UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE SANFRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA

VICERRECTORADO

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO EINVESTIGACION

MARKETING DE AFILIACIÓN COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN PARA LA VENTA DE CURSOS EN BOLIVIA

TRABAJO EN OPCIÓN A DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL

NOMBRE: JIMENA YUCRA MARTINEZ

SUCRE, FEBRERO DE 2024

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del diploma en marketing digital en de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad para que se haga de este trabajo un documento disponible para su lectura según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor hasta un período de 30 meses posterior a su aprobación.

Jimena Yucra Martínez

Sucre, febrero de 2024

AGRADECIMIENTO

A Dios por proporcionarme la capacidad intelectual para culminar con éxito este diplomado, A mi familia por darme el apoyo, respaldo y comprensión en el tiempo que lo realizaba mis estudios y por estar ahí, para mí cuando más los necesite.

Contenido

INTRODUCCION 7

1. Antecedentes y justificación: 7

1.1 antecedentes: 7

1.2. Justificación: 9

2. Situación problemática: 10

3. Formulación del problema de investigación: 11

4. Objeto de estudio: 11

5. Campo de acción: 12

6. Formulación de la construcción teórica: 12

7. Objetivos 12

8. Diseño metodológico: 13

8.1. Tipo de investigación 13

8.2. Métodos 13

8.3. Técnicas 14

8.4. Procedimiento y técnica de investigación 14

8.5. Población 14

CAPITULO I 16

1.1. Marco teórico y conceptual: 16

1.1.1. Beneficios de marketing de afiliados: 17

1.1.2. La función del marketing de afiliados para la venta de cursos: 18

1.1.3. Ganancias que se lograrían alcanzar para el afiliado: 22

1.2. Marco contextual: 23

1.3. Diagnostico: 23

CAPITULO II 27

2. Propuesta de la investigación: 27

2.1. Idea a defender: 27

2.2. Objetivo General: 27

2.3. Metas: 27

2.4. Beneficiarios: 28

2.5. Planteamiento de la propuesta 28

2.6. Justificación: 33

2.2. Conclusiones y recomendaciones: 34

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 36

RESUMEN

La presente investigación realizado en Bolivia sobre el marketing de afiliación como herramienta de promoción para la venta de cursos con el objetivo de identificar los beneficios, describir el funcionamiento y explicar el nivel de ganancias del marketing de afiliación o afiliados. Bajo el nivel de investigación descriptiva, cualitativa usando el método documental en el cual se llegó a la conclusión que el marketing de afiliados está diseñado para que todos los que intervienen como el creador de contenidos o productor, afiliado y cliente sean beneficiados de distintas formas, a su vez este funciona con un link que es generado en una plataforma por el productor el cual almacena información del cliente que compro curso, link que fue entregado al afiliado para su promoción del curso en distintos canales de divulgación y por la venta de estos cursos existe comisión para el afiliado he ingreso para el productor, sin embargo se resalta en la conclusión que la población del país en su mayoría desconoce el marketing de afiliación como herramienta de promoción de forma online trabajando con una plataforma de afiliados.

INTRODUCCION

1. Antecedentes y justificación:

1.1 antecedentes:

En Ecuador, Luis Antonio Maldonado Ramírez (2021) publicó un artículo de investigación titulado marketing de afiliación aplicable en plataformas digitales y organizaciones en la ciudad de Machala, la presente investigación utilizo un método cualitativo sin mediciones numéricas, para analizar como las organizaciones utilizan el marketing digital sin aplicar el marketing de afiliación para el incremento en ventas y publicidad, lo cual se consideró como un caso de estudio. El objetivo de la investigación que se planteó fue conocer la posibilidad de aplicar el marketing de afiliación, como herramienta en las plataformas digitales y páginas web, con relación al marketing digital dentro de las organizaciones. Para desarrollar el análisis se realizó entrevistas a un grupo determinado de administradores de organizaciones que ofertan bienes o servicios.

Los resultados dela investigación son las estrategias de marketing de afiliación que son aplicables para las organizaciones como herramienta con relación al marketing digital. Se concluyó que las organizaciones de la ciudad de Machala no están en condiciones de utilizar el marketing de afiliación por el reducido volumen en ventas para el pago de sus comisiones, mientras que otras empresas ven factible la utilización de la herramienta por el beneficio de imagen en incremento publicitario y ventas.

Así mismo en Bolivia, Fernando Rivertt R. (2017) público un artículo de actualización titulado marketing offline vs. Marketing online: la necesidad de actualizar nuestros conocimientos con el objetivo de orientar y mostrar que el marketing online o digital es mucho más que acciones en redes sociales o en plataformas de publicidad online y que existen varias técnicas, metodologías y tendencias para desarrollar estrategias de marketing integrales, que incluso tienen efectos positivos o complementarios a estrategias para los departamentos de ventas, atención al cliente y post venta. Dicho artículo recolecto información bajo revisión bibliográfica.

Se menciona que en Bolivia las acciones de marketing online o digital están más centradas en las redes sociales o al uso de plataformas de publicidad online (como Google adwords, Facebook Ads y otras) que son herramientas muy útiles. Se concluyó que en Bolivia no están desarrollando estrategias de marketing online integrales que puedan generar conversión; conversión en un sentido más objetivo, como la generación de registros (base de datos), el uso de ésta para una mejor segmentación y tecnificas como marketing móvil, marketing de afiliados, mercadotecnia viral y otros logrando una comunicación integrada más adecuada en canales digitales online.

En México, Raul Parra dentro DLP News que es una agencia informativa especializada en el ecosistema digital explica que Hotmart es una plataforma digital de infoproductos que desarrollo un interesante mercado en ascenso, pues hay infoproductores que ya cuentan con cientos de miles de aprendices, como la influencer de fitness y nutrición Brenvita, que ya cuenta con 120 mil alumnos en la plataforma. Lo cual es un proceso que requiere tiempo, ya que primero es necesario crear una comunidad –Brenda Rocío Verónica Rodríguez, el nombre real de Brenvita, tiene 1.1 millones de seguidores en Instagram– y aportar valor a sus miembros, para después ofrecerles su oferta de formación, la cual también debe contribuir a su desarrollo personal y humano al igual que el contenido gratuito. Actualmente, Hotmart tiene alrededor de 5 mil clientes en México y el pasado 15 de marzo anunció oficialmente Hotmart Launch, su metodología para el lanzamiento de cursos online. (Parra, 2023)

En el entorno relativamente actual en el país publicado por la revista horizontes. Revista de investigación en las ciencias de la educación bajo los autores (Karin Yanette Camus Huamán, 2022). artículo de revisión que lleva por título Plataforma Moodle, como herramienta digital para la comunicación intercultural de estudiantes de beca 18. Moodle es una herramienta constituida para la gestión de la enseñanza y aprendizaje, mediante ella se constituyen cursos en línea, es decir, la gestión simultánea de diferentes cursos a través de la red, ella se caracteriza por poseer estructura modular bajo la concepción del constructivismo.

El objetivo de investigación es determinar la influencia del uso de la plataforma Moodle en la comunicación intercultural entre los estudiantes de Beca 18, como herramienta

para la educación actual. Con la metodología de una revisión sistemática, para ello se analizaron 30 fuentes que cumplieron los criterios de inclusión y exclusión bajo la fórmula AND y OR. A partir del análisis crítico se concluye que la plataforma Moodle como herramienta digital para la comunicación intercultural de los estudiantes de beca 18 es una herramienta digital de gran enseñanza a lo largo de su ciclo académico y formación profesional.

1.2. Justificación:

Teóricamente, el presente estudio está motivado por la necesidad de comprensión ante la brecha existente sobre el conocimiento y función del marketing de afiliación o afiliados en Bolivia, como estrategia de promoción de forma online para un mayor alcance en el mercado digital, entendiendo que el marketing de afiliación requieren una plataforma como hotmart, pagina web, medios de pago en línea es decir gestionar adecuadamente el embudo de ventas, aplicado para obtener la rentabilidad esperada y lograr un adecuado crecimiento en ventas, y su desarrollo en este mundo globalizado.

La relevancia práctica de la investigación radica en que se pretende proporcionar el conocimiento de una estrategia de promoción de cursos para facilitar el acceso al mercado digital, a uno de los grupos como creadores de contenido, para la mejora de la distribución de producto por diferentes canales de divulgación como las redes sociales, páginas web que puede generar el afiliado vía digital.

La elección de la metodología de la investigación como inductivo y analítico se justifica al ser una investigación documental ante la mínima existencia de documentos realizados con anterioridad. Al cual se sumará dicha investigación proporcionando información con mayor claridad para futuras investigaciones.

La presente investigación en lo social, con el conocimiento desarrollado en el mismo ayudara a los creadores de contenido de cursos u otros infoproductos desarrollados por su misma experiencia y conocimiento, dicho curso creado puede incrementar sus ventas de forma online con la estrategia del marketing de afiliados como herramienta de promoción.

Abriéndose nuevas oportunidades de generar ingresos online para cada familia con acceso a internet como creador o afiliado.

2. Situación problemática:

Se vive en un mundo globalizado a través de Internet que es hoy el mayor medio de comunicación lo cual nos muestra que: No tener una estrategia de marketing digital significa que tu empresa o negocio está dejando de ser encontrada por millones de personas. Además, 46% de las búsquedas diarias que se realizan en Internet son para encontrar informaciones acerca de servicios o productos. (Raiter, 2017).

Antes de que el virus SARS-CoV-2 apareciera por primera vez en China, el mundo seguía llevando una vida normal. En ese momento, el sector educativo estaba más centrado en las clases presenciales que en el aprendizaje digital (eLearning). Sin embargo, este virus altamente contagioso, forzó a los gobiernos a cerrar las instituciones educativas lo cual resultó en más de mil millones de estudiantes afectados en más de 130 países. el aprendizaje virtual en América experimentó un aumento del 16 % durante la pandemia, mientras que la formación dirigida por un instructor experimentó un importante descenso. En consecuencia, más del 64 % de los estudiantes estadounidenses de secundaria se encuentran utilizando herramientas de aprendizaje en línea diariamente cambiando para siempre la educación tradicional. (Colman, 2021)

En América Latina se han disparado la búsqueda de cursos en línea por la gran necesidad de aprender nuevas habilidades y conocimientos que le permitan a la gente incursionar en nuevas industrias y así generar ingresos. Existe una demanda digital como nunca antes, así que los cursos digitales que enseñen nuevas habilidades para ser implementadas en el ámbito laborar, serán los más demandados. (Blancas, 2021)

En el país existen muchas personas creadoras de contenidos las cuales son individualistas es decir todo el trabajo de producción, comercialización y entrega lo realizan ellos bajo su marca personal, con el mismo en las redes sociales usando como canal de distribución y comunicación del mismo, a la vez se observó como consecuencia muestra

resultados menores en comparación a los grandes beneficios que pueden alcanzar con el marketing de afiliación digital en plataformas a la hora de mensurar resultados de forma remota. (Lanfranconi, 2019)

Todas las partes a desarrollar para conseguir una sola venta de forma individual es decir la gestión logística implica una gran demanda de tiempo y complicaciones altas de cometer errores o dejar mensajes sin responder, errores en brindar la información necesaria y asertiva para un cliente potencial, sobre todo hacerlo en los tiempos estimados sin dejar en espera a los clientes. A raíz de tan demandante proceso se requiere mayor personal al servicio del creador de contenidos a su vez se incurre a mayores gastos en sueldos y salarios. Para el cual el marketing de afiliados es una gran herramienta que se debería profundizar. (Llanos, 2021)

Por el cual se subraya la importancia de investigar y comprender a fondo cómo el marketing de afiliación puede ser adaptado y aprovechado de manera óptima en el contexto boliviano para impulsar la venta de cursos, identificando las oportunidades y superando los obstáculos existentes. Al tratarse de una estrategia poco explorada en el país se desconoce el alcance que este puede llegar a tener en el medio digital a través de otra persona afiliado al curso en una plataforma como hotmart.

3. Formulación del problema de investigación:

Los creadores de contenido se enfrentan a diferentes desafíos como la gestión logística de su curso grabado muestren resultados favorables en ese sentido., ¿puede el marketing de afiliación ser una herramienta de promoción para la venta de cursos en Bolivia?

4. Objeto de estudio:

En la investigación el objeto de estudio es el marketing de afiliación o afiliados, y promoción digital entorno a cursos online, se ha partido de la observación que realizo el investigador de los desafíos que enfrentan los creadores de contenido tras la revisión bibliográfica y visualización de estos en las redes sociales.

5. Campo de acción:

El presente trabajo de investigación está en marcado en el área del Marketing digital, abordándose específicamente como campo de acción el marketing de afiliación como herramienta de promoción para la venta de cursos en Bolivia.

6. Formulación de la construcción teórica:

Todo creador de cursos online individualista necesita un equipo de trabajo que gestione la logística de entrega de su producto a la vez busca resultados, en el cual se lograría realizar atravesó del marketing de afiliación como herramienta de promoción en plataformas online bajo la cualidad resaltante de trabajar junto a un afiliado a el curso el cual se encargara de generar resultados por comisión, incrementado las ventas de forma remota en el tiempo. Para una mayor comprensión del tema a investigar trabajamos bajo las siguientes preguntas:

- Que beneficios genera el marketing de afiliación en la venta de cursos en Bolivia
- Cómo funciona el marketing de afiliación para la venta de cursos en Bolivia
- Cuál es el nivel de ganancias que reporta el marketing de afiliación en la venta de cursos en Bolivia

7. Objetivos

7.1. Objetivo general

Analizar marketing de afiliación como herramienta de promoción para la venta de cursos en Bolivia

7.2. Objetivos específicos

- Identificar los beneficios del marketing de afiliación para la venta de cursos en Bolivia
- Describir cómo funciona el marketing de afiliados para la venta de cursos en Bolivia
- Explicar el nivel de ganancias que reporta el marketing de afiliación en la venta de cursos en Bolivia

- Proponer una guía que indique los pasos para el inicio de un marketing de afiliados aplicable a la venta de cursos en Bolivia

8. Diseño metodológico:

El presente trabajo de investigación es en función al enfoque cualitativo, Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación, el investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con lo que observa que ocurre con frecuencia llamada teoría fundamentada con el método de investigación inductivo.

El nivel de la investigación es descriptivo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos detallando como son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro que se someta a un análisis., a su vez estos única mente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas. (Sampieri, 2006).

8.1. Tipo de investigación

Así mismo el trabajo de investigación es de tipo básico que busca ampliar la información y la comprensión sin perseguir en principio ninguna aplicación práctica. (Osinaga, 2017) En cuanto al diseño es una investigación no experimental por el hecho de que no se manipularan las variables, se estudiaran en su hecho natural actual (Sampieri, 2006) a su vez es una investigación enteramente de análisis documental.

8.2. Métodos

Investigación inductiva para luego generar perspectivas teóricas. Que van de lo particular a lo general, verificando que el conocimiento obtenido tiene lógica de forma ascendente. (Sampieri, 2006) estudiaremos las oportunidad y motivación que nos puede generar el marketing de afiliación para el creador de cursos en línea y para el afiliado.

Al ser una investigación cualitativa necesariamente también trabajamos con el método analítico, Es un estudio minucioso del fenómeno iniciando por partes más específicas identificadas y a partir de estas llegar a una explicación total del problema. Consiste en la extracción de las partes de un todo con el objetivo de estudiarlas y examinarlas por separado para observar las recolecciones entre las mismas.. (Osinaga, 2017). Este método se usó para descubrir funciones y beneficios que se encuentren en la plataforma de hotmart para el creador de contenido y el alcance que este logra tener.

8.3. Técnicas

La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos utilizados en el sujeto investigado que permite determinar la forma de registros, requisitos, datos, actividades de los diferentes ciclos operacionales del objeto estudio de forma minuciosa en documentación, videos, audios y otros recolectados. (Osinaga, 2017)

8.4. Procedimiento y técnica de investigación

Se trabajó, bajo la técnica de recolección de datos de documental que consiste en obtener y recopilar información documentada, referida al sujeto investigado describiendo teorías sustitutorias, útiles al estudio de la problemática y procesos identificados necesariamente se sustenta con el uso de instrumentos definidos según la naturaleza del trabajo (Osinaga, 2017). para lo que se necesitó conocer de manera objetiva el entorno de ambas variables y la relación existente entre ellas y todo lo referente a los antecedentes.

8.5. Población

Al ser una investigación documental la población son los documentos citados entre los cuales tenemos el repositorio de la UNAN, la página de la universidad internacional de valencia, libros de metodología de investigación, artículos de revista ejemplo horizontes por medio de búsqueda de scielo.com y otras llamadas páginas de web escuela dirigidas al marketing de afiliados también la plataforma de hotmart Bolivia.

CAPITULO I

1.1. Marco teórico y conceptual:

Marketing de afiliación o afiliados

El marketing de afiliación es un tipo de marketing basado en el rendimiento, en el que una empresa, creador de contenidos recompensa a uno o varios afiliados por cada visitante o cliente atraído por los propios esfuerzos de marketing del afiliado. (Lobato, 2022). cuyo objetivo está enfocado a la consecución de resultados. Los sitios web, denominados afiliados, realizan publicidad de los anunciantes y obtienen una comisión cuando el usuario entra en su web y realiza la acción que previamente se ha pactado.

En otras palabras, el marketing de afiliación es una forma de que las empresas, creadores de contenido externalicen su marketing y publicidad pagando comisiones a las personas que promocionan sus productos. (Zapata, 2021). Es importante destacar que Lobato (2022) menciona que el marketing de afiliados está basado en la obtención de resultados de rendimiento con el apoyo por comisiones de un afiliado al curso expuesto, Zapata 2021 hace semejanza coincidente con el pago de comisiones a un tercero llamado afiliado al curso y que este lo promociona en sus redes bajo sus propios esfuerzos de marketing obteniendo mayor alcance en las redes digitales.

Con base a lo expuesto el marketing de afiliación o afiliados es una forma de tener mayor alcance en las redes sin ningún límite trabajando con personas afiliados que externalizan el marketing y promoción del curso expuesto en plataformas de afiliación, que se miden por los resultados obtenidos es decir ventas, y comisión que se paga por cada una de ellas u otra acción previamente pactada con el creador de contenidos.

En la actualidad y con la constante evolución de internet, los nuevos formatos de marketing de afiliación surgen con el objetivo de ampliar y diversificar las formas y canales que permitan captar la atención del consumidor. el Marketing de afiliados como rama del marketing online, surge como una alternativa muy atractiva para quienes desean trabajar con

ventas desde internet y para los productores de contenido una gran herramienta si desean aumentar la promoción de su marca de forma online. (Camacho, 2020)

los sitios web y medios sociales llamados afiliados, son los encargados de hacer promoción a los anunciantes mediante la publicación de sus promociones o anuncios. Dichos afiliados obtienen una comisión al momento en el que el usuario entre en su página web y realiza la acción previamente determinada. afiliados, no siempre tienen que ser una persona, también pueden ser una empresa o un grupo de personas las encargadas de diseñar estrategias de marketing para promocionar los enlaces de afiliados a través de redes sociales y sitios web, existen tres partes involucradas dentro del sistema o programa de afiliados, como:

- El vendedor o productor: Conocido como creador o marca. Cualquiera fuese el caso, este será el propietario del bien o servicio que se ofrece.
- El Afiliado: Conocido también como el editor. Es la persona encargada de influir en las personas para que adquieran dicho bien o servicio, gracias a la creación de contenido de calidad que atraiga tráfico de calidad. Dentro de este término se incluyen los influencers, bloggers o compañías de marketing afiliadas.
- El Cliente: Son las personas que compran el producto o servicio promocionado por el afiliado.

1.**1.1. Beneficios de marketing de afiliados:**

El marketing de afiliación está concebido para que todas las partes salgan beneficiadas: el productor, afiliado, cliente donde unos cumplen sus objetivos, otros ganan dinero por ello, y los últimos se benefician de esta relación o encuentran la solución que buscaban.. (Casasola, 2018). Beneficios para el productor o creador de contenidos: La empresa o marca que saca el producto al mercado aumenta de forma significativa sus posibilidades de conseguir clientes, ya que gracias a los afiliados llega a más audiencia a través de más canales y la promoción que realizan. Además, el marketing de afiliados no conlleva pérdidas económicas, porque el productor solo paga al afiliado cuando este último ha conseguido resultados y le resulta rentable hacerlo.

Beneficios para el afiliado: Hay quienes saben vender, pero no tienen los medios o la inspiración para crear un producto propio. Estas personas pueden rentabilizar sus habilidades en ventas ofreciendo los productos de otros y, con ello, sacarse desde unos ingresos extra a un sueldo completo. Esto conlleva otra ventaja: no están limitadas a vender una sola cosa, sino que pueden promocionar muchos productos diferentes de empresas y marcas distintas. Dicho de otro modo, tienen más oportunidades de ganar dinero. (Casasola, 2018)

Beneficios para el cliente: Las reseñas, comparativas y otros contenidos que generan los afiliados son de gran utilidad para quienes quieren asegurarse de acertar con su compra. Los consumidores nunca antes habían dispuesto de tantos datos, explicaciones, demostraciones, tutoriales, etc. Teniéndolos, es más probable que queden satisfechos con su compra cuando por fin se decidan a pasar por caja, ya que habrán tomado una decisión bien informada. En muchas ocasiones reciben descuentos, ofertas especiales o extras como aliciente a la afiliación, por lo que también se benefician de esta relación.

1.1.2. La función del marketing de afiliados para la venta de cursos:

Es importante tener en cuenta que el marketing de afiliación es una vía de doble sentido: mientras la empresa se beneficia del aumento de las ventas, el afiliado también gana dinero promocionando los cursos en los que cree o adquirido. (Lobato, 2022). Este tipo de marketing tiene pasos claramente diferenciados. Cada uno se relaciona directamente al anterior. Estos son:

- ✓ La marca o creador de contenido, productor graba un video específico. Luego del estudio de mercado y el proceso de desarrollo, la marca, creador de contenidos lanza un curso grabado completo al mercado. En base a sus estudios, experiencia o habilidad.
- ✓ La marca o creador de contenidos genera enlaces únicos de afiliado. En base a una plataforma de afiliados o propia página red administrada, De esta forma, la empresa o plataforma sabrá qué afiliado ha generado la venta.
- ✓ El afiliado difunde el producto. Con los enlaces únicos en su poder, el afiliado usa sus canales, como redes sociales, para dar a conocer el curso. Para esto, hace llamados a la acción o utiliza códigos promocionales.

- ✓ El cliente da clic en el enlace. De este modo, el consumidor es redirigido a la página del comerciante, específicamente a la landing page, y hace el pedido. El cliente lleva a cabo la compra.
- ✓ El productor recibe el dinero de la venta. Con el dinero en su cuenta, la empresa calcula cuánto le corresponde al afiliado según la comisión pactada de antemano.
- ✓ La empresa o plataforma rastrea el enlace. El productor identificará a qué afiliado corresponde dicho enlace y adicionará el monto a la cuenta de este.
- ✓ El afiliado recibe la comisión. Una vez alcanzado el monto mínimo, o una cierta cantidad de ventas exitosas, el anunciante cobra la comisión mediante diferentes medios, como transferencia.

Cuando se registra para ser un comercializador afiliado, ya sea directamente con el propietario de los productos, a través de la red de afiliados, se le dará una dirección de URL de afiliado que rastrea su actividad, (tanto tráfico como ventas) cuando un cliente hace clic en el enlace, y compra según su recomendación, usted ganara una comisión a través de él. El enlace está estructurado de tal manera que es exclusivo para el afiliado y le permite al sistema saber cuándo refiere a alguien al sitio web del vendedor a través de él. Y cuando el cliente compra el sistema asigna su comisión principalmente en función del plan de comisión fijo establecido por el vendedor o la red de afiliados (Lobato, 2022)

El marketing de afiliados utiliza cookies con el objetivo de rastrear correctamente la información procedente de los banners y enlaces situados en la web de los afiliados. De esta manera, un programa de afiliados es capaz de conocer cuándo un cliente ha visto o pulsado en un determinado anuncio y almacena toda la información relacionada con el navegador del visitante (fecha, hora, contenido que visita, de esta manera, cada vez que un cliente hace clic en un enlace o en un banner de un afiliado y realiza una compra (o cualquier otra acción acordada) en la web del anunciante, las cookies son capaces de rastrear toda esta información para que el programa de afiliados pueda identificar las acciones que se realizan y asignar la comisión que corresponde al afiliado

Plataformas online:

Existen muchas plataformas online creadas para alojar contenido digital de e-learning, pero debes elegir la tuya siguiendo ciertos criterios:

- Organización de los contenidos: Que sea capaz de organizar los contenidos de forma intuitiva y didáctica para los alumnos.
- Automatización de tareas y procesos: para ahorrar tiempo a ti y a tus alumnos. Así no se tendrán que repetir tareas manuales (sobre todo recurrentes) cuando se tienen herramientas que se encargan de ello.
- Soporte técnico: para ti y para tus usuarios. Disponer de un servicio técnico que pueda resolver los posibles errores o fallos de la plataforma.
- Pagos y seguridad: Este punto es el más importante para que tú alumnos tengan confianza a la hora de inscribirse a tu curso online. Contar con una plataforma que ofrece los métodos de pago online más conocidos y utilizados por los usuarios te ayudará a ganar clientes.

También se venden cursos online desde su propia página web de forma individualista, De este modo, no se necesita recurrir a ningún proveedor externo de gestión de entrega de tu curso y tendrás el control total desde tu sitio web. En cambio, sí deberás utilizar otros servicios para vender cursos online como la gestión de cobros online y contratar personal como una que cumpla la función de atención al cliente y otros que implican mayores gastos en sueldos.

Plataformas para vender cursos online: Si por el contrario prefieres utilizar una plataforma para vender cursos online externa, tienes infinidad de opciones en el mercado. La dificultad está en cuál de ellas elegir. Para hacer esta tarea más sencilla hemos hecho una selección de aquellas que son más adecuadas para vender cursos online.

- Cursos.bo
- Tech Bolivia
- Hotmart
- Instituciones a larga distancia como: Bolivia. Aprender21

La plataforma más usada en Bolivia es Hotmart es una plataforma líder en la Economía de los creadores de contenido y totalmente integrada para crear, hospedar y vender productos digitales. Ofrece todas las herramientas y soluciones necesarias para emprender y escalar cualquier negocio digital, y funciona de la siguiente manera: los productores comparten sus conocimientos creando un producto digital; los afiliados ayudan a divulgar y vender este producto a cambio de comisiones; y los compradores lo adquieren por el precio establecido por los productores. Dicha plataforma es una empresa global de tecnología.

Canales promocionales para realizar el marketing de afiliados:

La mercadotecnia digital se realiza mediante diferentes canales virtuales. No es necesario que sean masivos, pero sí que generen cientos de visitas para ver resultados significativos. Ahora mencionamos algunos canales a considerar para publicar los banners y lograr divulgar la información del producto. (empresa, 2022)

Redes sociales:Las redes sociales son los canales de divulgación más utilizados en el país Bolivia para promocionar toda clase de productos y servicios. Las más frecuentes son Facebook, Instagram y Youtube. En estas, es posible crear páginas de negocios y venta de productos con suma facilidad. Esto facilita la inserción de banners y la promoción del curso. Actualmente también está inmerso tiktok como otra red de búsqueda y publicidad.

Aplicaciones y soluciones partner: La gran mayoría de las aplicaciones disponibles en el mercado permite la inserción de banners y publicidad. Estas aplicaciones funcionan como soluciones estratégicas que enseñan productos y/o servicios a un público interesado. Los anunciantes pueden aprovechar este servicio para publicar los anuncios provistos por el comerciante junto a artículos relacionados o de la misma marca. Por ejemplo, si el anuncio publicita la venta de servicios de software, los anuncios aparecerán cuando un consumidor busque productos computacionales relacionados.

Blog o sitios web: Un blog o un sitio web propio tiene múltiples ventajas respecto a otros canales de difusión de marketing de afiliados. En primer lugar, el dueño del blog o página tiene completa libertad creativa para publicar lo que estime conveniente. Además, los

blogs y páginas tienen la ventaja de que pueden ser diseñados según las preferencias del dueño del sitio, lo que ofrece una gran cantidad de opciones. Respecto al primero, es un buen formato para dar a conocer opiniones sobre productos, reseñas y promocionar servicios digitales.

1.1.3. Ganancias que se lograrían alcanzar para el afiliado:

Cuando te unes a un programa de afiliados y eliges los productos que deseas vender, los vendedores o creadores de contenido te proporcionan un código de afiliado único que puedes utilizar para devolver el tráfico al sitio de destino La mayoría de los programas de afiliados ofrecen enlaces de texto, pancartas y otras formas de copias creativas listas para usar. Copias el código y lo colocas en tu sitio web para comenzar a enviarles tráfico. Cuando los visitantes interesados hacen clic en los enlaces de tu sitio, se redirigen al sitio del dueño del producto y si compran un producto o se suscriben a un servicio, por haber referido, te dan una comisión. (Moreno, 2022)

Los vendedores pueden hacer un seguimiento de tu rendimiento mediante tu ID de afiliado y el software de afiliado que utiliza la red. Tú también tienes acceso completo en tiempo real a todas las estadísticas de tus ventas y comisiones, Hay tres formas de ganar dinero con el marketing de afiliados:

- **Pago por clic:** cada vez que un potencial cliente deja el sitio web del afiliado haciendo clic en un banner o link que lo dirija a la página web del comerciante, automáticamente el afiliado gana una comisión.
- **Pago por venta:** cada vez que se produzca una venta gracias a la publicidad en el sitio web del afiliado, un porcentaje de la venta o comisión es abonada a la cuenta del afiliado.
- **Pago por inscripción**: cada vez que un potencial cliente se registra en el sitio web del comerciante debido a la publicidad o recomendación de un afiliado, éste gana una comisión

Las posibilidades de ganancias son infinitas. Se obtiene un porcentaje determinado por cada venta. Por ejemplo, con Clickbank las ganancias que cada afilado genera por venta son del 30% al 75%. Si venden un producto con un costo de $60 dólares, tú comisión sería de $45 dólares. (Zapata, 2021). Haciendo las cuentas, al vender 1 producto diariamente ganarías $1,350 al mes, al vender 2 productos diarios las ganancias mensuales serían $2,700 dólares al mes y así sucesivamente. Cuando trabajas de filiado, con el propósito de diversificar siempre te unes a una variedad de empresas. También creas varios blogs, no solo uno.

1.2. Marco contextual:

En primer lugar, hablando desde el punto de vista de la credibilidad o confianza, esta ha sido estudiada a nivel mundial dentro de las diferentes ramas de las Ciencias Sociales, como, por ejemplo, historia, sociología, psicología, antropología, educación, relaciones internacionales, organización, y por supuesto economía Es un tema de amplio interés y bien generalizado que influye en muchos aspectos de la vida social del individuo. El estudio se realizó específicamente en Bolivia, en la que se estudia el marketing de afiliación, promoción para venta de cursos online realizados por un creador de contenidos el cual lo sube a un sitio web, redes, de afiliación. Y como por medio de ella se obtiene ganancias de forma remota con terceros afiliados a tu curso.

1.3. Diagnostico:

tres agentes que intervienen en la transacción comercial, obtienen beneficios inmediatos: En el caso de los afiliados, se consigue rentabilizar al máximo su propio sitio web. Así como el blog o las redes sociales con las que cuentan. De este modo, no es necesario tener que llevar a cabo ninguna inversión para obtener ingresos recurrentes. En el caso de los productores, éstos se benefician de una mayor diversificación de sus canales de distribución y comunicación. En este caso, el principal impacto que obtenemos es que se logran una mayor cantidad de ventas. Por último, nos encontramos con los clientes. Este obtiene diferentes canales para la compra de cualquier producto o la contratación de cualquier curso Obteniendo una mayor cantidad de posibilidades de efectuar la compra y satisfacción de sí mismo. (Peralta, 2021)

En el marco conceptual destaco el beneficio para el vendedor o creador de contenidos que intervienen en el marketing de afiliación, la promoción que a consecuencia crese el alcance del curso en las redes de internet del cual se beneficia el creador de contenidos sin conllevar perdidas económicas. Con el afiliado destaca que no está limitado a vender o promocionar un determinado número de cursos. Llegando a ciertas similitudes con Peralta 2021. En los beneficios del marketing de afiliados concebido para que todos sean beneficiados.

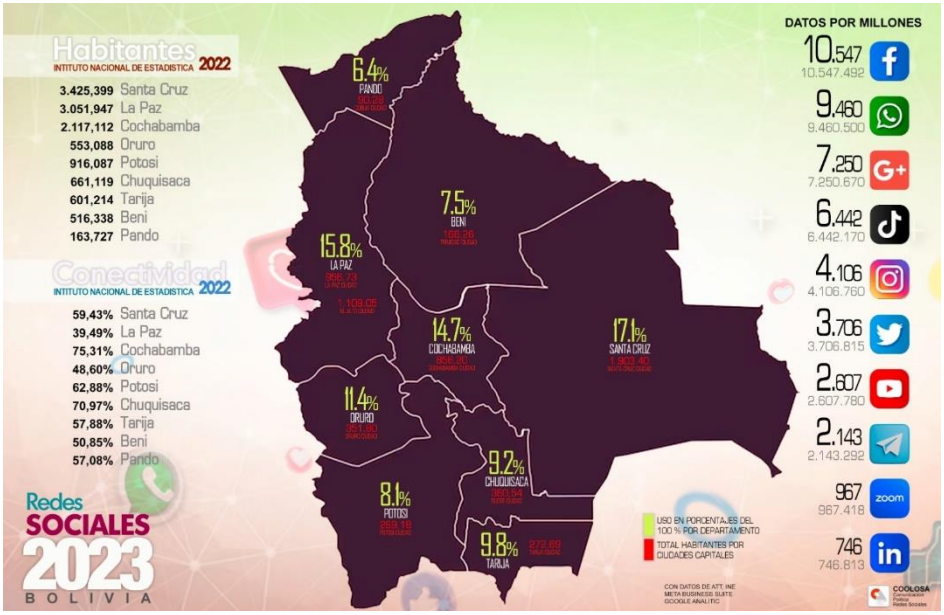
Cuadro Nº 1: función del marketing de afiliados

Fuente: (Casasola, 2018)

En cuanto al funcionamiento del marketing de afiliados nos muestra el grafico según Casasola 2018el vendedor pone a la venta su producto que es un curso online que llega a probarlo un cliente que se convierte en un afiliado de su curso y este lo promociona y recomienda a un comprador cliente que paga de forma online donde el dinero se parte en dos porcentajes distintos antes acordados por el vendedor creador del curso entre en afiliado al curso por el cual le corresponde un porcentaje de cada venta realizada por su propio esfuerzo.

Así mismo le funcionamiento del marketing digital se puede desglosar a un mas según Lovato 2022 en lo que concuerdan la mayoría de los autores es en la existencia de tres actores en el funcionamiento vendedor o creador, afiliado, y cliente o comprador. A la vez retomando

en autor Lovato menciona que identificamos cual o quien de todos los afiliados vendió el curso, este se realiza por medio de un link propio generado para cada uno de los afiliados, que a la ves contiene información del comprador mediante cookies y al finalizar se le entrega la comisión previamente establecida.



Cuadro Nº 2: Nivel de ganancias

Fuente: Educación radiofónica Bolivia

El cuadro nos muestra que en Bolivia la red social más visitadas y con un gran número de cuentas es Facebook con 10.547 en millones seguido por WhatsApp con 9.460 millones, las redes tienen un mayor crecimiento en tres ciudades principales en el país los cuales son La paz, Cochabamba y Santacruz. La radiofónica Bolivia menciona también que tiktok presenta un crecimiento en preferencia y consumo. (Ramos, 2023)

La investigación nos muestra que los canales de divulgación del link de promoción obtenido en la plataforma de afiliados en su mayoría son por las redes sociales lo que por consecuencia muestra que las ventas realizadas por afiliación al curso son por las redes sociales el cual nos muestra que las guanacias por ventas son ilimitadas para el creador de contenidos así mismo para el afiliado al curso con las comisiones previamente establecidas como el pago por clip, pago por venta, pago por inscripción .

CAPITULO II

2. Propuesta de la investigación:

2.1. Idea a defender:

Todo creador de contenidos necesita promocionar sus cursos online en el cual ayuda como herramienta de promoción una plataforma de afiliados con acceso a terceras personas llamados afiliados al curso que elaboran propias estrategias para vender los cursos por una comisión sin límite de ventas, lo que para el creador de contenidos se convierte ventas de forma remota atreves del tiempo, para una mejor comprensión de los pasos a seguir para hacerlo realidad elaboramos una propuesta de guía para los creadores de contenido y afiliados al curso.

2.2. Objetivo General:

Proponer una guía que indique los pasos para el inicio de un marketing de afiliados aplicable a la venta de cursos en Bolivia

2.2.1. Objetivos Específicos:

- Definir las metas a alcanzar con el marketing de afiliados
- Identificar los beneficiarios de la guía de marketing de afiliados que se desarrolla.
- Plantear una guía de marketing de afiliados modelo que sea exitoso
- Describir los logros que reportará el marketing de afiliados que se desarrollará

2.3. Metas:

Desarrollar una guía para el marketing de afiliados o afiliación que sea considerado exitoso para los creadores de contenido y afiliados, a ser implementado y probado en los próximos seis meses.

Alcanzar un nivel de éxito de la guía de marketing de afiliación o afiliados del 20% para los creadores de contenido y afiliados al final de los próximos seis meses.

Incrementar las ventas de los creadores de contenido y afiliados un 30% al al final de los próximos seis meses.

2.4. Beneficiarios:

Con la guía se beneficiarán dos grupos de personas los cuales son los creadores de contenido que decidan monetizar su conocimiento adquirido en sus estudios, trabajo, experiencias vividas la guía elaborada les muestra el pasa a paso que deberían seguir para conseguirlo, por otro lado, se beneficiarían cualquier persona que decida obtener ingresos extras desde su casa por medio del internet bajo su propia disponibilidad de tiempo sin cumplir horarios, también es una opción de deciden monetizar sus páginas web, blog, etc. la guía les muestra el paso a paso desde la plataforma más conveniente para ellos.

2.5. Planteamiento de la propuesta:

Tanto si eres un profesional de la educación, como si has decidido monetizar tus conocimientos, puedes vender cursos online siguiendo unos pasos que te ayudarán a diseñar el proceso de venta de tu curso. Planteamos los siguientes pasos:

Paso 1. Elegir la audiencia y público objetivo de tu curso online: El primer paso para vender cursos online es definir quién es la audiencia a la que te diriges con tu contenido. Lo más recomendable para empezar a vender cursos online es hacerlo lo más específicos posible, así será mucho más sencillo definir un segmento de público concreto al que dirigir tu curso. Orienta tu curso hacia una audiencia más grande o más reducida, tus decisiones deben estar basadas en datos. Utiliza herramientas para comprobar las búsquedas de los temas que manejas, su popularidad, el interés que despiertan, cómo se posiciona la competencia, etc. Es muy importante tener claro a quién estás hablando desde el primer momento en el que publicas tu curso online. Construye un perfil lo más detallado posible de tu público objetivo al que llamarás "buyer persona". Esta persona será el perfil al que te dirigirás y marcará tu estrategia de venta online.

Paso 2. Definir la estructura y formato del curso online: La gran ventaja de vender

cursos online es la diversidad de opciones que encontramos en cuanto a formatos y medios de difusión. Este tipo de formación online es apta para cualquier tipo de enseñanza. Puedes diseñar cursos online, talleres, cursos de especialización o masters, Con el e-learning. La digitalización de los cursos incluye la creación de clases grabadas, clases en directo, ebooks, podcasts, audiolibros, presentaciones interactivas. Aunque las opciones son muy diversas, debes elegir la que más se ajuste a tu audiencia teniendo en cuenta sus necesidades. Por ejemplo, si emites clases en directo debes conocer si tus alumnos pueden conectarse en el mismo momento de la clase, o si prefieren consumir el curso a su ritmo. También es el momento de estructurar tu curso online según el temario que vayas a impartir. ¿Cuántos módulos o temas vas a crear? ¿Qué metodología vas a emplear? ¿Con qué frecuencia vas a publicar el contenido? ¿Va a estar siempre disponible? Cuestiona todo acerca de tu formación.

Paso 3. Fijar el precio y la forma de cobro: En función de la estructura de tu curso deberás definir el precio que tendrán que pagar tus alumnos. Aunque es uno de los últimos aspectos a considerar hasta que pones a la venta tu curso online, lo mejor es que lo hagas al inicio porque te ayudará a determinar cuánto tiempo debes invertir en la creación de los contenidos del curso. Para hacerlo, puedes basarte en el precio que tiene la competencia por productos similares al tuyo. También tienes que fijar la forma de cobro de tu curso, Esto quiere decir la manera en la que se harán los pagos por tu curso y los métodos de pago disponibles para ello. Puedes hacer cobros recurrentes cada mes a través de planes de pago y suscripciones, pero también puedes cobrar de forma íntegra el total del curso. Si tu curso es online, lo lógico es que la forma de pago también lo sea. Ofrece los métodos de pago más populares para hacer cobros online como la tarjeta de crédito.

Paso 4. Crear el material de tu curso online: Es momento de iniciar la producción de tu curso online. Con las decisiones que has tomado antes, ya puedes ponerte a crear el material al que tendrán acceso tus alumnos y que servirá de temario para tu curso online. Con el punto 2 donde debe estructurar tu curso y elegir su formato, Ahora tienes que materializar esas ideas según el tipo de curso que quieras ofrecer. Algunos puntos que debe ver son: Escribe todas las ideas que quieras tratar en tu curso online, investiga qué hacen otros creadores de cursos, redacta tus propios guiones con las ideas clave que quieres transmitir, Desarrolla cada uno de

los puntos de tu temario y crea los recursos, Graba los recursos audiovisuales como vídeos. Exige una gran inversión de tiempo, ya que debes crear contenido único y original, a la par que fundamentado y técnico para que tus alumnos consigan los objetivos que pretendían cumplir cuando finalicen su curso online.

Paso 5. Elegir la plataforma para vender cursos online: Existen muchas plataformas online creadas para alojar contenido digital de e-learning, (cursos) pero debes elegir la tuya siguiendo ciertos criterios:

- Organización de los contenidos: Que sea capaz de organizar los contenidos de forma intuitiva y didáctica para los alumnos.
- Automatización de tareas y procesos para ahorrar tiempo a ti y a tus alumnos. Así no se tendrán que repetir tareas manuales (sobre todo recurrentes) cuando se tienen herramientas que se encargan de ello.
- Soporte técnico para ti y para tus usuarios. Disponer de un servicio técnico que pueda resolver los posibles errores o fallos de la plataforma
- Pagos y seguridad. Este punto es el más importante para que tú alumnos tengan confianza a la hora de inscribirse a tu curso online. Contar con una plataforma que ofrece los métodos de pago online más conocidos y utilizados por los usuarios te ayudará a ganar clientes.

También puedes vender cursos online desde tu propia página web. De este modo, no necesitas recurrir a ningún proveedor externo de gestión de e-learning (cursos) y tendrás el control total desde tu sitio web. En cambio, sí deberás utilizar otros servicios para vender cursos online como la gestión de cobros online.

Paso 6. Promocionar tu curso online: Para promocionar tu curso online, lo mejor que puedes hacer es utilizar los canales que se encuentran en el medio digital. La comunicación y una estrategia de marketing efectiva son las herramientas con las que puedes conectar con tus potenciales clientes. puedes empezar a promocionar tus cursos online por:

- Redes sociales: Las redes sociales son una herramienta muy poderosa para

promocionar tu curso en línea. Puedes crear perfiles en redes sociales relevantes para tu nicho y compartir contenido educativo y de valor, así como promocionar tu curso a través de publicaciones, anuncios, y mensajes directos.

- Email marketing: El marketing por correo electrónico es una forma efectiva de mantener a los estudiantes interesados y comprometidos con tu curso. Puedes crear una lista de correo electrónico con estudiantes potenciales y enviarles correos electrónicos promocionando tu curso, ofreciendo descuentos y promociones especiales.
- Anuncios online: Los anuncios en línea son una forma efectiva de llegar a una audiencia más amplia y aumentar el tráfico a tu sitio web. Puedes usar plataformas de publicidad en línea, como Google Ads o Facebook Ads, para crear anuncios atractivos que atraigan a los estudiantes.
- Marketing de afiliados: El marketing de afiliados implica asociarse con otras empresas o personas que promocionarán tu curso en línea a cambio de una comisión por cada venta que generen. Puedes encontrar afiliados a través de redes, plataformas de afiliados en línea o buscar personas relevantes en tu nicho que puedan estar interesadas en promocionar tu curso.

Plataformas para vender cursos online: La digitalización ha permitido a cualquier persona abrir su propia página web y gestionar por su cuenta sin necesitar apenas conocimientos técnicos. Por otro lado, también se han creado muchísimas plataformas con fines específicos, sin ir más lejos, plataformas para vender cursos online. Tienes dos opciones para vender cursos online. Puedes hacerlo desde tu propia página web o a través de plataformas de terceros.

Para el segundo grupo de personas, cosas que debe tener en cuenta para iniciar como un afiliado de un curso, en el marketing de afiliados:

- Una plataforma: Puede ser un sitio web, un blog, un canal de YouTube o cualquier otra presencia en línea donde puedas compartir enlaces y promover productos.
- Una audiencia: Necesitas que la gente vea tus enlaces y haga clic en ellos. Esto puede conseguirse mediante el SEO, las redes sociales o la publicidad de pago.

- Un nicho: Elige un tema o sector que te apasione y del que tengas algún conocimiento. Esto facilitará la promoción de productos y la creación de una audiencia.
- Cursos a promocionar: Necesitas encontrar productos que se adapten a tu audiencia, arquetipo de cliente y nicho.

Después de considerar los puntos anteriores puedes seguir con esta guía de 6 pasos para iniciar desde cero en el mundo del marketing de afiliación con éxito.

Paso 1. Encuentra un nicho que te interese, En primer lugar, tienes que encontrar un nicho que te interese y con el que estés familiarizado, esto es importante porque te resultará mucho más fácil promocionar productos que te apasionen y de los que sepas lo suficiente como para poder explicarlos a los demás. Para este paso se recomienda hacerte las siguientes preguntas:

¿Qué te apasiona?

¿De qué sabes mucho?

¿De qué te gusta hablar?

¿Qué temas te interesan?

¿Qué productos o servicios sueles comprar?

Paso 2. Investiga programas de afiliados relacionados con tu nicho, en segundo lugar, busca un creador de contenidos que tenga un programa de afiliados en tu nicho. No todos los creadores de contenido tienen programas de afiliación, e incluso si los tienen, puede que no acepten afiliados. Así que es importante comprobarlo primero. Por ejemplo, hay programas que puedes revisar para encontrar tu nicho como: programa de afiliados Amazon, programa de afiliados Hotmart.

Paso 3. Después de elegir un creador de contenidos, el siguiente paso es inscribirse en su programa de afiliados. Esto normalmente sólo requiere rellenar un breve formulario con tus datos personales. Una vez hayas rellenado y enviado el formulario, la mayoría de los

comerciantes o creadores de contenido te pedirán que les envíes un correo electrónico con información específica que te pedirán para hacerte parte de su programa de afiliación, no olvides que es importante revisar experiencias y casos de otros afiliados para evitar fraudes o malos entendidos.

Paso 4. Crea una estrategia de marketing poderosa, Ahora que se encuentra afiliado, deberá empezar a pensar en cómo va a promocionar los productos que promociona. existen varias maneras de hacerlo, y la mejor forma dependerá del nicho, los recursos y objetivos. Sin embargo, si o si necesita desarrollar una estrategia poderosa de marketing que te ayude a alcanzar los objetivos. su estrategia debe incluir creación de contenido de calidad, un blog o sitio web en donde escribas reseñas de los productos, creación de anuncios pagados y lo que consideres relevante para el curso que promocionas.

Paso 5. Consigue tráfico orgánico y pagado para tu web. Ya tienes una estrategia de marketing, entonces el siguiente paso es conseguir tráfico para tu sitio web. Hay dos maneras principales de hacerlo: mediante el marketing orgánico y el pagado. Para el orgánico el principal medio puede ser optimizando tu sitio web para los motores de búsqueda con SEO, y creando contenido relevante de valor para las redes sociales.

Por otra parte, para conseguir más conversiones con el tráfico pagado, puedes empezar a publicar anuncios en plataformas como Facebook Ads, Google Ads o TikTok Ads. Es importe que consideres medir métricas importantes como: el coste por clic, (cpc), el coste por mil impresiones (cpm), el crecimiento de tu base de datos, el número de visitas, etc.

Paso 6: Experimenta y optimiza tus estrategias para y ver qué es lo que mejor funciona para ti. no hay una solución única para todos, así que es importante probar diferentes enfoques y averiguar qué funciona mejor para tu nicho que estas promocionando. Con un incentivo es Ofrecer productos complementarios.

2.6. Justificación:

La propuesta planteada se justifica al observar que en Bolivia no existe personajes

conocidos que lleven a cabo el marketing de afiliados o afiliación sin caer en un negocio piramidal, la propuesta les puede brindar una información más amplia y pasos de como este si funciona en el país con la plataforma de afiliación de hotmart, obteniendo ingresos extras para ambos grupos de personas creadores de contenido y afiliados al curso.

2.2. Conclusiones y recomendaciones:

Concluye que el marketing de afiliación está diseñado para ser beneficioso para todas las partes que intervienen en la misma como el creador de contenidos o productor aumentando de forma significativa su audiencia o clientes potencial gracias al afiliado y la promoción que realiza este en su propio canal de difusión, audiencia que incrementa las ventas dl curso del productor. Beneficio del afiliado al curso en obtener ingresos extras a su trabajo habitual desde su casa bajo comisiones previamente establecidas y el beneficio del cliente es encontrar demostraciones, reseñas, testimonios del curso que puede adquirir, logrando una compra más asertiva.

En beneficios del marketing de afiliación o afiliados la pieza clave es la persona afiliada al curso, debido a que sin él no existe la audiencia a gran escala del productor o creador de contenidos y para el cliente no existe las reseñas, demostraciones y promociones que realiza el afiliado al curso.

Tras la descripción del funcionamiento del marketing de afiliados observamos tres personajes el productor, afiliado y cliente las cuales intervienen entre sí por un link que es generado por el productor en la plataforma de afiliados que funciona con cookies que hace el rastreo y almacena datos de quien compro el curso y dicho link fue creado específicamente para ese afiliado lo que nos indica que es único.

El funcionamiento también se da con la plataforma de afiliados como hormart que almacena, organiza, registra datos de los cursos para la venta este si funciona en el país el cual se encarga de gestionar la logística de entrega del curso al cliente, así como el cobro y seguridad del mismo, todo está en la misma plataforma, sin embargo, también existe otras herramientas de cobro por tarjeta, seguridad, almacenaje todo esto junto a la página web de

venta de cursos online del productor o creador de contenidos de forma individualista.

En base a lo investigado de forma documental el nivel de ganancias es ilimitada por parte del afiliado al curso porque este con una buena estrategia de promoción aplicado a la llamada de acción, con el cual puede realizar numerosas ventas de un curso por el cual recibirá comisiones, así también `puede estar afiliado a varios cursos al mismo tiempo de diferentes productores, así mismo el creador de contenido recibirá el reporte de ventas realizadas por el afiliado de forma remota, el curso se almacena en la plataforma el cual hace que se venda infinidad de veces por diferentes afiliados al curso lo que significa ingresos ilimitados.

Las comisiones por venta de cursos no es la única manera de obtener guanacias también se puede recibir comisiones por suscripciones, clip a la red o banner del creador, comisión previamente establecida. Lo que mayormente se logra ver en los canales de promoción como las redes sociales que generan tráfico para el creador de contenidos o productor.

El marketing de afiliación como herramienta de promoción para la venta de cursos es posible en el país, con los afiliados genera un gran alcance en los canales de difusión, sin embargo hay muy pocas personas realizándolo de forma online, por lo tanto, muchas personas desconocen el marketing de afiliación y otros lo ven como un negocio piramidal.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Blancas, L. (22 de Febrero de 2021). Obtenido de Quora: https://es.quora.com/

Camacho, D. (Noviembre de 2020). Obtenido de Platzi: https://platzi.com/marketing-afiliados-que-es/

Casasola, M. (2018). Obtenido de webescuela: https://webescuela.com/marketing-de-afiliados/

Colman, H. (21 de Junio de 2021). Obtenido de Instituto para el futuro de la educacion : https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/la-pandemia-cambio-la-industria-de-la-educacion-para-siempre/

empresa, E. d. (Octubre de 2022). Obtenido de univercidad internacional de Valencia: https://www.universidadviu.com/ec/actualidad/nuestros-expertos/que-es-el-marketing-de-afiliados

Gomes, R. (25 de 10 de 2012). *metodologia de investigacion*.

Karin Yanette Camus Huamán, P. D. (Noviembre de 2022). *Revista Horizontes.* Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2616-79642022000502062

Lanfranconi, M. C. (2019). *Marianocabrera.com*. Obtenido de https://www.marianocabrera.com

Llanos, P. (Agosto de 2021). Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.bo

Lobato, R. G. (Junio de 2022). Obtenido de Aprendemos merketing: https://aprendamosmarketing.com/marketing-de-afiliados

Osinaga, R. A. (2017). *Metodologia de la investigacion.* Cochabamba: Educasion y cultura.

Parra, R. (mayo de 2023). Obtenido de DPL News: http://dplnews.com/cursos-online-un-mercado-millonario-en-ascenso-en-mexico-y-america-latina/

Peralta, F. (octubre de 2021). Obtenido de afiliabet: http://www.affiliabet.com/que-es-el-marketing-de-afiliado

Raiter, A. (10 de Mayo de 2017). Obtenido de Tree expancion digital: https://www.tree.com.py/blog/7-riesgos-de-no-tener-marketing-digital

Ramos, I. (Junio de 2023). Obtenido de Educacion radiofonica Bolia: http://www.erbol.com.bo

Sampieri, R. H. (2006). *metodologia de la ivestigacion.* Mexico: McGRAW HILLI INTER AMERICMA.

Zapata, M. P. (Enero de 2021). Obtenido de Repositorio.UNAN: https://repositorio.unan.edu.ni/ marketing de afiliados14541/1/14541.pdf