



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

**Propuesta de un Plan Estratégico de Relaciones Públicas
para el lanzamiento de una tienda de equipos deportivos:
caso ROK**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciada en Periodismo

Verónica Patricia del Carmen Delgado Rivadeneyra

Revisor:
Dr. Tomás Ricardo Atarama Rojas

Piura, setiembre de 2022



Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo plantear una estrategia de relaciones públicas para visibilizar una tienda especializada en artículos y equipos deportivos que abrió sus puertas al Perú a mediados del 2022. Para armar la propuesta, se identificó primero el problema de comunicación que presentaba, encontrando oportunidades y limitaciones a nivel interno y externo. En base a ello, se propuso diversas acciones de comunicación que permitan generar *awareness* sobre la tienda.

El análisis se desarrolló bajo una metodología cualitativa, realizada mediante una entrevista a profundidad al Gerente de Desarrollo de Negocios del holding que opera la tienda y un análisis de sus principales competidores. El principal problema detectado fue el desconocimiento que tenían los cuatro públicos objetivos de la tienda acerca del negocio y de la innovadora tecnología que poseen todos los productos que se comercializan ahí.

Partiendo de ese diagnóstico, se trabajó un plan de relaciones públicas que genere visibilidad de la tienda y la tecnología de punta que poseen los equipos de entrenamiento deportivo. Además, se busca que las estrategias propuestas contribuyan a posicionar el punto de venta físico como un centro de experiencia *fitness*.

Mediante el plan propuesto, se busca establecer una relación con los públicos de interés e incrementar el conocimiento que tienen sobre los productos, tienda y la empresa. Para ello, se plantean diversas acciones de comunicación entre las que se encuentran el desarrollo de un *dossier* de prensa, la clasificación de los medios de comunicación según su nivel de importancia para la marca, la elaboración de contenidos de prensa, coordinación para entrevistas a los voceros del holding, entre otros.

Este plan representa un aporte para el holding, ya que permite situar a la tienda como un referente dentro de la categoría *fitness*, un fuerte competidor frente a marcas con años de experiencia en el mercado peruano y una opción de compra importante.