



Trabajo de Suficiencia Profesional
Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de
Negocios

Facultad de Ciencias Económico Empresariales y Humanas

Escuela Profesional de Administración de Negocios

Plan de Marketing para la empresa S&J Palestra, Arequipa 2023

Marketing Plan for the company S&J Palestra, Arequipa 2023

Autor:

Sofia Carolina Bedoya Prado

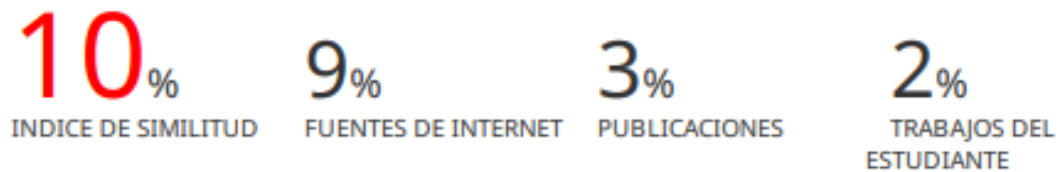
Asesor:

Mgtr. Miguel Eduardo Velásquez Doig

Arequipa, 2023

Plan de Marketing para la empresa S&J Palestra, Arequipa 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
4	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
7	prezi.com Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%

Resumen Ejecutivo

Palestra es un centro deportivo que tiene como objetivo el cuidado y la mejora de la salud de todos sus alumnos. Ofrece un entrenamiento basado en la combinación de ejercicios para ganar fuerza y masa muscular junto con ejercicios de calistenia y el uso del peso corporal como la mejor opción para mantenerse activo. El 100% de sus actuales alumnos afirman que, después de unos pocos meses de entrenamiento, lograron observar cambios positivos en sus cuerpos; además, el 50% de ellos se animaron a inscribirse gracias a las recomendaciones de sus amigos y/o familiares. Sin embargo, a pesar de ofrecer un entrenamiento exigente y ser recomendado, no es conocido dentro de la ciudad de Arequipa. Esta problemática nace en que sus esfuerzos de marketing son muy básicos e inconstantes, no cuenta con estrategias ni objetivos hacia donde apuntar.

El propósito de este proyecto de aplicación es poder desarrollar un plan de marketing para la empresa Palestra que le permita, dentro de las oportunidades que presenta su entorno, potenciar sus fortalezas y proponer acciones con tal de convertir sus debilidades en oportunidades de mejor; además, brindar planes de acción para hacer frente a las amenazas ya existentes. Finalmente, permitirá dirigir sus esfuerzos de marketing hacia un objetivo global y dar a conocer al público arequipeño sobre este nuevo concepto de entrenamiento.

Es relevante mencionar que, gracias al análisis interno y externo realizado, se demostró que hay un mercado potencial en el cual Palestra tiene todas las características para permanecer en el largo plazo. Uno de los principales resultados de la investigación de mercados realizada fue que la principal razón por la cual su público objetivo se inscribe a un gimnasio es por amor al arte, es decir, por que es una actividad de su agrado, es una actividad que relaja y desestresa al consumidor. Seguidamente, es una actividad que contribuye al cuidado de su salud.

Finalmente, se puede concluir que, después de realizar la investigación y el desarrollo del plan, sí es factible la aplicación y el éxito del proyecto. La elaboración del cronograma y presupuesto permitirán brindar al dueño una visión más clara sobre cómo encaminar sus esfuerzos de marketing y aprender a diseñar estrategias con sustento.

Palabras claves: Plan de Marketing, entrenamiento híbrido, estrategias de marketing, fidelización