

## ÍNDICE

ABSTRACT .....	ii
RESUMEN .....	iii
ÍNDICE .....	i
FIGURAS .....	v
TABLAS .....	vi
CAPÍTULO I .....	2
1.1 Antecedentes de los programas de desarrollo comunitario .....	2
Programa agua para pequeñas comunidades .....	2
Programa de desarrollo comunitario Universidad EARTH .....	3
Programa de desarrollo rural y comunitario .....	3
Programa de planificación y gestión territorial adaptativa .....	4
Programa de apoyo al desarrollo biopsicosocial .....	4
Programa Mi barrio, mi hogar .....	4
1.2 Identificación del problema.....	6
1.3 Planteamiento del problema.....	7
1.3.1 Descripción del árbol de problema .....	8
1.4 Objetivos .....	9
1.4.1 Objetivo general.....	9
1.4.2 Objetivos específicos.....	9
1.5 Justificación.....	9
1.5.1 Justificación temática .....	9
1.5.2 Justificación institucional .....	10
1.5.3 Justificación social .....	11
1.6 Límites .....	11
1.6.1 Límite institucional .....	11
1.6.2 Límite académico .....	12
1.7 Alcance .....	12
1.7.1 Alcance temático.....	12
1.7.2 Alcance geográfico.....	12
1.7.3 Alcance temporal .....	13
CAPÍTULO II.....	14

2.1 Marco referencial.....	14
2.1.1 Antecedentes de la institución VLIR-OUS .....	14
Población del Municipio de San José de Chiquitos .....	15
2.1.2 Antecedentes de la Universidad Católica Boliviana ‘‘San Pablo’’ .....	16
2.2 Marco teórico .....	19
2.2.1 Estrategia .....	19
2.2.2 Comunicaciones Integrada de Marketing (CIM) .....	21
2.2.3 Concepto y características de la promoción .....	22
2.2.4 Métodos de promoción .....	24
2.2.5 El proceso de comunicación y la promoción .....	25
2.2.6 Publicidad .....	27
2.2.7 Relaciones públicas .....	28
2.2.8 Marketing directo .....	30
CAPITULO III .....	31
3.1 Diseño metodológico .....	31
3.1.1 Métodos usados.....	31
3.1.3 Diseño de investigación.....	32
3.1.4 Selección de la población .....	33
3.1.5 Técnicas o instrumentos de investigación .....	33
3.2 Validación del instrumento .....	34
CAPÍTULO IV .....	35
4.1 Resultados y discusión de primera herramienta .....	38
4.1.1. Promedio de memorización y recordación del programa .....	38
4.1.2 ¿Considera que el desarrollo de una estrategia de promoción (mejorar su imagen de marca) dentro de la Universidad Católica Boliviana ‘‘San Pablo’’ Unidad Académica Regional Santa Cruz y el Municipio de San José de Chiquitos, para el programa de desarrollo es necesario? .....	38
4.1.3 ¿Cree que mejoraría la percepción académica de la Universidad, al realizar una promoción para el Programa? .....	39
4.1.4. ¿Actualmente tiene conocimiento de alguna de las investigaciones realizadas o actividades que generan extensión universitaria a la Universidad con sus pares y sociedad? .....	39
4.1.5 ¿Por qué medio de promoción percibió las investigaciones y actividades de extensión académica?.....	40

4.1.6 ¿Qué medio usted usaría para promover el Programa? .....	41
4.1.7 En relación al nombre del Programa, si usted pudiera cambiarlo, ¿Cuál le parece la mejor forma de denominarlo? O sugiera un nombre en la opción “otros”.....	42
4.1.8 En relación a la frase que acompañaría a la denominación del programa, ¿Cuál sería la mejor opción a su criterio? .....	43
4.1.9 ¿En cuanto a la gama de colores cuál cree usted que sea más representativo para el programa? .....	44
4.2 Resultado y discusión de segunda herramienta de entrevista .....	45
4.2.1 Escoja la paleta de colores representativa para el programa (solo una opción) ..	45
4.2.2 Escoja el nombre del programa que cree usted, mejor lo representaría (solo una opción) .....	46
4.2.3 Escoja el eslogan del programa que lo representaría mejor (solo una opción) ...	47
4.2.4 Escoja la red social que cree usted que dará mayor alcance para la difusión: [Medios digitales] .....	48
4.2.6 ¿Cuál de los anteriores diseños se siente más identificado y considera pertinente incorporar para la difusión del programa? .....	50
4.3 Resultado Final.....	51
4.3.1 Resultado de la denominación del programa.....	51
4.3.2 Resultado de los canales de comunicación.....	52
4.3.3 Resultado para el diseño y marca.....	52
CAPÍTULO V .....	54
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING PARA EL PROGRAMA DE DESARROLLO COMUNITARIO INCLUSIVO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN VULNERABLE RURAL Y URBANA EN REGIONES DE BOLIVIA.....	54
5.5 Esquema de la propuesta.....	58
5.5.1 Diseño de estrategia marketing digital.....	59
Instagram.....	59
YouTube.....	63
Facebook .....	66
Página Web.....	68
5.5.2 Diseño de relaciones publicas .....	70
5.5.3 Diseño de promoción .....	72
Material promocional.....	72
Nombre sugerido .....	72

Eslogan sugerido.....	72
Logotipo sugerido .....	72
5.5.4 Diseño publicitario.....	73
Radio .....	73
WhatsApp.....	73
5.6 Presupuesto de los diseños de estrategia .....	74
5.7 Impacto de la estrategia de comunicación integrada de marketing para el programa de Desarrollo Comunitario Inclusivo Para Mejorar La Calidad De Vida De La Población Vulnerable Rural Y Urbana En Regiones De Bolivia .....	74
CAPITULO VI .....	78
6.1 Conclusiones .....	78
6.2 Recomendaciones .....	79
Referencia.....	80