

**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACION – GRUPO 1**

**MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION.**



**INSTITUCION: CAJA PETROLERA DE SALUD REGIONAL TARIJA**

**TITULO: PLAN OPERATIVO DE MARKETING PARA LA CAJA PETROLERA  
DE SALUD REGIONAL TARIJA.**

**POR:**

**CRUZ PEDRAZA CRISTIAN RAMON.**

**DOCENTE GUIA:**

**LIC. ADRIAN SILISQUE MAMANI.**

“Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, como requisito para para Optar al Académico de Licenciatura en Administración de empresas”

TARIJA – BOLIVIA

V°B°

.....  
Lic. Adrián Silisque Mamani  
**PROFESOR GUIA**

.....  
Lic. Anselmo Rodríguez Ortega.  
**DECANO DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONOMICAS Y  
FINANCIERAS**

.....  
Lic. Víctor Vargas Rivera.  
**VIDEDECANO DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONOMICAS Y  
FINANCIERAS**

**APROBADO POR:  
TRIBUNAL:**

.....  
Lic. Jhonny Calixto Remonth Iñiguez

.....  
Lic. Víctor John Vaca Jerez.

**AGRADECIMIENTO:**

A Dios por permitirme concluir mi  
trabajo de profesionalización.

A mi familia por su apoyo  
incondicional.

Al Lic. Adrián Silisque por impartirme  
sus enseñanzas, conocimientos y guiarme  
en la elaboración de este proyecto.

**DEDICATORIA:**

*A mi familia por su brindarme su apoyo  
incondicional y comprensión en todo  
momento.*

**PENSAMIENTO:**

*Un poco más de persistencia, un poco  
más de esfuerzo y lo que parecía  
irremediamente un fracaso puede  
convertirse en un éxito glorioso.  
(Elbert Hubant).*

## INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
<b>3. FORMULACION DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>4. HIPOTESIS .....</b>	<b>5</b>
<b>4.1 Formulación de la hipótesis .....</b>	<b>5</b>
<b>4.1.1. Variable independiente .....</b>	<b>5</b>
<b>4.1.2. Variable dependiente.....</b>	<b>5</b>
<b>4.2. Operacionalización de Variables.....</b>	<b>6</b>
<b>5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>5.1. Objetivo general .....</b>	<b>6</b>
<b>5.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>7</b>
<b>6. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>7. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>7</b>
<b>8. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>8.1. Delimitación geográfica .....</b>	<b>8</b>
<b>8.2. Delimitación temporal .....</b>	<b>9</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>2. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. Tipos de planes de marketing .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1. Plan de marketing Estratégico .....</b>	<b>11</b>

2.1.2. Plan de marketing Operativo .....	13
<b>3. DEFINICIÓN DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....</b>	<b>19</b>
<b>4. ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING .....</b>	<b>20</b>
4.1. Estrategia decrecimiento.....	20
4.1.1. Crecimiento intensivo.....	20
4.1.2. Estrategia de penetración demercados .....	20
4.1.3. Relaciones Públicas.....	22
4.1.4. Herramientas de relaciones publicas .....	23
4.1.5. Venta Personal .....	24
4.1.6. Herramientas de la venta personal .....	25
<b>5. SEGURIDAD SOCIAL EN BOLIVIA .....</b>	<b>25</b>
5.1. Seguro a corto plazo.....	25
5.2. Seguridad social.....	26
5.3. Afiliación.....	26
5.4. Desafiliación.....	26
5.5. Ente Gestor .....	26
5.6. Trabajador asegurado.....	27
5.7. Rentista (Pasivo).....	27
5.8. Beneficiarios .....	27
5.9. Derecho habiente .....	27
5.10. Prestaciones .....	27

<b>1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>28</b>
<b>1.1. Análisis del marco de referencia estratégica .....</b>	<b>29</b>
<b>3. ANALISIS DE COMPETITIVIDAD.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1. Competidores.....</b>	<b>33</b>
<b>3.2. Informe de asegurados titulares, beneficiarios y empresas de los entes gestores que         compiten con la Caja Petrolera de Salud .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3. Cálculo de la cuota de mercado de las cajas que operan en la ciudad de Tarija ...</b>	<b>39</b>
<b>3.4. Clientes.....</b>	<b>43</b>
<b>4. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE LA MEZCLA COMERCIAL.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1. Producto/ Servicio.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.1. Servicios complementarios de la Caja Petrolera de Salud.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1.2. Vigencia de derechos de los afiliados .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1.3. Cotización mensual.....</b>	<b>47</b>
<b>4.2. Plaza .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3. Promoción.....</b>	<b>48</b>
<b>5. CONCLUSIÓN DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>49</b>
<b>1. FORMULACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN .....</b>	<b>50</b>
<b>2. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING .....</b>	<b>51</b>
<b>2.1. Marketing Mix .....</b>	<b>51</b>
<b>2.1.1. Producto/Servicio.....</b>	<b>51</b>
<b>2.1.2. Aporte .....</b>	<b>63</b>



2.1.3. Plaza .....	63
2.1.4. Promoción.....	66
<b>3. MATRIZ DE ESTRATEGIA MIX .....</b>	<b>73</b>
<b>4. PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>74</b>
4.1. Presupuesto para la estrategia de servicio. ....	74
4.2. Presupuesto para la estrategia de promoción.....	75
4.2.1. Presupuesto para la estrategia de relaciones públicas.....	75
4.2.2. Presupuesto para la estrategia de venta directa y Facebook .....	76
4.2.3. Presupuesto total de la estrategia de Promoción.....	77
4.3. Presupuesto total de la propuesta.....	77
<b>3. ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO .....</b>	<b>78</b>

#### **INDICE DE TABLAS**

Tabla N° 1 .....	3
Tabla N° 2 .....	36
Tabla N° 3 .....	43

#### **INDICE DE GRÁFICO**

Gráfico N° 1 .....	40
Gráfico N° 2 .....	40
Gráfico N° 3 .....	41
Gráfico N° 4 .....	41

<b>Gráfico N° 5</b> .....	42
<b>Gráfico N° 6</b> .....	55
<b>Gráfico N° 7</b> .....	56
<b>Gráfico N° 8</b> .....	57
<b>Gráfico N° 9</b> .....	58
<b>Gráfico N° 10</b> .....	59
<b>Gráfico N° 11</b> .....	60
<b>Gráfico N° 12</b> .....	61
<b>Gráfico N° 13</b> .....	62
<b>Gráfico N° 14</b> .....	64
<b>Gráfico N° 15</b> .....	68
<b>Gráfico N° 16</b> .....	69
<b>Gráfico N° 17</b> .....	70
<b>Gráfico N° 18</b> .....	71
<b>Gráfico N° 19</b> .....	72

### **INDICE DE CUADROS**

<b>Cuadro N° 1</b> .....	13
<b>Cuadro N° 2</b> .....	14
<b>Cuadro N° 3</b> .....	15
<b>Cuadro N° 4</b> .....	16
<b>Cuadro N° 5</b> .....	34