

**UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE
SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

VICERRECTORADO

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E
INVESTIGACION**



**PLAN DE MARKETING DIGITAL EXITOSO PARA EMPRESAS DE LA
CIUDAD DE SUCRE
TRABAJO EN OPCION A DIPLOMADO MARKETING DIGITAL**

LUIS ENRIQUE CASTRO BALDIVIEZO

SUCRE, 21 DE NOVIEMBRE DEL 2023

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del diploma en Marketing digital 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 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 periodo de 30 meses posterior a su aprobación.

Luis Enrique Castro Baldiviezo

Contenido

Introducción	1
1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 JUSTIFICACION	5
1.3 Situación Problemica.....	6
1.3 Formulación del Problema:	8
1.4 objeto de estudio	8
1.5 CAMPO DE ACCIÓN	8
1.6 HIPÓTESIS	8
1.7 IDEA A DEFENDER.....	8
1.8 Objetivos.....	9
1.8.1 objetivo general	9
1.8.2 objetivos específicos	9
1.9 Metodología.....	9
Capítulo II MACRO TEORICO Y CONCEPTUAL.....	11
2.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	11
2.2 MARCO CONTEXTUAL.....	16
CAPITULO 3 DIAGNOSTICO	17
3.1 ENTREVISTAS	17
3.2 REVISION BIBLIOGRAFICA	25
Capitulo III PROPUESTA	27
3.1 PLAN DE MARKETING	28
3.1.1 PLAN DE MARKETING PROPUESTO.....	28
3.1.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
3.1.3.1 Conclusiones.....	31
3.1.3.2 RECOMENDACIONES	32
Bibliografía.....	33

Resumen

La monografía "Plan de Marketing Digital Exitoso para Empresas en Sucre" se enfoca en analizar el marketing digital en el contexto sucreño, abordando la evolución y principios fundamentales de esta disciplina. Considera las particularidades del mercado boliviano y local, destacando casos de éxito y lecciones aprendidas. A través de la revisión bibliográfica y antecedentes, se realiza un diagnóstico integral, que incluye la información recabada en entrevistas. El plan de marketing propuesto se centra en Facebook, aplicando las 4P del marketing, y se justifica por su relevancia para abordar las necesidades específicas del mercado sucreño. Las conclusiones reflejan una conexión lógica con los objetivos, destacando el éxito del plan propuesto y su contribución a resolver las problemáticas identificadas, seguido de recomendaciones para fortalecer y mejorar el plan. La monografía ofrece una visión integral y estratégica del marketing digital en Sucre, contribuyendo al crecimiento sostenido de las empresas en la era digital.

Introducción

El marketing digital ha emergido como un componente esencial en la estrategia empresarial contemporánea, transformando la manera en que las organizaciones se conectan con su audiencia. En el contexto específico de Sucre, Bolivia, este enfoque adquiere una relevancia particular al considerar las dinámicas locales y las preferencias de los consumidores. Esta monografía se sumerge en el vibrante escenario del marketing digital en Sucre, explorando no solo las tendencias generales, sino también desentrañando casos de éxito notables que han dejado una huella significativa.

Dos casos de estudio clave, "Chocolates Para Ti" y "Kultur Café Berlín", se erigen como protagonistas de nuestro análisis. Estas empresas han cosechado éxitos notables, especialmente a través de sus estrategias en las redes sociales, con un enfoque destacado en la plataforma Facebook. La elección de estas marcas no es fortuita; busca ofrecer un análisis detallado de cómo el marketing digital ha impactado positivamente en sectores específicos, desde el mundo del chocolate hasta el ámbito cultural.

Al adentrarnos en los entresijos de estas campañas en Facebook, desentrañaremos las estrategias específicas que han catapultado a "Chocolates Para Ti" y "Kultur Café Berlín" al éxito digital. Este análisis no solo proporcionará una visión profunda de las tácticas utilizadas, sino que también permitirá una comprensión más amplia de cómo estas estrategias pueden ser adaptadas y aplicadas en otros contextos locales. Con ello, buscamos arrojar luz sobre las prácticas exitosas de marketing digital en Sucre, proporcionando insights valiosos para emprendedores, profesionales del marketing y académicos por igual.

1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

1.1 Antecedentes

Como menciona la investigación de Mendoza Pacheco se centra en la publicidad digital y las redes sociales dirigidas a jóvenes en Sucre. Este estudio proporciona antecedentes valiosos sobre las preferencias y comportamientos digitales en la población sucreña, estableciendo un contexto sociodemográfico que puede influir en las estrategias de marketing digital en la región. (Pacheco, 2017)

La investigación de Mendoza Pacheco, que explora las dinámicas de la publicidad digital y las redes sociales en jóvenes sucrenses a lo largo de varias páginas, establece el contexto sociodemográfico. Relacionado con la monografía, ofrece una base para entender las preferencias digitales locales. La conexión directa radica en cómo estas preferencias informan estrategias de marketing digital adaptadas al comportamiento específico de la audiencia de la ciudad de Sucre (Pacheco, 2017)

La riqueza de datos recopilados en relación con los hábitos de consumo digital proporciona una base sólida para fundamentar las estrategias propuestas en la monografía. Al conocer de manera detallada cómo la audiencia sucreña interactúa con la publicidad digital y las redes sociales, se establece una conexión directa con la propuesta de fortalecimiento de competencias en marketing digital. Esta información no solo enriquece el marco contextual, sino que también sirve como guía estratégica para adaptar y personalizar las intervenciones destinadas a cerrar la brecha en conocimientos digitales identificada en Sucre.

En el estudio titulado "Evolución del Marketing Digital en las empresas. Revisión sistemática de la literatura" liderado por Escriba Cuzcano Anthony Williams y Cárdenas Camacllanqui Lesly, se presenta una inmersión profunda en la trayectoria histórica del marketing digital y su impacto en diversas organizaciones. La revisión sistemática de la literatura adopta un enfoque cualitativo, proporcionando una base sólida para comprender la evolución de esta disciplina clave.

La investigación destaca cómo el marketing digital se ha convertido en un componente vital para garantizar la continuidad y la competitividad de las empresas en un entorno de mercado en constante cambio. A través de la revisión de la literatura, se establece una línea temporal que ilustra los momentos cruciales en la transformación del marketing digital, desde sus primeras etapas hasta su aplicación actual. (Cárdenas Camacllanqui Lesly, 2021)

Se enfatiza la adaptabilidad como un factor clave en la evolución del marketing digital y su capacidad para mantenerse relevante en el contexto empresarial dinámico. La integración de herramientas digitales en las estrategias organizativas se revela como una necesidad imperativa, y la investigación aboga por la implementación estratégica no solo por su eficiencia y ahorro de costos publicitarios, sino por la comprensión enriquecedora que aportan al panorama del mercado. (Cárdenas Camacllanqui Lesly, 2021)

La conclusión es clara: las organizaciones deben estar preparadas para incorporar herramientas digitales en sus estrategias para atraer y comprender a los consumidores. Este estudio, proporciona una base valiosa para comprender la evolución del marketing digital y su importancia continua en la toma de decisiones estratégicas empresariales.

Infoautonomos en su artículo **12 casos de éxito de autónomos y empresas en redes sociales** menciona el contexto del impacto significativo de las redes sociales en el ámbito empresarial, destaco el valioso antecedente proporcionado. Este caso presenta 12 ejemplos concretos de autónomos y empresas que han logrado el éxito mediante estrategias efectivas en redes sociales. Al explorar detalladamente estos casos, se evidencia cómo estas entidades aprovecharon las plataformas sociales para aumentar su visibilidad, llegar a nuevos clientes y mejorar su presencia en línea. Este antecedente se incorpora a la monografía para respaldar la premisa de que las redes sociales desempeñan un papel fundamental en el crecimiento de pequeñas empresas. En la sección de antecedentes, se resalta la diversidad de sectores y enfoques presentados en los casos de éxito, proporcionando una base sólida para el análisis posterior de estrategias clave utilizadas por estas entidades. Este enfoque analítico se refuerza en las conclusiones, donde se subraya la importancia estratégica de las redes sociales en el éxito general de autónomos y pequeñas empresas. (infoautonomos, 2022)

En el marco del estudio sobre el impacto sustancial de las redes sociales y marketing digital en el ámbito empresarial, destaco la pertinencia del caso. Este recurso se erige como un antecedente crucial en la monografía, respaldando la premisa fundamental de que las redes sociales son un componente esencial para el crecimiento y la prosperidad de las pequeñas empresas. En la sección dedicada a los antecedentes, se enfatiza la diversidad de sectores y enfoques que estos casos abarcan, proporcionando una base robusta para un análisis detallado de las estrategias clave implementadas por estas entidades. Este enfoque analítico se extiende a la sección de conclusiones, donde se enfoca en resumir la importancia estratégica de las redes sociales en el logro general del éxito por parte de autónomos y pequeñas empresas. Así, el artículo sirve como un fundamento sólido y ejemplar que enriquece la comprensión de la relevancia y la eficacia de las estrategias en redes sociales en el entorno empresarial contemporáneo.

En resumen, este artículo aporta evidencia tangible y aplicable, ofreciendo casos específicos que respaldan y enriquecen tu investigación sobre el papel

fundamental de las estrategias en redes sociales en el éxito de pequeñas empresas y autónomos.

1.2 JUSTIFICACION

la investigación sobre el marketing digital exitoso en las empresas de Sucre se justifica por su relevancia local, la oportunidad de impulsar la innovación, la aplicabilidad práctica para las empresas locales y la alineación con las tendencias globales, todo con el objetivo de contribuir al desarrollo y crecimiento sostenible de las empresas en la ciudad de Sucre.

teórica: Este estudio se presenta como una contribución esencial al ámbito teórico del marketing digital, al explorar cómo las empresas en la Ciudad de Sucre han abrazado y adaptado las estrategias digitales para alcanzar el éxito. Al examinar estos casos, se aportará a la literatura existente, proporcionando un entendimiento más profundo de las dinámicas específicas de marketing digital en contextos regionales, enriqueciendo así el conocimiento académico en este campo.

Práctica: Desde una perspectiva práctica, esta investigación ofrece beneficios concretos para las empresas locales en Sucre. Al identificar y analizar casos de éxito en marketing digital, se proporcionarán a las empresas herramientas prácticas y estrategias probadas que pueden implementar para mejorar su presencia en línea, atraer a nuevos clientes y fortalecer su posición en el mercado local.

Metodológica: La metodología empleada en esta investigación se presenta como un aporte metodológico significativo al estudio del marketing digital. Al utilizar un enfoque de estudio de casos, se capturan de manera detallada las experiencias y estrategias específicas de las empresas en Sucre, permitiendo una comprensión holística y contextualizada de la aplicación del marketing digital en este entorno regional.

Social: Desde una perspectiva social, este estudio busca impactar positivamente en la comunidad empresarial de Sucre. Al resaltar casos de éxito locales, se promoverá la inspiración y el aprendizaje entre las empresas, fomentando la adopción de prácticas innovadoras. El estudio también puede contribuir al

desarrollo económico sostenible de la ciudad al fortalecer la competitividad de las empresas locales en el entorno digital actual.

1.3 Situación Problemática

La revolución digital ha transformado radicalmente la dinámica empresarial, impactando directamente en las estrategias de marketing. En este contexto, la ciudad de Sucre, Bolivia, no permanece ajena a los cambios, experimentando una creciente penetración de la tecnología y el acceso a Internet. Como señala Kotler y Armstrong (2017), "la era digital ha remodelado la manera en que las empresas se conectan con sus consumidores, exigiendo adaptación constante para mantenerse relevantes en el mercado global". (Kotler P. &, 2017)

A nivel internacional, diversas investigaciones resaltan la importancia del marketing digital en la era actual. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha identificado la brecha digital como un desafío crucial que afecta la inclusión y participación en la economía digital (CEPAL, año no especificado). Este fenómeno, que abarca desde la falta de acceso a tecnologías hasta la limitada alfabetización digital, subraya la necesidad de comprender cómo las empresas, en distintos contextos, están adoptando estrategias de marketing digital para superar estos obstáculos. (CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), 2021)

A nivel nacional, la situación se refleja en el crecimiento de empresas que han aprovechado el marketing digital para expandir su alcance y mejorar sus resultados. Autores como Mendoza Pacheco (2017) exploran el impacto de la publicidad digital y las redes sociales en la juventud de Sucre, Bolivia, evidenciando la influencia directa en las preferencias del consumidor.

También podemos analizar que según el informe de la Cámara Nacional de Comercio (CNC) sobre "La Transformación Digital en el Comercio Boliviano", se destaca una brecha significativa entre grandes corporaciones y pequeñas y medianas empresas (PYME), que a menudo enfrentan dificultades en la implementación de estrategias digitales debido a limitaciones de recursos y

conocimientos. La cautela en la adopción de nuevas tecnologías, la falta de conocimiento especializado y las reservas sobre seguridad y privacidad son rasgos distintivos del panorama empresarial boliviano. La necesidad de capacitación y la importancia de políticas que fomenten una transición más fluida hacia la transformación digital son evidentes. Este panorama nacional subraya la importancia de abordar las barreras y desafíos específicos que enfrentan las empresas bolivianas en su adopción de estrategias de marketing digital para potenciar el crecimiento económico y la competitividad en el contexto digital.

Al llegar a lo local, la situación se refleja en el crecimiento de empresas que han aprovechado el marketing digital para expandir su alcance y mejorar sus resultados. Autores como Mendoza Pacheco (2017) exploran el impacto de la publicidad digital y las redes sociales en la juventud de Sucre, Bolivia, evidenciando la influencia directa en las preferencias del consumidor. (Pacheco, 2017)

En este contexto, la ciudad de Sucre se convierte en un microcosmos de desafíos y oportunidades en el ámbito del marketing digital. La evolución de la tecnología y el comportamiento del consumidor plantean interrogantes cruciales sobre cómo las empresas locales pueden adoptar estrategias exitosas en este nuevo paradigma. La comprensión de esta situación polémica se convierte en la base esencial para abordar la monografía sobre "Marketing Digital Exitoso en las Empresas de la Ciudad de Sucre".

1.3 Formulación del Problema:

¿Cuál es el Marketing Digital exitoso en empresas de la ciudad de Sucre?

1.4 objeto de estudio

Marketing Digital exitoso.

1.5 CAMPO DE ACCIÓN

El campo de acción propuesto se centra en el Marketing Digital exitoso en empresas de la ciudad de Sucre

1.6 HIPÓTESIS

La hipótesis central Existen tipos y ejemplos de éxito de Marketing Digital exitosos en empresas de la ciudad de Sucre.

1.7 IDEA A DEFENDER

El Marketing Digital en empresas de la ciudad de Sucre", implica la afirmación de que, en Sucre, Bolivia, hay variedad y ejemplos concretos de estrategias de Marketing Digital que han resultado exitosas para diversas empresas. El objetivo perseguido es demostrar la diversidad y efectividad de las prácticas de Marketing Digital en este contexto específico, destacando casos concretos que ilustren estrategias exitosas implementadas por empresas locales. La defensa de esta idea se llevará a cabo a través del análisis detallado de casos específicos de empresas sucrenses que hayan logrado el éxito mediante la implementación de estrategias de Marketing Digital. Se explorarán tipos específicos de enfoques digitales utilizados por estas empresas, destacando cómo han influido en su visibilidad, participación del cliente, y en última instancia, en su éxito comercial. La evidencia se respaldará con datos concretos, estudios de caso y posiblemente testimonios de empresas locales, lo que permitirá demostrar la validez y la aplicabilidad de las estrategias de Marketing Digital exitosas en el contexto empresarial de Sucre.

1.8 Objetivos

1.8.1 objetivo general

Analizar el marketing digital exitoso en empresas de la ciudad de Sucre.

1.8.2 objetivos específicos

- Identificar los tipos de marketing digital utilizados por las empresas de Sucre
- Analizar el papel de las redes sociales en las estrategias de marketing digital en Sucre.
- Explicar los pasos para el desarrollo de un plan de marketing digital para empresas de Sucre.

1.9 Metodología

1.9. Enfoque

La metodología seleccionada para esta monografía es cuantitativa ya que se busca comprender en profundidad los tipos y ejemplos de éxito de Marketing Digital en empresas de la ciudad de Sucre utilizando ambos criterios. Este enfoque permitirá explorar las experiencias, percepciones y estrategias implementadas por las empresas locales en el ámbito del Marketing Digital.

1.9.1 Método

La investigación seguirá un método deductivo y analítico. Se empleará el razonamiento lógico para analizar ejemplos específicos de Marketing Digital en Sucre, partiendo de premisas generales sobre estrategias exitosas para luego analizar casos particulares y llegar a conclusiones específicas sobre el contexto local.

1.9.2 Tipo

La investigación se clasifica como básica, ya que busca ampliar el conocimiento teórico sobre el Marketing Digital exitoso en empresas sucrenses. El objetivo es proporcionar una comprensión más profunda de las estrategias utilizadas y su impacto en el éxito empresarial.

1.9.3 Diseño

La metodología adoptará un diseño de investigación no experimental. En este caso, se explorarán casos y ejemplos de Marketing Digital en Sucre sin manipular variables. Se considerará la dimensión temporal de manera longitudinal, permitiendo un análisis a lo largo del tiempo para captar posibles cambios y evoluciones en las estrategias digitales.

1.9.4 Nivel

La investigación se encuadra en el nivel descriptivo. Se buscará describir detalladamente los tipos de Marketing Digital exitosos en empresas sucrenses, identificando patrones y características comunes, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio

1.9.5 Técnicas de Recolección de Datos

Se utilizarán diversas técnicas, como la observación de prácticas de Marketing Digital, entrevistas con profesionales del área para recopilar datos cuantitativos sobre la efectividad de las estrategias, para tener una mejor comprensión de los objetivos planteados por los entrevistados

1.9.6 Población y Muestra

La población de estudio son las empresas de la ciudad de Sucre que han implementado estrategias de Marketing Digital. La muestra será seleccionada

de manera intencionada, considerando la representatividad de diferentes sectores empresariales y el éxito alcanzado a través del Marketing Digital.

Capítulo II MACRO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El marco teórico se inicia con una comprensión profunda de los fundamentos del marketing digital y su evolución en el contexto global y nacional. Se abordan conceptos clave que sientan las bases para la comprensión del impacto del marketing digital en las estrategias empresariales. A continuación, se destacan algunos elementos clave para empezar

2.1.1 Evolución del Marketing Digital

La evolución del marketing digital, ha sido un proceso deslumbrante que ha ido transformado la forma en que las empresas se conectan con los consumidores. Dos autores clave que han abordado este tema son Philip Kotler y Dave Chaffey.

Philip Kotler, un renombrado experto en marketing, en su libro "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital", destaca cómo el marketing ha evolucionado de los métodos tradicionales a la era digital. Kotler examina cómo las empresas han tenido que adaptarse a la revolución digital para mantenerse relevantes y competitivas. (Kotler P. , 2017)

Dave Chaffey, coautor del libro "Marketing Digital: Estrategias Implementación Y Practica ", proporciona una visión detallada de la evolución del marketing digital desde sus inicios hasta las estrategias actuales. Chaffey destaca cómo las tecnologías emergentes, como las redes sociales y el análisis de datos, han moldeado el panorama del marketing digital. (Dave Chaffey, 2012)

Ambos autores coinciden en que la evolución del marketing digital no solo ha sido impulsada por avances tecnológicos, sino también por cambios en el

comportamiento del consumidor. La adaptación a nuevas plataformas y la comprensión de las expectativas del consumidor son elementos clave en esta evolución.

En resumen, explorar la evolución del marketing digital proporciona una visión integral de cómo las estrategias de marketing han cambiado con el tiempo, sirviendo como base para comprender el contexto actual de esta disciplina.

2.1.2 Principios del Marketing Digital

Los principios fundamentales del marketing digital han sido abordados por diversos expertos en el campo. Dos autores destacados que han contribuido a esta área son Kotler y Ryan Deiss.

Philip Kotler, en su obra "Marketing 4.0: "Moviendo de lo tradicional a lo Digital", destaca principios esenciales del marketing digital, incluyendo la importancia de la interacción constante con los clientes y la personalización de las estrategias de marketing para adaptarse a un entorno digital en constante cambio. Kotler enfatiza la necesidad de una conexión auténtica con la audiencia, utilizando las herramientas digitales de manera estratégica. (Kotler P. , 2017)

Ryan Deiss, un experto en marketing digital y autor de "Digital Marketing for Dummies", aborda principios clave como la comprensión del viaje del cliente y la creación de contenido relevante. Deiss destaca la importancia de edificar relaciones de larga duración con los consumidores a través de la entrega de contenido valioso y la adaptación a las preferencias individuales. (Ryan Deiss, 2020)

Ambos autores resaltan la necesidad de una estrategia integral que integre canales digitales, comprenda al consumidor moderno y se ajuste a las dinámicas del marketing en la era digital. Estos principios sientan las bases para una implementación efectiva de estrategias de marketing digital en cualquier contexto empresarial.

2.1.3 Importancia del Marketing Digital para Empresas

La importancia del marketing digital para las empresas se manifiesta en diversos aspectos que impactan directamente en su desarrollo y posicionamiento en el mercado actual. Dave Chaffey, reconocido experto en marketing digital, destaca cómo las estrategias digitales permiten a las empresas superar barreras geográficas y llegar a audiencias globales de manera eficiente. Además, resalta la oportunidad de aumentar la interacción con los clientes por el uso de plataformas digitales, lo que facilita la retroalimentación instantánea y la construcción de relaciones más sólidas.

En consonancia, Philip Kotler, referente en marketing, enfatiza en su obra "Marketing 4.0" la necesidad de que las empresas se adapten al entorno digital para aprovechar la segmentación de mercado más precisa y la personalización de mensajes. Kotler subraya la importancia de medir de manera precisa el retorno de la inversión (ROI) en el ámbito digital, lo que proporciona a las empresas datos valiosos para la toma de decisiones estratégicas.

Ambos autores convergen en la idea de que el marketing digital se ha vuelto esencial para la supervivencia y el éxito empresarial en la era contemporánea. Proporciona a las empresas herramientas para competir de manera efectiva, ofrecer experiencias personalizadas a los clientes y acomodarse velozmente a los cambios del mercado, elementos fundamentales en un panorama empresarial altamente dinámico y competitivo. En este contexto, la presencia y la eficacia en el marketing digital se erigen como pilares fundamentales para el crecimiento sostenido y la relevancia de las empresas.

En síntesis, el concepto propuesto fusiona la globalidad y la interactividad propuestas por Chaffey con el enfoque meticuloso en la adaptabilidad y la medición de Kotler, conformando un paradigma de marketing digital que va más allá de la promoción, consolidándose como un vehículo para la construcción de relaciones sólidas y la prosperidad empresarial en la era digital.

2.2.4 Contexto Nacional y Local

En el contexto nacional y local, el marketing digital adquiere matices particulares que han sido analizados por diversos autores. Según Carlos Jiménez, en su obra "Marketing Digital en Latinoamérica: Tendencias y Desafíos", destaca que las empresas en entornos latinoamericanos, y por extensión en Bolivia, enfrentan desafíos específicos como la brecha digital y las características culturales únicas de la región. Jiménez resalta la importancia de adaptar las estrategias digitales a estas realidades para lograr un impacto efectivo. (jimenez, 2017)

Por otro lado, SMID, en su informe subraya la necesidad de considerar las particularidades del mercado boliviano al implementar estrategias de marketing digital. Morales argumenta que la comprensión profunda de la idiosincrasia local, las preferencias del consumidor y las condiciones económicas es esencial para el éxito de las campañas digitales en Bolivia. (smid, 2020)

En resumen, el marketing digital en el contexto nacional y local, según estos autores, requiere un enfoque adaptado a las realidades específicas de Bolivia, considerando tanto las limitaciones como las oportunidades únicas que ofrece el entorno latinoamericano, resaltando la importancia del marketing digital en el ámbito nacional, no solo como una herramienta de promoción, sino como un catalizador para el desarrollo económico y la adaptación empresarial en Bolivia.

2.2.5 Casos de Éxito en Marketing Digital

Profundizando en casos de éxito, se destaca el trabajo de Oscar Fuente, quien examina estrategias de marketing digital que han llevado al éxito a empresas globales. Su enfoque en tácticas específicas y adaptabilidad destaca la importancia de la personalización en el entorno digital.

Basándonos en las lecciones de Fuente y Carrillo, se puede conceptualizar el éxito en marketing digital como una fusión armoniosa de estrategias específicas y adaptabilidad constante. Este enfoque implica la capacidad de personalizar campañas según las necesidades del público objetivo, al tiempo que se mantiene una mentalidad ágil para ajustarse a las dinámicas del mercado en evolución. (Fuente, 2019)

Asimismo, HM Carrillo ofrece una perspectiva valiosa al analizar casos que resaltan la evolución del marketing para adaptarse a cambios en el mercado. Su enfoque en la adaptación constante y la respuesta proactiva a las tendencias destaca la relevancia de la agilidad en el marketing digital. (Carrillo, 2020)

El éxito en marketing digital no se trata solo de implementar tácticas probadas, sino de entender que la única constante es el cambio. La capacidad de anticipar y abrazar estas transformaciones, combinada con la ejecución efectiva de estrategias personalizadas, define el éxito en un entorno digital en constante evolución. Este concepto refleja la esencia de un enfoque proactivo y adaptable para alcanzar el éxito sostenible en marketing digital.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

La investigación se centra en el análisis del marketing digital exitoso en empresas ubicadas en la ciudad de Sucre, Bolivia. Sucre, siendo la capital constitucional del país, presenta un contexto social diverso, caracterizado por una rica herencia cultural y una mezcla de tradición y modernidad. Sucre ha experimentado transformaciones económicas notables, destacándose como un centro comercial y empresarial vital.

Desde el punto de vista económico, Sucre ha sido testigo de un crecimiento significativo en diversos sectores, y el tejido empresarial ha evolucionado para adaptarse a las tendencias digitales en constante cambio. El entorno político y cultural también influye en las estrategias de marketing digital, ya que las empresas deben acomodarse a las dinámicas normativas y a las preferencias culturales de la población local.

En el ámbito científico, la investigación se beneficia de las contribuciones previas en marketing digital, tanto a nivel internacional como nacional. La ubicación geográfica en el contexto boliviano añade un matiz único a la comprensión de las prácticas de marketing digital, considerando factores específicos del mercado boliviano.

El marco temporal abarca el presente, donde la rápida evolución de la tecnología y la creciente digitalización de la sociedad desempeñan un papel crucial en las estrategias empresariales. La investigación se sitúa en este contexto dinámico para comprender y proponer un Plan de Marketing Digital exitoso adaptado a las realidades específicas de las empresas sucrenses.

CAPITULO 3 DIAGNOSTICO

A través de métodos empíricos como entrevistas revisión bibliográfica, se aplicará el marco teórico y conceptual. Se indagará sobre la adaptación de empresas sucrenses a estrategias digitales, identificando la prevalencia de la interacción constante, la personalización y la adaptabilidad en sus enfoques. Los resultados se analizarán y discutirán, proporcionando una comprensión detallada del estado del marketing digital en Sucre y orientando el desarrollo del Plan de Marketing Digital.

Este enfoque permitirá evaluar la aplicación de los principios del marketing digital en el contexto local, identificar desafíos y oportunidades específicas, y proponer recomendaciones estratégicas adaptadas a la realidad empresarial sucrense.

3.1 ENTREVISTAS

Las entrevistas con José Guevara y Sergio Martínez, creadores de contenido y profesionales en marketing y publicidad, proporcionaron una visión valiosa de las estrategias de marketing digital implementadas en su empresa.

3.1.1 Resultados de las Entrevistas

Estrategias Exitosas: como se puede observar en el grafico 1 las estrategias exitosas utilizadas por los entrevistados son:

- **Cobertura de Eventos:** La cobertura de eventos, pre y post desarrollo, destaca como una estrategia exitosa.
- **Videos e Imágenes en Facebook:** El uso de contenido visual en Facebook ha demostrado ser efectivo.

GRAFICO 1 Cuáles son las estrategias de marketing digital que han implementado con mayor éxito en su empresa

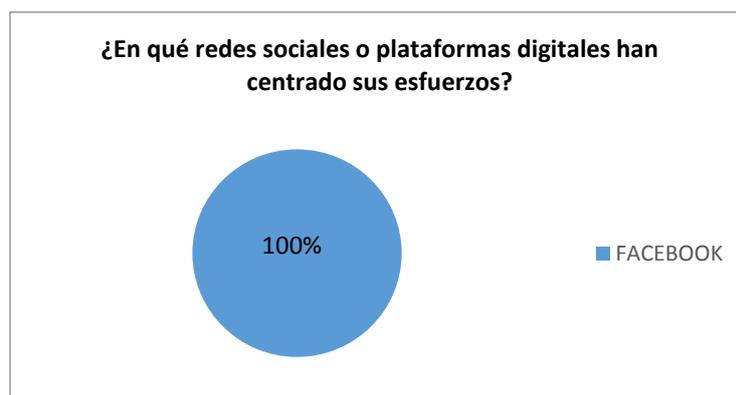


Fuente elaboración propia

2. Plataformas Digitales Utilizadas:

- Ambos entrevistados centran sus esfuerzos en **Facebook**, destacando su relevancia en el ámbito empresarial de Sucre, Como se observa en el grafico siguiente

Grafico 2. ¿En qué redes sociales o plataformas digitales han centrado sus esfuerzos?

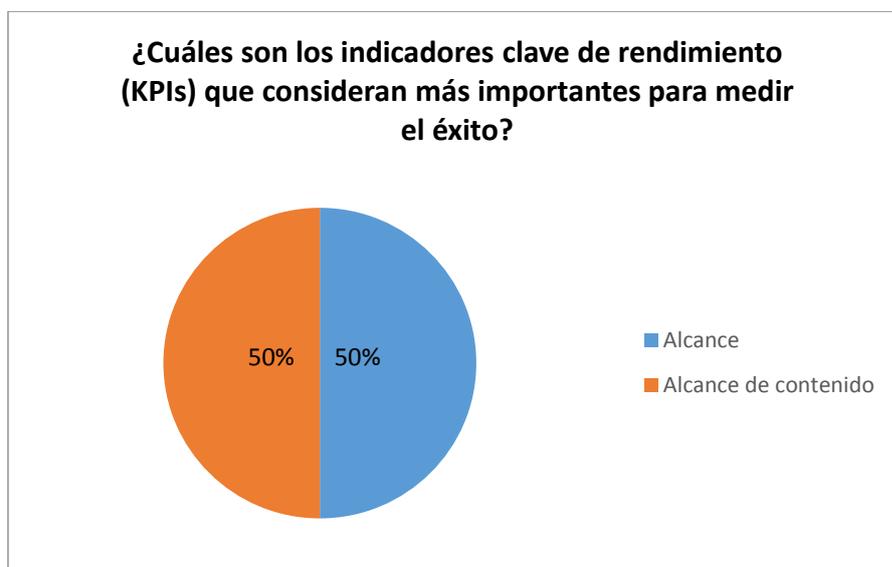


Fuente: elaboración propia

3. Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs):

- El **alcance** y el **alcance de contenido** son considerados KPIs importantes para medir el éxito.

Así como se observa en el siguiente grafico



Fuente Elaboración propia

4. Desafíos y Soluciones:

- La **disponibilidad** es un desafío común, abordado de manera efectiva con enfoque en la facilidad y prueba-error. Como se observa en el grafico acontinuacion

Grafico 4. Cuáles han sido los principales desafíos al implementar estrategias de marketing digital?



Fuente elaboración propia

- También se puede destacar la forma de superar estos desafíos y la manera en que los entrevistados la realizan

Grafico 5 . ¿Cómo han superado obstáculos específicos en el camino? ¿Cómo han superado obstáculos específicos en el camino?



Fuente elaboración propia

5. Definición de Éxito:

- La definición de éxito se centra en **alcanzar objetivos establecidos** y **posicionamiento en redes sociales**. Como se puede observar en el grafico

Grafico 6. Desde la perspectiva de su empresa, ¿Cómo definen el éxito en términos de marketing digital?



Fuente elaboración propia

6. Lecciones Aprendidas:

- Se destaca la lección de que las estrategias de marketing digital **nunca van de acuerdo al plan** y que **nada sale como lo planeado**.

Grafico 7. Desde la perspectiva de su empresa, ¿Cómo definen el éxito en términos de marketing digital?



Fuente elaboración propia

7. Áreas de Mejora:

- Buscan mejorar en **todas las áreas**, especialmente aumentando el contenido y reduciendo el tiempo de creación de este contenido.

Grafico 8. ¿En qué áreas específicas buscan mejorar o ajustar sus estrategias?



Fuente elaboración propia

8. Impacto General y Resultados:

- Evalúan positivamente el **impacto general** del marketing digital, con **aumento en visibilidad de la marca y ventas**, principalmente en seguidores. Como se puede observar en los siguientes gráficos

Grafico 9. ¿Cómo evalúan el impacto general del marketing digital en la consecución de sus objetivos comerciales? Y ¿Han experimentado un aumento en la visibilidad de la marca y las ventas como resultado?



Fuente elaboración propia

9. Perspectivas Futuras:

- Ven el futuro del marketing digital en Sucre como **difícil y más competitivo**.

Grafico 10. ¿Cómo ven el futuro del marketing digital en el contexto empresarial de Sucre?

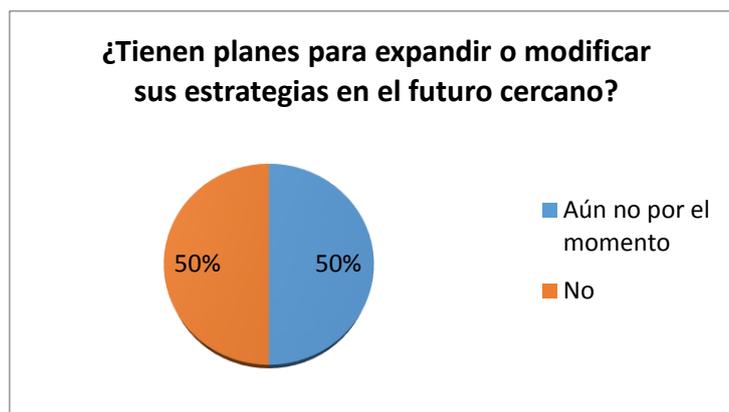


Fuente elaboración propia

10. Planes Futuros:

- No tienen planes inmediatos para **expandir o modificar sus estrategias**

Grafico 11 ¿Tienen planes para expandir o modificar sus estrategias en el futuro cercano?



Fuente elaboración propia

En resumen, las entrevistas ofrecen una visión integral de las estrategias de marketing digital implementadas en Sucre.

3.2 DISCUSIÓN DE BIBLIOGRAFÍA

Esta investigación se centra en el marketing digital en Sucre, Bolivia, analizando antecedentes teóricos y prácticos para comprender su evolución, principios fundamentales y su importancia para las empresas. Además, se exploran casos de éxito y se realiza un análisis integrado con el contexto nacional y local.

La investigación de Mendoza Pacheco establece un contexto sociodemográfico crucial para comprender las preferencias y comportamientos digitales de los jóvenes en Sucre (Pacheco, 2017), proporcionando una base esencial para explorar estrategias de marketing digital adaptadas a esta audiencia específica. Los principios fundamentales del marketing digital, delineados por Kotler y Deiss, encuentran resonancia en la adaptación local, donde la interacción constante y la personalización deben considerar las dinámicas sociodemográficas identificadas (Kotler P. &, 2017). La importancia del marketing digital para empresas, según Chaffey y Kotler, cobra aún más relevancia al superar barreras geográficas y mejorar la interacción con los clientes, especialmente en un contexto donde estas estrategias pueden influir directamente en las preferencias locales (Dave Chaffey, 2012). El análisis de

Jiménez y SMID sobre desafíos específicos en Latinoamérica y Bolivia se conecta directamente con la investigación de Mendoza Pacheco al considerar las características sociodemográficas particulares de Sucre. Los casos de éxito de Fuente y Carrillo resaltan la necesidad de adaptabilidad, en línea con el comportamiento digital local identificado por Mendoza Pacheco. En conjunto, estos hallazgos revelan la importancia de estrategias adaptadas a las preferencias locales, fusionando principios teóricos generales con lecciones específicas del comportamiento digital sucrense.

Capítulo III PROPUESTA

Basados en la idea a defender de proponer un plan de marketing q sea exitoso para las empresas de sucre, se tiene los siguientes objetivos

Objetivo General:

Proponer un plan de marketing digital que sea considerado exitoso para las empresas de Sucre

Objetivos Específicos:

- Aumentar la visibilidad de la empresa en Facebook en un 30% en los próximos seis meses.
- Incrementar las interacciones y participación de la audiencia en al menos un 20%.
- Lograr un aumento del 15% en las conversiones directas desde la plataforma.

2. Beneficiarios del Plan de Marketing:

- Las empresas que desean ingresar al entorno digital

3. Plan de Marketing Modelo Exitoso:

- Se presenta el desarrollo de un plan de marketing exitoso para las empresas de sucre

A continuación, se detalla la información del plan de marketing pro puesto

3.1 PLAN DE MARKETING

Un **plan de marketing** es una herramienta estratégica que organiza y estructura las acciones y estrategias que una empresa implementará para alcanzar sus objetivos comerciales. Este plan abarca diversas áreas, incluyendo la investigación de mercado, la identificación del público objetivo, la selección de canales de promoción y publicidad, y la asignación de recursos. (Kotler P. &, 2017)

3.1.1 PLAN DE MARKETING PROPUESTO

Objetivo General

Proponer un plan de marketing digital que sea considerado exitoso para las empresas de Sucre

Objetivos Específicos:

- Aumentar la visibilidad de la empresa en Facebook en un 30% en los próximos seis meses.
- Incrementar las interacciones y participación de la audiencia en al menos un 20%.
- Lograr un aumento del 15% en las conversiones directas desde la plataforma.

Buyer persona

Datos demográficos:

- Edad: 15-55
- Ingresos: 2250 bs o +
- Lugar: sucre Bolíva

Perfil de la persona:

- Personas con un Smartphone
- Usuarios de redes sociales

Estrategias de marketing:**Producto:**

- Contenido publicitario y de entretenimiento de redes sociales videos e imágenes e Facebook

Precio:

- El precio de la publicidad en Facebook es variable y se ajusta cualquier presupuesto debido a sus facilidades los precios van desde los 11 USD de manera semanal

Promoción:

- *Publicidad Segmentada:* Utilizar anuncios de Facebook dirigidos a la audiencia sucrense.
- *desarrollar contenido de entretenimiento (recetas en base a productos) para captar un público mayor*
- Participar activamente en grupos y comunidades locales de Facebook

PLAZA:**Ventas Directas a través de Facebook:**

- Integrar opciones de compra directa en la plataforma.
- Facilitar el proceso de compra con enlaces directos a productos.

3.1.2 justificación de plan de marketing

La implementación del plan de marketing propuesto se justifica en base a varios aspectos cruciales para el éxito empresarial y la solución del problema de investigación:

- **Relevancia del Marketing Digital:** En la era actual, el marketing digital se ha vuelto fundamental para la visibilidad y el éxito de las empresas. La propuesta se basa en la necesidad de adaptarse a las tendencias digitales, aprovechando la presencia en Facebook, una plataforma ampliamente utilizada.
- **Alcance de la Audiencia Objetivo:** Facebook es una plataforma con una base diversa de usuarios. La propuesta busca aprovechar esta amplitud para llegar de manera efectiva a la audiencia objetivo de las empresas en Sucre, maximizando así el impacto de las estrategias de marketing.
- **Personalización y Engagement:** La propuesta se centra en las 4P del marketing aplicadas a Facebook, permitiendo la personalización de mensajes y estrategias. La interacción constante con la audiencia a través de esta plataforma facilita la construcción de relaciones sólidas, lo cual es crucial para el éxito en marketing digital.
- **Medición de Resultados:** El plan incluye indicadores clave de rendimiento (KPIs) que permitirán evaluar el impacto de las estrategias implementadas.
- **Contribución a la Solución del Problema de Investigación:** La propuesta aborda directamente los objetivos específicos de la investigación al identificar y evaluar los tipos de marketing digital utilizados en Sucre, analizar el papel de las redes sociales y proponer pasos concretos para el desarrollo de un plan de marketing digital adaptado a la realidad local.

En conjunto, la aplicación de este plan de marketing digital en Facebook se presenta como un medio eficaz para mejorar la visibilidad, el engagement y el

impacto general de las empresas en Sucre, contribuyendo directamente a resolver el problema planteado en la investigación.

3.1.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El análisis detallado del marketing digital exitoso en Sucre revela que la adaptación a las estrategias digitales es esencial para la competitividad empresarial. La presencia en Facebook y la personalización de estrategias son elementos clave que emergen como factores determinantes para el éxito en el contexto local.

3.1.3.1 Conclusiones

El investigador concluye lo siguiente de acuerdo a los objetivos planteados

Identificar los tipos de marketing digital utilizados por las empresas de Sucre: La diversificación de estrategias, como la cobertura de eventos y el uso de videos e imágenes en Facebook, destaca la necesidad de variedad para alcanzar audiencias específicas en Sucre.

Evaluar el papel de las redes sociales en las estrategias de marketing digital en Sucre: La preferencia por Facebook como plataforma principal refleja la importancia de esta red social en las estrategias de marketing en Sucre. El alcance de contenido y la interacción constante son elementos cruciales.

Explicar los pasos para el desarrollo de un plan de marketing digital para empresas de Sucre: El plan propuesto basado en las 4P del marketing, con un enfoque especial en Facebook, establece una guía clara y adaptable para el desarrollo de estrategias digitales en empresas sucrenses. La importancia de la medición de resultados se destaca para la toma de decisiones informadas.

Por lo tanto, el análisis y conclusión de los objetivos específicos respaldan la implementación del plan de marketing digital propuesto. Este plan, enfocado en Facebook y adaptado a la realidad local, se presenta como una respuesta directa a los desafíos identificados, proporcionando a las empresas sucrenses las herramientas necesarias para destacar en el entorno digital y mejorar su posición en el mercado local.

3.1.3.2 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones planteadas por el investigador se basan en el análisis, recolección de datos la interpretación de estos mismos por lo tanto estas son las recomendaciones:

Diversificación de Plataformas Digitales: Aunque Facebook es una plataforma dominante, se recomienda explorar otras redes sociales populares entre la población sucreña, como Instagram y Twitter. La diversificación aumentará la visibilidad y alcance de las estrategias de marketing digital.

Capacitación en Analítica Digital: Dado que la medición de resultados es crucial, se sugiere proporcionar capacitación en herramientas de analítica digital. Esto permitirá una evaluación más precisa del rendimiento de las estrategias implementadas, facilitando la toma de decisiones informadas.

Adaptación Continua: El marketing digital es dinámico, por lo que se recomienda mantenerse actualizado con las tendencias y tecnologías emergentes. La adaptación continua garantizará la relevancia de las estrategias a medida que evoluciona el panorama digital.

Fomentar la Colaboración: Se sugiere establecer colaboraciones con figuras relevantes en la comunidad sucreña. Esta estrategia puede amplificar el alcance de las campañas y fortalecer la conexión con la audiencia local.

Implementación Gradual de Estrategias: Considerando la reticencia hacia cambios bruscos, se recomienda implementar las estrategias propuestas de manera gradual. Esto permitirá una transición más suave y una mejor aceptación tanto interna como externa.

Estas recomendaciones están diseñadas para fortalecer la efectividad del plan de marketing digital propuesto, asegurando una adaptación adecuada a las particularidades de Sucre y maximizando el impacto en el mercado local.

Bibliografía

- Cárdenas Camacllanqui Lesly, E. C. (2021). Evolución del Marketing Digital en las empresas. Revisión. *Evolución del Marketing Digital en las empresas. Revisión*. Universidad Cesar Vallejo, LIMA.
- Carrillo, H. M. (2020). Marketing Digital en Empresas Exitosas: Estudio de Caso. *Journal of Digital Success*, 8(1), 32-48.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2021). *Informe sobre brecha digital en Bolivia*. Mexico.
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Fuente, O. (2019). Estrategias Digitales: Un Enfoque Práctico. *Revista de Marketing Digital*, 45-60.
- infoautonomos. (12 de 9 de 2022). *Infoautonomos*. Obtenido de Infoautonomos: <https://www.infoautonomos.com/marketing-y-ventas/12-casos-exito-autonomos-pymes-redes-sociales/>
- Jimenez, C. (2017). *Marketing digital en latinamerica: tendencias y desafios*. La Paz.
- Kotler, P. &. (2017). Principios de marketing. En P. &. Kotler, *Principios de marketing*. Nueva York: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0 Moving from traditional to digital*. New Jersey.: John Wiley & Sons, Inc.
- Pacheco, i. M. (2017). Publicidad digital y redes sociales dirigidas a jóvenes de la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 1-2.
- Ryan Deiss, R. H. (2020). *Digital Marketing for Dummies*. New Jersey: For Dummies.
- smid. (16 de Junio de 2020). *Smid media center*. Obtenido de Smid media center: <https://smid.com.bo/blog/marketing-digital-en-bolivia/>

ANEXOS

Anexo 1.

Entrevista realizada a encargados de marketing y publicidad con las siguientes preguntas

NOMBRE COMPLETO

CARGO OCUPADO

¿Cuáles son las estrategias de marketing digital que han implementado con mayor éxito en su empresa?

¿En qué redes sociales o plataformas digitales han centrado sus esfuerzos?"

¿Cuáles son los indicadores clave de rendimiento (KPIs) que consideran más importantes para medir el éxito?

¿Cuáles han sido los principales desafíos al implementar estrategias de marketing digital?

¿Cómo han superado obstáculos específicos en el camino?

Desde la perspectiva de su empresa, ¿Cómo definen el éxito en términos de marketing digital?

¿Qué lecciones han aprendido a lo largo de su experiencia en marketing digital?

¿En qué áreas específicas buscan mejorar o ajustar sus estrategias?

¿Cómo evalúan el impacto general del marketing digital en la consecución de sus objetivos comerciales?

¿Han experimentado un aumento en la visibilidad de la marca y las ventas como resultado?

¿Cómo ven el futuro del marketing digital en el contexto empresarial de Sucre?

¿Tienen planes para expandir o modificar sus estrategias en el futuro cercano?

Las preguntas se realizaron con el objetivo de recabar información de campañas exitosas de marketing digital