

## **RESUMEN**

En el primer capítulo tomaremos en cuenta los elementos teóricos básicos para el trabajo de tesis, comenzando a definir que es la mercadotecnia, considerando a sus principales elementos tales como el mercado, la segmentación, el ambiente de la mercadotecnia y las variables del marketing-mix. Se hace esta referencia también a la definición de servicios, las características y una clasificación de los mismos, así mismo se define el turismo, su clasificación, para definir lo que significa un establecimiento de hospedaje, la clasificación y jerarquización de los mismos, por último, se conceptualiza el significado de estrategia, tanto competitiva como de mercadotecnia.

En el segundo capítulo haremos un análisis referente a los principales indicadores de la actividad, las tendencias mundiales y los flujos de turismo en Bolivia, se analiza también el estado actual de la hotelería en Tarija en aspectos que se relacionan en esta actividad tales como: la oferta hotelera, la oferta turística y las tarifas hoteleras. El análisis interno del Hostal Mi Casa comprenderá el área comercial, se determina la metodología que orienta al trabajo de campo como los resultados de éste.

En el tercer capítulo se presenta la propuesta para el Hostal Mi Casa, en el cual se define la Visión y la Misión, se establecen los objetivos tanto financieros como estratégicos, las estrategias a desarrollar sus respectivas líneas de acción, finalmente se presenta el sistema de control y evaluación de todo el proceso.