



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN MARKETING**

**PLAN ESTRATÉGICO DE TRANSFORMACION DIGITAL PARA
INCREMENTAR LAS VENTAS DE “NEX CONSULTING” A TRAVÉS DE
CAMPAÑAS ONLINE LIMA 2025**

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Marketing

**BRAVO CARDENAS KARLA ESTEFANIA
(0009-0005-8632-4210)**

Lima – Perú

2024

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios magnifico creador de todas las cosas y a mi esposo Andrés Moscoso, que han permitido darme las fuerzas, el coraje, voluntad y dedicación para alcanzar el objetivo trazado.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	10
Introducción.....	12
Capítulo I: Análisis de la Empresa	14
Filosofía empresarial.....	14
Misión:.....	14
Visión:	14
Valores:.....	14
Situación actual de la empresa.....	15
Problemática	16
<i>Desigualdad de Acceso.....</i>	<i>16</i>
<i>Principales desafíos en la transformación digital Nex Consulting</i>	<i>17</i>
Oportunidades de Crecimiento de Nex Consulting para el 2025: Datos y cifras económicas ...	17
<i>Crecimiento de la inversión en publicidad digital:</i>	<i>17</i>
<i>Preferencias digitales del consumidor peruano:</i>	<i>18</i>
<i>Impacto de nuevas tecnologías y tendencias:</i>	<i>18</i>
Impacto de la digitalización en PYMES peruanas:	19
<i>Adopción tecnológica y oportunidades según el tamaño de la empresa</i>	<i>19</i>
Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos:	20
<i>Objetivo 1:</i>	<i>20</i>
<i>Objetivo 2:</i>	<i>20</i>
<i>Objetivo 3:</i>	<i>20</i>
<i>Objetivo 4:</i>	<i>21</i>
Análisis Interno y Externo.....	22
Análisis Interno: FODA.....	22
Análisis Externo: PESTEL	24
<i>Político:.....</i>	<i>24</i>
<i>Económico:</i>	<i>29</i>
<i>Sociales</i>	<i>33</i>
<i>Tecnológicos</i>	<i>36</i>

<i>Ecológicos (Ambientales)</i>	39
<i>Legales</i>	41
Benchmarking.....	42
Descripción del Producto o Servicios	46
Implementación de Sistemas de Gestión ISO:	46
Consultoría en Mejora Continua.....	46
Auditoría Interna y de Cumplimiento:.....	47
Capacitación y Desarrollo de Competencias:	47
Consultoría en Transformación Digital:	48
Valoraciones del Servicio:.....	48
Capítulo II: Público Objetivo	49
Mercado Objetivo	49
Segmentación del Mercado	49
<i>Geográfica:</i>	49
<i>Demográfica:</i>	49
<i>Psicográfica:</i>	50
Tamaño muestral:	51
<i>Interpretación de los Resultados</i>	51
<i>Población General de Empresas en Lima</i>	52
<i>Distribución de empresas por tamaño y sector (INEI, 2023)</i>	53
<i>Sectores específicos relevantes:</i>	56
<i>Identificar la distribución de empresas por distrito</i>	56
<i>Distribución Aproximada por Distrito:</i>	57
<i>Calcular la muestra proporcional</i>	57
<i>Criterios para priorizar distritos</i>	57
Demanda.....	58
<i>Demanda Primaria</i>	58
<i>Demanda Selectiva</i>	61
Investigación de Mercados	64
<i>Preguntas filtro (del mercado objetivo)</i>	64
<i>Preguntas comerciales (expectativas del servicio)</i>	64
<i>Preguntas demográficas (características de la empresa)</i>	65

<i>Preguntas sobre medios de pago (formas de pago preferidas)</i>	66
<i>Preguntas sobre competencias (competidores del mercado)</i>	67
<i>Análisis e interpretación de encuestas</i>	68
Perfil del Cliente (Buyer Persona).....	84
Capítulo III	87
Estrategias De Marketing Mix Y Marketing Digital	87
Estrategias de Marketing Mix.....	87
<i>Producto</i>	87
<i>Precio:</i>	88
<i>Plaza</i>	89
<i>Promoción</i>	89
<i>Personas</i>	90
<i>Procesos</i>	91
<i>Evidencia física (Physical Evidence)</i>	91
Estrategias de Marketing Digital	93
<i>LinkedIn (Red profesional)</i>	94
<i>Google Ads (Publicidad en motores de búsqueda)</i>	94
Canales de comunicación	96
<i>LinkedIn (Red profesional)</i>	96
<i>Google Ads (Publicidad en motores de búsqueda)</i>	96
<i>WhatsApp Business</i>	97
<i>Sitio web Optimizados (SEO)</i>	98
<i>Email Marketing (Correo Electrónico)</i>	98
<i>Webinars y YouTube (Marketing Educativo)</i>	99
Plan de Contenido.....	101
<i>LinkedIn (Red profesional)</i>	101
<i>Google Ads (Publicidad en motores de búsqueda)</i>	103
<i>WhatsApp Business</i>	104
<i>Sitio web Optimizados (SEO)</i>	105
<i>Email Marketing (Correo Electrónico)</i>	106
<i>Webinars y YouTube (Marketing Educativo)</i>	106
Capítulo IV:	109

Plan de Acción y Presupuesto.....	109
Plan de Acción.....	109
<i>Objetivo general:</i>	109
Diagrama de GANTT:.....	112
<i>Duración:</i>	113
<i>Procesos:</i>	115
<i>Presupuesto</i>	117
<i>Estado de Resultado:</i>	118
<i>Costo Fijos Mensuales</i>	121
<i>Costos Variables (Por Frecuencia de Ejecución)</i>	122
Presupuesto total y ROI.....	122
<i>Cálculo de presupuesto Anual</i>	122
Conclusiones y Recomendaciones	124
Conclusión 1.....	124
Recomendación 1	124
Conclusión 2.....	125
Recomendación 2	125
Conclusión 3.....	125
Recomendación 3	126
Conclusión 4.....	126
Recomendación 4	126
Conclusión General	127
Recomendación General.....	127
Referencias Bibliográficas	128

Índice de Tablas

Tabla 1.	Análisis de Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).....	22
Tabla 2.	Matriz del Análisis Interno y Externo: FODA	23
Tabla 3.	Benchmarking competencia directa de NEX Consulting.....	43
Tabla 4.	Benchmarking competencia indirecta de NEX Consulting..... ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 5.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	45
Tabla 6.	Segmentación del Mercado	50
Tabla 7.	Resumen de Estrategias de Marketing Mix.....	92
Tabla 8.	Resumen de Estrategias de Marketing Digital	95
Tabla 9.	Resumen de canales de comunicación	100
Tabla 10.	Resumen de plan de contenido.....	107
Tabla 11.	Actividad: Plan de acción detallado.....	110
Tabla 12.	Calendario de Actividades Anual.....	112
Tabla 13.	Duración: Plan de acción detallado.....	114
Tabla 14.	Matriz de Procesos	115
Tabla 15.	Costos de Nex Consulting.....	121
Tabla 16.	Inversión Anual Para la Propuesta.	122

Índice de Figuras

Figura 1.	Resultados de Inversión en Publicidad Digital 2023	18
Figura 2.	Informalidad de las Mypes en el 2022	52
Figura 3.	Informalidad Histórica de las Mypes	53
Figura 4.	Cantidad de Mypes en % en el Perú.....	54
Figura 5.	Cantidad de Pymes Formales en el Perú	55
Figura 6.	Pymes Formales por Tamaño de empresas	56
Figura 7.	Histórico de Ventas de las Mypes en el Perú 2007 -2021.....	58
Figura 8.	Evolución de la demanda	63
Figura 9.	Pregunta 1.....	68
Figura 10.	Pregunta 2.....	69
Figura 11.	Pregunta 3.....	70
Figura 12.	Pregunta 4.....	71
Figura 13.	Pregunta 5.....	72
Figura 14.	Pregunta 6.....	73
Figura 15.	Pregunta 7.....	74
Figura 16.	Pregunta 8.....	75
Figura 17.	Pregunta 9.....	76
Figura 18.	Pregunta 10.....	77
Figura 19.	Pregunta 11.....	78
Figura 20.	Pregunta 12:.....	79
Figura 21.	Pregunta 13:.....	80
Figura 22.	Pregunta 14:.....	81
Figura 23.	Pregunta 15:.....	82

Figura 24.	El Buyer Persona.....	85
Figura 25.	Comportamiento del Cliente	¡Error! Marcador no definido.
Figura 26.	Servicios de NEX Consulting.....	88
Figura 27.	Plataforma Dinámica Web de NEX Consulting.....	89
Figura 28.	Estado de Situación Financiera de Nex Consulting	117
Figura 29.	Estado de Resultados de NEX Consulting	118
Figura 30.	Análisis Económico y financiero de NEX Consulting.....	119
Figura 31.	Análisis Vertical de NEX Consulting	120

Resumen Ejecutivo

El presente Trabajo de Aplicación Profesional tiene como objetivo investigar e implementar una metodología especializada en transformación digital en el corto plazo para Nex Consulting, para poder incrementar su competitividad y sus ventas de servicios. A lo largo del desarrollo, se analizarán las oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades internas de la empresa, con el fin de determinar el estado actual de la organización, su posicionamiento en el mercado y el impacto directo en sus ventas. La metodología está compuesta por un análisis integral de los servicios, consultoría remota programadas de manera mensual, desarrollo de webinars trimestrales, auditorías SEO, mejora de procesos, dentro de una estrategia basada en las 7Ps (producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física). Los principales resultados de estrategia de digitalización para Nex Consulting, buscan mejorar su competitividad a través de la tecnología, manteniendo y priorizando sus aspectos clave como la accesibilidad del servicio, la experiencia del cliente y la calidad del soporte ofrecido. La inversión inicial es de S/. 35,000 para el primer semestre del año 2025, con un retorno esperado en el segundo año de operaciones, basado en la proyección de crecimiento anual del 15%. Se identificaron riesgos clave como la competencia nacional y la volatilidad económica con la recesión económica en nuestro país por motivos sociales y políticos. El presente trabajo concluye y destaca, que con la implementación de estrategia digital podremos llegar a segmentos de mercados diversos, como Pymes o Empresas corporativas en Lima, así mismo la diferenciación y calidad de nuestros servicios con alianzas estratégicas, las cuales incrementaran el valor real de Nex Consulting. En conclusión, la relación entre el marketing digital, la transformación digital e incremento de ventas de servicios de Nex Consulting, es directa y significativa, generando oportunidad de incrementos de servicios y toma de decisiones para sus clientes. Esta transformación digital

mantiene un potencial de expansión en el corto y mediano plazo, respaldado por un plan financiero sólido y estrategias de marketing digital efectivas.

El contenido del proyecto se estructura en varios capítulos. En el **Capítulo I**, se aborda la introducción, que incluye el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, así como la justificación del proyecto. El **Capítulo II** se enfoca en el análisis de mercado, donde se identifican las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que influyen el servicio de consultoría en transformación digital. El **Capítulo III** describe las estrategias de marketing desarrolladas, basadas en las 7Ps, que incluyen el producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física. Finalmente, en el **Capítulo IV**, se presentan las conclusiones y recomendaciones, las cuales son resultado del análisis integral de los datos y la implementación de las estrategias planteadas en el plan de marketing.

Palabras clave: *Transformación digital; consultoría remota; digitalización; auditoría SEO.*