

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA DE TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II GRUPO 2
PROYECTO DE GRADO**



**TÍTULO: “PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EL NEGOCIO
ONLINE “KAWAII STORE” EN TARIJA”**

REALIZADO POR:

Paita Gutiérrez María Belén

Romero Raquel Alejandra

DOCENTE GUÍA: Lic. Ramírez Llanque Milvian Dunia

Trabajo de grado presentado a consideración de la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

31 de Marzo del 2023

Tarija-Bolivia

Maria Belen Paita Gutierrez

DEDICATORIA:

La culminación de mi proyecto de tesis, se la dedico a mis padres Ricardo y Aurora, que me han brindado su apoyo, estando en todo momento de mi carrera. A mi hermana Mayra que siempre me ayudo en mis labores estudiantiles. En fin, a todos y cada uno de los que han contribuido de manera desinteresada, en esta etapa tan relevante de mi vida.

Raquel Alejandra Romero

DEDICATORIA:

Esta tesis se la dedico a mi hermana Elizabeth, tu ayuda ha sido fundamental para el desarrollo de esta etapa de mi vida, he recibido tu apoyo desde el inicio de la carrera universitaria, apoyándome, motivándome para poder culminar mis estudios. Muchas gracias.

INDICE

ANTECEDENTES	3
JUSTIFICACIÓN	4
Identificación del problema.....	5
Cuadro de variación porcentual mensual de la gestión 2022	5
Formulación del problema	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
Geográfica o espacial	8
Temporal.....	9
1. MARCO TEORICO	10
1.1. MARKETING DIGITAL.....	10
1.2. PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	16
1.3. Estructura del plan de marketing digital. Análisis de la situación inicial.....	17
segmentación de clientes corporativos.....	18
Segmentación de cliente final	19
Sociodemográficas.....	19
Psicográficas	19
1.4. Captación de clientes.....	21
1.5. El consumidor digital boliviano	24
1.6. Crecimiento digital.....	24
1.7. uso del internet	24
2. DIAGNÓSTICO	25
2.1. Diagnóstico interno	25
2.1.1. Situación actual en las redes sociales del negocio Kawaii Store.....	27
2.1.2. Uso de WhatsApp Bussines como herramienta de apoyo.....	28
2.1.3. Servicio personalizado	33
2.1.4. Organigrama	34
2.1.5. Logo.....	35

2.1.6.	Empaque	36
2.1.7.	Cadena de valor	38
2.1.8.	Ventaja competitiva	39
2.2.	Diagnóstico externo	44
2.2.1.	Análisis PESTA	44
2.2.2.	Conclusiones del análisis PESTA	58
2.2.3.	Fuerzas de Porter	59
2.3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	64
2.4.	Definición del problema	64
2.4.1.	Pregunta de investigación	64
2.4.2.	Objetivo general	64
2.4.3.	Objetivos específicos	64
2.5.	Determinación de la población y el tamaño de la muestra	65
2.5.1.	Población	65
2.5.2.	Determinación del tamaño de la muestra	66
2.5.3.	Población finita	66
2.5.4.	Calculo de la muestra	67
2.5.5.	Recopilación de datos	68
2.5.5.1.	Presentación y análisis de resultados (mediante gráficos estadísticos)	68
2.5.6.	Público objetivo	80
2.5.7.	Definición del target	80
2.5.7.1.	Segmentación de cliente	80
2.6.	Buyer persona-cliente ideal	81
2.7.	Conclusión de Análisis interno y externo	83
2.8.	Conclusiones de la investigación de mercados	85
3.	PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL	86
3.1.	Misión	86
3.2.	Visión	86
3.3.	Objetivos	86
3.4.	Estrategias estratégicas:	87
3.5.	Plan de acción	88
3.6.	Marketing Mix	89
3.7.	Tráfico hacia la web	103

3.8. Planificación	108
3.8.1. Estimación de recursos	111
Presupuesto anual: comprende la inversión detallada por año.	111
3.8.2. Retorno de la inversión ROI	112
Fórmula para el calcular el ROI	112
4. Conclusiones	113
4.1. Recomendaciones	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	28
Figura 2	30
Figura 3	31
Figura 4	32
Figura 5	33
Figura 6	34
Figura 7	35
Figura 8	37
Figura 9	38
Figura 10	39
Figura 11	40
Figura 12	41
Figura 13	42
Figura 14	43
Figura 15	43
Figura 16	50
Figura 17	51
Figura 18	52
Figura 19	53
Figura 20	53
Figura 21	59
Figura 22	61
Figura 23	62
Figura 24	62
Figura 25	63
Figura 26	90
Figura 27	91
Figura 28	92
Figura 29	93
Figura 30	93
Figura 31	94
Figura 32	94
Figura 33	95
Figura 34	96
Figura 35	97
Figura 36	98
Figura 37	99
Figura 38	100
Figura 39	101
Figura 40	102

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.....	5
CUADRO 2.....	68
CUADRO 3.....	69
CUADRO 4.....	70
CUADRO 5.....	71
CUADRO 6.....	72
CUADRO 7.....	73
CUADRO 8.....	74
CUADRO 9.....	75
CUADRO 10.....	76
CUADRO 11.....	77
CUADRO 12.....	78
CUADRO 13.....	79
CUADRO 14.....	80
CUADRO 15.....	81
CUADRO 16.....	82
CUADRO 17.....	83
CUADRO 18.....	88
CUADRO 19.....	108
CUADRO 20.....	109
CUADRO 21.....	110
CUADRO 22.....	111

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1	68
GRÁFICO 2	69
GRÁFICO 3	70
GRÁFICO 4	71
GRÁFICO 5	72
GRÁFICO 6	73
GRÁFICO 7	74
GRÁFICO 8	75
GRÁFICO 9	76
GRÁFICO 10	77
GRÁFICO 11	78