

PLAN DE MERCADEO
PARA LA PROPUESTA DE CONVERTIR UN GIMNASIO EN EL
CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ÓLPAMA.

Marcela Arango Botero.
Paola Andrea Palacio Saldarriaga.

RESUMEN:

La idea de realizar este trabajo nació hace aproximadamente 4 años cuando en una conversación surgió la idea de implementar el servicio de fisioterapia en un gimnasio.

Luego de unos años, gracias al diplomado “mercadeo en servicios de salud” esta idea se materializó con el fin de mejorar un gimnasio ya existente convirtiéndolo en una CAF, ya que en la actualidad el asistir a un centro de acondicionamiento físico brinda mejores beneficios que uno normal, y mas a la población de dicho gimnasio, en cuanto a salud puesto que estos cuentan con servicio médico, nutricionista y fisioterapeuta, y por el “lema actual”, que consiste en que todo el mundo sin importar la edad debe de hacer ejercicio.

A partir de lo anterior, se empezó a realizar el plan de mercados, en el cual se analizó la población para saber si la necesidad del cambio existe, las oportunidades que brinda el sector para estar al tanto si la reforma es apta o no, la planta física actual para observar si requiere una reestructura y las competencias que existen en el entorno de éste gimnasio.

Gracias al plan de mercados se pudieron identificar ventajas y desventajas que presenta este trabajo de aplicación, de la población y del gimnasio con respecto a las competencias y a lo establecido por la ley 729 que corresponde a la implementación adecuada de los CAF.

Después de dicha elaboración, se prosiguió a la fundamentación teórica de este plan de mercados, teniendo en cuenta la estructura metodológica requerida, los conocimientos científicos del porque es bueno el ejercicio y sus capacidades físicas, como actúa la fisioterapia en el deporte con sus implicaciones y principios, y por último se sacaron conclusiones y recomendaciones de ésta sustentación teórica, para tenerlo en cuenta a la hora de llevar a cabo la implementación de éste trabajo.

Se debe entender que los Centros de Acondicionamiento Físico son instituciones que tienen como objetivo trabajar mas por la protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, para lo cual se vio la necesidad de formar programas específicos donde se trabajara cada una de las condiciones anteriores de una manera especializada, los cuales deben ser dirigidos por personal competente del área de la salud. Por todo lo anterior, Los beneficios que presenta este gimnasio se complementaría si sus trabajadores fueran más especializados y le brindaran a sus usuarios servicios integrales que marcaran la diferencia con los gimnasios comunes y los motivara a asistir a este.

En base a lo anterior, se estableció el siguiente objetivo general: “Obtener una base de trabajo que permita fundamentar la necesidad, la importancia y la forma de convertir un gimnasio común de un barrio en un centro de acondicionamiento físico”, del cual se derivaron los siguientes específicos: “Identificar una variedad de servicios que complementen el servicio actual de este gimnasio, Lograr que la población reconozca la importancia de los

servicios que se quieren brindar y mas aun del entrenamiento personalizado, Ingresar al gimnasio por medio de una propuesta de cambio pero fundamentada en el conocimiento de las necesidades y de la forma de satisfacerlas, Sustentar de forma escrita la necesidad de incluir los servicios que se están proponiendo, como complemento del ofrecido actualmente en el gimnasio y Aportar al medio del deporte y la salud un ejemplo de mayor compromiso, efectividad y calidad.”

Para finalizar, se quiere destacar que un buen plan de mercados es una base fundamental para llevar a cabo la realización de cualquier proyecto que se tenga en mente siempre y cuando lleve una sustentación teórica adecuada.

METODOLOGÍA:

TIPO DE ESTUDIO.

El tipo de estudio empleado es observatorio y descriptivo puesto que se inicia observando detalladamente el servicio prestado actualmente en el gimnasio, sus pro y contra, además de los fenómenos característicos de la población que utiliza el servicio y posteriormente por medio del plan de mercadeo que se realiza en este trabajo, se describe lo observado resaltando propiedades relevantes.

METODO DE ESTUDIO

El método de cierta forma es cuantitativo por que esta propuesta se contempla como una oportunidad de futuro trabajo como fisioterapeutas y por lo mismo se tuvo en cuenta todo lo que implica la parte económica tanto de ingresos como de egresos, estableciendo presupuestos para determinar ganancias, salidas y entradas. Pero al mismo tiempo es cualitativo por que se analiza la situación actual del gimnasio como institución prestadora de un servicio y se toma una

posición crítica ante esta, creando una propuesta que mejore la situación actual teniendo en cuenta los deseos y necesidades de una sociedad específica.

ENFOQUE

El enfoque que se le da a este método es inductivo ya que se parte de deseos y necesidades particulares a una propuesta de servicios generales en esta institución, que cubra todas estas necesidades y evite la aparición de otras.

RESULTADOS:

En esta parte cabe destacar que el plan de mercados llevó a muchos resultados como la identificación de la población de San Javier cuantas son mujeres, las competencias que son dos gimnasios que se encuentran en dicho sector y con que servicios cuentan, los recursos tanto físicos, técnicos y humanos con que cuenta el gimnasio y los que se necesitan. También ayudo a definir las fortalezas y debilidades que presenta en todos los campos (planta física, servicios, usuarios y la parte socioeconómica del sector).

Por otra parte, el portafolio de servicios de salud es la parte interesante del trabajo. Aquí se integra todo lo del plan de mercadeo, pero de una forma organizada donde se le presenta a los interesados el cambio que va a tener este gimnasio con misión, visión, objetivos, servicios, tarifas, es como el medio de presentación al público. A continuación se presentan algunas partes de él:



NUESTRA MISIÓN



Ser un centro de acondicionamiento físico de excelente calidad que contribuya a la realización adecuada y efectiva del ejercicio y el deporte y de esta manera promover una mejor salud en las usuarias de este y evitar lesiones y deficiencias causadas por la realización inadecuada del ejercicio, proporcionando al mismo tiempo seguridad, facilidad económica y garantía en la efectividad del ejercicio y por consiguiente lograr una mejor calidad de vida en los usuarios.

Fomentando el desarrollo y mejoramiento continuo de los servicios ofrecidos en este centro de acondicionamiento con el fin de marcar la competitividad en el mercado y logra una buena rentabilidad.



NUESTRA VISIÓN



Lograr ser un centro de acondicionamiento físico reconocido en el medio y preferido por los usuarios, debido a la constante asesoría y control, clave en el desarrollo y mejoramiento de la realización del ejercicio y el deporte con las mejores bases científicas y tecnológicas, trabajando sobre la posibilidad de convertirnos en una empresa modelo que pueda prestar sus servicios a diferentes instituciones y demás centros de acondicionamiento físico que lo requieran, antes del 2010.

NUESTROS SERVICIOS



Acompañamiento personalizado a ejercicios tanto aeróbicos como en las maquinas de pesas.
Asesorías y capacitación a la instructora y las usuarias.
Programa de promoción y prevención para hipertensas.
Acondicionamiento físico.
Fisioterapia en caso de alteraciones o deficiencias.
Evaluación antropométrica y composición corporal.
Prescripción del ejercicio.
Evaluación de flexibilidad, fuerza, capacidad aeróbica y resistencia.
Sesión de estiramiento como recuperación y relajación.
Estimulación temprana en el niño.
Escuela de espalda.
Servicio Médico.

TARIFAS



SESION	MENSUALIDAD 1	MENSUALIDAD 2	SESION DE FISIOTERAPIA
\$ 4.000	\$ 22.000	\$ 27.000	ENTRE \$8.000_ \$10.000

MENSUALIDAD 1:
CORRESPONDE A LAS PERSONAS QUE ASISTEN DOS VECES POR SEMANA.

MENSUALIDAD 2:
CORRESPONDE A QUIENES ASISTEN TRES VECES POR SEMANA.

CONCLUSIONES:

1. con este trabajo se han obtenido todos los datos, respuestas y pasos a seguir para formar el indispensable y necesario plan de mercadeo que ha permitido reconocer las necesidades del mercado al que nos dirigimos y tener la base de trabajo para satisfacerlas convirtiendo finalmente una idea en una oportunidad de modificar un gimnasio en un centro de acondicionamiento físico aplicando nuestro profesionalismo como fisioterapeutas.
2. Por medio del tipo de estudio que se realizó en este trabajo, se pudo identificar que servicios eran necesarios y que complementarían los servicios que actualmente presta el gimnasio.
3. Por medio de éste trabajo quedará sustentada la importancia del ejercicio personalizado en la mujer y más aún en las personas que se encuentran o se acercan a la edad adulta.
4. Se logró crear una propuesta de cambio para satisfacer las necesidades encontradas en la población menos favorecida en el campo del ejercicio.
5. La población comprendió la importancia del ejercicio personalizado con sus beneficios y la práctica constante de éste.