

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN MARKETING

"PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA ELEVAR LAS VENTAS DE COMIDA RÁPIDA DE LA MARCA BRAVAZO"

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

DANIEL JAIME CARHUANCHO

(0009-0008-2761-4295)

Lima – Perú

2026

***Dedicatoria*:**

A mis padres, mis hermanos y todas las personas que me apoyaron en este recorrido importante en mi vida profesional.

Daniel Jaime Carhuancho.

Contenido

Resumen Ejecutivo 7
Introducción 8
Capítulo I: Análisis de la Empresa 9
Filosofía Empresarial 9
Situación actual de la empresa 9
Objetivos: 25
Análisis interno y externo 26
Análisis interno **26**
Análisis externo **27**
Descripción del producto o servicios 27
Capitulo II: Público objetivo 28
Mercado Objetivo 28
Segmentación **29**
Demanda **30**
Investigación de mercados 31
Entrevista focus Group **45**
Entrevista para mi proyecto de investigación de la carrera Marketing – YouTube **46**
Perfil de consumidor 48
Comportamientos del consumidor 49
Capitulo III: Estrategias De Marketing Mix y Marketing Digital 50
Estrategias de Marketing Mix 51
Estrategias de marketing digital 57
Canales de Comunicación 62
Plan de contenido 63
Capítulo IV: Plan De Acción Y Presupuesto 64
Plan de Acción 64
Actividades: **64**
Duración **66**
Responsables **66**
Proceso **66**
Presupuesto 66
Análisis del presupuesto mensual **67**
Análisis del presupuesto anual **69**
Análisis de la proyección presupuestal a 5 años **72**
Conclusiones 73

Recomendaciones..... 74
Anexos..... 76
Transcripción de focus group..... 76
Transcripción Charla Con Experto En Administración de Empresas..... 88
Referencias Bibliográficas.....107

INDICE DE TABLAS

tabla 1: FODA 11
tabla 2: Matriz DAFO..... 12
tabla 3: tabla de frecuencia 1 34
tabla 4: tabla de frecuencia 2 35
tabla 5: tabla de frecuencia 3 36
tabla 6: tabla de frecuencia 4 37
tabla 7: tabla de frecuencia 5 38
tabla 8: tabla de frecuencia 6 39
tabla 9: tabla de frecuencia 7 41
tabla 10: tabla de frecuencia 8 42
tabla 11: tabla de frecuencia 9 43
tabla 12: tabla de frecuencia 10 44
tabla 13: plan de contenido digital para bravazo. 63
tabla 14: seguimiento de procesos del plan de acción. 66
tabla 15: presupuesto mensual para mtketing digital de bravazo 67
tabla 16: Presupuesto promedio para marketing Digital de Bravazo para el año 2026..... 69
tabla 17: presupuesto estimado del plan de marketing para bravazo en los posteriores 5 años considerando un promedio de 2% de inflación anual. 71

INDICE DE FIGURAS

figura 1: línea de tiempo 10
figura 2: cumbre pyme 2025 15
figura 3: crecimiento mensual de restaurantes 17
figura 4: Jóvenes consumiendo comida rápida 18
figura 5: expansión de consumo por delivery 20
figura 6: envases biodegradables 21
figura 7: Inspección sanitaria 23
figura 8: logo de marca 24
figura 9: segmentación 30
figura 10: formula de la muestra 33
figura 11: pregunta 1 35
figura 12: pregunta 2 36
figura 13: pregunta 3 37
figura 14: pregunta 4 38
figura 15: pregunta 5 39
figura 16: pregunta 6 40
figura 17: pregunta 7 41
tigura 18: pregunta 8 42
figura 19: pregunta 9 43
figura 20: pregunta 10 44
figura 21: focus group 45
figura 22: focus group 45
figura 23: consulta profesional 46
figura 24: consulta profesional 47
figura 25: productos de bravazo 51
figura 26: productos de bravazo 52
figura 27:precios de bravazo en rappi 52
figura 28:precios de bravazo en whatsapp 53
figura 29: precios de bravazo en pedidos ya 53
figura 30: canales de distribución 54
figura 31: promociones en plataforma de pedidos ya 54
figura 32: influencer de ejemplo 1 (elcholomena) 55
figura 33: influencer de ejemplo 2 (acomer.pe) 55
figura 34: ejemplo de anuncio pagado en facebook 56
figura 36: ejemplos de publicaciones virales en tik tok 56
figura 35: ejemplos de publicaciones en instagram 57
figura 37: ranking de usuarios de redes sociales 58
figura 38: anuncio elaborado para redes de bravazo 59
figura 39: anuncio elaborado para redes de bravazo 60
figuras 40: publicidad elaborada para bravazo tik tok (fotos en carrusel) 61
figura 41: logo de tik tok 62
figura 42: logo instagram 62
figura 43: logo facebook 62
figura 44: logo whatsapp business 63

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación aborda a la empresa BRAVAZO, una hamburguesería especializada en comida rápida en la ciudad de Lima. El estudio tiene como objetivo analizar el entorno y las oportunidades de crecimiento de la marca. En la investigación de marketing digital considera factores internos y externos que influyen en el desempeño y posicionamiento de la marca dentro del mercado actual. A lo largo de la siguiente investigación se identificó que el sector de comida rápida continúa mostrando una tendencia de crecimiento en el Perú por los hábitos acelerados de consumo de las personas y el incremento del uso de plataformas digitales, estas mismas representan herramientas importantes para el desarrollo de estrategias de marketing digital. La investigación también permitió reconocer distintos factores que afectan a los negocios de comida rápida como la inflación, competencia, cambio de hábitos del consumidor y la adaptación a la tecnología. De la misma manera se identificó que la atención al cliente, la calidad del producto y la experiencia de consumo influyen en la decisión de compra de los consumidores. Además, como parte del desarrollo se incluyó la opinión de un especialista que aportó una visión profesional sobre las tendencias actuales del sector de comida rápida, la importancia de Branding y el impacto de las redes sociales. Al final, se proponen algunas recomendaciones para que BRAVAZO pueda seguir creciendo y se mantenga competitivo en el mercado de comida rápida.

Palabras clave: comida rápida, posicionamiento, marketing, metodología, tecnología, negocio, redes sociales, plataforma, mercado, competitivo.