



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración;
denominada**

**PLAN DE MARKETING BASADO EN REDES SOCIALES
COMO SOPORTE A LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
DEL COLEGIO DEPORTIVO ADEU - CHICLAYO: CASO
DEL USO DE FACEBOOK**

AUTOR:

Bach. AVELLANEDA TELLO WILMER JUAN

PIMENTEL – PERÚ

2012

Resumen

Nuestra sociedad está cambiando y lo hace a una velocidad tan increíblemente vertiginosa y de una manera tan profunda que seguramente no somos todavía conscientes. Actualmente parece que todos los días nace una nueva red social que intenta captar la atención de los consumidores. Hoy en día, las redes sociales dominan nuestras vidas cambiando las formas de comunicación; lo que ha provocado cambios en las relaciones entre clientes y empresas. Este estudio busca ser un aporte en el conocimiento del Marketing basado en redes sociales y así mismo convertirse en un apoyo a mejorar la competitividad empresarial del Colegio Deportivo ADEU de la ciudad de Chiclayo.

El objetivo de la investigación es proponer un Plan de Marketing basado en Redes Sociales como soporte a la Competitividad Empresarial del Colegio Deportivo ADEU con el uso de Facebook. El estudio es de tipo descriptivo y propositivo, con un diseño no experimental y transversal; donde se contó con una población de 336 personas y una muestra de 179 de quienes se obtuvo la información.

Los resultados obtenidos en la presente investigación revelan que los estudiantes del Colegio Deportivo ADEU no recomiendan el servicio educativo de la institución a través de la Red Social Facebook. Expresan también, que no les gusta el contenido de la Fan Page de la institución y se resalta un alto grado de desmotivación a recomendar la página Facebook del Colegio. Existen otros aspectos importantes como el diseño de la página el cual no es atractivo para los estudiantes, además se encuentran descontentos con la información publicada en el perfil y la fan page. Otra información resaltante es sobre la utilidad que les gustaría tener de la red social Facebook, usándola como medio de comunicación rápida y efectiva entre estudiantes y docentes. Por tal motivo se recomienda la implementación del plan de marketing basado en redes sociales, con el uso de Facebook; orientado a mejorar aspectos de comunicación, visibilidad, influencia, fidelización y utilidad que se puede obtener usando la Red Virtual más grande del mundo con más de 900 millones de usuarios, Facebook.