

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La Cámara de Industria, Comercio, Exportaciones, Promoción de Inversiones, Servicios y Turismo de Tarija – CAINCOTAR, enfrenta problemas de visibilidad digital y baja participación con su audiencia, poca interacción en redes sociales y falta de recursos humanos especializados en el área de marketing. La crisis del empresariado inició con la pandemia del COVID-19 acompañada de la crisis económica y política actual que ha incrementado estas dificultades, resultando en una disminución de socios e ingresos.

Actualmente, su actividad en línea se limita a Facebook con poca interacción, y carece de presencia en otras plataformas digitales como Instagram, TikTok, LinkedIn y WhatsApp Business.

La propuesta busca diseñar un plan estratégico de marketing digital que permita a CAINCOTAR captar nuevos socios, mejorar los servicios a los actuales y aumentar su impacto en la comunidad empresarial.

En la metodología se utilizó un enfoque mixto que combinó investigación cualitativa y cuantitativa para entender el entorno digital de CAINCOTAR. Se emplearon entrevistas y encuestas para recopilar datos sobre percepciones y comportamientos de la audiencia. El estudio fue tanto exploratorio como descriptivo, abarcando una muestra de 43 empresas en Tarija. Las fuentes de información incluyeron encuestas, entrevistas, y bases de datos secundarias. Métodos teóricos y empíricos como análisis, síntesis, encuestas y entrevistas se utilizaron para recolectar y analizar la información. La fiabilidad de los instrumentos se validó con el coeficiente KR-20 y el Alfa de Cronbach. El estudio de mercado reflejó que CAINCOTAR necesita urgentemente una estrategia de marketing digital específicamente de contenidos, para mejorar su visibilidad y satisfacción de socios, actualmente inconsistente y limitada a una sola red social. Con el plan propuesto se espera posicionar la imagen y servicios de CAINCOTAR, fidelizar a los socios y captar nuevos mediante la contratación de personal especializado, campañas en redes sociales y una presencia digital activa.

Se propone desarrollar una estrategia digital sólida, mejorar servicios según las necesidades de los socios, realizar análisis continuos, invertir en contenido relevante y fomentar la participación de socios jóvenes. Este enfoque mejorará el posicionamiento en el mercado y contribuirá al desarrollo económico de Tarija.