

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EL HOTEL “LOS CEIBOS” DE
LA CIUDAD DE TARIJA**

DOCENTE GUÍA: LIC. ADRIAN SILISQUE MAMANI
LIC. PILAR BALDIVIEZO MOGRO

POR: LLANOS ARCE NATHALI VIANCA
VILLCA CORREA DANIEL

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 Empresas

Tarija - Bolivia

Gestión 2020

V°B°

.....
Lic. Adrián Silisque Mamani

DOCENTE GUÍA

.....
Lic. Pilar Baldiviezo Mogro

DOCENTE GUÍA

.....
M.Sc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

**DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS**

.....
M.Sc. Lic. Victor Jorge Vargas Rivera

**VICEDECANO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

.....
M.Sc. Lic. Víctor Jhon Vaca Jerez.

**DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
ADMINISTRACIÓN APLICADA**

APROBADO POR:

.....
Lic. Teresa Maldonado Vargas

DOCENTE TRIBUNAL

.....
Lic. Daniela Ríos Molina

DOCENTE TRIBUNAL

PENSAMIENTO:

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”

Mahatma Gandhi

“La Mayor Gloria no es nunca caer, sino saber levantarse siempre”

Nelson Mandela

DEDICATORIA:

A Dios, por permitirnos llegar a este momento y darnos la determinación necesaria para concluir con esta etapa.

A nuestros padres por ser nuestro soporte y pilares en cada momento de nuestra vida.

AGRADECIMIENTOS:

Agradecemos a Dios por protegernos durante todo este camino y darnos fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda nuestra vida.

A nuestras Familias por el apoyo incondicional y la confianza brindada hacia nosotros

A nuestros Docentes Guía por su valiosa guía y asesoramiento en la realización de este proyecto.

Gracias a todas las personas que directa e indirectamente ayudaron en la realización de este trabajo.

ÍNDICE

PARTE I	16
PERFIL DEL PROYECTO	16
1.1. INTRODUCCIÓN.....	17
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2.1. Formulación del problema	21
1.3. HIPÓTESIS	21
1.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES	21
1.4.1. Variable Independiente:	21
1.4.1.1. Operacionalización de la variable independiente	22
1.4.2.1 Variable Dependiente:	22
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.5.1. Objetivo General.....	24
1.5.2. Objetivos Específicos	24
1.6. ALCANCE.....	24
1.6.1. Alcance Espacial.....	24
1.6.2. Alcance Temporal.....	24
1.7. JUSTIFICACIÓN	25
1.8. MARCO METODOLÓGICO.....	26
1.8.1. De Acuerdo al Nivel de Profundidad.....	26

1.8.2. De Acuerdo al Diseño de la Investigación	26
PARTE II	27
MARCO TEÓRICO	27
2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING.....	28
2.2. LA MEZCLA DE MARKETING	29
2.3. POSICIONAMIENTO	31
2.4 MARKETING DIGITAL	32
2.5. PLAN DE MARKETING DIGITAL	41
PARTE III.....	44
DIAGNÓSTICO.....	44
3.1. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	45
3.1.1. Historia	45
3.1.2. Misión y Visión	46
3.1.3. Principios y Valores.....	46
3.1.4. Áreas Administrativas de la Empresa Hotelera “Los Ceibos”	47
3.2. CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA HOTELERA “LOS CEIBOS” .	49
3.2.1. Infraestructura del Hotel.....	50
3.2.2. Administración de Recursos Humanos.....	52
3.2.3. Investigación y Desarrollo.....	53

3.2.4. Abastecimientos y Compras	53
3.2.5. Lógica Interna.....	54
3.2.6. Operaciones y Servicios	54
3.2.7. Lógica Externa.....	56
3.2.8. Marketing y Ventas	57
3.2.9. Servicios Post Ventas	58
3.3. EL COMPORTAMIENTO O SITUACIÓN DEL MERCADO	58
3.3.1. Participación del Mercado	59
3.3.2. Prácticas Actuales en Función del marketing.....	60
3.4. FACTORES EXTERNOS QUE INCIDEN EN EL MARKETING DIGITAL	65
3.4.1. Económico	65
3.4.2. Sociocultural.....	68
3.4.3. Tecnológico	70
3.4.4. Diagnóstico Digital de la Competencia.....	77
3.5. CONCLUSIONES.....	83
PARTE IV	85
PROPUESTA	85
4.1. INTRODUCCIÓN.....	86

4.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA	86
4.2.1. Objetivo General del Plan de Marketing Digital.....	87
4.2.2. Objetivos Específicos	87
4.3. MARCO DE REFERENCIA ESTRATEGICA.....	87
4.4. DETERMINACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.....	89
4.5. DETERMINACIÓN de las estrategias y medios a utilizar.....	91
4.5.1. Estrategias Para Medios Sociales	91
4.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	113
PARTE V	116
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
Bibliografía.....	122
ANEXOS.....	123

ÍNDICE DE CUADROS:

Cuadro 1 Operacionalización de variable independiente.....	22
Cuadro 2 Operacionalización de variable dependiente.....	23
Cuadro 3 Cadena de Valor del Hotel "Los Ceibos"	49
Cuadro 4 Características de las Habitaciones	51
Cuadro 5 Servicios del Hotel "Los Ceibos"	54
Cuadro 6 Afluencia de huéspedes Nacionales y Extranjeros.....	58
Cuadro 7 Número de turistas en la Ciudad de Tarija.....	60
Cuadro 8 Estado de la Deuda Externa del País por Acreedor.....	67
Cuadro 9 Actores del Ecosistema Digital	76
Cuadro 10 Porcentaje de uso en medios Sociales	76
Cuadro 11 Ingresos y ocupación del Público Objetivo.....	90
Cuadro 12 Estilo de Vida, Personalidad e Intereses del Público	90
Cuadro 13 Formatos de Contenido para Facebook.....	92
Cuadro 14 Formatos de Contenidos para Instagram	94
Cuadro 15 Presupuesto en Bs para Facebook Ads	101
Cuadro 16 Presupuesto de campaña de Facebook Ads	109
Cuadro 17 Presupuesto en Bs para Google Ads.....	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico 1 4F"s del Marketing Digital.....	35
Gráfico 2 Organigrama de la Empresa "Los Ceibos"	48
Gráfico 3 Ubicación "Hotel Los Ceibos"	50
Gráfico 4 Participación del Mercado de los Principales Hoteles de la Ciudad de Tarija	59
Gráfico 5 Puntuación de los Usuarios de Booking.....	61
Gráfico 6 Principales servicios del Hotel "Los Ceibos"	62
Gráfico 7 Reserva para dos Personas	62
Gráfico 8 Reserva para una persona.....	63
Gráfico 9 Visualización la Página Oficial de Facebook del Hotel "Los Ceibos" .	64
Gráfico 10 Visualización de la Página web Hotel "Los Ceibos"	65
Gráfico 11 Producto Interno Bruto (2013-2018).....	66
Gráfico 12 Fuentes de conexión del Consumidor Boliviano	75
Gráfico 13 Visualización de la Página Web Hotel "Los Parrayes"	78
Gráfico 14 Apreciación de la Página Web a través del Computador/Pc.....	79
Gráfico 15 Apreciación de la Página Web a través del Teléfono Celular.....	79
Gráfico 16 Visualización de la Página Oficial de Facebook del Hotel "Los Parrayes"	80
Gráfico 17 Valoración del servicio por parte de los Consumidores en la página de Facebook del Hotel "Los Parrayes"	81

Gráfico 18	Apreciación de la Página Web del Hotel Viñas del Sur a través del Computador/Pc.....	81
Gráfico 19	Apreciación de la Página Web de Hotel "Viñas del Sur" a través del teléfono Celular	82
Gráfico 20	Visualización de la Página NO oficial de la Página de Facebook	83
Gráfico 21	Elección del Objetivo de Marketing de la Campaña	88
Gráfico 22	Segmentación de Mercado en Facebook Ads	89
Gráfico 23	Vista Previa del Anuncio para la Campaña	90
Gráfico 24	Vista del Contenido en Facebook Ads.....	90
Gráfico 25	Vistazo al Apartado de Redes Sociales de Canvas	91
Gráfico 26	Contenido Realizado para Instagram Stories y Publicaciones.....	92
Gráfico 27	Planes de Pago Premium de la Aplicación Magisto	93
Gráfico 28	Método de Reserva mediante Página web	98
Gráfico 29	Primer Vistazo Google Ads	99
Gráfico 30	Configuración de los Grupos de Anuncios	100
Gráfico 31	Creación de Anuncios	101
Gráfico 32	Información de Pago para la Campaña	101
Gráfico 33	Visualización de la Página Web del Hotel "Los Ceibos"	102
Gráfico 34	Visualización de la Página Oficial de Facebook del Hotel "Los Ceibos"	103
Gráfico 35	Visualización al servicio de mensajería WhatsApp del Hotel "Los Ceibos"	103
Gráfico 36	Método de reserva mediante Booking	104

Gráfico 37 Vistazo de la Página FanPage Karma	107
Gráfico 38 Paleta de Colores del Hotel “Los Ceibos”	108
Gráfico 39 Segmentación de Facebook Ads	110
Gráfico 40 Información de Pago para la Campaña	111