



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

**Aplicación de las estrategias de marketing y su
impacto en Leopardo Producciones: Estudio
aplicado en Lima, 2025**

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:**

Licenciada en Administración y Marketing

Autor:

Andrea Victoria Maguiño Pellón

Asesor:

Mg. Jhaquelin Mareli Mendoza Castañeda

0000-0002-4419-1596

Lima - Perú

2025

Informe de Similitud






10% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 1%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

A Dios por iluminarme en este camino,
A mis padres y hermanos por siempre estar,
este logro es para ustedes; a Jorge por siempre
apoyarme y por creer siempre en mí.

Agradecimiento

A mis mentores por la enseñanza, a mis padres por su apoyo incondicional, a mis familiares confiar en mi y a todas las personas que me brindaron el apoyo para que se haga posible este logro y a mis tías y primas por ser mi ejemplo a seguir.

Tabla de contenidos

Informe de Similitud	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Índice de tablas	6
Índice de Figuras	7
Índice de ecuaciones	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	12
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	13
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	15
REFERENCIAS	16
ANEXOS	17

Índice de tablas

Tabla 1	31
Tabla 2	31
Tabla 3	36
Tabla 4	38

Índice de Figuras

Figura 1	12
Figura 2	28
Figura 3	29
Figura 4	29
Figura 5	30
Figura 6	30
Figura 7	33
Figura 8	34
Figura 9	35
Figura 10	41

RESUMEN EJECUTIVO

Leopardo Producciones es una empresa especializada en la organización de eventos y la gestión de una agrupación musical. Como visión tiene ser una empresa reconocida por crear grandes eventos y tener el crecimiento de agrupaciones musicales, por lo cual se llevaron a cabo eventos y presentaciones exitosas, fortaleciendo su crecimiento en el sector; para lograr este avance fue necesario implementar diversas estrategias y mejoras continuas. El crecimiento del área de marketing fue fundamental para alcanzar este objetivo, sin embargo, la empresa presentaba una planificación deficiente en esta área, a pesar de contar con las herramientas necesarias para optimizar su rendimiento.

Leopardo Producciones enfrentaba una falta significativa de presencia en redes sociales, tanto de la productora como de su agrupación musical. La escasa frecuencia de publicaciones limitaba su alcance y conexión con el público, agravada por la ausencia de un área de marketing que impidiera planificar y ejecutar estrategias efectivas de posicionamiento y crecimiento digital.

Gracias a la incorporación de Andrea Maguiño, se logró una exitosa estrategia en redes sociales, fortaleciendo la conexión con empresarios y artistas. Además, el desarrollo de acciones de marketing impulsó el posicionamiento del grupo musical, aumentando su reconocimiento, presentaciones y acercamiento al público objetivo.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

REFERENCIAS

- Ipanaqué Inga, J. E. (2024). *Plan de marketing digital para el posicionamiento de una clínica dental, Lima Metropolitana 2023*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Damián, J. A., & Saavedra, Y. A. (2022). *Analítica de datos aplicado a una estrategia de marketing digital para mejorar el proceso de captación al cliente en una clínica dental, Lima, 2022*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Foulquié Romero, S. (2024, 30 de septiembre). *¿Qué es el Marketing? El elemento indispensable para tu empresa*. ENAE Business School.
- Castillo Lazo, R. (2023, 15 de marzo). *Conciertos en reactivación: El panorama del regreso a los grandes shows en Perú*. RPP Noticias.
- De la Cruz Portaro, Z. O. (2024). *Implementación de plan de marketing para la empresa Pura Sónica S.A.C., Lima – Perú 2023*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Pinto Alva, M. L., & Ramírez Ruiz, J. (2023). *Marketing y ventas en Ramval: cómo la estrategia ha sido clave para su éxito en el rubro inmobiliario, Trujillo 2023*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (12.^a ed.). Pearson Educación.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing* (14.^a ed.). McGraw-Hill.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2002). *Marketing estratégico* (11.^a ed.). McGraw-Hill.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2012). *Marketing: Real people, real choices* (7th ed.). Pearson.
- Álvarez, K. (2010). *Implementación del programa de un programa de Marketing en redes sociales usando el modelo SOSTAC en el Centro Odontológico CEOR*. Repositoria de la Universidad Privada del Norte.

- Reyes, C., & Rojas, M. (2024). *Implementación de estrategias de marketing en la empresa Industrias Monte Bravo S.A.C. en Lima–Perú, 2023*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2012). *Marketing* (11.^a ed.). Cengage Learning.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2014). *Marketing Strategy* (6th ed.). Cengage Learning.