UNIVERSIDAD AUTONOMA "JUAN MISAEL SARACHO"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN TPF-599

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION

PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE AIRES DE CAMPO APART HOTEL

POR:

CASTILLO CADIMA MAIDY YULIZA

GUTIERREZ ECHAZU MAYRA ANDREA

DOCENTE GUÍA:

LIC. MILVIAN RAMÍREZ

Trabajo de profesionalización, presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresa.

13 De junio Del 2022

TARIJA – BOLIVIA

DEDICATORIA

El presente trabajo se los dedicó con gran amor: A Dios por permitirme llegar a este momento de mi vida, por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más. A mi madre Victoria quien es mi más grande amor en mi vida y mi motor que impulsa mis sueños. A mi padre Carlos Alberto por su apoyo. A mis hermanos Bruno y Karla que son el regalo más preciado que la vida me pudo dar. A mi sobrino Brunito la luz de mi vida. A mi cuñada Mariela a quien quiero mucho. A mis abuelitos: Sarita que es mi ángel y la estrella más linda que brilla en el cielo, Charito y Carlos quienes son una bendición en mi vida y a mi mejor amiga y hermana del corazón Jessica.

Mayra Andrea Gutierrez Echazu

DEDICATORIA

El presente trabajo se los dedicó con gran amor: A Dios por permitirme llegar a este momento de mi vida, por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más. A mi madre Asteria quien es mi más grande amor en mi vida y mi motor que impulsa mis sueños. A mi hermano Denis que es el regalo más preciado que la vida me pudo dar, como fuente de inspiración y ejemplo a seguir. A mis abuelitos: Calixto y Rosauro quienes son mis guías y protectores desde el cielo, Francisca y Dominga quienes son una bendición en mi vida y apoyo fundamental para mi crecimiento como persona.

Maidy Yuliza Castillo Cadima

ÍNDICE GENERAL

_Toc108002056

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN 1
1.1. ANTECEDENTES 1
1.2. JUSTIFICACIÓN 4
1.2.1. Justificación teórica 4
1.2.2. Justificación práctica 4
1.2.3. Justificación científica 4
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 5
1.3.1. Identificación del problema 5
1.3.2. Formulación del problema 5
1.3.3. Definición del problema 5
1.4. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS 6
1.4.1. Variable dependiente 6
1.4.2. Variable independiente 6
1.4.3. Operacionalización de las variables 6
1.5. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN 7
1.5.1. Objetivo general 7
1.5.2. Objetivos específicos 7
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 8
1.6.1. Tipos de investigación 8
1.6.2. Métodos 8
1.6.3. Diseño de investigación 9
1.6.4. Población y muestra 9
1.6.5. Fuentes de información 11
1.7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 12
1.7.1 Geográfica 12
1.7.2. Teórica 12
1.7.3. Temporal 12

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. CAPITULO I: HOTEL 13
2.1.1. La Actividad Hotelera 13
2.1.2. Definición De Hotel 14
2.1.3. Hotelería 15
2.1.4. Tipos De Establecimientos De Hospedaje 15
2.1.5. Hospedaje 17
2.1.6. Servicios turísticos 17
2.1.7. Definición De Apart Hotel 18
2.1.8. Conceptos Básicos De Hospedaje-Turístico 19
2.2. CAPITULO II: MARKETING 20
2.2.1. Definición de Marketing 20
2.2.2. El Marketing en la Hotelería 21
2.2.3. Definición de Plan de Marketing 22
2.2.4. Estructura De Un Plan De Marketing 23
2.2.5. Características de las estrategias de marketing 24
2.2.6. Elementos de las estrategias de marketing 24
2.2.7. Pasos de un plan de marketing 25
2.2.8. Importancia plan de marketing en el hotelería 28
2.2.9. Análisis de procedimientos para la elaboración del plan de marketing 29
2.3. CAPITULO III: POSICIONAMIENTO 30
2.3.1. Definición de posicionamiento 30
2.3.2. Características del posicionamiento 31
2.3.3. Tipos de posicionamiento 33
2.3.4. Estrategias de posicionamiento 35

CAPÍTULO III: DIAGNOSTICO SITUACIONAL

3.1. ANÁLISIS EXTERNO 37
3.1.1. Macro Ambiente 37
3.1.2. Factor Político y Legal 37
3.1.3. Factores Económicos 38

3.1.4. Factores Sociales y culturales 43
3.1.5. Factor tecnológico 49
3.1.6. Conclusiones del análisis externo 50
3.2. ANÁLISIS COMPETITIVO 51
3.2.1.Fuerzas de Porter 51
3.2.2. La Rivalidad Entre Competidores 52
3.2.3. Competidores Potenciales 57
3.2.4.Amenaza de servicios sustitutos 59
3.2.5. Poder de Negociación de Proveedores 59
3.2.6. Poder de Negociación de Clientes 61
3.2.7. Conclusiones del análisis competitivo 61
3.3. ANÁLISIS INTERNO 62
3.3.1. Organización 62
3.3.2.Filosofía empresarial 64
3.3.2.1.Misión del Apart Hotel 64
3.3.2.2.Visión del Apart Hotel 64
3.3.2.3.Valores Corporativos 66
3.3.2.4. Políticas Generales 66
3.4. MATRIZ BCG 67
3.5. CADENA DE VALOR 68
3.5.1.Actividades de apoyo 68
3.6.ANÁLISIS FODA 70
CAPÍTULO IV: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 71
4.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA 71
4.3. OBJETIVOS 71
4.3.1.Objetivo general 71
4.3.2.Objetivos específicos 71
4.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 72
4.5. DISEÑO INVESTIGATIVO 72

4.5.1. Tipo De Investigación……..72
4.6. DETERMINAR GRUPO DE ESTUDIO 73
4.6.1. Tamaño de muestra……...73
4.6.2. Fuentes de información……..……..74
4.7. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN74
4.8. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA 75
4.8.1. Encuestas 75
4.8.1.1. Modelo de Encuesta….……75
4.8.1.2. Tabulación y Obtención de Datos.……75
4.8.1.3 Resultados Y Conclusiones..... 86
4.9. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 87
4.9.1. Entrevista con Experto…….87
4.10. CUADRO RESUMEN DE DIAGNOSTICO 64
CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING
5. PLAN DE MARKETING 93
5.1. INTRODUCCIÓN 93
5.2. OBJETIVOS 93
5.2.1.Objetivo general..... 93
5.2.2.Objetivos específicos 93
5.3. PLANTEAMIENTO DE MISIÓN Y VISIÓN..... 65
5.4. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS SEGÚN OBJETIVOS 93
5.4.1.Estrategia Producto 93
5.4.2. Estrategia de precio 95
5.4.3. Estrategia de plaza..... 98
5.4.4. Estrategia de promoción..... 101
5.5. EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS 105
5.5.1. Evaluación de estrategia de producto……..……106
5.5.2. Evaluación de estrategia de precio…….……107
5.5.3. Evaluación de estrategia de plaza..... 108
5.5.4. Evaluación de estrategia de promoción..... 109

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 114
6.1. CONCLUSIONES 114
6.2. RECOMENDACIONES 115
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:Variación del Producto Interno Bruto por Actividad Económica, Primer Semestre 2021 40
Gráfico N° 2:Variación del índice de precios al consumidor, según división, diciembre de 2021 42
Gráfico N° 3:Variación e incidencia mensual de índice de precios al consumidor, según región, diciembre de 2021 42
Gráfico N° 4:Migraciones 45
Gráfico N° 5: Turismo 45
Gráfico N° 6:Oferta hotelera, según categoría hotelera,2019 47
Gráfico N° 7:Bolivia, población por grupos quincenales de edad y sexo, 2017..... 49
Gráfico N° 8:Los Parrales 52
Gráfico N° 9: Hotel Viña Del Sur 53
Gráfico N° 10: Hotel Del Sol 53
Gráfico N° 11 : Hotel El Rancho Olivo 53
Gráfico N° 12: Hotel San Javier 54
Gráfico N° 13: La Costa Hotel 54
Gráfico N° 14: Hotel Segovia 54
Gráfico N° 15: Hotel Carmen 55
Gráfico N° 16: Las Lomas Hotel 55
Gráfico N° 17: Hotel Terravina 55
Gráfico N° 18: Hotel Narváez Baldiviezo 56
Gráfico N° 19: Las Vegas Hotel 56
Gráfico N° 20: Hotel Valentín 56
Gráfico N° 21: Hotel Monumental 57
Gráfico N° 22: hotel Segovia II 57
Gráfico N° 23: Suites Apart Hotel 58
Gráfico N° 24: Los Parrales - Resort Hotel 58

Gráfico N° 25: Organigrama de la empresa 63
Gráfico N° 26: Cadena de Valor 68
Gráfico N° 27:Llugar preferido para alojamiento en Tarija 76
Gráfico N° 28:lugar de proveniencia a la ciudad de Tarija 77
Gráfico N° 29:Cerca de donde le gusta alojarse en Tarija 78
Gráfico N° 30:Cuántas veces al año suele viajar a Tarija 79
Gráfico N° 31:Cuántas personas suelen conformar su grupo de viaje a Tarija 80
Gráfico N° 32:Cuántas noches suele alojarse en Tarija 81
Gráfico N° 33:Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche de hospedaje 82
Gráfico N° 34:Cuál es el atributo más importante para usted al momento de elegir un hotel 83
Gráfico N° 35:Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el hotel 84
Gráfico N° 36:A través de qué medios le gustaría enterarse de promociones y descuentos por alojamiento 85
Gráfico N° 37:Estrategia de producto convenios con proveedores de Vinos 94
Gráfico N° 38:Estrategia de precio en temporada de invierno 96
Gráfico N° 39:En temporada de verano 97
Gráfico N° 40:Estrategia de plaza 99
Gráfico N° 41: Estrategias de promoción Pagina web 102
Gráfico N° 42: Pagina de facebook 103
Gráfico N° 43: Cuenta de Tik Tok 104
Gráfico N° 44: Página de Instagram 105
Gráfico N° 45:Estrategja de producto 106
Gráfico N° 46:Estrategia de precio 107
Gráfico N° 47:Estrategia de plaza 108
Gráfico N° 48: Evaluación de estrategias de promoción 109
Gráfico N° 49:Síntesis operativo de la propuesta 113

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1: Operacionalización de las variables 6
Cuadro Nº 2: Calculo de la población para la muestra 10
Cuadro Nº 3: Fuentes primarias 11
Cuadro Nº 4: Índice de precios al consumidor, variación porcentual mensual, acumulada y a doce meses 2020-2021 41
Cuadro Nº 5:Cifras turísticas..... 44
Cuadro Nº 6:Turismo 45
Cuadro Nº 7:Ingreso de viajeros extranjeros a establecimientos de hospedaje, según ciudad capital,2018-2019. 47
Cuadro Nº 8:Bolivia, hogares con acceso a tecnologías de información y comunicación
Cuadro Nº 9: Síntesis del análisis externo 51
(TIC), Según área 2012-2020..... 50
Cuadro Nº 10: Síntesis del análisis competitivo 61
Cuadro Nº 11:Matriz BCG..... 67
Cuadro Nº 12:FODA..... 71
Cuadro Nº 13: Lugar preferido para alojamiento en Tarija 76
Cuadro Nº 14:lugar de proveniencia a la ciudad de Tarija 77
Cuadro Nº 15: Cerca de donde le gusta alojarse en Tarija..... 78
Cuadro Nº 16: Cuántas veces al año suele viajar a Tarija..... 79
Cuadro Nº 17: Cuántas personas suelen conformar su grupo de viaje a Tarija 80
Cuadro Nº 18: Cuántas noches suele alojarse en Tarija..... 81
Cuadro Nº 19: Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche de hospedaje 82
Cuadro Nº 20: Cuál es el atributo más importante para usted al momento de elegir un hotel…….83
Cuadro Nº 21: Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el hotel..... 84
Cuadro Nº 22: A través de qué medios le gustaría enterarse de promociones y descuentos por alojamiento..... 85
Cuadro Nº 23: Diagnostico 64

Cuadro Nº 24: Estrategia Producto 93
Cuadro Nº 25: Estrategia de precio 95
Cuadro Nº 26: Estrategia de plaza..... 98
Cuadro Nº 27: Estrategia de promoción..... 101
Cuadro Nº 28: Actividades y presupuesto 110

NÓMINA DE ANEXOS

Anexo N° 1. Factor político y legal

Anexo Nº2. Factores económicos (PIB)

Anexo Nº3. Tamaño de muestra investigación de mercado

Anexo Nº4. fotos de encuestados

Anexo N° 5. Visita a Aires Del Campo Apart Hotel

Anexo N°6. Entrevista al gerente de aires de campo apart hotel