

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



REACTIVACION EVOLUTION GYM POST PANDEMIA

MONOGRAFIA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIATURA

P.E.T.A.E.N.G

POR: NADIA TERCEROS MENDEZ

LA PAZ – BOLIVIA

2022

Dedicatoria:

Dedico con todo mi corazón esta Monografía a mi padre, por su apoyo incondicional, dándome el ejemplo de superación, humildad y sacrificio, logré concluir mi carrera, a mi esposo y mis niños, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su amor y sus consejos para lograr finalizar esta etapa pendiente en mi carrera, los amo.

AGRADECIMIENTOS:

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme entender que tenía que finalizar esta etapa pendiente en mi vida. Porque me dio salud, se convirtió en la fuente de vida y me dio las cosas que necesito hacer todos los días para lograr mis metas.

Además, estoy profundamente agradecido con mi familia por brindarme la base necesaria para completar con éxito este gran proyecto de mi profesión.

INDICE

REACTIVACIÓN EVOLUTION GYM POST PANDEMIA

INDICE	iv, v y vi
RESUMEN	vii
PALABRAS CLAVE	8
INTRODUCCION	9
LOCALIZACION DEL LOCAL	10 y 11
MAPA DE DISTRIBUCION	12, 13 y 14
DETALLE EQUIPO EVOLUTION GYM	15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 Y 22
RESPECTO A LA DESCRIPCION DE EVOLUTION GYM	23
CAP 1 ASPECTOS GENERALES	24
1.1 IDENTIFICACIÓN Y FORMULACION DEL PROBLEMA	25
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	25
FORMULACION DEL PROBLEMA	26
1.2 OBJETIVOS	26
OBJETIVO GENERAL	26
1.2.1 OBJETIVOS GENERALES	27
1.1.2 OBJETIVO ESPECIFICOS	27
1.3 JUSTIFICACION	28
1.3.1 JUSTIFICACION TEORICA	29
1.3.2 JUSTIFICACION PRACTICA	30
1.3.3 JUSTIFICACION METODOLOGICA	31

1.4 ALCANCE	32
1.4.1 ALCANCE TEMPORAL	32
1.4.2 ALCANCE GEOGRAFICO	33
1.4.3 ALCANCE INSTITUCIONAL	34
CAP 2 MARCO TEORICO	35
2.1 MARKETING DIGITAL	36
2.2 DEFINIMOS LA ESTRATEGIA DIGITAL	36 y 37
2.2 PLAN DE MARKETING DIGITAL	38
FODA Concepto	38
2.3 MARKETING TRADICIONAL	39
4P: producto, precio, plaza y promoción.	40
Producto	40
Precio	41
Plaza	41
Promoción	41
Las nuevas P's del Marketing Mix	41, 42, 43 y 44
CAP 3 MARCO INSTITUCIONAL	45, 46, 47, 48 y 49
CAP 4 MARCO PRACTICO	50
ANALISIS FODA	50 y 51

4.1. ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA	52
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53 y 54
4.2. Propuesta de mejora	55, 56 y 57
4.3. Nuestra propuesta de un marketing Mixto	58 y 59
NUESTRO CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	60
PRECIOS, INSTALACIONES Y SERVICIOS	61
Situación de mercadeo	62
ACCIONES	63
PROPUESTAS	64
DESCRIPCION DE LA MARCA	65
DESCRIPCION DEL ESLOGAN	65
INGRESOS Y EGRESOS	66
CAP 5	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67 y 68
5.1 CONCLUSIONES	69
5.2 RECOMENDACIONES-	70 y 71
BIBLIOGRAFIA	72
ANEXOS	73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82 y 83

RESUMEN

La presente Monografía nace de la necesidad de poder reactivar “Evolution Gym” empresa dedicada a la cultura física, que se vio afectada en sus ingresos y afluencia de inscritos por diversos factores principalmente la Pandemia.

Este proyecto nos ayudará a poder definir las estrategias a utilizar para poder incrementar los ingresos, retorno de participantes y captación de nuevos alumnos, a través de un análisis FODA el cual nos permitirá evaluar la Empresa e implementar las estrategias que en este caso se definieron serán digitales, manteniendo las actuales para poder alcanzar los objetivos trazados.

Cabe mencionar que la empresa “ Evolución Gym” objeto de nuestra monografía se encuentra en la ciudad de La Paz específicamente en la Zona del centro, dirigida a gente laborante de la zona, de igual manera se busca llegar a otro tipo de mercado no solo el laborante; como por ejemplo las universidades, institutos, Colegios y amas de casa.

Se debe destacar todo lo que ofrece “Evolution Gym”, tanto en servicios como en infraestructura, destacando la atención al cliente, orientación y ventajas que reciben al pertenecer a la familia del gimnasio

En la tercera parte se realiza el análisis FODA para detectar las falencias, debilidades, fortalezas y amenazas que involucran la situación actual del Gimnasio actualmente.

Y finalmente se presenta las mejores estrategias digitales a seguir, manteniendo las estrategias actuales

PALABRAS CLAVE

FODA: Significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es muy importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones.

ESTRATEGIAS DIGITALES: Se puede definir cómo todas aquellas acciones que ejecuta una empresa u organización para aumentar presencia y relevancia en medios **digitales** como redes sociales, sitios web o incluso dentro de los motores de búsqueda como Google

MARKETING MIX: El **marketing mix** se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar tu marca o producto en el mercado

REACTIVACIÓN EVOLUTION GYM POST PANDEMIA

INTRODUCCION

La presente investigación hace referencia a la urgencia de poder implementar una estrategia digital para la Empresa “ Evolution Gym” para poder mejorar e incrementar la cartera de clientes

Actualmente, las empresas de cualquier rubro deben estar a la vanguardia ya que debido a todos los obstáculos tanto sociales como de carácter salud, se han visto muy afectadas, es por eso que se pretende mejorar la estrategia de promoción digital de la empresa en cuestión.

Habiendo plasmado el objetivo de nuestra monografía, podemos dar a conocer todos los aspectos sociales, salud y económicos que afectaron al negocio (objeto de estudio) y como podemos activarlos nuevamente.

En el lenguaje cotidiano, encontramos, sin lugar a dudas, un montón de situaciones que analizar y otro tanto de acciones a realizar para cumplir lo determinado; que es reactivar esta actividad económica a como era antes de la Pandemia; o en su mejor caso mejorar incluso a este momento mencionado. Comprender su concepción permitirá entender otros conceptos más generales o específicos con los que vinculan nuestro estudio, entonces, se busca vislumbrar lo que nos perjudica y lo que nos ayuda a llegar a lo que queremos lograr

En este punto se expone todos los aspectos técnicos de la prestación de servicios del gimnasio Evolution GYM. Se comenzará con una breve descripción de la

localización del local, enfatizando el porqué de la zona elegida y las características más destacadas.

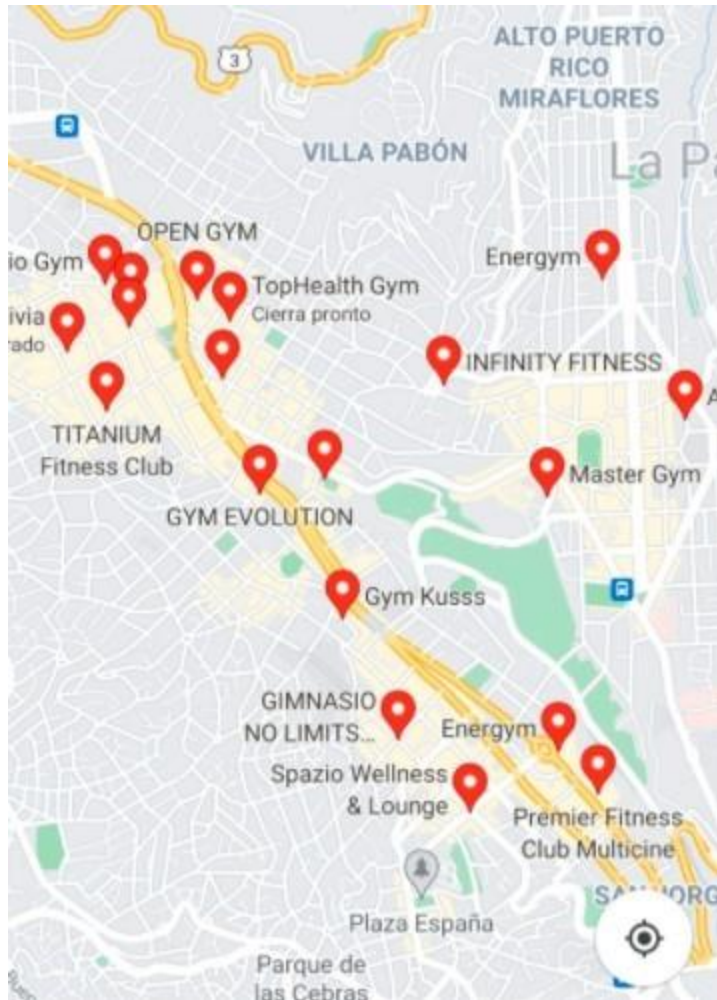
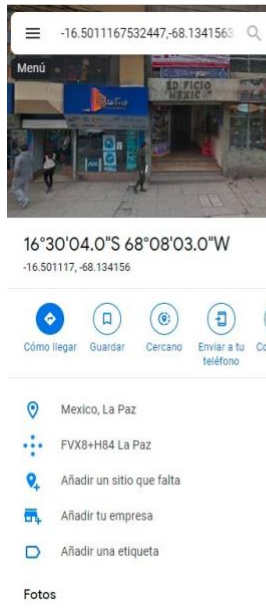
Además se analizarán los aspectos positivos. Otro aspecto que se abordará será la distribución en planta, puesto que es un aspecto muy importante para hacerse una idea de cómo se van a organizar los distintos servicios del negocio. Se aprovechará al máximo todo el espacio del establecimiento. Por otra parte, para encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y del equipo y conseguir la máxima economía en el trabajo, al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores y clientes, se tendrá que pensar desde el punto de vista de cliente y hacer el recorrido que éste haría. Se analizarán las operaciones y procesos. Por lo que se identificarán y gestionarán los procesos y estrategias que se deben desarrollar en el establecimiento. Por último, recalcar que la mayoría de las empresas, sean privadas o públicas, han tomado conciencia de la necesidad de operar guiadas por los principios de la calidad, que se pueden resumir en:

- Evaluación, aprendizaje y mejora generando estrategias.
- Orientación al cliente junto a la mejora en la atención del mismo
- Compromiso y participación de todos los implicados en las actividades de la empresa.

Localización del local

La localización del local es uno de los factores que más puede influir en el éxito del negocio y la estrategia que queramos implementar. Por lo que es necesario destacar que esta ubicado en una zona donde hay una afluencia de público importante (en su

mayoría gente que trabaja por la zona), Es por esto que es importante mencionar que el gimnasio se encuentra en pleno centro de la ciudad de La Paz. Se observó que este por ese sector es decir en pleno centro no disponía de ninguno.



LOCALIZACION GIMNASIOS MAS CERCANOS

ACTUALMENTE El gimnasio Evolution GYM esta ubicado en el 3er subsuelo del edificio México muy conocido por la ubicación con un área de 318 m² dando a 2 calles.

El reparto de las áreas totales para la distribución del gimnasio de 318 m² es de la siguiente manera:

Mapa de Distribución



Reparto de las áreas totales para la distribución del gimnasio de 182.30 m2

- Zona de recepción.
- Zona ocio (banquetas y taburetes,...).
- Zona casilleros
- Vestuarios
- baños (masculino y femenino).
- Duchas
- Sala Musculación y cardiovascular.
- Sala clases colectivas.
- Sala Spinnig. Almacén.

Además de lo anterior, el local dispone de licencia de funcionamiento de apertura y reúne las medidas de bioseguridad, condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la Alcaldía Municipal.

A continuación se detalla cada una de las áreas de la instalación:

- **Zona de la recepción**, situada nada más acceder al gimnasio, se trata de un mostrador, tras el cual se encuentra la persona encargada de dar la bienvenida a los clientes, facilitarles toda la información necesaria y acompañarles durante la visita al centro, aclarando todas sus dudas acerca del funcionamiento del gimnasio, precios, horarios, objetivos de cada una de las actividades colectivas... En imagen a continuación se puede observar la misma. Cuando el cliente no es la primera vez que viene, si no que se trata de

un cliente ya inscrito al gimnasio, la labor de la recepción es controlar el acceso, la afluencia de gente y asegurarse que los clientes llevan sus cuotas al día

- **Zona Ocio,** En esta parte del recinto, junto a la recepción, los clientes tendrán a su disposición varias máquinas sencillas un espacio donde poder comprar bebidas y productos nutricionales para antes o después de sus entrenamientos. Además los clientes podrán esperar a sus compañeros en las banquetas o taburetes donde tendrán revistas deportivas o utilizarlo como punto de encuentro mientras se toman algo
- **Zona Casilleros,** Este espacio estará destinado para que los usuarios puedan guardar sus pertenencias, en caso de que el cliente así lo solicite, se le otorgada candado con su llave respectiva por seguridad.
- **Vestuarios,** Cada uno de los vestuarios estará dotado con un espacio privado para que el usuario pueda vestirse o cambiarse, además de bancos para sentarse y perchas arriba de los respaldos de los bancos, para poder cambiarse con comodidad, también tienen un espejo interior, los vestuarios son cómodos y con mucha privacidad para los participantes

- **baños (masculino y femenino)**, Adecuados, limpios y con buena iluminación, disponible para su uso
- **Duchas**, Disponible para que el usuario pueda utilizarlas después de su entrenamiento
- **Sala Musculación y cardiovascular**, La característica general más importante de esta instalación es la ubicación en toda su extensión de maquinaria para el entrenamiento de la fuerza y de musculación en general; por lo que queda su uso casi excluido para cualquier otra actividad. Esta sala dispondrá de un profesional (mínimo por turno), que se encargará de controlar el correcto funcionamiento de la sala y de las máquinas y ayudar a los clientes para que ninguna persona pueda lesionarse por un uso incorrecto. Además dispone de 2 extractores de aire y ventilación

Detalle equipo gym

MANCUERNAS			
No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	ROSADOS DE 1 KILOS	4	4
2	AZULES DE 1 KILO	2	2
3	NEGRAS DE 1 KG	2	2
4	NEGRAS DE 2 KG	2	4
5	NEGRAS DE 3 KG	4	6
6	NEGRAS DE 4 KG	3	8
7	NEGRAS DE 5 KG	2	20
8	NEGRAS DE 6 KG	2	12
9	NEGRAS DE 8 KG	2	16
10	NEGRAS DE 9 KG	2	18
11	NEGRAS DE 10 KG	2	20
12	NEGRAS DE 11 KG	2	22
13	NEGRAS DE 13 KG	2	26
14	NEGRAS DE 14 KG	2	28
15	NEGRAS DE 15 KG	2	30
16	NEGRAS DE 16 KG	2	32
17	NEGRAS DE 17 KG	2	34
18	NEGRAS DE 20 KG	2	40
19	NEGRAS DE 21 KG	2	42
20	NEGRAS DE 22 KG	2	44
21	NEGRAS DE 23 KG	2	46
22	NEGRAS DE 25 KG	2	50
23	NEGRAS DE 27 KG	2	54
24	NEGRAS DE 28 KG	2	56
25	NEGRAS DE 29 KG	2	58
26	NEGRAS DE 30 KG	2	60
27	NEGRAS DE 33 KG	2	66
28	NEGRAS DE 36 KG	2	72
27	PORTA MANCUERNAS	1	
TOTAL		61	872

EQUIPOS DE SONIDOS

EQUIPOS DE SONIDOS			
No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	
1	AMPLIFICADORES	2	1 R
2	DENON AMERICA MIX	2	
3	PARLANTES	5	
4	TELEVISOR SMART 32" MAS DOS CONTROLES	1	
5	COMPUTADORA MAS MAUSE	1	
6	MONITOR DE 18"	1	
7	PROFESIONAL COMPAC UBS BLUETOOTH	1	
8			
TOTAL			

BARRAS Y MANERALES

No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	BARRA OLIMPICA NIQUELADA 2,18 MT.	4	
2	BARRA DE 1,8 MT. NAL.	1	
3	BARRA DE 1,6 MT NAL.	1	
4	BARRA NIQUELADA DE 1,2 MT.	1	
5	BARRA Z NIQUELADA	1	
6	BARRA Z DE IZAR	1	
7	BARRA POLEA GIRATORIA NIQUELADA MACISA	1	
8	BARRA POLEA GIRATORIA NIQUELADA LIVIANA	1	
9	MANERAL AGARRE CORTO POLE ALTA/BAJA	1	
10	MANERAL AGARRE EN FORMA DE V C/TOPE	1	
11	MANERAL RECTO CURVO PARA TRICEPS	1	
12	MANERAL RECTO PARA TRICEPS Y BICEPS	1	
13	MANERAL CERRADO A UNA MANO	2	
14	MANERAL EN U CON POLEA PARA BICEPS/TRECEPS	1	
15	MANERAL EN V CON FORRO PARA ESPALDA	1	
16	BARRA H	1	
17	CADENA DE 1/2" 10 MT	1	
18	CUERDAS TRACCION DOBLE PARA TRICEPS	2	
19	BARRA MULTIAGARRE	1	
20	BARRA DOBLE Z	1	
21	MANERAL PARALELO EN V MULTIEJERCICIOS	1	
TOTAL		26	

OTROS

No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	CINTURON Valeo T. L	1	
2	CINTURON VALEO DAÑADO	1	
3	CINTURON C/SCRACH HERBIGER	1	
4	CUERDAS DE SALTAR	2	
5	CINTURON C/CADENA PARA PESO	1	
6	CINTURON P/ CABEZA PARA COLGAR PESO	1	
7	PAR DE LASTRES DE 2 KG NEGROS	1	
8	PAR DE LASTRES ROJOS 1,5 KG	1	
9	PAR LASTRES AZULES DE 2 GR	1	
10	PAR DE LASTRES NEGROS DE 3 KG NUEVOS	1	
11	PARES DE TOBILLERAS	1	
12	PAR DE SOPORTES PARA LAGARTIJAS	1	
13	RUEDA ABDOMINAL	1	
14	AMOHADILLA PARA BARRA	2	
15	BALANZA + CARGADOR	1	
16	Soporte para biceps parado	1	
TOTAL			
TOTAL GENERAL			

MUEBLES Y EQUIPOS			
No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	CASILLERO DE METAL DE 6 CASILLEROS	1	
2	CASILLERO DE METAL DE 24 CASILLEROS	1	
3	CASILLERO DE METAL DE 24 CASILLEROS	1	
4	CASILLERO DE METAL DE 9 CASILLEROS	1	
5	MESON DE RECEPCION	1	
6	SILLA DE RECEPCION	1	
7	TABURETE	1	
8	MUEBLE EMPOTRADO RECEPCION	1	
9	BASUREROS BLANCOS	5	
10	BASURERO VERDE	1	
11	CANDADOS	40	
12	ESPEJOS GL	29	
13	BASURERO CELESTE	1	
14	BANCAS VESTIDORES	3	
15	MAMPARAS VESTIDOR CON PUERTA	2	
16	MAMPARAS VESTIDOR CON PUERTA	1	
17	MANPARA DIVISORA DE VESTIDORES	1	
18	MANPARAS SALA DE AEROBICOS	4	
19	COLGADORE MIQUELADOS	8	
20	COLGADORES VARIOS MODELOS	6	
21	COLGADOR PARA MUESTRA	1	
22	GRADA DOS Peldaños PARA ALTURA	1	
23	BOTIQUIN	1	
24	PERFORADORA	1	
25	ENGRAPADORA	1	
26	CALCULADORA B DIG	1	
27	ARCHIVADORES DE PALANCA T/OFICIO	3	
28	ARCHIVADORES DE PALANCA T/1/2 OFICIO	1	
29	BANNER DE 1,00 X 0,500 MT	1	
30	BANNER DE 2,00 X 0,800 MT AUTO PORTANTE	1	
31	BANNER DE 2,00 X 0,800 MT TAP OUT	1	
32	BANNER DE 3,00 X 1,00 MT AZUL	1	
33	LETRERO DE 2,50 X 1,20 MT PRADO	1	
34	SOPORTES COLCHONETAS	2	
35	CAJA PARA EQUIPOS DE SONIDO	1	
36	VENTILADOR INDUSTRIAL	1	
37	VENTILADOR DOMESTICO	1	
38	CORTA PICOS	1	
39	CAJON MONEDERO	2	
40	SOLDADOR DE BOLSAS	1	
	TOTAL		

DISCOS

No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	DISCO DE 1,0 KGR	12	12
2	DISCOS DE 2,5	13	32,5
3	DISCOS DE 5 KG	19	120
4	DISCOS de 10 KG	21	210
5	DISCOS DE 15 KG	10	150
6	DISCOS DE 20 KG	16	320
	DISCO DE 5 KG MOD DIF	1	5
	PORTA DISCOS	1	
7	TOPE DE BARRA DE COMPRESION 3 VUELTAS	5	
8	TOPE DE BARRA DE COMPRESION 2 VUELTAS	2	
9	TOPE DE BARRA CON SEGURO DE 1/2"	2	
10	TOPE DE BARRA CON SEGURO DE 3/8"	2	
11	TOPE DE BARRA TORNEADAS	2	
12	TOPE DE BARRA C SEGURO DE 1/4"	2	
TOTAL			

BANCAS Y ASIENTOS

No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	BANCA PREDICADOR REGULABLE	1	
2	BANCA HORIZONTAL PARA PRESS PECHO 1	1	
3	BANCA INCLINADA PECTORAL ALTO PRESS	1	
4	BANCA HORIZONTAL PARA PRESS PECHO 2	1	
5	BANCO HORIZONTAL CUA FIJA 1	1	
6	BANCA RECLINABLE	1	
7	BANCA ABDOMINAL RECLINABLE	1	
8	BANCA HORIZONTAL FIJA 2	1	
9	BANCA CINTURA OBLICUOS LUMBARES	1	
10	BANCA ROBOT	1	
11	BANCA PARA ABDOMINALES CON SOPORTE	1	
12	GIROS PARA CINTURA DOBLE	1	
	SOPORTE DE COLGAR P/BICEPS	1	
TOTAL		13	

BICICLETAS

No	DETALLE DE MAQUINA	CANT	PESO KILOS
1	BICICLETAS DE SPINNING WEIDER NEGRAS	6	
4	BICICLETAS DE CALENTAMIENTO SHIMANO	1	
TOTAL		7	

Fuente: Propietario _En otra ala del gimnasio se ubicarán las máquinas cardiovasculares organizadas en fila, en función del tipo de máquina como se puede ver en la imagen a continuación:

- **Sala clases colectivas**, La sala de actividades colectivas, donde se practican todas las clases grupales, es un aula con suelo de parquet plastificado, con un equipo independiente de música al fondo desde donde el monitor imparte las clases y comparte la música para las mismas, espejos a los lados para dar mayor amplitud. Además tiene ventilación, extractor de aire y cuenta con un juego de luces. Al fondo de la sala se encuentra el material necesario para las clases: steps, bases de los steps, colchonetas, barras con el cierre y discos para barras y balones

Dentro de las clases dirigidas que se ofertan se encuentran:

- **Mantenimiento y la Tonificación**: son clases dinámicas, divertidas y eficaces. La finalidad es endurecer y tonificar todos los músculos del cuerpo, mediante ejercicios fáciles y seguros, siguiendo el ritmo de la música. Además la técnica de los movimientos ayuda a moldear el cuerpo
- **El GAP**: es una gimnasia de mantenimiento que se basa en el entrenamiento de Glúteos, Abdominales y Piernas para ponerlos firmes y endurecidos. Es un entrenamiento que lucha contra el sedentarismo actual y contra la acumulación de grasas en determinadas partes del cuerpo de cintura para abajo. Con este entrenamiento es importante la constancia, después de una

temporada conseguirás un vientre más plano, cintura más definida, piernas con mejor tono, glúteos endurecidos, además de una mayor resistencia y mejora de la circulación sanguínea, todo monitoreado por el instructor de turno

- **Aeróbicos:** es una actividad que mezcla ritmos musicales de todo tipo. Se trata de un entrenamiento cardiovascular donde se trabaja la resistencia aeróbica, beneficiosa para el corazón, ayuda a eliminar estrés y mejora la coordinación. Este

ejercicio mezcla ritmos rápidos y lentos combinados con series, con lo que además de bajar esos kilos de más, tonificamos nuestra musculatura ejercitando glúteos, piernas, abdominales y brazos. Sobre todo nos ayuda a perder peso, pues en una sola sesión se pueden llegar a perder 800 calorías de la manera más divertida.

- **El Step:** es un programa dinámico que consiste en subir y bajar de una plataforma combinando pasos al ritmo del aeróbic. Incluye una amplia variedad de ejercicios que se desarrollan al ritmo de la música, por lo que realizar una coreografía de Step mejora la coordinación y la capacidad de reacción del alumno, trabajando también a nivel mental, estimulando la memoria y la concentración. También le permite a las personas de diferente peso y nivel de entrenamiento hacerlo a su propio ritmo, al mismo tiempo y en el mismo ambiente, ya que se basa en un entrenamiento intenso pero de bajo impacto para las articulaciones.
- **Sala de Spinning,** Es la sala dedicada exclusivamente a las clases de spinning, donde se hace una actividad cardiovascular al ritmo de la música y

siguiendo las instrucciones del monitor. Estará rodeada de espejos para dar mayor sensación de amplitud y para que los usuarios puedan verlo desde fuera. Tendrá un sistema de regulación de luz con el cual se podrá dotar de varios ambientes a la sala a través de la intensidad y color de la luz. Tiene en total 21 bicicletas, una de ellas irá destinada al monitor. La sala tiene extractor de aire y ventilación.

RESPECTO A LA DESCRIPCION DE LA EMPRESA (Evolution GYM)

La descripción de todos los aspectos físicos y demás de Evolution Gym nos permitirán elaborar las mejores estrategia para los objetivos que queremos alcanzar, para esto podemos partir desde las siguientes etapas:

- 1.** Análisis de la situación de partida. Se analiza la situación actual de la empresa y de su entorno, y se toma conciencia de las oportunidades existentes para poder aprovecharlas. Por ejemplo, las necesidades del mercado donde se actúa o la situación de los recursos que se necesitarán. (FODA)
- 2.** Fijación de los recursos. Se marcan los objetivos, tanto los generales como los sus objetivos, es decir, se concretan las metas a las que se quiere llegar.
- 3.** Creación de alternativas o determinación de las estrategias de actuación. Se marcan los diferentes caminos que lleven a la empresa hacia los objetivos propuestos. (Marketing MIX)

4. Evaluación de las alternativas. Consiste en evaluar y analizar los puntos fuertes y débiles, y evaluar los costes, los riesgos, las dificultades que hay que superar, etc.
5. Elección y elaboración de las estrategias a implementar.
6. Aunque se hayan desarrollado las estrategias a seguir, es posible que la realidad evolucione de forma diferente y esta alternativa no funcione como se esperaba; entonces, se debe volver a las alternativas anteriores y realizar las modificaciones pertinentes. Por tanto, hay que hacer un seguimiento periódico de los planes o estrategias y corregirlos cuando sea necesario.

CAP 1

ASPECTOS GENERALES

Evolution Gym, es una empresa de servicios dedicada a la cultura física que ha tenido inconvenientes de reactivación después de la Pandemia, y es por eso que necesita una nueva estrategia digital y una estrategia tradicional que le permita la captación de nuevos clientes y por ende así incrementar sus ingresos

Hablando un poco de como se desarrolla la empresa es necesario mencionar que la empresa se encuentra ubicada en la ciudad de La Paz; para ser mas específicos en la Calle México y Colombia 3er subsuelo, con otro ingreso lado pollos CBBA. (excelente ubicación)

Evolution Gym , tiene una trayectoria de mas de 14 años en el rubro de la actividad física, cabe mencionar que la empresa a lo largo de los años ha sabido situarse o mantenerse pese a los percances en este ultimo tiempo, tomando en cuenta que hasta antes de la pandemia contaba con una variedad de servicios los cuales tuvieron que ser pausados por las medidas de Bioseguridad (se eliminaron las disciplinas de Spinning, Aeróbicos y Zumba) momentáneamente. Actualmente el gimnasio esta funcionando manteniendo solamente la disciplina de Musculación (de manera temporal).

1.1 IDENTIFICACIÓN Y FORMULACION DEL PROBLEMA

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El crecimiento de la tecnología debido al uso del Internet y las Redes Sociales ha abierto nuevas formas de publicidad, marcando una tendencia para poder hacer marketing

Digital, atendiendo de una manera diferente y mas fácil las necesidades del consumidor.

La tecnología ha traído cambios a nuestro mercado y por ende la forma de vender y promocionar nuestros productos o servicios; podemos decir entonces que el

Marketing Digital es muy importante para el crecimiento de las empresas debido a los canales y las opciones que estos nos brindan y que se pueden utilizar estratégicamente en favor de nuestra Empresa, ayudándonos a conectar de mejor manera con la gente y a su vez poder captar nuevos clientes.

Se puede identificar que la Redes Sociales no solo son una tendencia del momento, si no mas bien ya se ha convertido en un estilo de vida habitual, es por eso que las personas pueden estar informadas 24/7 acerca de todos los movimientos, ofertas, promociones o cualquier actividad de la empresa de su preferencia, esto llega a ser muy beneficioso si sabemos aprovecharlo es por eso que nosotros debemos dirigir nuestra estrategia también por este medio, aprovechando la tecnología actual y la oportunidades para poder brindar una mejor experiencia a nuestro clientes actuales y a los que podamos captar

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿ Sera que una estrategia digital mediante Facebook, Whatsapp, Messenger e Instagram incrementaría la demanda por nuestros servicios?

1.2 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El presente proyecto plantea conseguir la afiliación y el retorno de mas participantes al Gimnasio para generar mas ingresos

1.2.1 OBJETIVOS GENERALES

Estamos con el objetivo de lograr reactivar el Gimnasio generando una estrategia digital y tradicional (marketing Mixto) mediante Facebook, Whatsapp, Messenger, Instagram y de forma física permanente que pueda reactivar a la empresa y a su vez generar mas ingresos

1.1.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

Generar una estrategia mediante Facebook, Whatsap, Messenger, Instagram y de □ forma física : ofertas, promociones, descuentos, recomendaciones, consejos y etc, para generar mas vistas, actividad en la pagina y visitas al Gimnasio.

- Revisar, modificar, mejorar la pagina del Gimnasio actualmente, con el fin de promover estrategias que nos permitan el posicionamiento del mismo y mucho mas contacto con la gente
- Crear una cuenta de Instagram del Gimnasio generando mas vistas y promoción del mismo
- Generar más actividad mediante el messenger de Evolución GYM que a su vez genera un canal mas de contacto con el Cliente
- Crear la cuenta de Whatsapp Empresa de Evolution Gym la cual nos permitirá mas acciones con los usuarios (clientes y no clientes), que también nos brindara la opción de que si un cliente no pudiera acceder a nuestras instalaciones por algún

motivo, tendrá un contacto desde donde esté con su instructor para seguir con su rutina

- No se descuidara la repartición de volantes, un pasacalle y la venta física en las instalaciones; así como el obsequio de trípticos y tarjetas personales con información del Gimnasio

1.3 JUSTIFICACION

Debido al crecimiento de las Redes Sociales y la actual utilización de los dispositivos como ser uno de los principales los celulares; es necesario promover los servicios en nuestro caso del gimnasio mediante un Marketing Digital (Facebook, Whatsapp, Messenger e Instagram), manteniendo el Marketing tradicional actual del Gimnasio. En este caso es necesario conocer e investigar la importancia de generar nuestra estrategia mediante estos medios mencionados sin descuidar el actual, y de que manera nos ayudaran a convertirnos en el diferenciador de la competencia para atraer y seducir a mas clientes.

El promover nuestra estrategia mediante Facebook, Whatsapp, Messenger e Instagram nos ayudara a comprender como generar contenido de interés útil para nuestros usuarios, tomando en cuenta que a su vez nos ayudara a brindar un mejor servicio generando un valor importante a la imagen del Gimnasio; claro esta que lo que debemos lograr es generar un contenido adecuado y llamativo para lograr el interés de nuestros usuarios

Esta monografía tiene como objetivo desarrollar un plan Digital sin descuidar en actual que es el tradicional para el Gimnasio “Evolution Gym” o dicho de mejor manera intervenir el existente desde un enfoque netamente dirigido a mejorar el

servicio para los clientes actuales y para generar nuevos usuarios. Y por último se pretende generar contenido que sea útil y de interés en la cultura Fitness para nuestros usuarios y para los que logremos captar

1.3.1 JUSTIFICACION

TEORICA

**Según Laurie Englert -
Chief**

"El marketing digital comienza con un contenido realmente rico que a las personas realmente les importa, incluidas las imágenes asesinas. Luego está entregando ese contenido cuándo y dónde lo quieran tus clientes con la esperanza de que les guste y se lo cuente a todos sus amigos y seguidores. Y asegúrate de que puedan verlo en un dispositivo que usen todos los días, especialmente el smartphone. Pero, sobre todo, no abrumes a las personas con tu argumento de venta. Manténlo simple y enséñales algo para que te consideren un recurso valioso, no solo una empresa que impulsa el producto".

Podemos deducir que el marketing digital es importante porque en la actualidad la tecnología es muy utilizada en todos los sectores económicos, y en especial, motivado por la pandemia del Covid-19 donde hubo mayor auge el desarrollo de conceptos como: teletrabajo, telestudio, la telemedicina y demás formas que hacen posible que las personas puedan seguir realizando sus labores mediante el uso de plataformas digitales.

De esta manera, consideramos que se justifica la elaboración de una estrategia mediante

Facebook, Whatsapp, Messenger e Instagram para reactivar “ Evolution Gym”

Llamamos en este caso a nuestra estrategia digital a la combinación de canales y formatos de comunicación para crear contenido en la página de nuestra empresa “Evolución Gym”, que pueda estar disponible en un dispositivo móvil, esto es para ayudar a potenciales clientes a solucionar sus problemas, informarle de nuestras actividades, conectarnos con ellos, difundir contenidos útiles salud y ejercicio para mejorar nuestra

relación con las diferentes audiencias y realizar campañas publicitarias mediante los mismos

Tomando en cuenta como se vio afectada nuestra economía este último tiempo, cuando nos referimos a una estrategia y debido al desarrollo de la tecnología es necesario pensar que debemos hacerlo de manera Digital como habíamos mencionado; esto es para que podamos llegar a muchas más personas y poder ampliar nuestro mercado de alcance, y a su vez generar más ingresos

Debemos considerar que hoy en día muchas empresas han cambiado su enfoque ya que no solo se basan en ofrecer el servicio; y de lo que se trata es interactuar más con el cliente brindándole soluciones, consejos y que nuestro usuario se sienta identificado con nuestro servicio y que es parte de la misma (familia Evolución GYM)

1.3.2 JUSTIFICACION PRACTICA

En la práctica, la posibilidad de llegar digitalmente al cliente permite también hacer una medición del nivel de audiencia o seguidores que están interesados en el contenido que ofrecen algunas páginas, como el caso de los gimnasios y así se

motiven a visitar el establecimiento. Sin embargo, conscientes de la situación que afronta el país por el Covid-19 se propone que “ Evolución Gym” ofrezca todas las medidas de bioseguridad que le den confianza al usuario para poder realizar sus entrenamientos en nuestras instalaciones. Adicionalmente, la pagina de Facebook debe contar con un beneficio en el cual los usuarios activos en la misma puedan acudir al establecimiento con beneficios por ser seguidores asiduos del Gym, de igual manera se mantiene el contacto con los clientes mediante una línea de soporte Whatsapp y la creación de una cuenta Instagram para el Gimnasio, en la cual se brinda informaciones de las actividades o información adicional del Gym con los ya participantes del mismo.

Por esta razón, el uso de marketing digital es fundamental ya que hace posible esa interacción con el cliente, a tal punto que se conocen sus gustos y

preferencias y se diseñan estrategias personalizadas, de manera que toda la oferta del servicio esté enfocada en satisfacer las necesidades de los clientes, para crear ese ambiente de lealtad a la marca y a los productos y servicios que se ofrecen

1.3.3 JUSTIFICACION METODOLOGICA

Para poder lograr la estrategia acertada se hara una análisis FODA y una investigación mediante la solicitud de algunos datos al propietario y gerente del Gimnasio, con ello se pretende conocer el alcance del Gimnasio actualmente, cantidad de participantes inscritos al gimnasio, proyecciones, datos reales de los ingresos, gastos y costos de mantenimiento: todo esto nos dara un pantallaso del camino o estrategia a seguir para desarrollar tanto la página de facebook como la

línea de soporte Whatsapp y la creación de la cuenta de Instagram para la reactivación del gimnasio

1.4 ALCANCE

1. El presente estudio explorará el mercado digital (páginas Facebook de gimnasios en

La Paz., opiniones de la comunidad en la página, la revisión de la página actual de Evolución GYM, la línea de soporte Whatsapp y la calidad de atención al cliente del mismo Gimnasio objeto de nuestro análisis)

2. La investigación abarca únicamente a las empresas dedicadas al rubro de Gimnasios en La Paz Bolivia

3. La presente investigación se centró en el período de tiempo de Septiembre del 2018 a Noviembre del 2021, nuestro objetivo es demostrar cómo una Estrategia Mixta permitirá lograr las metas comerciales del gimnasio Evolution Gym de la ciudad de La Paz – Bolivia

1.4.1 ALCANCE TEMPORAL

La elaboración y ejecución de la estrategia digital tendrá un período aproximado de 6 meses en su primera fase, el cual nos indicará los avances y los resultados preliminares de la estrategia digital a utilizar

El presente Trabajo analizará los ingresos y la afluencia afectada con una tabla comparativa (cantidad de inscritos) de los años 2018, 2019, 2020 y 2021.

El espacio objeto de estudio es el gimnasio que se encuentra en un lugar céntrico :
calle

México y Colombia, edificio México 3er subsuelo

Las estrategias de marketing estarán desarrolladas en este trabajo, estarán aplicadas para el mercado de la ciudad de La Paz.

Este trabajo se enfocara directamente al segmento de servicios de cuidado físico y salud

Esta investigación cumplirá con los lineamientos de un modelo de marketing digital (como principal) y también tradicional

Se realizará una descripción de las estrategia digital en donde se establecerá clientes externos e internos, entradas, salidas y la relación de los mismos con la satisfacción del cliente final además de establecer el equipo de trabajo.

1.4.2 ALCANCE GEOGRAFICO

El objeto de nuestro estudio se encuentra en la sede de gobierno en la ciudad de La Paz, calle México y Colombia, Edificio México 3er subsuelo, lugar; al tratarse de una estrategia digital y tradicional (Estrategia Mixta) el alcance de la misma no tiene un limite

1.4.3 ALCANCE INSTITUCIONAL

Lograr que la población especialmente del departamento de La Paz en donde opera el Gimnasio tenga acceso un servicio de calidad, cercano, con asesoramiento personal y con precios accesibles para acercar cada día a más personas y se conviertan en clientes fieles a la familia de Gimnasio, resaltamos algunos puntos al respecto:

- Realizamos un análisis de la situación del sector, donde se observa el mercado de los gimnasios y centros deportivos que se ubican en la zona para poder evaluar a los competidores directos, determinando según las características de los mismos que la competencia más directa por las características sería el Gimnasio No limits.
- Realizamos un plan estratégico, tanto interno como externo, de la empresa con el fin de posicionar con más fuerza a la empresa en el sector y ver los puntos fuertes y débiles y las oportunidades y amenazas que le afectarían.
- Concretar el funcionamiento organizacional interno y la organización de la empresa para poder dar el mejor servicio a los clientes.
- Establecer el Plan de Marketing Mixto que se llevará a cabo
- Vamos a desarrollar estrategias que nos permitan mejorar la atención y la captación de nueva clientela

- Lograr que el Evolution GYM preste servicios con mas calidad, trabajar en la elaboración de muchas más promociones para los clientes nuevos y antiguos
- Garantizar el adecuado manejo de todas la medidas de bioseguridad
- Fortalecer la pagina de Facebook y hacerla mas amigable

CAP 2

MARCO TEORICO

En la economía actual cuando nos referimos al marketing digital, en este caso de un gimnasio, nos referimos a la interacción entre la empresa y el consumidor o usuario que a su vez es el receptor, a quien se le dirige todo el proceso de comunicación de nuestra empresa. Podemos decir que el marketing cambió la manera de comunicar y vender una idea, servicio o producto y no solo eso sino de comunicar y de posicionar la marca; el contenido que se genera por medio de estrategias de marketing y se ponen en marcha

con el auge de nuevas tecnologías o herramientas tecnológicas hace que llegue un extensivo número de personas generando sensaciones, creando fidelización a partir de un buen y acertado contenido, aumentado el grado de recordación de la marca, también tomando en cuenta que este tipo de estrategia captan mas audiencias y despiertan sentimientos

Hoy en día muchas empresas y marcas han cambiado su enfoque de comercialización, debido a que no solo se centran en realizar una transacción del producto o servicio;

sino que se centran en que mediante la estrategia digital se pueda vender soluciones permanentes dirigidas al cliente, La venta del producto o servicio ya viene enlazada, no solo con los atributos del mismo, sino con elementos intangibles que logran representar o identificar la marca en las comunidades de los clientes,

2.1 MARKETING DIGITAL

El crecimiento exponencial de uso de dispositivos involucra directamente a los usuarios de estas herramientas y las empresas o marcas, donde por medio de estrategias y técnicas buscan comunicar, en vender un producto o servicio, creando la necesidad a las empresas de incluir estrategias de Marketing digital.

La expresión también conocida como Marketing On Line es un termino como significado es similar al del Marketing Electrónico en ambos casos se pretende el manejo y la ejecución de estrategias digitales, utilizando correos electrónicos como son: la Web, el correo electrónico y los dispositivos inalámbrico, la rápida evolución de estos canales digitales ha generado en el Marketing nuevas oportunidades y vías para difundir información y publicidad llevando a un crecimiento exponencial la publicidad digital en esta nueva era de las comunicaciones.

El marketing digital se define como simplemente la herramienta o estrategia la cual nos ayudará a cumplir los objetivos de las empresas por medio de las aplicaciones que involucran la tecnología actual.

2.2 DEFINIMOS LA ESTRATEGIA DIGITAL

Definimos que nuestra estrategia digital consiste en una serie de acciones o pasos que ayudaran a encaminar los objetivos del negocio: estrategias de comercialización aplicadas en las plataformas tecnológicas digitales, estas estrategias se trasladan al Marketing digital.

De acuerdo con Dave Chaffley y Fiona Ellis- Chadwick (2014) “ La estrategia del Marketing Digital tiene muchas similitudes con las metas típicas de las estrategias del

Marketing tradicional en el sentido de que.....”

- El Marketing Digital pretende proporcionar una futura dirección de las actividades propuestas en la estrategia
- Se realizara un análisis al entorno externo de la empresa y sus recursos internos con los que cuenta, para así conocer las capacidades para comunicar la estrategia.
- Resaltamos que los objetivos del Marketing digital deben estar alineados con los objetivos de un Marketing tradicional para de esta manera apoyar nuestra estrategia.

- Para alcanzar nuestros objetivos se supondrá la selección entre las opciones estratégicas con el fin de crear una ventaja competitiva diferencial y sostenible.
- Incluirá la elaboración de la estrategia de manera que aborde las opciones para realizar una mezcla de ambos Marketing.
- Para poder desarrollar e implementar la estrategia se especificara como deberá estar estructurada la organización y como deben utilizarse los recursos.

2.2 PLAN DE MARKETING DIGITAL

El plan de Marketing digital consiste en elaborar una estrategia que plasme una secuencia lógica y una serie de actividades que recogen todos los objetivos y acciones del Marketing, conteniendo además la formulación de planes para poder alcanzarlos

Podemos ver que para elaborar correctamente nuestro plan de Marketing debemos partir de un análisis y diagnóstico de la situación para definir correctamente nuestras estrategias y su puesta en marcha

Para el desarrollo de las estrategias es necesario realizar un análisis del mercado y la empresa; por tanto se tomara como referencia la utilización de un análisis FODA, a continuación explicamos un poco la herramienta en cuestion.

FODA

Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es una herramienta que se utiliza para realizar una evaluación sobre los factores fuertes y débiles de la empresa dando un diagnóstico interno de la empresa actualmente; de igual forma se realiza una evaluación a la situación externa, oportunidades y amenazas, esta es una sencilla herramienta y permite tener una perspectiva general del gimnasio

Hablemos del Marketing Tradicional.....

2.3 MARKETING TRADICIONAL

El marketing offline o tradicional hace referencia a las prácticas clásicas que los encargados de las empresas, de la comunicación y del marketing de estas y de sus productos y/o servicios utilizaron desde mitad del siglo XX hasta la actualidad, época en la que el marketing offline se sigue complementando con el online. Hablamos de prácticas como los flyers, las vallas publicitarias, las promociones, los anuncios en periódicos,etc. En nuestro caso se conservara el Marketing Tradicional actual y lo fortaleceremos implementando una mezcla del Marketing digital y el tradicional, logrando un(Marketing Mix)

¿Qué es el marketing mix?

El marketing mixto es un análisis interno, orientado al marketing, que se desarrolla en una organización con el objetivo de conocer las variables básicas de su actividad.

Dichas variables son definidas a través del concepto de las

4P: producto, precio, plaza y promoción.

El marketing mix permite analizar dichas variables, obtener información para conocer la situación de la organización en base a estas y, a partir de allí, ser capaz de perfeccionar una estrategia de marketing.

Las 4P del marketing mix

A través del marketing mix se analizan 4 elementos que son fundamentales para una organización:



Las 4P del marketing mix.

Producto

El producto se trata de todo lo que ofrece la organización al mercado, ya sean bienes y servicios, lugares, ideas, etc.

Dentro de esta variable se deben tener en cuenta la calidad, la garantía, la marca y otros elementos relativos al producto o servicio que se le ofrece al consumidor.

Precio

Esta variable se encarga de dar el monto monetario del producto que ofrece una organización. Se trata del precio del producto a analizar, aquel principal elemento que genera ingresos en una compañía.

Al estudiar esta variable se deben tomar en cuenta los precios propuestos por otras compañías del mismo mercado, para así poder establecer un precio competitivo y de mejor adquisición para el consumidor.

Plaza

La plaza alude a la distribución del producto, es decir, cómo llegará a manos del consumidor.

En esta variable se incluye el almacenaje, la distribución y los puntos de venta del producto.

Promoción

La promoción es un elemento fundamental para cualquier organización, ya que se encarga de que el producto ofrecido se dé a conocer.

Dentro de esta variable se analizan todas las acciones que la organización debe realizar para dar a conocer su producto y, asimismo, qué retorno se obtendrá de dichas acciones.

Las nuevas P's del Marketing Mix (Que utilizaremos o aplicaremos en nuestras estrategias)

Las 4P's se remontan a los inicios del Marketing en los años 50-60. Como hemos visto, uno de los cambios más grandes que ha vivido el mundo ha sido **la entrada de Internet**, el cual también afectó al Marketing. El **cliente** se empieza a situar en el centro como paso

previo al producto. Por ello las 4P's pasan a llamarse 4C's, que se corresponden con: cliente, coste, conveniencia y comunicación.

Las empresas integran al cliente desde el inicio para que sea este quien defina el producto y servicio.

El **precio** deja de ser fijo para adaptarse al usuario y tipo de oferta, en el precio entran en juego factores como el tiempo y el esfuerzo.

La **conveniencia**, concepto integrado como novedad en estas variables, hace referencia a la distribución donde la instantaneidad es la clave.

Por último, la **promoción** ha evolucionado y ha tenido que adaptarse inevitablemente al tipo de comunicación basado en las redes sociales. Aquí ya no solo entra en juego la promoción por parte de la empresa, sino la propia difusión que hagan los clientes con sus opiniones mediante los medios digitales

Debemos tener en cuenta que tanto estas 4P's como 4C's deben adaptarse a cada sector y dentro de cada sector atender a si nuestra venta es de un producto o un servicio.

Es lógico que estas 4P's se deban adaptar en el sector servicios ya que estas variables se pensaron en un principio para productos tangibles. El producto, el cliente, el precio y lugar de distribución varían, pero la lógica aplicada al producto se mantiene en el servicio, solo que entran en juego otros factores.

De esta forma, las cuatro variables se amplían a siete añadiendo tres más: el personal, los procesos y la evidencia física.

El personal es una variable indispensable en cualquier servicio, es por ello que debemos otorgarle la relevancia que se merece. Este hace que el servicio se diferencie del resto, por lo que el contacto directo con el cliente forma parte de la experiencia que este vive.

Los procesos hace referencia a esa atención que recibe el cliente. No solo se tiene en cuenta el trato al cliente durante el servicio sino también antes y después. Por lo que en este caso también se debe buscar una diferenciación del resto.

La evidencia física está totalmente ligada al tipo de consumo audiovisual que hacen hoy día los clientes. Las empresas de servicios deben aprovechar este canal digital y ofrecer al cliente evidencias de que lo que ellos ofrecen es lo mejor que puede recibir. Es importante crear vídeos o generar reseñas. Todo esto hace que el cliente se forme en su cabeza una idea de nuestro servicio, por lo que le tenemos que dar todas las indicaciones para que lo haga de la mejor forma posible.

De todo esto podemos decir que aplicaremos un Marketin Mix para **Evolutión GYM** de la siguiente manera:

Evolution GYM es una marca centrada en brindar un servicio de salud física. El gimnasio ha conseguido posicionar su **servicio** gracias a los años de trayectoria pese al escaso Marketing tradicional utilizado

Evolution Gym es sin duda na marca basada en la cultura física. Con esto han conseguido que no solo los deportistas adquieran el servicio, sino que lo haga cualquiera que busque hacer deporte o cambiar su estilo de vida.

En cuanto al **precio**, **Evolution GYM** utiliza precios bajos y competitivos. Se dirige tanto a cliente de clase media como de alta gama, hay que tener en cuenta que tiene competidores directos como No Limits o Energym, por lo que **Evolution Gym** apenas altera el precio de sus servicios. En este caso el precio está muy basado en la percepción del nombre del Gimnasio por parte de los clientes, por lo que el servicio del mismo es calificado como buenos a un buen precio

En cuanto al servicio en si **Evolution GYM** tienen su local propio y también ofrece su servicio de forma online (pagina Facebook) de manera esporádica

Por último, la **promoción**. **Evolution GYM** apuesta sobre todo por la publicidad en medios como la distribución de volantes, letreros y pasacalles. Por supuesto, es una marca que apuesta por deportistas que necesiten apoyo, sobre todo de fisiculturistas.

CAP 3 MARCO INSTITUCIONAL

Prácticamente, todos sabemos que un gimnasio es un lugar al que acudimos para practicar deporte o hacer ejercicios en un recinto. La palabra gimnasio deriva de la palabra griega gymnos, que significa “desnudez”. Asociada a este, la palabra gymnasium significa “lugar donde ir desnudo” y se utilizaba en la Antigua Grecia para denominar el lugar donde educaba a los jóvenes. En estos sitios se practicaba la educación física sin ropa y es que para los griegos, esta disciplina era tan importante como el aprendizaje cognitivo.

Se dice que el primer gimnasio interior fue construido en la ciudad Alemana Hesse, en el año 1852 y era auspiciado por Adolph Spiess, un entusiasta de la gimnasia en las escuelas. Posteriormente, entre el siglo XIX y XX, se comenzaron a construir varios gimnasios en los Estados Unidos y a partir de ese momento, los gimnasios se extendieron alrededor del mundo

Como antecedente mencionamos a Gold’s Gym internacional abrió sus puertas en Venice Beach, California en 1965 y su propietario era Joe Gold. Hoy en día, Gold’s Gym es la cadena de gimnasios mas grande del mundo, con mas 650 recintos repartidos a lo largo de 30 países.

El gimnasio **Evolution Gym** es un lugar en donde los habitantes de la ciudad La Paz realizan rutinas de ejercicios que les permite desarrollar actividad física, el gimnasio se crea en el año 2006, los servicios principales que presta el gimnasio en la actualidad es el acondicionamiento físico en todas sus formas, que lo realiza por medio de diferentes técnicas deportivas, cuenta entrenadores capacitados e idóneos para promover en los asistentes buenas prácticas que les permita lograr los objetivos propuestas, además de garantizar que las rutinas diarias no excedan o atenten con la salud de los asistentes, en la actualidad cuenta con una capacidad instalada para atender alrededor de 40 personas por hora con ocupación en diferentes máquinas, es decir cuenta con activos suficientes para incrementar y potenciar la asistencia al gimnasio pero se hace necesario la utilización en diferentes horas. Hoy en día la salud es un tema que está de moda, no solo por el que comer, y en que cuidarse, sino en el cómo se ve estéticamente. Se pretende que **Evolution Gym** tenga la oportunidad de captar mas clientela reactivando y mejorando la imagen del mismo mediante una estrategia digital y tradicional. Si se busca en Facebook

, “gimnasios”, arrojará un resultado de 23 gimnasios en toda la ciudad que se especializan en atender a un público en general, por lo que se pretende con **Evolution Gym** es generar un valor agregado mediante la pagina de Facebook e impulsar y apoyar a la gente que viven cerca o trabaja cerca a realizar ejercicio y lograr los objetivos que se proponen. La zona central de La paz está conformada por aproximadamente 6 gimnasios que son muy cercanos uno del otro, y la principal competencia de Evolution Gym se llama No Limits, un gimnasio ubicado en la Calle Mercado No. 1046 edif. Sáenz. , ahora hay un nuevo gimnasio que puede llegar a ser peligroso para Evolución Gym este se llama ENERGYM que se diferencia por el elevado precio de sus mensualidades y la tecnología de sus maquinas, por lo que es necesario generar un valor agregado de

una estrategia digital que nos permita un contacto mas cercano y frecuente será nuestra clave del éxito.

Se debe mencionar que el publico que asiste a **Evolution Gym**, son hombres y mujeres entre los 15 años de edad hasta los 65 y más años de edad, de cualquier orientación sexual, etnia, raza, religión, que viven en cerca o trabajan en el centro; los beneficios que buscan es mejorar su estilo de vida, verse estéticamente bien, o lograr mejorar el estado de salud.

El gimnasio **Evolution Gym** se ha dedicado a brindar un servicio de calidad a todos sus clientes desde su inauguración y primeros pasos en el mercado, se ha destacado en el tiempo por contar con buenas instalaciones y maquinas adecuadas para realizar rutinas de acuerdo a las necesidades de cada cliente, respaldado por un gran grupo de talento humano que ha garantizado y brindado al público en general el mejor servicio y atención en cuanto a la formación del cuerpo y la implementación de un pensamiento directo sobre la salud.

Se pretende implementar una estrategia digital que incentive la curiosidad de usuarios y no usuarios de Gimnasio, se pretende llegar con la propuesta de una estrategia digital y tradicional también partiendo de las necesidades que nos exprese el dueño que tiene con Evolution Gym, esto nos permitirá identificar los principales problemas que posee el gimnasio y las diferentes oportunidades que el mismo mercado nos genera. Por medio de esta estrategia que se va a implementar, esperamos estudiar la empresa y su entorno en lo que refiere a lo económico, calidad, oportunidad, viabilidad y las diferentes relaciones existentes con los demás gimnasios que se encuentran en el sector, y luego obtener y analizar la información obtenida llegar a formular una estrategia digital que permita elevar el nivel de posicionamiento en el mercado y desarrollar la pagina

GYM EVOLUTION	
PRODUCCION Y GRAFICO	
MES	INGRESO
nov-20	6.307,50
dic-20	5.438,00
ene-21	6.440,00
feb-21	7.207,00
mar-21	6.914,50
abr-21	7.592,50
may-21	8.449,50
jun-21	7.831,50
jul-21	9.637,50
ago-21	10.736,50
sep-21	11.270,50
oct-21	11.630,00
nov-21	13.353,70

La Paz 12/09/2021

de Facebook mas amigable y activa con los clientes. A continuación mostramos



una tabla de ingresos del Gimnasio actualmente

Afluencia de clientela

	Unidad/ servicio	Servicio general(mes)
Enero	49	Musculación
Febrero	55	Musculación
Marzo	53	Musculación
Abril	58	Musculación
Mayo	64	Musculación
Junio	50	Musculación
Julio	60	Musculación
Agosto	82	Musculación
Septiembre	86	Musculación
Octubre	89	Musculación
Noviembre	102	Musculación
Diciembre	Sin datos por el momentos	

CAP 4

MARCO PRACTICO

Según la tabla podemos decir.....

Que solo con el Marketing actual (tradicional) de Evolución GYM logra un ingreso moderado considerando que actualmente solo brinda el servicio de la disciplina de musculación, es por esto que realizaremos un análisis FODA.

Análisis FODA

Es necesario que **Evolution GYM** identifique sus fortalezas y debilidades, así como también las oportunidades y amenazas que tendrán en el mercado. Esto será explicado en el siguiente FODA. Oportunidades. - Estrategias FA, que combinan Fortalezas y Amenazas. - Estrategias DA, que combinan Debilidades y Amenazas

<p>ANALISIS FODA</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Buen servicio al cliente 2. Proveer los accesorios básicos para desarrollar el entrenamiento 3. Precios muy accesibles 4. Ofrecer espacios dedicados a la salud y el bienestar. 5. Equipo de trabajo capacitado para prestar el servicio y manejar la pagina de Fb 6. Horarios flexibles de servicio. 7. Bonos de salud y belleza para motivar al cumplimiento de metas. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Poca experiencia en el mercado Digital 2. Limitada capacidad de expansión 3. Accesibilidad no visible o con acceso directo desde la calle
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Alto nivel de sedentarismo por falta de tiempo. 2. Alto potencial de crecimiento del sector. 3. Necesidad de la persona en verse y sentirse bien. 4. Uso de la herramienta tecnológica de mayor demanda en la actualidad que es el internet. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Facilitar medios de capacitación para el personal de trabajo y así lograr un excelente servicio al cliente mediante las plataformas digitales 2. Creación de convenios con establecimientos dedicados a la salud y belleza para promover la constancia del usuario. 3. Ofrecer disciplinas adecuadas 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Establecer un plan de expansión a nivel nacional. 2. Generar una alianza estratégica con un centro de alto rendimiento de gran reconocimiento que apalanque y fortalezca el negocio.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Fal tas de los instructores que impidan desempeño de clases. 2. Posibilidad de imitación. 3. Enfrentar la resistencia al cambio cultural que implica un servicio innovador. 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Mantener un compromiso continuo de parte de los instructores que no afecten el servicio que son la instrucción a los usuarios. 2. Ofrecer incentivos económicos al personal calificado con el fin de que se identifiquen con Evolución GYM y evitar la deslealtad. 3. Realizar seguimiento a los precios de la competencia para ofrecer al usuario las mejores alternativas. 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer el conocimiento del negocio por medio de publicidad interactiva. (Estrategias digitales) 2. Capacitación constante del personal para retener y atraer a los usuarios.

4.1. ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA:

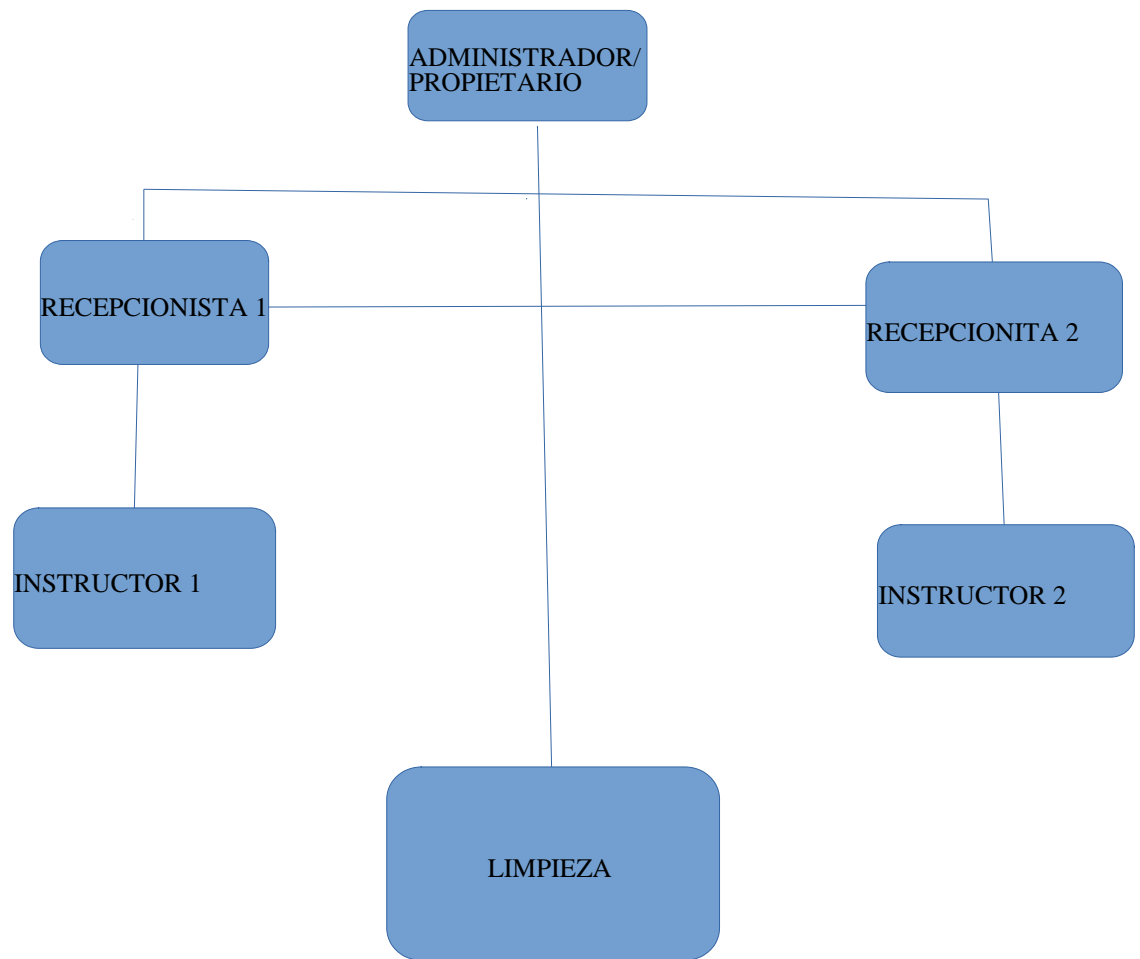
El gimnasio **Evolution Gym** hoy en día es considerado como bueno a nivel servicio y atención. Se prevee que por la zona, ya que al tratarse del centro, la mayor demanda es la del sector laboral y también de personas que viven en la zona Central de la ciudad de La Paz, el gimnasio cuenta con variadas maquinas para ejercicios musculares y para ejercicios cardiovasculares “aunque no tan modernas”, cuenta con varias máquinas para realizar abdominales y con una variedad de aguas, proteínas, barras energéticas y cinturones a la venta. También cuenta con un sistema de control mediante tarjeta de inscripción que se encuentra registrado en un archivo de Excel, para llevar el control de la mensualidad de las personas, cuenta con dos baños “uno para hombres y otro para mujeres”, dos duchas y cuenta con un espacio específico para clases de baile, abdomen, aeróbicos y spinning. Tiene dos entrenadores que están para corregir ejercicios brindar consejos y estar pendientes de que nadie se lesione.

Evolution Gym busca que sus servicios se promocionen de forma independiente por medio de las diferentes estrategias que se manejan actualmente (redes sociales), pero que no sean han implementado de forma correcta, partiendo, por ejemplo, de la creación de un plan de referidos con el que se busca una comunicación voz a voz de los diferentes servicios que brinda el gimnasio, lo que genera que la gente se entere por medio de otras personas que ya vivieron la experiencia de estar vinculados a Evolution Gym y quieran pertenecer a este. Además de esto en la actualidad el gimnasio no cuenta con una estrategia de marketing digital adecuada y esta es una gran oportunidad, ya que la generación de los millenials está en una constante conexión con las redes sociales y en la actualidad hay mucha tendencia por la alimentación saludable y por la trasformación del cuerpo (fitness). Evolution Gym no utiliza adecuadamente la que

podríamos llamar la herramienta más útil de hoy en día y se llama redes sociales, por lo cual se propone el mejoramiento de la página web en la cual se tenga un contacto directo y constante con los clientes, se les brindara información de tendencias y actualidades con el fin de tener al usuario conectado, además de esto se propone crear una línea de soporte Whatsapp Empresa adicional para móviles en la cual haya un instructor virtual que indique los ejercicios, las series, los descansos y la hidratación, además de esto que muestre el rendimiento personal del usuario

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- a) ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL** El personal estará a cargo de cumplir con los objetivos de Evolution GYM son los siguientes:



En Bolivia el aumento de los gimnasios ha ido en crecimiento, utilizando una correcta estrategia digital adecuada y constante muy factible que acojamos nuevos clientes. El mercado objetivo a que queremos llegar son empleados de empresas privadas y publicas, jóvenes, amas de casa, etc; que quieran tener un estilo de vida saludable, haciendo aprovechamiento de su tiempo libre mejorado el aspecto físico de salud.

4.2 La Propuesta de Mejora:

La propuesta para elevar el posicionamiento que posee **Evolution Gym** en el mercado actual parte de mejorar las estrategias que se venían planteando antiguamente en la compañía, implementando las nuevas estrategias de marketing que permitirán un acercamiento más directo con los consumidores ya que facilitara la obtención de los servicios y beneficios que ofrece **Evolution Gym**, teniendo en cuenta el aumento de actividad en la pagina actual, implementación de una línea de soporte Whatsapp empresa que le permita al usuario seguir con una rutina aunque sea desde casa para continuar con su entrenamiento.

El enfoque principal es otorgar a los clientes un ambiente diferente al que normalmente se acostumbra a tener en los gimnasios, para ello se trabajara sobre las emociones que se reflejan mediante nuestras publicaciones en la página de Facebook, involucrando de esta manera las sensaciones de los

sentidos a través de imágenes atractivas para potencializar la confortabilidad trabajando también con la psicología del color cambiando de esta manera la estética del lugar. Esta propuesta de mejora tiene como objetivo lograr además, una estrategia de marketing digital, la cual nace de analizar las diferentes oportunidades comerciales en el mercado y las oportunidades que nos generan los nuevos recursos tecnológicos y los diferentes medios digitales, partiendo de la mejora de la página de Facebook oficial del gimnasio en donde se tendrá un contenido constante de información que beneficie a nuestros usuarios y al público en general que quiera adquirir los servicios que brinda el gimnasio y además de crear la cuenta en Instagram para poder llegar a más seguidores que estos se pueden convertir en usuarios o clientes de nuestro servicio.

Estrategias y tácticas de manejo de los canales de distribución que pondrán en práctica el gimnasio Evolución Gym se basan en la buena estructuración de los dos principales canales de distribución, teniendo en cuenta que el primero es el de las ventas que se realizan en las instalaciones del gimnasio y el de las ventas digitales.

Al ser un servicio de formación física, el cliente debe observar las instalaciones y las diferentes herramientas que se le brindan para el correcto moldeamiento del cuerpo. Las puntos principales que se plantean en cuanto al servicio y la fuerza de ventas son las siguientes:

- Incentivar a los usuarios, con un servicio especializado que cuente con una supervisión por parte de los entrenadores que se encuentran en las instalaciones, en donde se ayude a la persona con el proceso de transformar su cuerpo y mejorar su salud, por medio de planes especializados para cada cliente.
- Mantener las instalaciones debidamente organizadas y dispuestas para su utilización, en donde cada una de las maquinas tendrá sus debidas instrucciones para la correcta utilización de los usuarios.
- Promover el consumo de comidas y bebidas saludables para los clientes, en la zona de confitería ya que vemos la oportunidad de ofrecer batidos energéticos, jugos naturales y proteínas que ayudan a mejorar el rendimiento a la hora de realizar ejercicio.
- Generar una serie de descuentos y promociones quieran asistir al gimnasio y que hubiesen sabido del Gimnasio mediante la pagina de Facebook o Instagram (crear cuenta), en donde se les realizara un descuento del 30 % en la mensualidad con una vigencia de seis meses.

Realizar un plan estratégico de referidos en donde cada cliente recibirá un descuento del 10 % por cada persona que lleve y asista por un mínimo de tiempo de 2 meses.

Implementar formas de pago que faciliten a los usuarios el pago de las mensualidades por medio de abonos (es decir pago de mensualidades adelantadas con descuento) y un sistema de tarjetas con las cuales los clientes que realicen sus pagos a tiempo ganen una cortesía de un día o 2 adicionales a la mensualidad en sus tarjetas.

4.3 NUESTRA PROPUESTA DE UN MARKETING MIXTO

Publicidad: En cuanto a la publicidad que maneja el gimnasio actualmente se tienen en cuenta dos medios principales que implementaremos de mejor manera:

Publicidad ATL: Para promocionar a **Evolution GYM** se utilizarán principalmente dos medios publicitarios, como los panfletos con la información del gimnasio, donde se resaltan sus servicios y las diferentes promociones que se tienen para el público.

Publicidad BTL: Evolución GYM también cuenta con una deficiente publicidad digital, queremos mostrar por medio de una página de Facebook las instalaciones del gimnasio, los diferentes servicios que se brindan y donde se tendrá mucho más acercamiento virtual con los clientes, manteniéndolos al tanto de las promociones y eventos que se realizan en el gimnasio.

Promoción y merchandising: El gimnasio Evolution busca que sus servicios se promocionen de forma independiente por medio de las diferentes estrategias planteadas, partiendo, por ejemplo, del plan de referidos con el que se busca una comunicación voz a voz de los diferentes servicios que brinda el gimnasio, lo que genera que la gente se entere por medio de otras personas que ya vivieron la experiencia de estar vinculados a **Evolution Gym** y quieran pertenecer a este. Además de esto el marketing digital es una

gran oportunidad, ya que la generación de los millenials está en una constante conexión con las redes sociales y en la actualidad hay mucha tendencia por la alimentación saludable y por la transformación del cuerpo (fitness), por eso **Evolution Gym** por medio de la página web lo que pretende es llegar a este nicho de mercado y atraerlos con videos, imágenes, publicaciones en donde se

muestren los diferentes beneficios de ejercitarse con el fin de **establecer una** comunicación directa que permita la vinculación de nuevos clientes al gimnasio.

En este caso específico no existe un lugar de distribución, ya que al ser un gimnasio son las instalaciones del mismo en donde se brinda el servicio al público, en cuanto a la logística el gimnasio cuenta con todos los requerimientos para ser un lugar funcional y capacitado para el entrenamiento físico. Se podría invertir en mejoras para la venta de mas productos como ser suplementos diarios que vienen en sachets, energizantes, etc ya que estos generan un pequeño margen de ganancia y mas que todo le brinda un mejor servicio al cliente según sus necesidades sin tener que buscar los mismo afuera, además de esto el público demuestra interés por la alimentación sana, siendo esta una fortaleza del gimnasio Evolución Gym ya que los instructores deben estar capacitados para elaborar planes y consejos alimenticios para los usuarios del gimnasio

NUESTRO CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	INICIAL	FINAL	02/07/22	04/07/22	06/07/22	08/07/22	10/07/22	12/07/22	14/07/22	16/07/22	18/07/22	20/07/22	22/07/22	24/07/22	26/07/22	28/07/22	30/07/22	31/07/22
Revisión en la página de FB habilitada	08/07/22	07/07/22																
Revisión de la línea de soporte Whatsapp	08/07/22	13/07/22																
Revisión de la atención a los clientes en red	14/07/22	16/07/22																
Creación línea de soporte Whatsapp empresa	14/07/22	16/07/22																
Mejora de la página de FB (promociones, etc)	17/07/22	20/07/22																
Mejora de la atención de la línea de soporte	21/07/22	23/07/22																
Mejora de la atención mediante Messenger	24/07/22	26/07/22																
Publicación de promociones y ofertas en la p	27/07/22	29/07/22																
Publicación de videos motivacionales reales	14/07/22	30/07/22																
Tips y recomendaciones en publicaciones en	30/07/22	31/07/22																
Realización de campeonatos	15/07/22	19/07/22																
de fuerza y resistencia para motivar al cliente	21/07/22																	
Realización de eventos de beneficencia	20/07/22	20/07/22																
implicar ayuda o responsabilidad social																		
Implementación de la Crossfit o calistenia	21/07/22	30/07/22																

PRECIOS, INSTALACIONES Y SERVICIOS

	EVOULTION GYM	NO LIMITS
PRECIOS	Bs 130	Bs 220
INSTALACIONES	El cerrado, pero cuenta con 2 extractores Industriales que permiten oxigenar y Ventilar, tiene 2 duchas, vestidores, baño para mujeres y varones, sala acondicionada para máquinas y otra sala adecuada para implementar otra disciplina	Se encuentra en una zona con apertura directa a la calle esto permite al mismo buena ventilacion sala para maquinas, ambiente para aerobicos y spinning
SERVICIOS	Maquinas para aumento muscular, maquinas para ejercicios cardio casculleres, equipos para boxeo, clases grupales equipos para tonificación muscular Aseramiento en rutinas y alimentacion venta suplementos, aguas, etc	Maquinas para aumento muscular, maquinas para ejercicios cardio casculleres, clases grupales equipos para tonificación muscular Aseramiento en rutinas

Se pretende generar una propuesta estratégica de marketing mixta que permita al gimnasio **Evolution GYM**, incrementar el número de usuarios en un 5% cada mes haciendo uso de la mezcla de un Marketing digital y un marketing tradicional. Queremos identificar las causas de la baja asistencia en las horas pico del gimnasio y proponer técnicas y tácticas que proporcionen valor agregado a los usuarios para hacer uso del establecimiento en los horarios comprendidos como horas vacías,

debemos identificar las motivaciones de formar parte del gimnasio y trabajar para brindar mejor servicio

Nuestra estrategia de marketing servirá para influencia en la decisión de compra: Por medio de publicidad volante, desarrollar la integración de nuevos usuarios a Evolución GYM mediante el mejoramiento de la página Fb, creación de la cuenta Instagram y la línea de soporte Whatsapp Empresa.

Implementaremos un eslogan “Tú salud vale más de lo que crees, únete a nuestra familia” Queremos implementar también la venta directa vendedor-cliente con una excelente atención respecto a la información cuando un posible cliente nos visite en las instalaciones de **Evolución GYM**

Situación de mercadeo: Evolution Gym, es un gimnasio ubicado en la ciudad de La paz, lleva aproximadamente 15 años en servicio, cuenta con 130 afiliados aproximadamente en buena época, donde las horas más concurridas son entre las 06:30 am, las 08:30 am y en la tarde entre las 12:30 -6 pm -9 pm. Su principal competencia en el sector cuenta con un número de similar de clientes inscritos pero que pueden incrementarse. Queremos también incrementar el número de usuarios especialmente de mujeres amas de casa, en los horarios en los que el gimnasio presenta menor asistencia por el público en general. Audiencia objetiva: Gente que trabaja al rededor, las amas de casa, son mujeres que se encuentran entre 18 y 80 años, son de cualquier estrato social, en por la zona, interesadas en llevar un estilo de vida saludable realizando actividad física en un ambiente propicio para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

- Nuestra estrategia intentara enviar mensajes básicos en la página Fb, Instagram y Whatsapp como por Ejemplo: “Muéstrate como una persona

llena de éxito, carismática elevando tu autoestima, despejando tu mente, sintiéndote como en la tu casa . ¿Donde? . Solo en Evolución Gym”.

- “ Espacios cómodos, amigables, llenos de confort y un toque de elegancia para transmitir la belleza que llevas tú, que sólo podrás encontrar en Evolución GYM”
- “ Muestra la belleza que llevas dentro y proyectala, todos los días. Ven con nosotros y te mostramos como”.

ACCIONES

- Lograr la inscripción, fidelización y recomendación en el gimnasio.
- Proyectar la imagen deseada de la marca: Confort Familiar Amigable, formar parte de la familia **Evolution GYM**
- Mantener los medios alternativos de comunicación de nuestro servicio ya aplicado (Marketing Tradicional): Volantes, Publicaciones en la página Facebok, Instagram y mensajes por Whatsapp

MEDIOS, PRESUPUESTOS Y TIEMPOS

MATERIAL	TIEMPOS	PRESUPUESTO
VOLANTES	3 MESES	Bs 400
PROMOCION DIGITAL	6 MESES	Sin costo
POP Banner	1 MES	BS 600
TRIPTICOS	6 MESES	Bs 500

Presentación de la empresa, situación actual del mercado y de la competencia.

Evolution GYM es un gimnasio del centro. Cuenta con alta participación del mercado en la zona, Y es un gimnasio cómodo y con más maquinaria adecuada para el entrenamiento, su principal competencia “No Limits”.

Evolution GYM ofrece distintos servicios que se incluyen dentro de la mensualidad como lo son: Clases de aeróbicos, clases de abdomen, rutinas personalizadas, consejos alimenticios, prestación de mancuernas para ejercicios musculares, pesos libres, prestación de maquinaria para ejercicio de aumento muscular, prestación de máquinas para realizar abdomen, prestación de máquinas para ejercicio cardiovascular, y servicios agregados como suplementos, aguas y energizantes.

El problema que tiene el gimnasio son sus horas vacías, que son horas en las que no recibe una alta demanda, estas horas se ubican entre las 09:30:00am y las 4:00pm, por lo cual hemos analizado que podríamos aprovechar un nicho de mercado que está en crecimiento, este nicho de mercado son las amas de casa, que por definición son mujeres que se dedican al cuidado de los hijos y a los quehaceres del hogar, y podríamos aprovechar por medio de estrategias, llamar la atención de este nicho de mercado, para obtener una mayor demanda en las horas vacías del gimnasio

Evolución Gym

PROPUESTAS

Lugar aseado Intangibles:

- Buen servicio

- Asesorías de expertos
- Buen ambiente interpersonal

Descripción de la marca Evolution GYM es un gimnasio que lleva 15 años en el sector por lo que es reconocido a nivel general

Descripción del slogan :

Logo. Nota: realizado por el dueño con el programa Autocad, como se observa el slogan muestra la silueta de un cuerpo atlético y musculoso, en color azul eléctrico que es el color también de las letras del gimnasio, **es posible que** cambiando la imagen estética por cuerpos normales se atraigan clientes nuevos que se sientan identificados y motivados.

Posicionamiento de la marca **Evolution Gym**, es un gimnasio mediano, que es conocido en la zona. Se podría decir solo por observación visual que es el gimnasio que atiende en su mayoría a gente que trabaja por el centro.

Queremos atraer nuevos clientes enfocándonos principalmente en las amas de casa, sin dejar a un lado los que ya se encuentran afiliados brindándoles la misma prioridad a las dos partes y ofreciéndoles más beneficios a los que ya están.

Inversion Evolution Gym		
NOMBRE	COSTO	TOTAL
Pagina Web	Ninguno	Ninguno
Publicidad	Bs 400,00	Bs 400,00
Letreros	Bs 2.500,00	Bs 2.500,00
Maquinaria	Bs 210.000,00	Bs 210.000,00
Local	Bs 490.000,00	Bs 490.000,00
Instalacion GYM	Bs 21.000,00	Bs 21.000,00
Total		Bs 723.900,00

Autoria propia

INGRESOS Y EGRESOS ESTIMADO APLICANDO ESTRATEGIAS

PRESUPUESTO ESTIMADO EN VENTAS				
Crecimiento 5% por mes con estrategia Mixta				
	Ingresos		Egresos	
1	Mes 1	12350	Mes 1	8980
2	Mes 2	13650	Mes 2	8980
3	Mes 3	14300	Mes 3	8980
4	Mes 4	14950	Mes 4	8980
5	Mes 5	15600	Mes 5	8980
6	Mes 6	16250	Mes 6	8980
7	Mes 7	13000	Mes 7	8980
8	Mes 8	14300	Mes 8	8980
9	Mes 9	14950	Mes 9	8980
10	Mes 10	15600	Mes 10	8980
11	Mes 11	16250	Mes 11	8980
12	Mes 12	16900	Mes 12	8980

Autoria propia

CAP 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de analizar las diferentes oportunidades que nos brinda el mercado y las estrategias de marketing planteadas en cada uno de los componentes integradores llegamos a una serie de conclusiones en las cuales damos por hecho que se debe poner en marcha un plan de acción inmediato que le permitirá al gimnasio **Evolution GYM** conseguir los resultados esperados y en su medida superar las expectativas acerca de las campañas de mejora planteadas para cumplir el objetivo principal del proyecto basándose primordialmente en la apertura y posicionamiento de un nuevo segmento en el mercado y la mejora en los servicios que proporciona el gimnasio Evolution GYM .

El gimnasio debe conocer las diferentes oportunidades que nos generan los nuevos recursos tecnológicos y los diferentes medios digitales; como también los tradicionales, generando así una estrategia de marketing Mixto que parte del

mejoramiento total de una página web oficial del gimnasio en donde se tendrá un contenido constante de información que beneficie a nuestros usuarios y al público en general que quiera adquirir los servicios que brinda el gimnasio, además de esto se utilizarán tácticas y herramientas digitales ya que se creará una cuenta en Instagram para publicar contenido y llamar la atención específica de las mujeres amas de casa teniendo en cuenta nuestros objetivos principales, para esto se tendrá en cuenta un presupuesto de Bs 700 que se invertirá en el diseño y mejora de la misma, incluyendo además la apertura de una línea de soporte Whatsapp Empresa y en un pequeño plazo una cuenta de Instagram que servirán como apoyo a la estrategia por medio de las redes sociales.

Se destaca la necesidad de mejorar la percepción que el cliente tiene de la imagen de la empresa, ya que se detectan deficiencias en la gestión publicitaria y en la percepción que poseen los posibles clientes al ser un gimnasio que no cuenta con la promoción necesaria para obtener un mejor posicionamiento en el mercado local, además de esto algunos de los problemas detectados se relacionan con la falta de organización y aplicación de tácticas de mercadeo actualizadas que le garanticen a la empresa un innovador y diferenciador frente a la competencia.

Para efectos de mejora se propone diseñar e implementar el modelo que se plantea siguiendo las recomendaciones y poniendo en práctica las tácticas necesarias para el cumplimiento de este.

5.1 CONCLUSIONES

En la nueva era de los medios digitales es importante que hayamos identificado los canales que verdaderamente la empresa necesita para llegar a sus clientes reales de manera mas adecuada y así fortalecer los vínculos para luego por medio de ellos llegar a los clientes potenciales.

El servicio y la tecnología les brindan a los clientes, esperiencias esperiencias que son cruciales para generar empatía y fidelización de la marca.

La constante comunicación de forma directa con el cliente se convirtió en un eslabón importante para la era digital, debido a que los clientes demandan constantemente la necesidad de comunicar sus deseo, inquietudes y sugerencias, por tal motivo deben ser atendidas en el menor tiempo posible para no generar un impacto negativo en los clientes reales y potenciales, y por el contrario transmitir confianza e inmediatez que se traduce en servicio.

El crecimiento del segmento deportivo trae consigo 2 caras, oportunidades y competencia, las cuales deben volcar hacia la mejora y desarrollo de alternativas de crecimiento, es decir, la entrada de los nuevos competidores al mercado debe ser aprovechada con un amplio y constante aprendizaje en materia de servicio, tecnología y nuevos sistemas de entrenamiento, convirtiendo el mercado en un foco de crecimiento de nuevos clientes.

De acuerdo con el análisis FODA, se puede precisar que la debilidad mas fuerte de la empresa esta relacionada con los medios digitales y la comunicación, por el cual es importante activar el plan de marketing digital, manteniendo el tradicional y asi

aprovechas las oportunidades que presenta el mercado, generando un crecimiento de sus ventas y el portafolio de sus servicios.

La tendencia de consumo este último tiempo a causa de muchos factores especialmente en Bolivia (conflictos sociales, Pandemia), cabe resaltar que hubo un aumento o avance de la confianza en los medios digitales; estos avances no discriminan la raza, género, edades y lo más importante el estrato el cual juega un papel importante en la adquisición de medios tecnológicos y amplía las barreras que podrían existir, por lo cual es sumamente importante la implementación correcta de un marketing digital que mejore en contacto con el usuario y no usuario de nuestros servicios, esto a su vez lograra generar un incremento en las ventas de **Evolución GYM**

5.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar por lo menos una vez cada 6 meses un análisis actual de la empresa con el fin de conocer si se está mejorando los puntos débiles de la organización y manteniendo las características que hacen a la empresa fuerte.

Se sugiere al gimnasio **Evolución GYM** implementar un mejor plan de reclutamiento en el momento de realizar contrataciones, teniendo en cuenta las estrategias planteadas.

Se recomienda diseñar otras estrategias de responsabilidad social empresarial para generar más valor competitivo en el mercado. Por ejemplo, eliminación de residuos, asociaciones con fundaciones, etc.

Se considera la inmediata revisión y mejoramiento de la página de la cuenta de Facebook, creación de una cuenta de Instagram y su implementación debida, teniendo en cuenta que en la actualidad no se cuenta con esta herramienta digitales. en el gimnasio

Mejorar la pagina de Facebook actual con un contenido de calidad, para que los usuarios interactúen acerca de todo el contenido y así puedan conocer mucho mas del gimnasio y su portafolio de servicios, llegando a clientes potenciales que nunca han tenido contacto alguno con la empresa.

Realizar controles y revisión de los comentarios que tiene en la pagina para detectar las fallas o que se debe implementar para obtener los mejores resultados.

Es importante contratar una persona idónea en el manejo de los medios digitales o realizar un plan de capacitación que permita tener una base en el manejos de los canales de la empresa (Evolución GYM)

El manejo de las redes sociales empresariales debe ser de contenido relacionado con el gimnasio o la cultura física, es importante separar lo personal de lo empresarial para así consolidar un perfil corporativo y profesional, con contenido de calidad.

La comunicación que se genere por los medios digitales de la empresa debe ser atendida de manera inmediata para así crear un contacto permanente y directo con los usuarios y visitantes de los canales, construyendo bases sólidas de confianza y un servicio de calidad

La consolidación de una base de los clientes no solo con datos personales, sino también con un conocimiento más amplio de gustos y preferencias, permite crear estrategias de promoción que generen mayores ingresos

6 BIBLIOGRAFIA

Según Laurie Englert – Chief Marketing Herramientas de Marketing Digital y Promoción de Ventas

Dave Chaffley y Fiona Ellis- Chadwick (2014) “ La estrategia del Marketing Digital “

<https://www.occamagenciadigital.com/blog/cuales-son-las-nuevas-4ps-del-marketing-mix>

7 ANEXOS (INSTALACIONES)











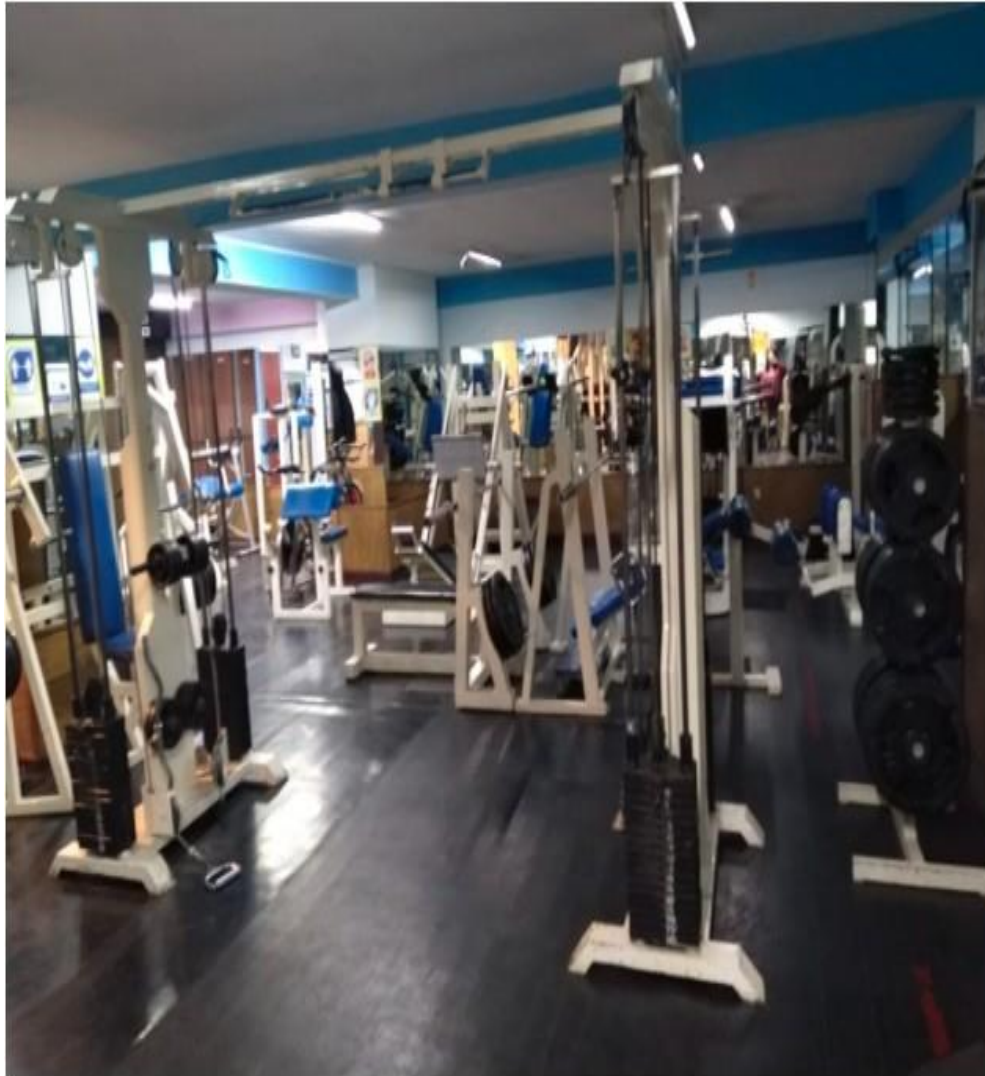








FOTO de Las Clase Colectivas





Muchas gracias