

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**GYM FACTORY FITNESS**

**Opción de grado (PADE 2)**

**Carolina Diaz Rúa**

**Luisa Fernanda Yepes Elizalde**

**Mateo Acosta Gama**

**Valeria Torres Campos**

**Bogotá, Colombia**

**2022**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**GYM FACTORY FITNESS**

**Opción de grado (PADE 2)**

**Carolina Diaz Rúa**

**Luisa Fernanda Yepes Elizalde**

**Mateo Acosta Gama**

**Valeria Torres Campos**

**Viviana Carolina Romero Peralta**

**Escuela de administración**

**Bogotá, Colombia**

**2022**

## Índice de contenido

Glosario.....	7
Resumen.....	8
Palabras Clave: .....	8
Abstract.....	9
Key Words:.....	9
1. Introducción.....	10
2. Objetivos.....	10
2.1 Objetivo general .....	10
2.2 Objetivos específicos .....	10
3. Presentación del producto.....	11
3.1. Concepto del producto.....	11
4. Análisis digital de la competencia .....	15
6. Línea de contenidos para la estrategia digital.....	17
6.1 Objetivo de la estrategia de contenidos .....	17
6.2 Mix de la estrategia de contenidos.....	18
6.2.1 Estrategia de contenido de comunidad.....	19
6.2.2 Estrategia de contenido de interacción.....	20
7. Posicionamiento SEO .....	20
7.1 Listado de Keywords que las personas utilizan para encontrar el producto .....	20
7.2 Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creara en torno a esa palabra clave .....	21
7.3 Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada.....	21
7.4 Página WEB.....	21
8. Anuncio de pago SEM .....	22
9. Página WEB .....	24
9.1 Página principal .....	24
9.2 Quienes somos.....	25
9.3 Portafolio.....	26

9.4 Foro.....	26
9.5 Términos y condiciones.....	28
10. Publicidad y anuncios en internet .....	29
10.1 Anuncio Banner para Red de Display .....	29
11. Estrategia en redes sociales .....	31
12. Conclusiones .....	33
13. Referencias.....	34

## Índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1: Caminadoras. Obtenida de la página web de Gym Factory. ....</b>	<b>12</b>
<b>Ilustración 2: Bicicletas Spinning. Obtenida de la página web de Gym Factory.....</b>	<b>12</b>
<b>Ilustración 3: Bicicletas MTB. Obtenida de la página web de Gym Factory.....</b>	<b>12</b>
<b>Ilustración 4: Elíptica. Obtenida de la página web de Gym Factory. ....</b>	<b>13</b>
<b>Ilustración 5: Abdominales. Obtenida de la página web de Gym Factory.....</b>	<b>13</b>
<b>Ilustración 6: Multifuncionales. Obtenida de la página web de Gym Factory. ....</b>	<b>14</b>
<b>Ilustración 7: Accesorios. Obtenida de la página web de Gym Factory.....</b>	<b>14</b>
<b>Ilustración 8: Multifuerza. Obtenida de la página web de Gym Factory.....</b>	<b>14</b>
<b>Ilustración 9: Musculación. :Obtenida de la página web de Gym Factory. ....</b>	<b>15</b>
<b>Ilustración 10: Buyer Persona. Fuente propia. ....</b>	<b>16</b>
<b>Ilustración 11: Estructura de Anuncio SEM.....</b>	<b>22</b>
<b>Ilustración 12: Anuncio SEM para computador.....</b>	<b>23</b>
<b>Ilustración 13: Anuncio SEM en móvil.....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 14: Logo y Eslogan. Elaboración propia. ....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 15: Descuento maquinas. Elaboración Propia.....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 16: Contactactanos. Elaboración propia.....</b>	<b>25</b>
<b>Ilustración 17: Acerca de GYM Factory Fitness. Elaboración propia. ....</b>	<b>25</b>
<b>Ilustración 18: Portafolio. Elaboración propia. ....</b>	<b>26</b>
<b>Ilustración 19: Foro 1. Elaboración propia. ....</b>	<b>26</b>
<b>Ilustración 20: Foro 2. Elaboración propia. ....</b>	<b>27</b>
<b>Ilustración 21: Foro 3. Elaboración propia. ....</b>	<b>27</b>

<b>Ilustración 22: Foro 4. Elaboración propia. ....</b>	<b>28</b>
<b>Ilustración 23: Terminos y Condiciones. Elaboración propia. ....</b>	<b>29</b>
<b>Ilustración 24: Terminos y Condiciones 2. Elaboración propia. ....</b>	<b>29</b>
<b>Ilustración 25: Anuncio Banner. Elaboración Propia. ....</b>	<b>30</b>
<b>Ilustración 26: Anuncio Banner 2. Elaboración Propia. ....</b>	<b>30</b>
<b>Ilustración 27: Estrategia en redes - Instagram. Elaboración Propia. ....</b>	<b>32</b>

### **Índice de tablas.**

<b>Tabla 1: Matriz de contenidos tópicos. Fuente propia. ....</b>	<b>18</b>
---	-----------

## Glosario

- **Analítica digital:** La analítica digital abarca la recopilación, medición, análisis, visualización e interpretación de datos digitales que ilustran el comportamiento del usuario en sitios web, sitios móviles y aplicaciones móviles (AT Internet, 2019).
- **Buyer persona:** Buyer persona, o simplemente persona, es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares (Siqueira, 2022).
- **Estrategia digital:** Una estrategia digital es la aplicación de las tecnologías digitales a los modelos de negocio para formar nuevas capacidades diferenciadoras de negocio. En el futuro, toda estrategia de negocio será digital (Liferay, 2020).
- **Estrategia de contenidos:** Una Estrategia de contenidos es una práctica que se emplea dentro del marketing digital con el fin de planificar, gestionar y desarrollar todo el contenido en formato texto y visual a la hora de lanzar un mensaje al público o realizar una promoción de cualquier tipo (NeoWiki, 2021).
- **Marketing digital:** Es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real (RD Station, 2021).
- **Posicionamiento:** El posicionamiento es un concepto de marketing basado en la colocación por parte de las empresas de sus marcas en el imaginario colectivo de los consumidores (Sánchez, 2017)

## **Resumen**

El presente trabajo de grado fue desarrollado para estudiar una estrategia de marketing digital para la empresa Gym Factory Fitness que es una empresa que importa y comercializa un amplio portafolio de maquinaria, equipos y accesorios para el deporte, teniendo en cuenta el amplio entorno y el segmento considerable de mercado deportivo dentro de la comunidad colombiana.

La estrategia cuenta con el propósito de aumentar el posicionamiento de la marca dentro del mercado colombiano, por medio de un análisis digital en donde se tomó en cuenta ciertos factores como el buyer persona, las diferentes estrategias de contenidos digitales y la estrategia en redes sociales que contiene el posicionamiento, la página web, la publicidad, anuncios en internet, y la estrategia en redes sociales de la marca.

**Palabras Clave:** Análisis digital, buyer persona, estrategia digital, estrategia de contenidos, posicionamiento, marketing digital.

## **Abstract**

This degree work was developed to study a digital marketing strategy for the company Gym Factory Fitness, which is a company that imports and markets a wide portfolio of machinery, equipment and accessories for sports, taking into account the wide environment and the segment considerable sports market within the Colombian community.

The strategy has the purpose of increasing the positioning of the brand within the Colombian market, through a digital analysis that takes into account certain factors such as the buyer person, the different digital content strategies and the social media strategy that It contains the brand's positioning, website, advertising, internet ads, and social media strategy.

**Key Words:** Digital analysis, buyer person, digital strategy, content strategy, positioning, digital marketing.

## **1. Introducción**

El presente trabajo de grado fue desarrollado a lo largo del segundo semestre del año 2021, en el programa PADE 2 para fines institucionales en la Universidad del Rosario. El propósito de este trabajo es la aplicación de los conocimientos adquiridos en la materia específicamente para el proyecto “Gym Factory Fitness”. Por lo anterior, se plantearon objetivos generales y específicos, se explicó la idea de negocio, se realizó un análisis digital de la competencia, se definió el buyer persona y se elaboró una estrategia de contenidos para posteriormente proponer la estrategia de contenido digital, la cual contiene el posicionamiento, la página web, la publicidad, anuncios en internet, y la estrategia en redes sociales.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Generar una estrategia de marketing digital para la empresa Gym Factory Fitness con el propósito de generar atracción, posicionamiento, recordación de marca y conversión de clientes.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Aplicar los conceptos y herramientas de marketing digital para incrementar el posicionamiento de los productos de Gym Factory Fitness.
- Diseñar el contenido digital de acuerdo con la estrategia propuesta de contenidos.

### **3. Presentación del producto**

#### **3.1. Concepto del producto**

Gym Factory Fitness, es una empresa con 20 años de experiencia y servicio, siendo esta nuestra mejor presentación. Ya que contamos con una amplia gama de repuestos y servicio técnico, para ofrecerles a nuestros clientes un excelente respaldo.

Hoy por hoy asesoramos desde el simple montaje de un equipo personal con todas las especificaciones técnicas, mecánicas y de funcionalidad hasta el montaje, asesoría y manejo administrativo de grandes gimnasios profesionales o institucionales, nuestra experiencia permite brindarle asesoría permanente, capacitación física, mecánica; además de una respuesta técnica en reparación y mantenimiento. Por esta y más razones cuando piense en equipos profesionales, domésticos para gimnasio o cualquier actividad física o terapéutica piense en GYM FACTORY (Gym Factory Fitness, 2021).

La empresa importa y comercializa un amplio portafolio de maquinaria, equipo y accesorios para el deporte, enfocados en asesorar desde el simple montaje de un equipo personal con todas las especificaciones técnicas, mecánicas y de funcionalidad hasta el montaje, asesoría y manejo administrativo de grandes gimnasios profesionales o institucionales. Lo que permite crear una relación postventa con los clientes que hemos identificado de manera simplificada como establecimientos deportivos que se encargan de ofrecer servicios de alquiler al consumidor final ya que para la mayoría de las personas naturales es más cómodo costear una membresía de gimnasio que una máquina especializada de uso personal.

Los principales productos que ofrecemos a nuestros clientes son:

- Caminadoras:



*Ilustración 1: Caminadoras. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Bicicletas Spinning:



*Ilustración 2: Bicicletas Spinning. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Bicicletas MTB:



*Ilustración 3: Bicicletas MTB. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Elíptica:



*Ilustración 4: Elíptica. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Abdominales:



*Ilustración 5: Abdominales. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Multifuncionales:



*Ilustración 6: Multifuncionales. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Accesorios:



*Ilustración 7: Accesorios. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Multifuerzas:



*Ilustración 8: Multifuerza. Obtenida de la página web de Gym Factory.*

- Musculación:



*Ilustración 9 Musculación: Obtenida de la página web de Gym Factory.*

#### **4. Análisis digital de la competencia**

La competencia de la compañía actualmente si cuenta con presencia en medios digitales ya que son empresas que se dedican principalmente a la venta e importación de productos deportivos especiales para entrenamiento de gimnasio, así como lo hace Gym Factory Fitness. Entre los principales competidores esta la empresa MOVIFIT que es una empresa encargada del equipamiento para el acondicionamiento físico, rehabilitación física e infraestructura deportiva en Colombia realizando procesos de importación, comercialización, suministro y mantenimiento de equipos, también la empresa Fitness Market S.A.S que es una empresa con más de 25 años de experiencia en el mercado, fabricando y distribuyendo los mejores equipos fitness de alto rendimiento para uso institucional y hogar (MoviFit, 2021). Además, se encuentran otras empresas competidoras en donde se expresa mayor variedad de productos que ofrece cada una de estas al mercado de comercialización al por menor de productos deportivos como Ciclocross S.A.S, Triathlon deportes y Decathlon.

GYM FACTORY FITNESS

## BUYER PERSONA

### 01. Acerca de ella

- Administradora de Negocios Internacionales
- Ingresos anuales: 12,000.000
- María Fernanda Rodríguez
- Practicante
- 21 años
- Soltera



### 02. Gustos e intereses

- Pasa tiempo en familia
- Excelencia académica
- Hobbies: Gym, salir con amigos, ver Netflix
- Gasta su dinero en ropa y mensualidad del gym
- Su persona más importante es su mamá

### 03. Conducta On-line

- Red social preferida: Instagram
- Blogs favoritos: Maquillaje y cocina
- Temas de mayor interés: Dieta, situación económica
- Conducta: Chatear, leer noticias, leer contenido de ficción, romántico y policías, ver tiktok, ver instagram, ver ropa y juegos en COD, busca información académica y noticias en Google o Crai, uso frecuente del celular aproximadamente 7 horas diarias
- Marcas que sigue en redes sociales: Lalajeans y Ulalá
- Si compra productos en línea
- Sus mayores influenciadores son Chiara Ferrani

### 04. Conducta Laboral

- Necesita solucionar problemas de estrés y ansiedad
- Mayor responsabilidad: manejar los lineamientos de un contrato
- Necesita tener aptitudes de organización, concentración, disciplina y buena actitud.
- Su mayor influencia laboral es su jefe
- Su aspiración laboral es trabajar en una multinacional de consumo masivo en el área de ventas.

### 05. Relación con la compañía

- Falta de tiempo para poder ir al gym
- Como nos conoce: Instagram, promoción de otras cuentas
- Le ayuda crear un ambiente de distracción en el hogar y optimizar el tiempo
- Evalúa: Calidad de los productos, precio y facilidad de uso
- Causo de abandono de la marca: Falsa publicidad
- Impacto emocional: Genera energía, distracción, autoestima, felicidad
- Impacto financiero: Ahorrar dinero



## 5. Buyer persona.

La buyer persona elegida fue María Fernanda Rodríguez, una estudiante de Administración de Negocios Internacionales que se encuentra actualmente en su etapa de prácticas laborales, tiene 21 años, es soltera y cuenta con unos ingresos anuales de \$12.000.000.

A través de un cuestionario ella nos pudo informar acerca de sus pasatiempos y conductas que nos sirven de referencia para especificar un segmento de mercado interesado en nuestros productos por lo que nos compartió que para ser feliz ella necesita pasar tiempo con su familia y tener un excelente desarrollo académico. Sus hobbies principales son ir al gimnasio, salir con amigos y ver Netflix. Usualmente gasta su dinero en ropa y en la mensualidad del gimnasio, pasa la mayoría de su tiempo en casa debido al trabajo remoto, mide su éxito según su estabilidad emocional y su persona más importante es su mamá.

*Ilustración 10: Buyer Persona.*

*Fuente propia.*

Con respecto a su conducta on-line, ella pasa en internet un aproximado de 7 horas diarias, se conecta por medio del celular a las redes sociales, su red social favorita es Instagram, sus blogs favoritos son de maquillaje y cocina, disfruta leer contenido de ficción, romántico y policías, sus temas de mayor interés son la dieta alimenticia y la situación económica del país, busca información en Google o CRAI, cuando está conectada lo que más hace es chatear, leer noticias, ver TikTok, ver Instagram, ver ropa y juegos en COD, y pasa tiempo buscando información académica y noticias en internet.

Teniendo en cuenta su conducta laboral, ella necesita solucionar problemas a nivel laboral con respecto al estrés y ansiedad, su mayor responsabilidad es manejar los lineamientos de un contrato, necesita tener aptitudes de organización, concentración, disciplina y buena actitud, su mayor influencia laboral es su jefe y su aspiración laboral es trabajar en una multinacional de consumo masivo en el área de ventas.

Su relación con la empresa Gym Factory Fitness es que estos productos le interesan por que generalmente le falta tiempo para poder ir al gimnasio por lo que ésta sería otra manera muy interesante de estar en forma de manera cómoda y sencilla ya que le ayuda a crear un ambiente de distracción en el hogar y a optimizar el tiempo además de generar energía, autoestima, felicidad y ahorro de dinero. Ella conoce la marca por medio de Instagram y promoción de otras cuentas de deportes y ropa deportiva y evalúa la calidad de los productos, el precio y la facilidad de uso por lo que no le decepcionará una falsa publicidad de la marca

## **6. Línea de contenidos para la estrategia digital**

### **6.1 Objetivo de la estrategia de contenidos**

Esta estrategia es la base del desarrollo del plan de marketing digital, es por esto que tiene como objetivo principal generar un mayor tráfico, fidelidad y recordación de la marca, de tal forma que aumenten las compras.

## 6.2 Mix de la estrategia de contenidos

*Tabla 1: Matriz de contenidos tópicos. Fuente propia.*

<b>Matriz de contenidos tópicos</b>	
<b>Comunidad</b>	<b>Interacción</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrevista a usuario que contará su experiencia sobre los cambios que ha tenido (antes y después)</li> <li>2. Foto con indicaciones de uso para la banda trotadora profesional</li> <li>3. Video con expectativa sobre resultados</li> <li>4. Frase motivacional "Es posible compensar el daño causado por un estilo de vida sedentario a lo largo del día con un aumento de la actividad física y del ejercicio en otros momentos. "Profesor de cardiología de la Universidad de Boston, Matthew Naylor.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mensaje al usuario con su nombre agradeciendo su creación de cuenta en la página web</li> <li>2. Botón de asistencia de chat con agente de servicio al cliente</li> <li>3. Crear un espacio para historias destacadas que indiquen el procedimiento creación de usuario y participación en el blog en la página web</li> <li>4. "El comienzo siempre es hoy" Mary Wollstonecraft</li> </ol>

<p>5. Guide de estiramientos después de hacer ejercicios de aeróbicos con bandas</p> <p>6. Menciona a dos amigos y participa en el sorteo de un conjunto de tapete y AB ANATOMIC</p> <p>7. Qué tipos de suplementos existen y cuales te ayudaran a conseguir tus metas</p> <p>8. Foto completa la frase, Mitos y realidades sobre el ejercicio</p> <p>9. Actividad de V o F sobre preguntas que respondan sobre alimentos saludables y deliciosos para hacer en casa</p>	<p>5. Caja de respuestas: "¿Qué te motiva todos los días?"</p> <p>6. Live en Instagram mostrando los productos e interactuando con usuarios mediante preguntas</p> <p>7. "¡Gracias por la confianza @&lt;&lt;User&gt;&gt;! Esperamos que disfrutes de tu compra y estaremos dispuestos a ayudarte en cualquier duda que tengas.</p>
--	---

### 6.2.1 Estrategia de contenido de comunidad.

Esta estrategia está enfocada principalmente a generar comunidad con usuarios interesados en el ejercicio en casa con maquinaria especializada y/o artículos de asistencia. Los diferentes tipos de contenidos buscan despertar la atención de los usuarios generando una relación cercana a las actividades que caracteriza nuestro segmento cómo lo describe nuestro buyer persona. Dentro de nuestro target se encuentran adultos jóvenes que quieren verse y sentirse bien y nosotros desde nuestra comunidad buscamos ofrecer facilidades y beneficios de acuerdo a sus objetivos y así mismo, se conecten e interactúen con otras personas con gustos similares a ellos.

### **6.2.2 Estrategia de contenido de interacción.**

Se busca fortalecer la relación directa del usuario con la marca por medio de uso de estrategias de feedback interactivo (preguntas sobre su motivación), desarrollo de herramientas para el consumidor (historias destacadas con indicaciones de navegación) o de recompensas de reconocimiento (¡Gracias por confiar en nosotros!). Desarrollamos una interacción sencilla y cómoda para el usuario desde nuestras redes sociales para dirigirlos a la página web y convertirla en su medio principal de búsqueda, opinión y aprendizaje en cuanto a temas relacionados al ejercicio en casa con ayuda de los blogs, chats con agentes, etc. más allá de una tienda de artículos deportivos.

## **7. Posicionamiento SEO**

Teniendo en cuenta que el posicionamiento SEO es un resultado de búsqueda el cual no requiere de ningún pago, se realizaron los siguientes pasos con el fin de tener un buen posicionamiento en los buscadores para los productos de Gym Factory y de esa manera tener visibilidad en la página web derivado de los resultados de los diferentes buscadores.

### **7.1 Listado de Keywords que las personas utilizan para encontrar el producto**

Equipo de ejercicio en casa, Ejercicio en casa, Ejercitarse en casa, Aeróbicos en casa, Máquina de ejercicio, Adelgazar en casa.

## 7.2 Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creara en torno a esa palabra clave

Keywords: Máquinas de ejercicio, Gimnasio en casa

- Formatos: Videos y fotos.
- Temas: Precio de los productos, experiencias y beneficios.

## 7.3 Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada

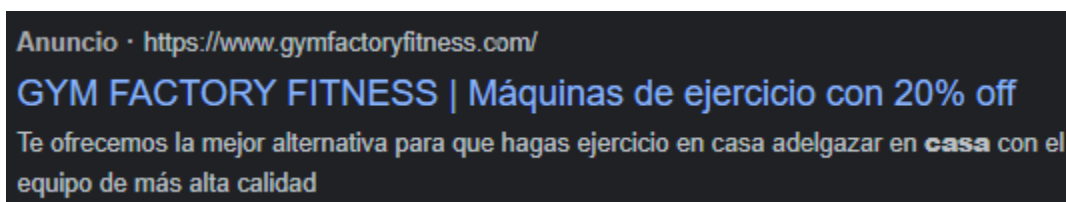
Máquinas para hacer ejercicio.

## 7.4 Página WEB

- **Url:** <https://luisa235411.wixsite.com/website>
- **Meta descripción:** Ofrecemos a nuestros clientes máquinas para ejercitarse en casa de la más alta calidad con distintas funcionalidades como: Aeróbicos en casa, adelgazar en casa con el acompañamiento de asesorías durante un mes para enseñarles a través de videotutoriales cómo deben instalar y utilizar correctamente las máquinas con un deportólogo que atenderá todas sus dudas
- **Título de la página:** Gym Fitness Factory
- **Título del contenido:** La mejor alternativa para ejercitarse en casa
- **Hipervínculo de keywords:** Máquinas de ejercicio - Gym Fitness Factory

## 8. Anuncio de pago SEM

El anuncio de pago SEM se creó por medio de Google Adwords y tiene como objetivo generar atracción en los clientes, con el fin de darles a conocer la máquina dispensadora, invitándoles a entrar al sitio página web, interactuar en este, seguirnos en las diferentes redes sociales, para que posteriormente se acerquen al punto de ubicación de la máquina, realicen la compra y tengan la experiencia de esta nueva forma de consumo de detergentes de aseo.



*Ilustración 11: Estructura de Anuncio SEM.*

Google Ejercicio en casa

Todos Imágenes Vídeos Noticias Shopping Más Herramientas

Cerca de 258,000,000 resultados (0,41 segundos)

Anuncio · <https://www.gymfactoryfitness.com/>  
**GYM FACTORY FITNESS | Máquinas de ejercicio con 20% off**  
 Te ofrecemos la mejor alternativa para que hagas ejercicio en casa adelgazar en **casa** con el equipo de más alta calidad

Videos

Ejercicios para quemar grasa y adelgazar en casa | CARDIO ...  
 YouTube - gymvirtual  
 12:11 18 mar 2020

Ejercicios en casa para tonificar abdomen y glúteos | GymVirtual  
 YouTube - gymvirtual  
 15:17 3 jun 2020

Glúteos y abdomen | Rutina de ejercicios para hacer en casa  
 YouTube - gymvirtual  
 13:20 7 sept 2020

Ver todos

*Ilustración 12: Anuncio SEM para computador.*

Google Ejercicio en casa

Todos Imágenes Vídeos Noticias Shopping Más Herramientas

Cerca de 258,000,000 resultados (0,41 segundos)

Anuncio · <https://www.gymfactoryfitness.com/>  
**GYM FACTORY FITNESS | Máquinas de ejercicio con 20% off**  
 Te ofrecemos la mejor alternativa para que hagas ejercicio en casa adelgazar en **casa** con el equipo de más alta calidad

Videos

Ejercicios para quemar grasa y adelgazar en casa | CARDIO ...  
 YouTube - gymvirtual  
 12:11 18 mar 2020

Ejercicios en casa para tonificar abdomen y glúteos | GymVirtual  
 YouTube - gymvirtual  
 15:17 3 jun 2020

Glúteos y abdomen | Rutina de ejercicios para hacer en casa  
 YouTube - gymvirtual  
 13:20 7 sept 2020

Ver todos

<https://www.abc.es/salud/entrenamiento-ejercicios>

Ejercicios en casa para principiantes: cómo empezar si nunca ...  
 23 mar 2020 — La mente desconectará del exceso de información negativa, por lo que conseguirás reducir l...

Preguntas relacionadas

¿Qué ejercicios puedo hacer en mi casa?  
 ¿Cómo tener un buen cuerpo haciendo ejercicio en casa?  
 ¿Cómo hacer una rutina diaria de ejercicios en casa?

<https://www.centrodeiniciacion.com> · [Categorías Artículos](#)

Los ejercicios para mantenerte en forma en casa - Valle Raül  
 Quieres mantenerte en forma sin salir de casa? Presta atención a nuestros consejos para hacer ejercicio en...  
 31 ago 2018 · Subido por Ejercita-T Valencia

*Ilustración 13: Anuncio SEM en móvil.*

## 9. Página WEB

### 9.1 Página principal



*Ilustración 14: Logo y Eslogan. Elaboración propia.*



*Ilustración 15: Descuento máquinas. Elaboración Propia.*

## Contáctanos

Terminal terrestre de carga módulo 1 bodega 3 Siberia-Cota BOGOTÁ

+57 313 433 1932



*Ilustración 16: Contáctanos. Elaboración propia.*

## 9.2 Quienes somos

### Acerca de Gym Factory Fitness

La Mejor Alternativa En Equipos Para Gimnasio

GYM FACTORY EQUIPOS PARA GIMNASIO, es una empresa con 20 años de experiencia y servicio, siendo esta nuestra mejor presentación. Ya que contamos con una amplia gama de repuestos y servicio técnico, para ofrecerles a nuestros clientes un excelente respaldo.

Hoy por hoy asesoramos desde el simple montaje de un equipo personal con todas las especificaciones técnicas, mecánicas y de funcionalidad hasta el montaje, asesoría y manejo administrativo de grandes gimnasios profesionales o institucionales, nuestra experiencia permite brindarle asesoría permanente, capacitación física, mecánica; además de una respuesta técnica en reparación y mantenimiento.

Por esta y más razones cuando piense en equipos profesionales, domésticos para gimnasio o cualquier actividad física o terapéutica piense en GYM FACTORY.

Importamos y Distribuimos Aparatos De Gimnasio 100% Confiables

[Ponte en contacto](#)

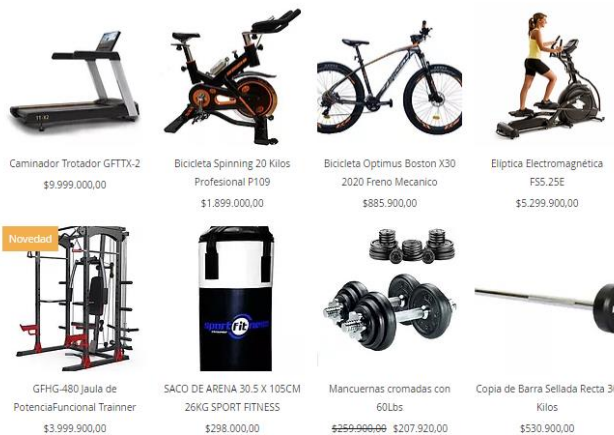


*Ilustración 17: Acerca de GYM Factory Fitness. Elaboración propia.*

## 9.3 Portafolio



Inicio Comprar Quiénes somos Contacto Términos y condiciones Foro Más Log In



*Ilustración 18: Portafolio. Elaboración propia.*

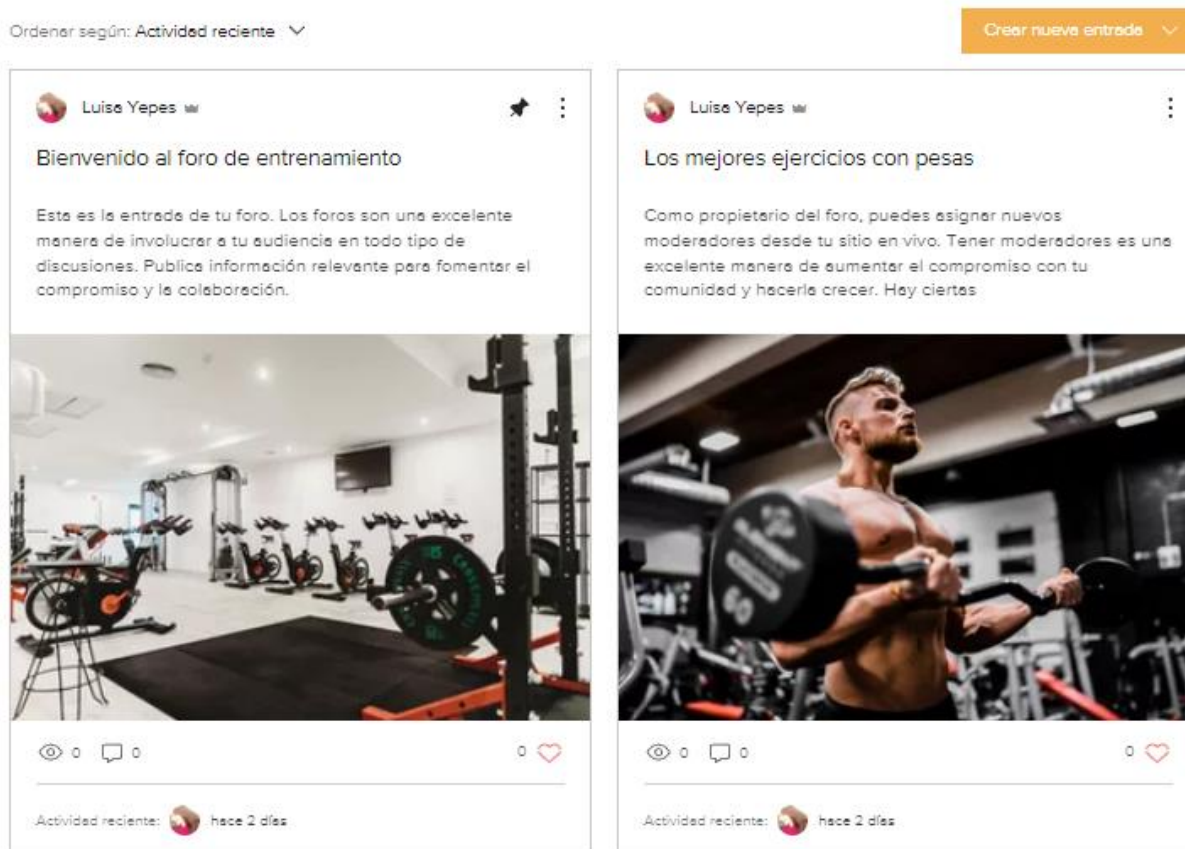
## 9.4 Foro



Inicio Comprar Quiénes somos Contacto Términos y condiciones Foro Más Log In




*Ilustración 19: Foro 1. Elaboración propia.*



*Ilustración 20: Foro 2. Elaboración propia.*



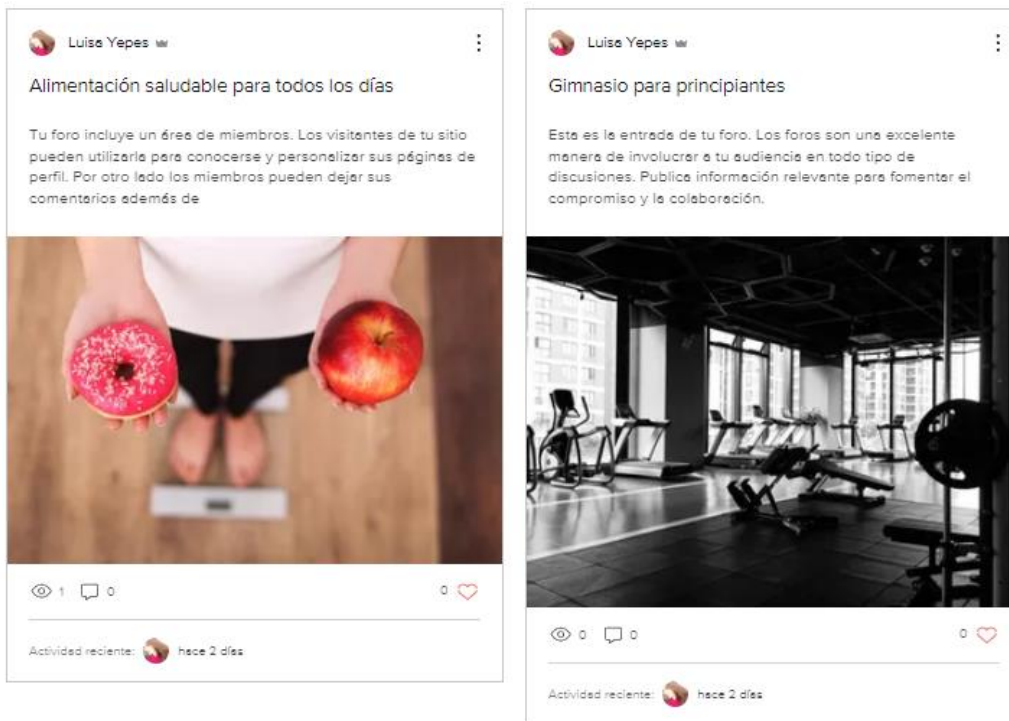
Inicio [Comprar](#) [Quiénes somos](#) [Contacto](#) [Términos y condiciones](#) [Foro](#) [Más](#) [Log In](#) 

Inicia una sesión para conectarte con miembros

Sigue y observa a otros miembros, deja comentarios y más.

[Iniciar Sesión](#)

*Ilustración 21: Foro 3. Elaboración propia.*



*Ilustración 22: Foro 4. Elaboración propia.*

## 9.5 Términos y condiciones



### Términos y condiciones

Gym Factory Fitness gestiona este sitio web. En todo el sitio, los términos "nosotros", "nos" y "nuestro" se refieren en lo sucesivo a Gym Factory Fitness. Gym Factory Fitness ofrece esta página web, incluida toda la información, las herramientas y los servicios que se ponen en este sitio a disposición suya, el usuario, siempre y cuando acepte la totalidad de los términos, condiciones, políticas y avisos contemplados aquí.

Al visitar nuestro sitio y/o comprarnos algo, usted interactúa con nuestro "Servicio" y reconoce como vinculantes los siguientes términos y condiciones (denominados en lo sucesivo "Términos del servicio", "Términos"), incluidos aquellos términos y condiciones adicionales y las políticas que se mencionan aquí y/o disponibles por medio de hipervínculo. Estos Términos del servicio se aplican a todos los usuarios del sitio, incluyendo de manera enunciativa mas no limitativa los usuarios que son navegadores, proveedores, clientes, comerciantes y/o que aporten contenido.

Lea estos Términos del servicio detenidamente antes de acceder o utilizar nuestra página web. Al acceder o utilizar cualquier parte del sitio, usted acepta estos Términos del servicio. Si no acepta la totalidad de los términos y condiciones de este acuerdo, no podrá acceder al sitio web ni utilizar ningún servicio. Si estos Términos del servicio se considerasen una oferta, la aceptación se limita expresamente a los presentes Términos del servicio.

Las nuevas funciones o herramientas que se agreguen a la tienda actual también estarán sujetas a los Términos del servicio. Puede revisar la versión más reciente de los Términos del servicio en cualquier momento en esta página. Nos reservamos el derecho de actualizar, cambiar o reemplazar cualquier parte de los presentes Términos del servicio mediante la publicación de actualizaciones o cambios en nuestra página web. Es su responsabilidad revisar esta página periódicamente para ver los cambios. Su uso de la página web o el acceso a

*Ilustración 23: Términos y Condiciones. Elaboración propia.*

LA TIENDA.

Nuestra tienda está alojada en Shopify Inc. Nos proporcionan la plataforma de comercio electrónico en línea que nos permite venderle nuestros productos y servicios.

SECCIÓN 1: TÉRMINOS DE LA TIENDA ONLINE

Al aceptar los presentes Términos del servicio, usted declara que tiene la mayoría de edad en su estado o provincia de residencia, o que es mayor de edad en su estado o provincia de residencia y que nos ha dado su consentimiento para permitir que cualquiera de las personas menores que dependen de usted utilice este sitio. No puede utilizar nuestros productos para ningún fin ilegal o no autorizado ni puede, al hacer uso del Servicio, infringir las leyes de su jurisdicción (incluyendo de manera enunciativa más no limitativa, las leyes de derechos de autor).

No transmitirá ningún gusano o virus informáticos ni ningún código de naturaleza destructiva. El incumplimiento o violación de cualquiera de los Términos dará como resultado la rescisión inmediata de sus Servicios.

SECCIÓN 2: CONDICIONES GENERALES

Nos reservamos el derecho de rechazar el servicio a cualquier persona, por cualquier motivo, en cualquier momento.

Usted comprende que su contenido (sin incluir la información de la tarjeta de crédito) puede transferirse sin cifrar e implicar (a) transmisiones en varias redes; y (b) cambios para adaptarse a los requisitos técnicos de conexión de redes o dispositivos y cumplir con ellos. La información de la tarjeta de crédito siempre se cifra durante la transferencia a través de las redes.

Usted acepta no reproducir, duplicar, copiar, vender, revender ni aprovechar ninguna parte del Servicio, uso del Servicio o acceso al Servicio o cualquier contacto en el sitio web a través de la cual se presta el servicio, sin nuestro permiso expreso por escrito.

Los encabezados utilizados en este acuerdo se incluyen solo para facilitar la lectura y no limitarán ni afectarán los presentes Términos.

SECCIÓN 3: EXACTITUD, TOTALIDAD Y CRONOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

No nos responsabilizamos si la información disponible en este sitio no es precisa, completa o actualizada. El

*Ilustración 24: Términos y Condiciones 2. Elaboración propia.*

## **10. Publicidad y anuncios en internet**

### **10.1 Anuncio Banner para Red de Display**

Con el objetivo de atraer usuarios a nuestra comunidad:

abc.es/bienestar/fitness/entrenamiento-ejercicios/abci-ejercicios-casa-para-principiantes-como-empezar-si-nunca-hecho-deporte:202003230145\_noticia.html

—Fitness—

## Ejercicios en casa para principiantes: cómo empezar si nunca he hecho deporte

- Mantener una rutina física permitirá que estés distraído durante unas horas. La mente desconectará del exceso de información negativa, por lo que conseguirás reducir la ansiedad

Cómo hacer ejercicio en casa - Adobe Stock

08 Ene 2021 13:33h ABC Bienestar 2 COMENTAR GUARDAR

Con el mundo paralizado debido al COVID-19 nuestras vidas han cambiado drásticamente. Las rutinas que

TE PUEDE INTERESAR

- Ejercicios en casa: agenda diaria para mantenerte en forma
- Ejercicios fáciles y divertidos para hacer en casa con los niños
- Ejercicios en casa: los más efectivos para no perder lo conseguido en el gimnasio mientras dure el coronavirus

*Ilustración 25: Anuncio Banner. Elaboración Propia.*

iberdrola.com/compromiso-social/consejos-hacer-ejercicio-en-casa

IBERDROLA CONÓCENOS SOSTENIBILIDAD INNOVACIÓN COMPROMISO SOCIAL TALENTO CULTURA SHAPES

grupos de apoyo para avanzar en bienestar

'Plogging', el 'running' que mezcla ecología y deporte

TOP STORIES

Transición energética, la solución para frenar el cambio climático

¿Sabes qué es un PPA y cuáles son sus principales ventajas?

La pandemia de COVID-19 ha convertido numerosos hogares en improvisados gimnasios

El confinamiento a consecuencia de la pandemia de COVID-19 trajo de la mano un, para muchos, nuevo concepto: el teletrabajo. Pero trabajar no es lo único que nos hemos visto obligados a hacer desde casa. Además de en lo laboral, hemos tenido que reinventarnos en lo social —las quedadas a través de videollamadas o los conciertos por streaming, por ejemplo, son buena prueba— y también en lo deportivo.

El deporte ha sido fundamental durante el confinamiento, no solo para matar el tiempo o para evadir la mente, también para la salud. Así lo confirmaron dos doctores de la Universidad de California, James F. Sallis y Michael Pratt, a través de un artículo para el American College of Sports Medicine en el que advertían de la importancia de la actividad física como herramienta para controlar las infecciones por COVID-19 y mantener la calidad de vida.

Pero la pregunta era: ¿cómo hacer ejercicio tras el cierre de gimnasios y centros deportivos, y la prohibición

*Ilustración 26: Anuncio Banner 2. Elaboración Propia.*

## 11. Estrategia en redes sociales

Por redes sociales se busca realizar un acercamiento al público objetivo de manera orgánica principalmente para generar comunidad en todo Colombia a usuarios similares a nuestro Buyer Persona, esta estrategia estará basada inicialmente en crear comunidad por medio de una interacción constante con el usuario de manera que se genere una relación estrecha con la marca, segmentando nuestro público por datos demográficos e intereses especializados en el ejercicio, es decir de acuerdo a sus objetivos. Se organizará publicaciones, historias, lives, mensajes, entre otras actividades que resuelvan cualquier duda que pueda tener al usuario e invitarlo a ser partícipe de la charla dentro de la comunidad a través de Instagram y nuestra landing page siendo esta una estrategia de atracción e interacción.

Acciones:

- Organización de eventos sobre contenido de interés para los usuarios con la participación y promoción de influenciadores para difundir y promocionar la actividad.
- Publicar fotos de usuarios reales que muestren sus resultados gracias al deporte.
- Tips saludables y consejos de ejercicios funcionales en post e historias.
- Muestra por medio de historias, fotos y mensajes la comunidad que hace parte de Gym Factory Fitness.

**Gym Factory**  
 716 Publicaciones   2.909 Seguidores   353 Seguidos

Gym Factory  
 📍 Equipos para gimnasio Envíos a todo el país.  
 📍 Somos importadores

📞 3134331932... más  
[www.gymfactoryfitness.com](http://www.gymfactoryfitness.com)  
 Ver traducción

🛒 Ver tienda

Seguir   Mensaje   Contacto   ▾

Ambassadors   Tips   Motivación   Comunidad

Grid of product images:

- Pesas Tobilleras 5 Lb.
- Colchoneta Mat Yoga Ejercicios Aislante
- Bandas elasticas tubulares x 10 piezas.
- Bicicleta Fusion Korbin
- Somos importadores directos
- Bicicleta Optimus Boston

Ilustración 27: Estrategia en redes - Instagram. Elaboración Propia.

## 12. Conclusiones

Después del análisis realizado y la estrategia planificada podemos evidenciar que en Colombia se encuentra un segmento considerable en el mercado deportivo que cada vez busca satisfacer más sus necesidades y costumbres saludables y deportivas de manera más accesible, esto por medio de ejercicios en casa que ayudan a los usuarios a optimizar su tiempo y tener un acceso más directo al deporte.

Identificamos una oportunidad creciente en un entorno cambiante desafiado por la contingencia que, con la ayuda de herramientas digitales, logramos categorizar y comprender las necesidades de los consumidores y brindar una atención inmediata.

De este mercado puede surgir una gran comunidad que busca un tipo de ejercicios diferentes, sin embargo, es importante tener en cuenta la relevancia e impacto que pueden tener las redes sociales al crear una comunidad que disfrute y comparta sus experiencias a través del ejercicio en casa con máquinas de ejercicio por lo que se encuentra una gran oportunidad para hacer parte de este nicho de mercado.

### 13. Referencias

AT Internet. (2019, mayo 31). *¿Qué es la analítica digital?: Definición*. AT Internet. <https://www.atinternet.com/es/glosario/analitica-digital/>

Gym Factory Fitness. (2021). *INICIO*. <https://www.gymfactoryfitness.com>

Liferay. (2020, agosto 3). *Estrategia Digital, la evolución de la estrategia de negocio*. <https://www.liferay.com/es/resources/l/digital-strategy>

MoviFit. (2021). *Nosotros*. <https://www.movifit.co/nosotros>

NeoWiki. (2021, julio 22). *¿Qué es una Estrategia de Contenidos? NeoAttack*. <https://neoattack.com/neowiki/estrategia-de-contenidos/>

RD Station. (2021). *Marketing Digital: Que és, cómo hacer y todo lo que necesitas*. RD Station. <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

Sánchez, J. (2017, agosto 4). *Posicionamiento—Definición, qué es y concepto*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>

Siqueira, A. (2022, febrero 28). *Buyer Persona: Qué es y por qué es importante para tu empresa*. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>