



SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Optimización del proceso comercial a través de la implementación del CRM Kommo y un chatbot automatizado para clientes potenciales desde redes sociales: Caso de la escuela Idiomas para el Mundo”

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE
Licenciada en Administración y Dirección de Negocios**

PRESENTADO POR:

Cervetto Jesus, Anna Catterina - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR

Espinoza Rúa, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rúa, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO

Cerna Hernandez, Jorge

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

Sam Anlas, Carlos Antonio

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Anna Catterina Cervetto Jesus, identificada con DNI N° 46384552, perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rua, identificado con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Optimización del proceso comercial a través de la implementación del CRM Kommo y un chatbot automatizado para clientes potenciales desde redes sociales: Caso de la escuela Idiomas para el Mundo”
- b) El trabajo de suficiencia profesional es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El asesor ha revisado minuciosamente el trabajo de suficiencia profesional, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El trabajo de suficiencia profesional cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 12% de similitud.
- e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS y los artículos 14º y 15ª de la RVM 049-2022-MINEDU.

Fecha: 16, junio, 2025



Anna Catterina Cervetto Jesús (autor)

Celes Alonso Espinoza Rúa (asesor)

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso, quien guía, ilumina y bendice mi camino desde siempre.

A mi esposo, quién ha confiado en mi espíritu emprendedor desde el primer día, animándome a no dejar de creer en mis sueños y en mi gran capacidad para crear cosas, quien ha sabido abrazarme en los días más grises y aplaudirme en los días más soleados. Mi admirador número uno, mi refugio, mi compañero de vida.

Índice del Contenido

Resumen	11
Abstract	12
1. Introducción	13
1.1. Objetivo general	13
1.2. Justificación	13
1.3. Metodología	14
2. Contexto institucional	15
2.1. Antecedentes de la institución	15
2.1.1. Nombre y descripción de la organización	15
2.1.2. Misión	16
2.1.3. Visión	16
2.1.4. Valores	16
2.1.5. Objetivos institucionales	17
2.1.6. Actividad principal y giro de negocio	17
2.2. Estructura organizativa	19
2.2.1. Organigrama general de la institución	19
2.2.2. Lugar o área donde se desempeñaron las funciones	19
3. Descripción de las funciones profesionales	20
3.1. Cargo ocupado	20
3.2. Funciones y responsabilidades	21
3.2.1. Bases teóricas	23
3.3. Logros alcanzados	25
4. Resultados y evidencias de la aplicación profesional	26
4.1. Implementación práctica del sistema CRM y chatbot	26
4.2. Selección de plataforma y diseño del embudo de ventas	29
4.3. Desarrollo y automatización del chatbot	35
4.4. Proceso de pruebas y ajustes	38
4.5. Indicadores de éxito y resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos	40
4.6. Comparación con situaciones anteriores	47
4.7. Análisis crítico y reflexiones sobre desafíos enfrentados	52
4.8. Aprendizaje adquirido	58
5. Conclusiones y Recomendaciones	59
5.1. Conclusiones	59
5.2. Recomendaciones	60
Referencias bibliográficas	61
Anexos	63

Índice de Figuras

Figura 1	14
Logo de Idiomas para el Mundo.....	14
Figura 2	16
Página de inicio del sitio web.....	16
Figura 3	17
Organigrama de la institución al momento de la implementación.....	17
Figura 4	18
Domicilio fiscal de la empresa.....	18
Figura 5	26
WhatsApp: Chat con mensaje de bienvenida, sin chatbot.....	26
Figura 6	27
Facebook: Chat con mensaje de bienvenida, sin chatbot.....	27
Figura 7	28
Instagram: Chat con mensaje de bienvenida, sin chatbot.....	28
Figura 8	29
Comparativa de plataformas CRM que existen en el mercado.....	29
Figura 9	30
Correo de registro exitoso para iniciar una prueba gratis en la plataforma Kommo.....	30
Figura 10	31
Detalles de los planes de pago en la plataforma Kommo.....	31
Figura 11	32
Historial de pedidos con primera factura el 01/08/2023.....	32
Figura 12	33
Embudo de ventas personalizado.....	33
Figura 13	35
Configuración interna del chatbot. Vista general: Inicio, Centro, Fin.....	35
Figura 14	36
Configuración de la automatización para que el chatbot se active.....	36
Figura 15	38
Chatbot interactuando con un cliente potencial proveniente de Instagram.....	38
Figura 16	48
Captación de leads y tiempo de respuesta: Comparativo Antes y Después entre los chats de Facebook e Instagram y el CRM Kommo.....	48
Figura 17	49
Tasa de conversión de leads a inscritos: Comparativo Antes y Después entre los chats de WhatsApp y el embudo de ventas personalizado en el CRM Kommo.....	49
Figura 18	50
Tasa de retención comercial: Comparativo Antes y Después entre el chat de WhatsApp y el CRM Kommo.....	50
Figura 19	52
Chat solicitando ayuda a soporte técnico para la creación del chatbot.....	52
Figura 20	53
Búsqueda de tutorial en youtube para crear un chatbot en el CRM Kommo.....	53
Figura 21	54

Tablero de mandos del CRM Kommo brindando un análisis completo	54
Figura 22	56
Chat de ayuda a un lead para que pueda inscribirse	56
Figura 23	57
Gestos de fidelización: Saludos de cumpleaños personalizados	57

Índice de Tablas

Tabla 1	39
Matriz de indicadores comerciales relacionados con la implementación	39
Tabla 2	40
Ficha técnica de indicador: Número de leads captados	40
Tabla 3	42
Ficha técnica de indicador: Tiempo promedio de respuesta humana	42
Tabla 4	44
Ficha técnica de indicador: Tasa de conversión de leads a inscritos	44
Tabla 5	46
Ficha técnica de indicador: Tasa de retención comercial	46

Índice de Anexos

Anexo 1: Informe Turnitin.....	63
Anexo 2: Registro de impacto y resultados	64
Anexo 3: Declaración de inicio de actividades en Italia y registro de marca	67
Anexo 4: Fotografías de actividades realizadas	69
Anexo 5: Constancias de estudios profesionales	78
Anexo 6: Certificados de capacitación adicional e idiomas	89

RESUMEN

El sector educativo enfrenta desafíos en la gestión de procesos comerciales y la captación de clientes en un entorno digital. En este contexto, la optimización del proceso comercial de la escuela *Idiomas para el Mundo* se logró mediante la implementación del CRM Kommo y un chatbot automatizado, diseñados para cualificar y gestionar clientes potenciales provenientes de redes sociales.

La metodología incluyó el diagnóstico de la gestión comercial de la empresa, se configuró e integró Kommo con sus redes sociales, se crearon embudos de venta personalizados, y se desarrolló un chatbot desde cero para automatizar consultas iniciales y la recolección de datos.

Los resultados transformaron la gestión comercial de la escuela hacia un sistema eficiente y estructurado. Se logró responder mensajes rápidamente, incrementando oportunidades de conversión y fortaleciendo la relación con los clientes. Esto mejoró indicadores clave como captación de leads, el tiempo de respuesta, y las tasas de conversión y retención.

En conclusión, la implementación de Kommo y el chatbot modernizó el proceso comercial de *Idiomas para el Mundo*, demostrando así, la capacidad de la autora para diagnosticar y solucionar problemas de ineficiencia comercial y gestión de clientes potenciales, evidenciando iniciativa y resiliencia en la aplicación de tecnologías digitales.

Palabras claves: CRM, chatbot, automatización comercial, captación y gestión de clientes potenciales, redes sociales, embudo de venta, optimización de procesos, Kommo, Idiomas para el Mundo.

ABSTRACT

The educational sector faces significant challenges in managing commercial processes and acquiring clients within an increasingly competitive digital environment. In this context, the commercial process at *Idiomas para el Mundo* was optimized through the implementation of Kommo CRM and an automated chatbot, designed to qualify and manage leads originating from social media platforms.

The methodology involved diagnosing the company's commercial management, configuring and integrating Kommo with its social media accounts, designing customized sales funnels, and developing a chatbot from scratch to automate initial inquiries and data collection.

As a result, the school's commercial operations were transformed into an efficient and structured system. Lead response times improved significantly, increasing conversion opportunities and strengthening client relationships. Key performance indicators -such as lead capture, response time, and conversion and retention rates- showed notable improvement.

In conclusion, the implementation of Kommo and the chatbot modernized the commercial process at *Idiomas para el Mundo*, demonstrating the author's ability to diagnose and address inefficiencies in commercial processes and lead management, while showcasing initiative and resilience in the application of digital technologies.

Keywords: CRM, chatbot, commercial automation, lead acquisition and management, social media, sales funnel, process optimization, Kommo, Idiomas para el Mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canvas LMS. (2023). *5 formas en las que el modo offline de la aplicación móvil de Canvas para estudiantes puede mejorar la experiencia de aprendizaje sea más flexible y accesible.* <https://www.instructure.com/es/resources/blog/5-formas-en-las-que-el-modo-offline-de-la-aplicacion-movil-de-canvas-para>
- CEUPE. (2023). *¿Qué es un Cliente Potencial? Ejemplos, características e importancia.* <https://www.ceupe.com/blog/cliente-potencial>
- ESAN. (2023). *Los beneficios de una estrategia de marketing 360°.* <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-beneficios-de-una-estrategia-de-marketing-360>
- ESERP. (2023). *¿Qué son los KPIs?: Definición, Claves y Ejemplos.* <https://es.eserp.com/articulos/que-son-los-kpis>
- Fuente, O. (2025, 15 de mayo). *¿Qué es el Marketing Digital? Definición, herramientas y ejemplos.* IEBS. <https://www.iebschool.com/hub/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Galindo, S. (2023). *Entendiendo el negocio B2B: definición, características y estrategias clave.* Amara Marketing. <https://amara-marketing.com/blog-pymes/entendiendo-b2b/>
- Google. (2023). *Cómo funciona Google Analytics.* <https://support.google.com/analytics/answer/12159447>
- Hernández, D. (2023). *Las ventajas de un videocurso.* Cursafy. <https://blog.cursafy.com/las-ventajas-de-un-videocurso>
- IBM. (2023). *¿Qué es un chatbot?* <https://www.ibm.com/mx-es/think/topics/chatbots>
- ISDI. (2023). *Marketing Automation: qué es y cómo aplicarlo.* <https://www.isdi.education/es/blog/marketing-automation-que-es-para-que-sirve>
- Medema, T. (2024, 5 de marzo). *¿Qué es una Landing Page? Definiciones, Usos, y Mejores Prácticas.* Bubbles. <https://www.usebubbles.com/es/blog/what-is-a-landing-page-definitions-uses-and-best-practices>