Análisis general de datos

(basado en la recolección de la información por medio de entrevistas)

Clasmment Academy

}

Presentado por:

Kevin Parra

Daniel Peña

Daniel Bernal

Servicio Nacional de Aprendizaje

SENA

19/03/2024

En esta primera recolección de datos de las empresas Go Fit y Martins Basketball, se evidenciaron distintas situaciones y características relevantes:

1. Estrategias de captación de clientes:

- Go Fit utiliza publicidad mediante folletos y el marketing de voz a voz de los clientes.

- Martins Basketball ofrece incentivos económicos a los alumnos que ayuden a ingresar nuevos estudiantes, además de utilizar las redes sociales.

2. Medios de comunicación con clientes:

- Go Fit no cuenta con un medio de comunicación establecido, la información se brinda de manera presencial.

- Martins Basketball se comunica con los padres de familia mediante grupos de WhatsApp.

3. Gestión de horarios y adaptabilidad de clientes:

- En ambas empresas, los clientes se adaptan sin problemas a los horarios establecidos.

- Go Fit maneja horarios de mañana y tarde, mientras que Martins Basketball tiene horarios específicos para diferentes categorías.

4. Estructura del personal:

- Go Fit cuenta con un solo empleado que es el administrador.

- Martins Basketball tiene una estructura más amplia con un director general, administradores, profesores y preparadores físicos.

5. Evaluación del rendimiento del personal:

- En Go Fit no se realiza una evaluación del rendimiento debido a tener un solo empleado.

- Martins Basketball evalúa el rendimiento del personal mediante tablas de objetivos.

6. Eventos y actividades para clientes:

- Go Fit realiza eventos mensuales donde los clientes compiten por premios en efectivo o mensualidades.

- Martins Basketball organiza eventos cada fin de semana o cada 15 días.

7. Procesos administrativos importantes:

- En Go Fit, los procesos más relevantes son la afiliación del cliente, evaluación física, guía nutricional y rutinas personalizadas.

- En Martins Basketball, los procesos más destacados son la preparación tecno-táctica y física.

Esta recolección de datos ha permitido identificar tanto similitudes como diferencias en la gestión administrativa, estrategias de captación de clientes, comunicación y actividades para los clientes en estas dos empresas dedicadas a servicios deportivos y de acondicionamiento físico.

A futuro, se entrevistarán más escuelas, academias, institutos, etc., ubicadas en localidades de Bogotá D.C tales como Bosa y Cuidad Bolívar, con el fin de ampliar el análisis y obtener un panorama más completo.