO No. 21	
Flujo de Turistas Nacionales.....	91
CUADRO No. 22	
Llegada de Turistas según Mes.....	93
CUADRO No. 23	
Pernoctación de los Turistas.....	95
CUADRO No. 24	
Personal del Hostal Mi Casa.....	96
CUADRO No.25	
Técnicas de Análisis de Datos para cada Pregunta.....	113

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
GRÁFICO No. 1	
BOLIVIA: Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros según Ciudad.....	47
GRÁFICO No. 2	
BOLIVIA: Estacionalidad de la Demanda del Turismo Interno y Receptivo.....	52
GRÁFICO No. 3	
BOLIVIA: Principales Mercados Emisores de Turismo para Bolivia.....	55
GRÁFICO No. 4	
BOLIVIA: Llegada de Turistas Extranjeros según Ciudad.....	56
GRÁFICO No. 5	
BOLIVIA: Motivos de Viaje.....	57
GRÁFICO No. 6	

BOLIVIA: Principales Ocupaciones de los Turistas que Llegan a Bolivia.....	58
GRÁFICO No. 7	
BOLIVIA: Promedio de Edad de los Turistas que Llegan a Bolivia.....	59
GRÁFICO No. 8	
BOLIVIA: Actividades Realizadas por los Turistas que Llegan a Bolivia.....	60
GRÁFICO No. 9	
BOLIVIA: Gastos Realizados por los Turistas que Llegan a Bolivia.....	70
GRÁFICO No. 10	
Porcentaje de Variación del Flujo Turístico.....	88
GRÁFICO No. 11	
Flujo de Turistas Nacionales y Extranjeros.....	90
GRÁFICO No. 12	
Principales Mercados Internos Emisores de Turistas.....	92
GRÁFICO No. 13	
Estacionalidad de la Demanda.....	94

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo I.	Encuestas
Anexo II.	Cruce de Variables Encuesta a Usuarios del Hostal Mi Casa
Anexo III.	Cruce de Variables Encuesta a Clientes Potenciales
Anexo IV.	Estados Financieros del Hostal Mi Casa