

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



**“PLAN DE MARKETING PARA CAPTAR Y FIDELIZAR
SOCIOS PARA EL COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE
EMPRESAS DE TARIJA (CADET)”**

POR:

Ovando Pino Roso
Yucra León Claudia

DOCENTE GUÍA: M.Sc. Lic. Daniela Ríos Molina

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar al grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA – BOLIVIA
DICIEMBRE 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

ÍNDICE

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	2
1.3. JUSTIFICACIÓN	3
1.3.1. Justificación Teórica	3
1.3.2. Justificación Práctica	3
1.3.3. Justificación Social	3
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.4.1. Formulación del Problema.....	7
1.5. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	7
1.5.1. Identificación de Variables	7
1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	7
1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7.1. Objetivos General	8
1.7.2. Objetivos Específicos	8
1.8. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	8
1.8.1. Tipo de Investigación.....	8
1.8.2. Población y Muestra	9
1.8.3. Métodos y Técnicas de Investigación	9
1.8.4. Métodos y Procedimientos	10

1.8.5. Técnicas	10
1.9. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.9.1. Delimitación Geográfica.....	10
1.9.2. Delimitación Temática.....	10
1.9.3. Delimitación Temporal	11
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
2.1. INTRODUCCIÓN.....	13
2.2. DEFINICIÓN DE MARKETING	13
2.3. IMPORTANCIA DEL MARKETING.....	14
2.4. MARKETING DIGITAL	14
2.4.1. Definición	14
2.4.2. Características	15
2.4.3. Estrategias del Marketing Digital	16
2.4.4. Tipos de Marketing Digital.....	19
2.4.5. Dimensiones.....	21
2.4.6. Plan de Marketing Digital.....	21
2.7. CAPTACIÓN DE CLIENTES	22
2.8. TIPOS DE ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN	23
2.8.1. Marketing de Afiliados	23
2.8.2. Inbound Marketing	24
2.9. PROCESO DE CAPTACIÓN DE NUEVOS CLIENTES	24

2.9.1. Las claves para captar clientes nuevos	26
2.10. ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN DE CLIENTES	27
2.11. DEFINICIÓN DE FIDELIZACIÓN	28
2.12. FACTORES ESTRATEGICOS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.....	28
2.12.1. Diferenciación.....	28
2.12.2. Personalización	28
2.12.3. Satisfacción	29
2.12.4. Fidelidad	29
2.12.5. Habitualidad.....	29
2.13. FACTORES DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	29
2.13.1. Brindar un buen servicio al cliente	29
2.13.2. Brindar servicios Post Ventas	30
2.13.3. Mantener Contacto con el Cliente	30
2.13.4. Buscar Sentimiento de Pertenencia.....	30
2.13.5. Usar Incentivos	31
2.13.6. Ofrecer un Producto de Buena Calidad	31
2.14. CLASIFICACIÓN DE CLIENTES PARA LA FIDELIZACIÓN 31	
2.15. ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN A SER APLICADA.....	32
CAPÍTULO III ANÁLISIS DEL ENTORNO	
3.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	34

3.1.1. Factor Político - Legal	34
3.1.2. Factor Económico	36
3.1.3. Factor Social	40
3.1.4. Factor Tecnológico	40
3.1.5. Factor Ambiental	41
3.1.6. Conclusiones del Análisis del Macro entorno	41
3.2.1. Cuadro de Evaluación de Impacto de los Factores Macro Ambientales	42
3.3. ANALISIS DEL MICRO ENTORNO	42

CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO INTERNO

4.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA INSTITUCIÓN	46
4.1.1. Dirección Administrativa.....	47
4.1.2. Misión Actual de CADET	47
4.1.3. Visión Actual de CADET	48
4.1.4. Organigrama	48
4.1.5. Objetivos de CADET.....	48
4.1.6. Estrategia Institucional	48
4.1.7. La Cadena de Valor según Michael Porter	49
4.2. ANÁLISIS FODA.....	53

CAPÍTULO V INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	55
---	-----------

5.1.1. Problema de Investigación de Mercados	55
5.1.2. Hipótesis	56
5.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	56
5.2.1. Objetivo General.....	56
5.2.2. Objetivos Específicos de la Investigación de Mercado	56
5.3. SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN	56
5.3.1. Población	57
5.3.2. Determinación de la Muestra.....	57
5.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	58
5.4.1. Diseño de Investigación.....	59
5.4.2. Técnica.....	60
5.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	60
5.5.1. Análisis de Resultados	60
5.6. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO ..	80

CAPÍTULO VI PROPUESTA

6.1. INTRODUCCIÓN.....	84
6.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	84
6.2.1. Objetivo General.....	84
6.2.2. Objetivos Específicos	84
6.3. ESTRATEGIA INSTITUCIONAL PROPUESTO.....	85

6.4. REFORMULACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN	85
6.4.1. Reformulación de la Misión	86
6.4.2. Reformulación de la Visión	86
6.5. REDEFINICIÓN DE LOS VALORES INSTITUCIONALES	86
6.6. OBJETIVOS PERCIBIDOS DE LA INSTITUCION	88
6.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING PROPUESTO	88
6.7.1. Buyer Persona	88
6.7.2. Copyright	90
6.7.3. Meta Business Suite de Facebook	91
6.7.4. Página Web Institucional	92
6.7.5. Página Web de Aterrizaje - Embudo de Ventas	93
6.7.6. Estrategia de Fidelización	94
6.7.7. Estrategia de Captación de Prospectos	103
6.8. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA PROPUESTA	108
6.8.1. Enlace de Google Analytic con la Página Oficial de CADET	109
6.8.2. Informe de resultados de Meta Business Suite de Facebook	110
6.8.3. Análisis Beneficio/Costo	112
6.8.4. Análisis de Escenarios	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
CONCLUSIONES GENERALES	114
CONCLUSIONES DE LA FIDELIZACIÓN	114

CONCLUSIONES DE LA CAPTACIÓN.....	115
RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	117
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Afiliados al Colegio de Administradores de Empresas de Tarija	4
Tabla 2 Afiliados al Colegio de Administradores de Empresas de Tarija gestión 2016 al 2021	5
Tabla 3 Operacionalización de Variables.....	7
Tabla 5 Evaluación de Impacto Negativo de los Factores Macro Ambientales	42
Tabla 6 Resumen de las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	44
Tabla 7 Análisis de la Cadena de Valor de Michael Porter	52
Tabla 8 Matriz FODA de CADET	54
Tabla 9 Buyer Persona - Perfil 1. Afiliados	89
Tabla 10 Buyer Persona - Perfil 2. No Afiliados	90
Tabla 11 Modelo de Ejemplo Para Profesional No Afiliado	91
Tabla 12 Presupuesto de la Estrategia de Fidelización (en bolivianos)	102
Tabla 13 Presupuesto de la Estrategia de Captación.....	108

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Programación de Campaña Publicitaria - Meta Business Suite.	91
Ilustración 2 Segmentación de Mercado - Meta Business Suite	92
Ilustración 3 Página Web Oficial Diseñado para CADET (Real).....	92
Ilustración 4 Páginas Ocultas para el Embudo de Ventas.....	93
Ilustración 5 Página de Aterrizaje – Estrategia de Fidelización de CADET ..	93
Ilustración 6 Acuerdo Estratégico de CADET con la Gobernación del Departamento	95
Ilustración 7 Acuerdo Estratégico de CADET con CEVITA - Centro Vitivinícola de Tarija	96
Ilustración 8 Anuncios Laborales por las Redes Sociales y en su Página Web	96
Ilustración 9 Acuerdos con Centros de Estudio de Posgrado - UN Siglo XX .	97
Ilustración 10 Acuerdos con Centros de Estudio de Posgrado - UAJMS	97
Ilustración 11 Facilidades Financieras con Entidades Bancarias.....	98
Ilustración 12 Afiliación de Profesionales Independientes a la AFP de Bolivia	98
Ilustración 13 Equipos de Profesionales Expertos de CADET.....	99
Ilustración 14 Conferencista de CADET Capacitando a Empresarios.....	99
Ilustración 15 Página Web Oficial Diseñado para CADET (Real).....	100
Ilustración 16 Estructura del Menú de la Página Web con el Constructor Elementor	100
Ilustración 17 Programación de Campaña Publicitaria - Meta Business Suite	101
Ilustración 18 Estructura del Embudo de Ventas de CADET.....	101
Ilustración 19 Presentación de Libros publicados por Expertos de CADET y Reconocimientos	102

Ilustración 20 Publicidad Pagada por Meta Business de Facebook para la Captación.....	105
Ilustración 21 Página de Aterrizaje para la Estrategia de Captación	105
Ilustración 22 Grupo de WhatsApp para la Captación.....	106
Ilustración 23 Eventos Realizados para Profesionales no Afiliados Captados en Redes Sociales.....	106
Ilustración 24 Publicación de Oportunidades Laborales para Profesionales captados en Redes Sociales.....	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Bolivia: Variación Del Pib Por Actividad Económica Primer Trimestre 2022 (En Porcentaje)	37
Gráfico 2 Salario Mínimo Nacional	39
Gráfico 3 Evolución del IPC y Crecimiento del PIB	40
Gráfico 4 Google Analytics para CADET	109
Gráfico 5 Informe de Tráfico de Google Analytics por País	110
Gráfico 6 Informe de Resultados de Meta Business Suite de Facebook para CADET	110