

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



TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA LA ORGANIZACIÓN

‘LAZO ANIMAL’ EN LA CIUDAD DE TARIJA.

REALIZADO POR: VILLENA IGLESIAS NATALIA

DOCENTE GUÍA: MSC. LIC. PILAR BALDIVIEZO MOGRO

TARIJA-BOLIVIA

2021

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado a mis padres, mi familia y sobre todo a esos animales que no pude ayudar por falta de apoyo y negligencia de la sociedad. A mi hermana por ser mi constante apoyo en todo lo que me propongo y a mi pareja por ser fiel creyente de mi potencial e impulsor de mis grandes sueños.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

1.	ANTECEDENTES.....	1
2.	JUSTIFICACIÓN.....	2
2.1.	Justificación Social.....	3
3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3.1.	Identificación del problema.....	3
3.2.	Formulación del problema.....	4
4.	PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.....	4
4.1.	Variable independiente.....	5
4.2.	Variable dependiente.....	5
5.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	5
5.1.	Objetivo general.....	5
5.2.	Objetivos específicos.....	5
6.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	6
6.1.	Tipo de investigación.....	6
6.2.	Métodos y técnicas de investigación.....	6
6.2.1.	Método Empírico.....	6
7.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
7.1.	Delimitación geográfica.....	7
7.2.	Delimitación temática.....	7
7.3.	Delimitación temporal.....	7
8.	MARCO TEÓRICO.....	8
8.1.	Definición de marketing.....	8
8.2.	Definición de marketing social.....	8

8.3.	Diferencia entre responsabilidad social empresarial y marketing social.....	11
8.3.1.	Objetivos del marketing social	12
8.3.2.	Ventajas del marketing social	14
8.4.	Concepto plan de marketing	14
8.5.	Etapas del plan de marketing social	15
8.6.	ONGs en Bolivia	17
8.6.1.	Definición ONG.....	17
8.6.2.	Requisitos para crear una ONG en Bolivia.....	17
8.6.3.	¿Cómo crear una ONG en Bolivia?	19
9.	DIAGNOSTICO.....	20
9.1.	Análisis de los factores externos	20
9.1.1.	Factores Políticos	20
9.1.2.	Factores Económicos	21
9.1.3.	Factores Socioculturales	22
9.1.4.	Factores Tecnológicos	24
9.1.5.	Factores Ecológicos	25
9.2.	Análisis de los factores internos	27
9.2.1.	Antecedentes	27
9.2.2.	Misión	28
9.2.3.	Visión.....	28
9.2.4.	Objetivos institucionales.....	28
9.2.5.	Valores	28
9.2.6.	Organigrama	30
9.2.7.	Financiamiento.....	30
9.2.8.	Entrevista a miembro de Lazo Animal	31

9.3. Mix marketing	33
10. ANALISIS FODA.....	34
11. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	37
11.1. Objetivo de la investigación.....	37
11.2. Población, muestra y muestreo	37
11.3. Análisis e interpretación de resultados	39
11.4. Conclusiones del análisis	57
12. PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING SOCIAL.....	58
12.1. Introducción	58
12.2. Publico	58
12.3. Objetivos de plan de marketing	59
12.4. Estrategias de marketing social.....	59
12.4.1. Estrategias de producto= Idea Social.....	59
12.4.2. Estrategias de Precio.....	64
12.4.3. Estrategias de Plaza	71
12.4.4. Estrategias de Promoción.....	73
12.5. Ejecución y control del plan de marketing social	80
12.5.1. Actividades y personas a cargo.....	80
12.5.2. Beneficios del plan.....	80
12.5.3. Presupuesto de actividades	81
12.5.4. Cronograma de actividades.....	83
12.6. Resultados esperados	84
13. CONCLUSIONES	84
14. RECOMENDACIONES	85
15. BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA	86

ANEXOS	88
16. ANEXOS.....	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultado de la primera pregunta.....	39
Tabla 2 Resultado de la segunda pregunta	40
Tabla 3 Resultado de la tercera pregunta	42
Tabla 4 Resultado de la cuarta pregunta.....	43
Tabla 5 Resultado de la quinta pregunta	44
Tabla 6 Resultado de la sexta pregunta	45
Tabla 7 Resultado de la séptima pregunta.....	46
Tabla 8 Resultado de la octava pregunta.....	47
Tabla 9 Resultado de la novena pregunta.....	48
Tabla 10 Resultado de la décima pregunta.....	49
Tabla 11 Resultado de la onceava pregunta	50
Tabla 12 Resultado de la doceava pregunta	51
Tabla 13 Resultado de la treceava pregunta	52
Tabla 14 Resultado de la catorceava pregunta	53
Tabla 15 Resultado de la quinceava pregunta	54
Tabla 16 Resultado de la dieciseisava pregunta	55

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ingreso familiar mensual.....	40
Gráfico 2 Tipo de tenencia de vivienda.....	41
Gráfico 3 Medio de comunicación al que tiene mayor acceso	42
Gráfico 4 Tiene alguna mascota	43
Gráfico 5 Tipo de mascota	44
Gráfico 6 Razones por las cuales no tiene una mascota.....	46
Gráfico 7 Adoptaría una mascota	47

Gráfico 8 Conoce alguna organización de defensa de animales	48
Gráfico 9 Conoce a la organización Lazo Animal	49
Gráfico 10 Medios por los cuales conoció a la organización Lazo Animal	50
Gráfico 11 Ha acudido alguna vez a alguna organización de defensa de animales	51
Gráfico 12 Labor de las organizaciones	52
Gráfico 13 Conocimiento sobre los derechos de los animales	53
Gráfico 14 Donación a una organización de defensa de animales	54
Gráfico 15 Le gustaría donar de manera económica mensualmente	55
Gráfico 16 Cuánto estaría dispuesto a donar mensualmente	56