

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES Y
HUMANAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA THANİY
KHUYAY, AREQUIPA 2018”**

Trabajo de Suficiencia profesional presentado por las Bachilleres

Lucia Regente Isasa

María Alejandra Vela Cerpa

Para optar por el Título Profesional de:
Licenciado en Administración de Negocios

Asesor: Paúl Rodríguez Ochoa

RESUMEN

Se vio la necesidad de realizar un plan de marketing en vista de que la empresa Thaniy Khuyay no cuenta en la actualidad con uno y por consiguiente las ventas no han sido las esperadas. El objetivo de la presente investigación es elaborar una propuesta de plan de marketing con el fin de incrementar las ventas en el año 2018.

La presente investigación será descriptiva, exploratoria y no experimental.

Por tal motivo se realizó un diagnóstico situacional, análisis PEST, análisis Porter, análisis de la competencia, matriz de perfil competitivo y análisis AMOFHIT de la empresa con la finalidad de estudiar cual es el estado actual de la empresa y se pudo concluir que de tener un plan de marketing las ventas incrementarían notablemente. Se identificó el mercado objetivo y sus necesidades, este lo constituyen hombres y mujeres de todas las edades, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B de Arequipa Metropolitana.

De acuerdo a lo analizado, se plantearon once estrategias y quince actividades con la finalidad de lograr hacer más conocido el establecimiento y con ello incrementar las ventas. Para lograr la implementación de las estrategias se necesita realizar una inversión de S/ 22.400.00 soles en el transcurso de un año, con lo anterior se quiere alcanzar un beneficio cuantitativo de S/ 28,120.00 soles en el periodo de un año.

Se considera un negocio atractivo, ya que está orientado a la salud y es algo que para las personas es necesario. Según la investigación de mercado realizada, la medicina integrativa es una opción nueva que la gente considera atractiva y si estarían dispuestos a utilizar. Es por ello que se ha visto que dando a conocer este servicio se pueden incrementar notablemente los ingresos del Centro de Terapias Thaniy Khuyay.

Palabras Clave: análisis, actividades, mercado objetivo, estrategias, beneficio.

ABSTRACT

There was a need to carry out a marketing plan in view of the fact that the company Thaniy Khuyay does not currently have one and therefore sales have not been as expected. The objective of the present investigation is to elaborate a proposal of marketing plan in order to increase sales in the year 2018. The present investigation will be descriptive, exploratory and non-experimental.

For that reason, a situational diagnosis, PEST analysis, Porter analysis, competition analysis, competitive profile matrix and AMOFHIT analysis of the company were carried out in order to study the current state of the company and it was possible to conclude that having A marketing plan sales would increase significantly. The target market and its needs were identified, which are men and women of all ages, belonging to socio-economic levels A and B of Arequipa Metropolitana.

According to what was analyzed, eleven strategies and fifteen activities were proposed in order to make the establishment more known and thus increase sales. To achieve the implementation of the strategies requires an investment of S / 22,400.00 soles in the course of a year, with the above is to achieve a quantitative benefit of S/ 28,120.00 soles in the period of one year.

It is considered an attractive business because it is health oriented and is something that people need. According to market research done, integrative medicine is a new option that people find attractive and whether they would be willing to use it. That is why it has been seen that making this service known can greatly increase the income of the Thaniy Khuyay Therapy Center.

Keywords: analysis, activities, target market, strategies, profit.