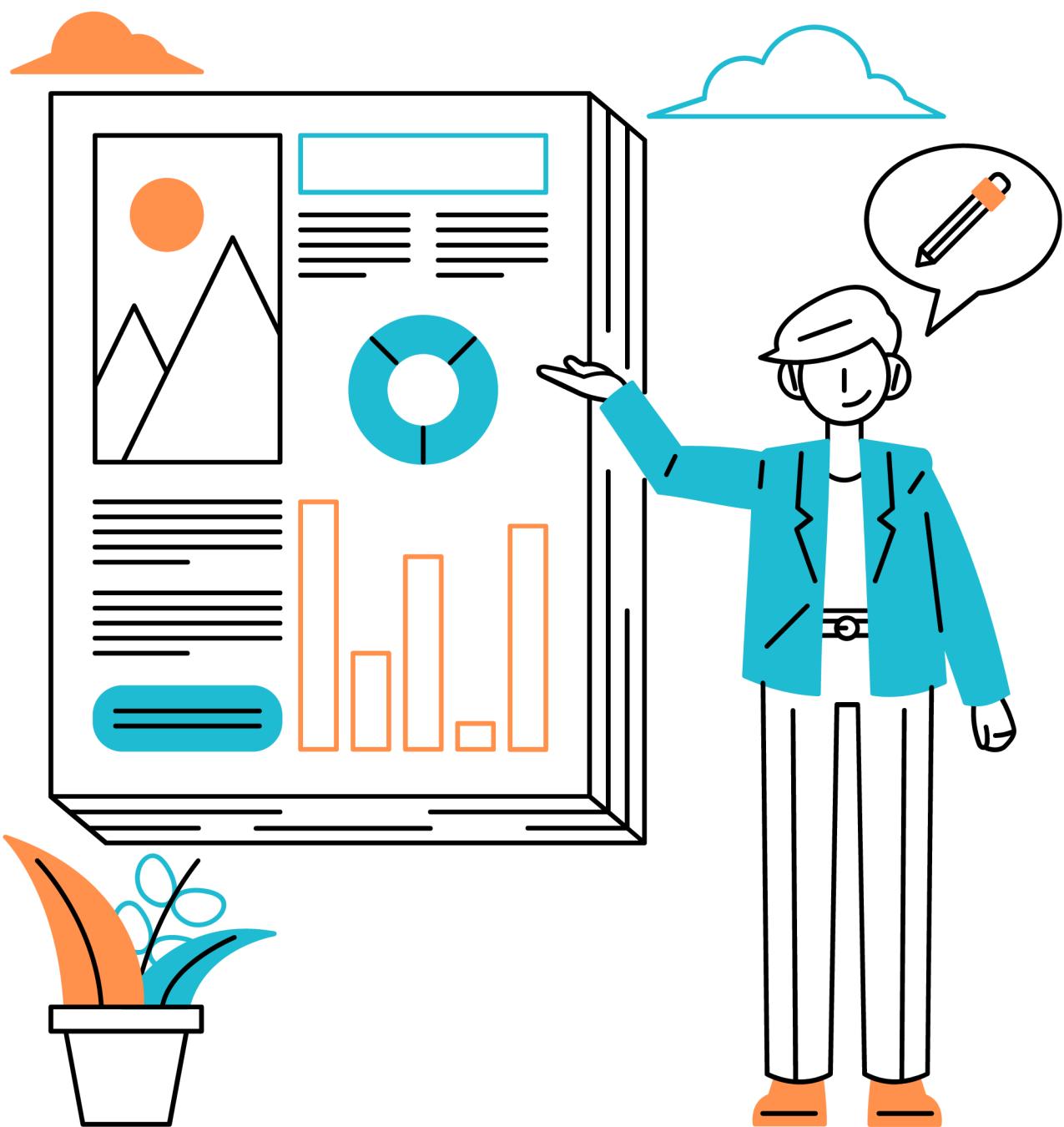


# PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO DE TECSUP (2025-2026)

## Integrantes:

- Aldana Vento Jhersin
- Valladolid Castro Jhon
- Poma Poma Frank



Donde la tecnología y el conocimiento construyen tu éxito.

# Agenda

Presentación de los temas principales a desarrollar en la presentación:

- Análisis
  - a. Análisis interno
  - b. Análisis de la competencia
  - c. Análisis de los consumidores y el mercado
  - d. Resumen de análisis (FODA)
- Marketing Estratégico
  - e. Ventajas competitivas
  - f. Segmentación
  - g. Posicionamiento
  - h. Objetivos SMART
- Marketing Operativo
  - i. Las 4P's
  - j. Plan de puesta en marcha
  - k. Plan económico
- Plan de contingencia



# Análisis

# Análisis Interno

---

- **Infraestructura:**

Laboratorios avanzados, simuladores técnicos.

- **Reputación:**

97% de empleabilidad para egresados.

- **Acreditaciones:**

Licenciamiento SUNEDU y certificaciones internacionales (ABET).

- **Desafíos:**

Cobertura limitada en algunas regiones.



# Análisis de la Competencia

## Competencia directa



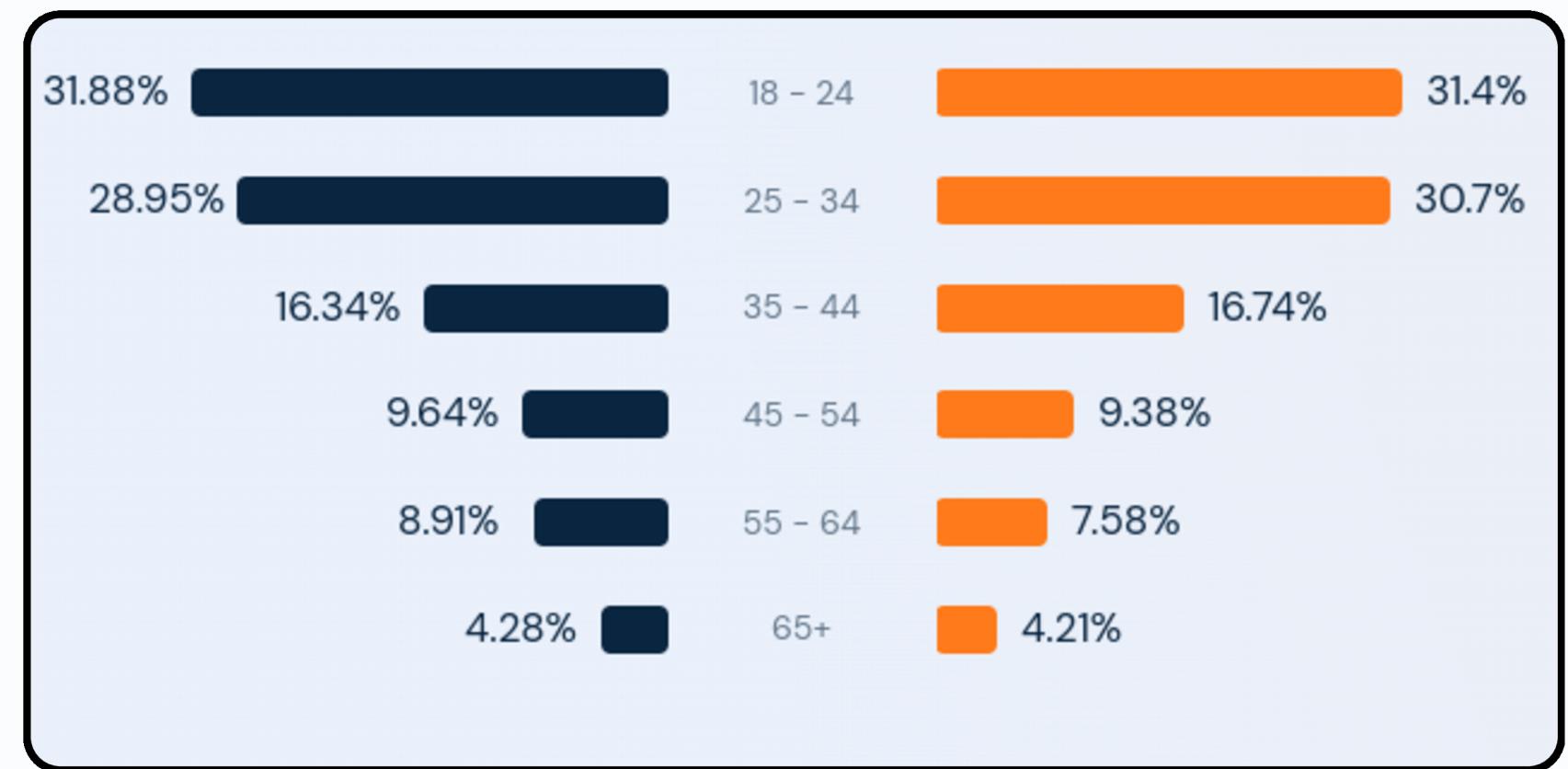
## Competencia indirecta

Cursos en línea (Coursera, Udemy) orientados a áreas técnicas específicas.



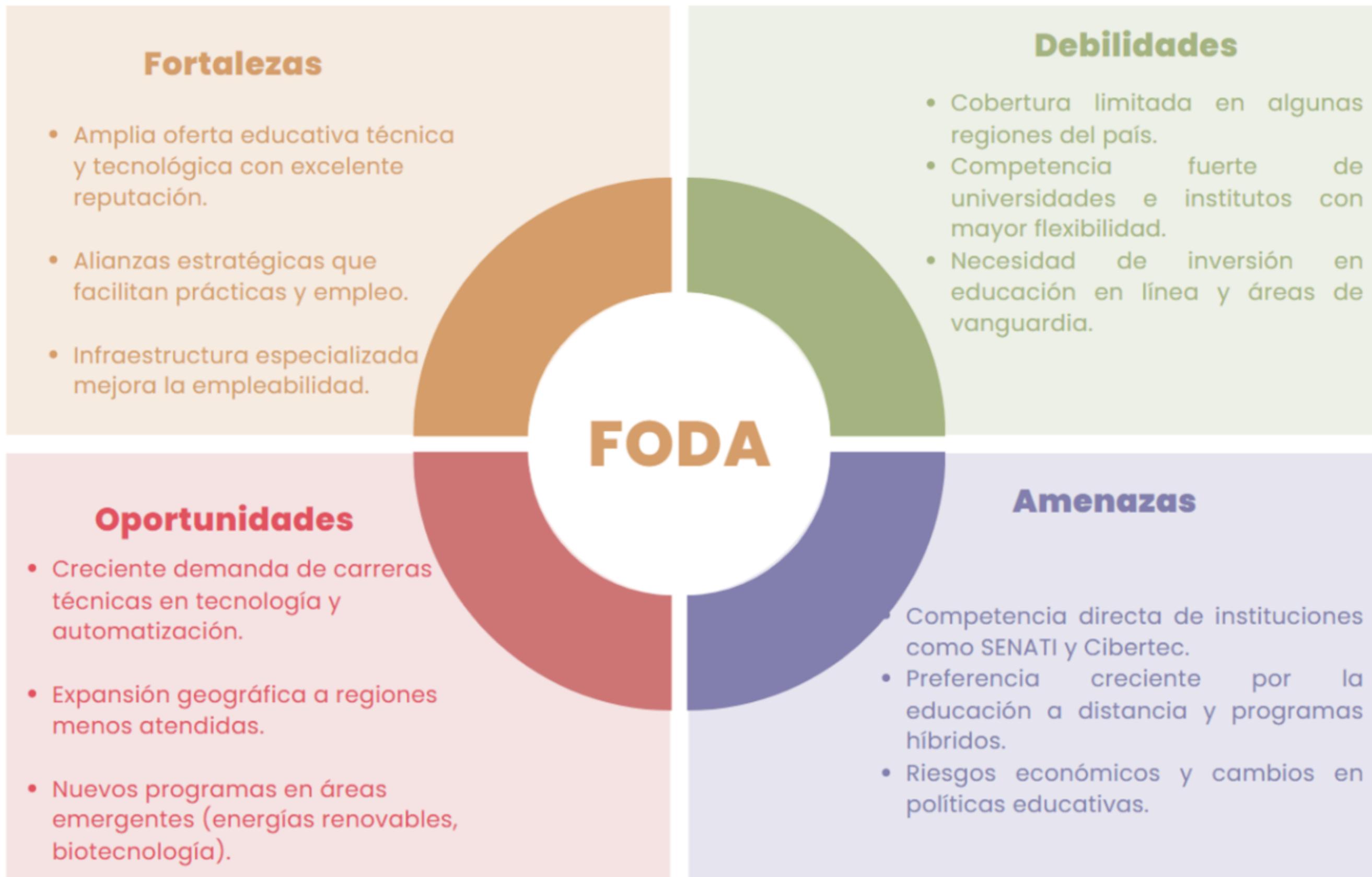
# Análisis de los Consumidores y el Mercado

- **Perfil del estudiante:** Jóvenes entre 16-25 años y técnicos de 25-45 años buscando especialización.
- **Demandas:** Crecimiento en sectores como minería, tecnología y energías renovables.
- **Tendencias:** Preferencia por formación técnica de corta duración y alta empleabilidad.



Plan de Marketing.

# Resumen de Análisis (FODA)



# Análisis de Mercado (PESTEL)

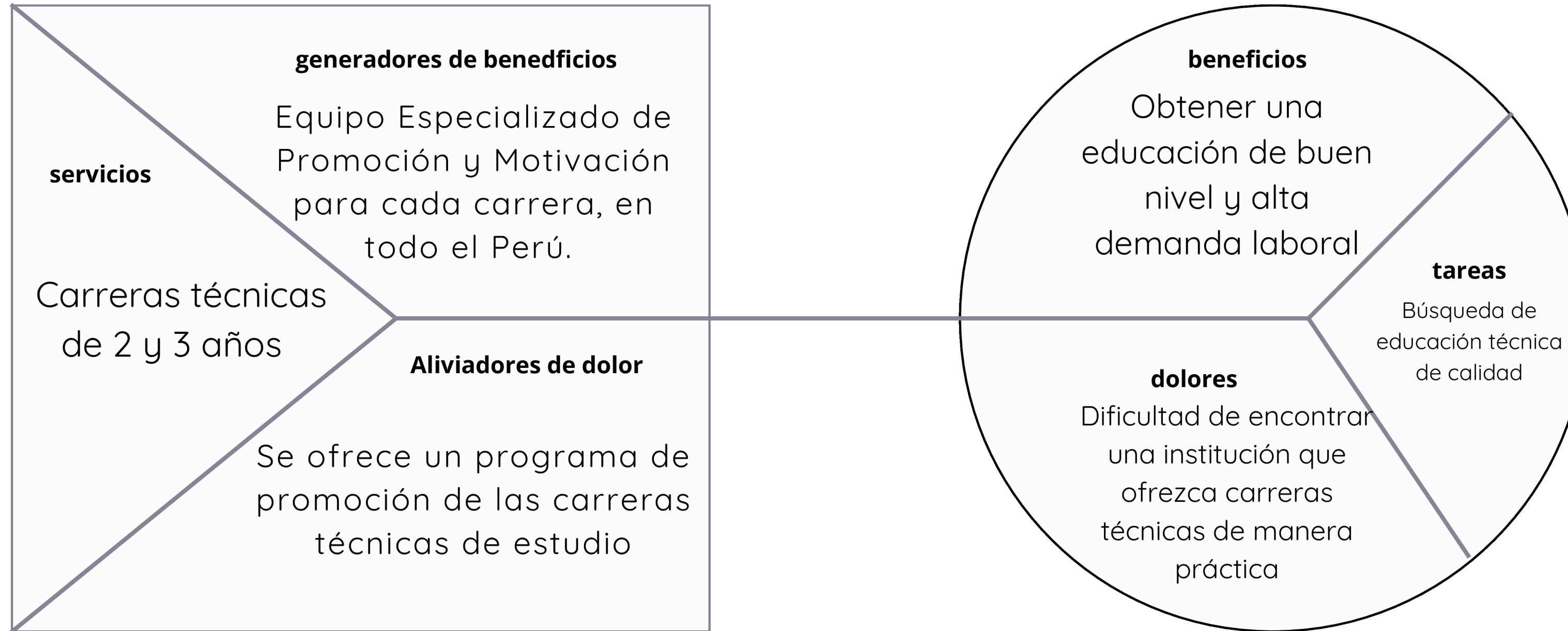
- **Político:** Cambios en el gobierno regional o nacional pueden afectar los permisos y las políticas para la realización de eventos educativos.
- **Económico:** Competencia con instituciones de menor costo de matrícula.
- **Social:** Alta preferencia por carreras técnicas de corta duración y rápida empleabilidad.
- **Tecnológico:** Uso de plataformas virtuales y simuladores avanzados en la enseñanza.
- **Ecológico:** Programas en energías renovables alineados con tendencias sostenibles.
- **Legal:** Acreditaciones internacionales como ABET, asegurando estándares globales.



# Marketing Estratégico

---

# Propuesta de Valor



**Mapa de valor**

**Perfil del cliente**

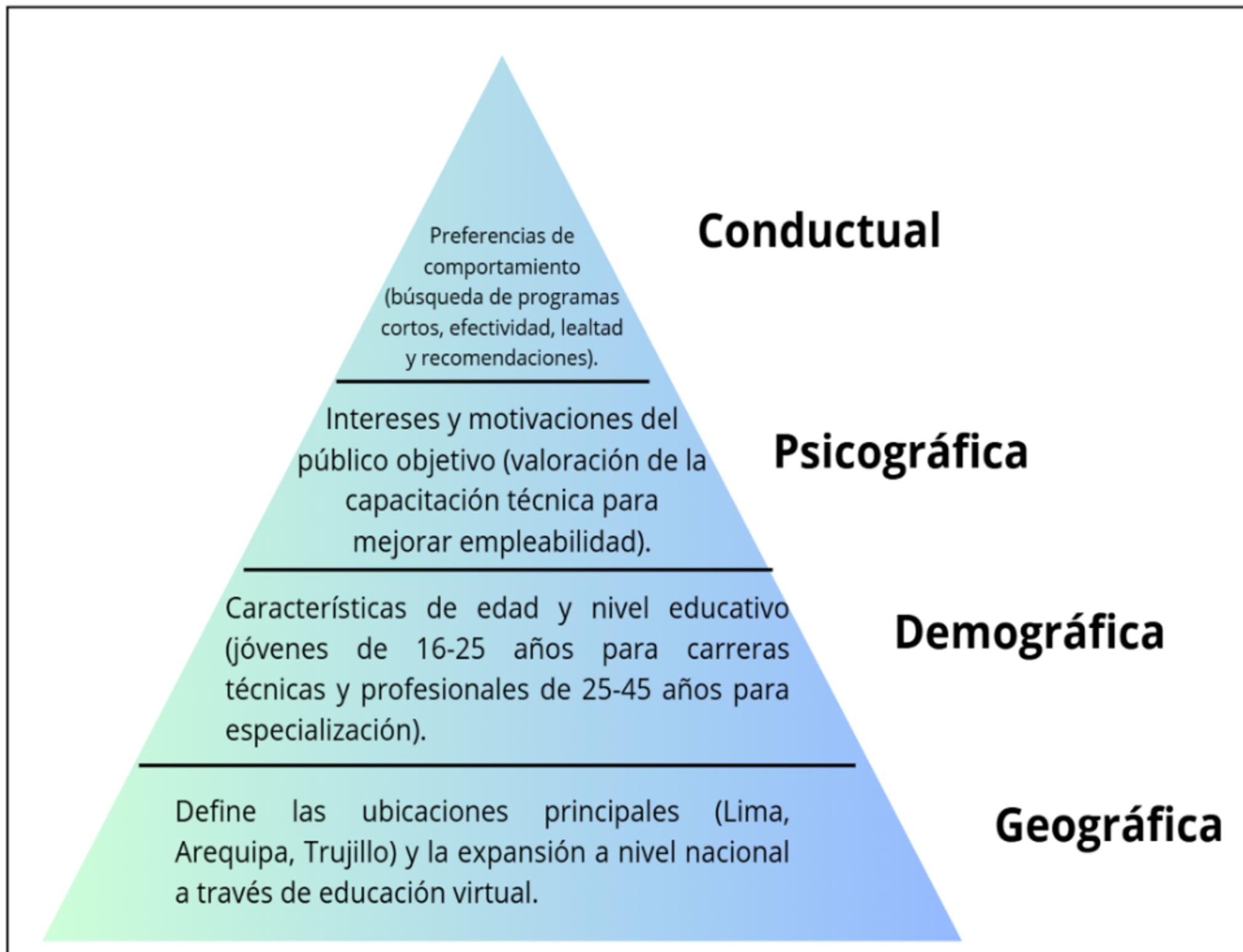
# Estrategia de Implementación

---



- Programa de Embajadores Tecsup
- Participación en Ferias y Charlas de Orientación Vocacional
- Demostraciones en Vivo

# Segmentación de mercado



# Posicionamiento

---

## MISIÓN

Formar técnicos altamente calificados que respondan a las necesidades del mundo laboral, mediante un enfoque educativo integral, de calidad y utilizando tecnología avanzada.

## VISIÓN

Ser una institución líder en educación técnica y formación profesional que, a través de la innovación y la excelencia académica, contribuya significativamente al desarrollo sostenible y al progreso social del Perú.

# Objetivos SMART

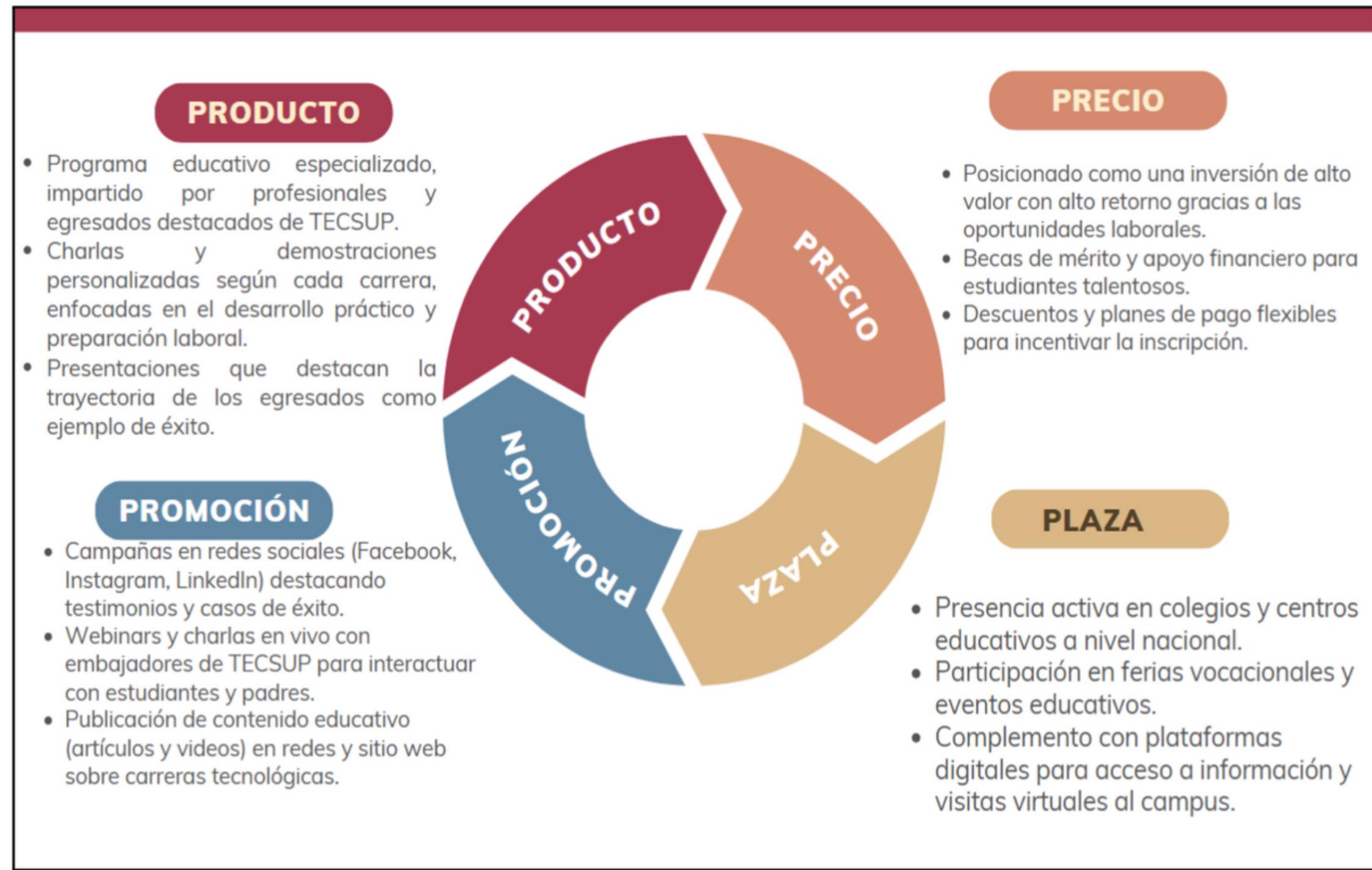
- **Objetivo General:**
  - Incrementar las inscripciones en un 17%.
- **Objetivos Específicos:**
  - Aumentar la visibilidad de Tecsup en áreas menos atendidas
  - Establecer un sistema de seguimiento mensual de métricas clave, como el número de estudiantes contactados



# Marketing Operativo

---

# Estrategias de las 4P's



- **Producto:** Oferta técnica de calidad con apoyo personalizado.
- **Precio:** Becas y planes de pago accesibles.
- **Plaza:** Presencia en colegios y plataformas digitales.
- **Promoción:** Redes sociales, testimonios y eventos virtuales.

# Plan de Implementacion

Actividades	Inicio	Duración (Mes)	Fin	Fechas											
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Análisis de mercado y segmentación	Enero	2	Febrero												
Desarrollo de la propuesta de valor	Febrero	1	Marzo												
Diseño de estrategias de las 4P's	Marzo	2	Mayo												
Creación del contenido promocional	Mayo	3	Agosto												
Implementación de actividades	Agosto	2	Noviembre												
Monitoreo y evaluación de indicadores de rendimiento	Noviembre	2	Diciembre												

- Reclutar embajadores.
- Realizar visitas a colegios y ferias.
- Monitorear resultados y ajustar estrategias.

# Indicadores de Medición

---

Principales indicadores:

- Incremento de inscripciones (17%).
- Cantidad de eventos promocionales realizados
- Porcentaje de interesados captados
- Engagement en redes sociales (crecimiento de interacciones).
- Satisfacción de participantes
- Retorno de inversión (ROI) del plan.



# Plan de Contingencia

- **Riesgos:**

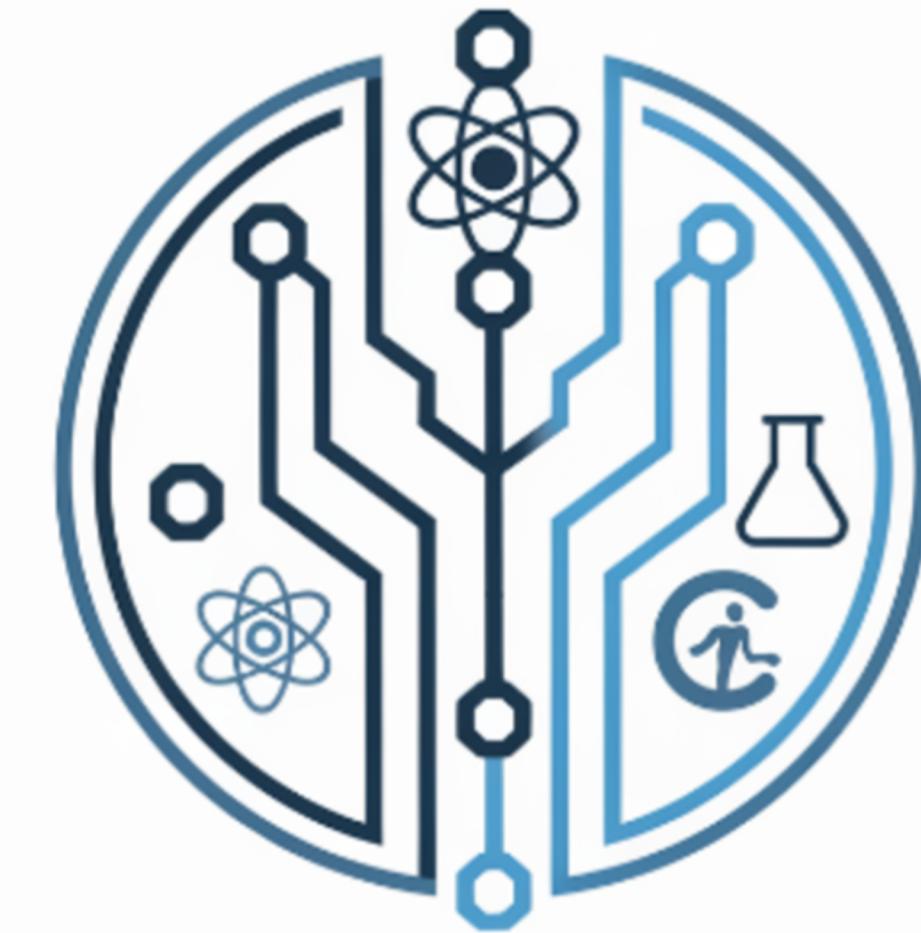
- Baja participación en eventos.
- Problemas técnicos en plataformas digitales.
- Feedback negativo de los estudiantes.

- **Acciones:**

- Refuerzo en redes sociales.
- Equipo de soporte técnico.
- Implementar encuestas rápidas para ajustar mensajes y materiales.
- Monitorear continuamente las actividades y ajustar según las métricas.



## Logo



# TECSUP

**Donde la tecnología y el conocimiento construyen tu éxito.**



# Gracias