

UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

FACULTAD DE INGENIERÍA

Departamento de Ingeniería en Informática



Aplicación de modelos de negocio a gimnasios Pacific Fitness

Autor: Nibaldo Perot Quevedo

5,0

Santiago – Chile

2017

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MODELOS DE ANÁLISIS DE NEGOCIO	3
2.1 ANÁLISIS PEST	3
2.2 FRAMEWORK DE LAS 7C	3
2.3 ANÁLISIS DE OCÉANOS AZULES	4
3. APLICACIÓN DE MODELOS A PACIFIC FITNESS	5
3.1 APLICACIÓN PEST	5
3.2 APLICACIÓN FRAMEWORK DE LAS 7C	5
3.3 APLICACIÓN DE ANÁLISIS DE OCÉANOS AZULES	9
4. DISCUSIÓN	10
5. RECOMENDACIONES	12
6. CONCLUSIONES	12
7. REFERENCIAS	14

1. INTRODUCCIÓN

La empresa Gimnasios Pacific Fitness se dedica a la construcción de gimnasios, presentando una amplia oferta asociada a diversos perfiles de usuarios, también tiene servicios como la venta de espacios dentro de sus gimnasios, venta de maquinas que ya no se encuentran en sus sedes y tiene también una tarjeta de beneficios asociada a diversos comercios adheridos. **dar algun dato general que motive al lector**

La cadena de gimnasios Pacific Fitness es actualmente la de mayor presencia en Chile, en donde cuenta con una cobertura que va desde la sucursal que próximamente se abrirá en Arica hasta Puerto Montt “Con las últimas aperturas, se han consagrado como la cadena de gimnasios más grande del país: con 80 sucursales y más de 120 mil socios activos.” (Zúñiga, 2015) también acepta la venta de sus espacios a los que accede su público sea un negocio habilitado, pudiendo utilizar desde paredes presentes en el gimnasio hasta los lockers y poder transmitir avisos publicitarios las televisiones presentes.

De acuerdo a esta situación se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿ Qué estrategias puede utilizar Gimnasios Pacific para poder ampliar su segmento del mercado? **plantear pregunta en terminos de e-business**

2. MODELOS DE ANÁLISIS DE NEGOCIO

2.1 ANÁLISIS PEST

El modelo de análisis PEST corresponde a un análisis preciso del entorno, que da una visión general de elementos macro-ambientales que la empresa debe considerar, según lo indicado por (Marketing, 2014). Este modelo se basa principalmente en el análisis de políticos (leyes, impuestos, grupos de presión), económicos (consumo, confianza, crecimiento), Sociales (hábitos, organizaciones, medios de comunicación, cultura) y tecnológicos (novedades, desarrollo, información).

2.2 FRAMEWORK DE LAS 7C

El framework de las 7C considera 7 elementos principales, que según se indica en **Jaimes(2016)** **referenciar el libro academico**

- Contexto: Debe ponerse el producto a la vista del cliente de manera fácil sin considerar diseños complejos
- Contenido: Hace referencia a la presentación del producto de manera precisa y comprensiva.

- Comunidad: Los usuarios prefieren mantener una relación con otros que tienen sus mismos gustos, se debe aprovechar esto para generar una comunidad entorno a nuestro producto.
- Customización: el producto debe considerar cualquier tipo de cliente, adaptando el contenido a esta condición, al igual que debe considerar el idioma de sus posibles clientes.
- Comunicación: El cliente debe tener la opción de aclarar dudas y experiencias de otros usuarios acerca del producto vendido
- Conexión: promocionar los productos o servicios desde espacios externos donde las temáticas tengan relación con la del producto ofrecido.
- Comercio: enseñar a los clientes las formas más simples para realizar la compra, para que aprovechen el comercio electrónico

2.3 ANÁLISIS DE OCÉANOS AZULES

interesante modelo

La estrategia de océanos azules, utiliza una analogía respecto al comportamiento de algunos peces, donde existen océanos rojos y azules, en el caso de los océanos rojos, en este los peces se comen entre ellos, en este caso se asocia a la competencia entre empresas en un rubro, sin embargo hay océanos azules donde no se da esto, principalmente se da cuando se entrega mayor calidad o se innova en algún rubro perdiendo la presión de la competencia, según lo indicado en Comunidad Negocios, 2015 se basa en abrir nuevos horizontes en los mercados, según sus creadores Kim y Mauborgne se debe considerar un sistema de 4 acciones que permite reconocer elementos que los compradores valoran, generando así una nueva curva.



Imagen 2.1 - Sistema de 4 acciones según Kim y Mauborgne

3. APLICACIÓN DE MODELOS A PACIFIC FITNESS

3.1 APLICACIÓN PEST

Los factores que se analizan según el análisis PEST son los siguientes:

Políticos: Un problema grande que ha tenido Gimnasios Pacific desde el punto de vista político, es la falta de gestión en cuanto a la atención de los reclamos, esta situación llevó al SERNAC en 2014 a establecer una demanda colectiva, debido a que los reclamos de más de 500 clientes no habían sido respondidos entre enero y agosto de 2014, detectándose también cláusulas abusivas en contratos y la posibilidad de modificación unilateral de las condiciones acordadas, de acuerdo a lo indicado en Sernac, 2014.

Económicos: Desde el punto de vista económico Gimnasios Pacific Fitness no encuentra mayores problemas, incluso hoy en día es la cadena de gimnasios con mayor presencia en regiones, donde en septiembre de 2016 proyectaba abrir 8 locales en regiones sureñas de Chile, según lo indicado en Orellana, 2016.

Sociales: Gimnasios Pacific Fitness presta un servicio a la sociedad mediante sus establecimientos permitiendo a personas el entrenar, al respecto de la clientela según señala Orellana, 2016 en su mayoría paga membresía anual, de los cuales el 70% asiste regularmente al gimnasio, mientras que el 10 opta por dejar de ir el primer o segundo mes.

Tecnológicos: Gimnasios Pacific Fitness intenta establecer un catálogo más amplio en cuanto a los entrenamientos físicos, en este sentido se puede ver una innovación al integrar la disciplina Kangoo Jump incluida en 2016, basado en el rebote y salto en base a sonidos musicales según lo indicado en Orellana, 2016. Sin embargo, en otros elementos como en los programas especiales enfocados a escolares

3.2 APLICACIÓN FRAMEWORK DE LAS 7C

Los factores que se analizan utilizando el Framework de las 7C son los siguientes:

Contexto y Comercio: Considerando el diseño de su página web se pueden ver muchos problemas, esto principalmente debido a que hoy en día, y más aún considerando el futuro, existe una tendencia a utilizar dispositivos móviles por sobre el uso de computadoras de escritorio, en este sentido según lo que muestra (Pizarro, 2016):

CUales son los problemas, en que ambitos? que aspectos de contexto estan fallando? evidencias con screenshot

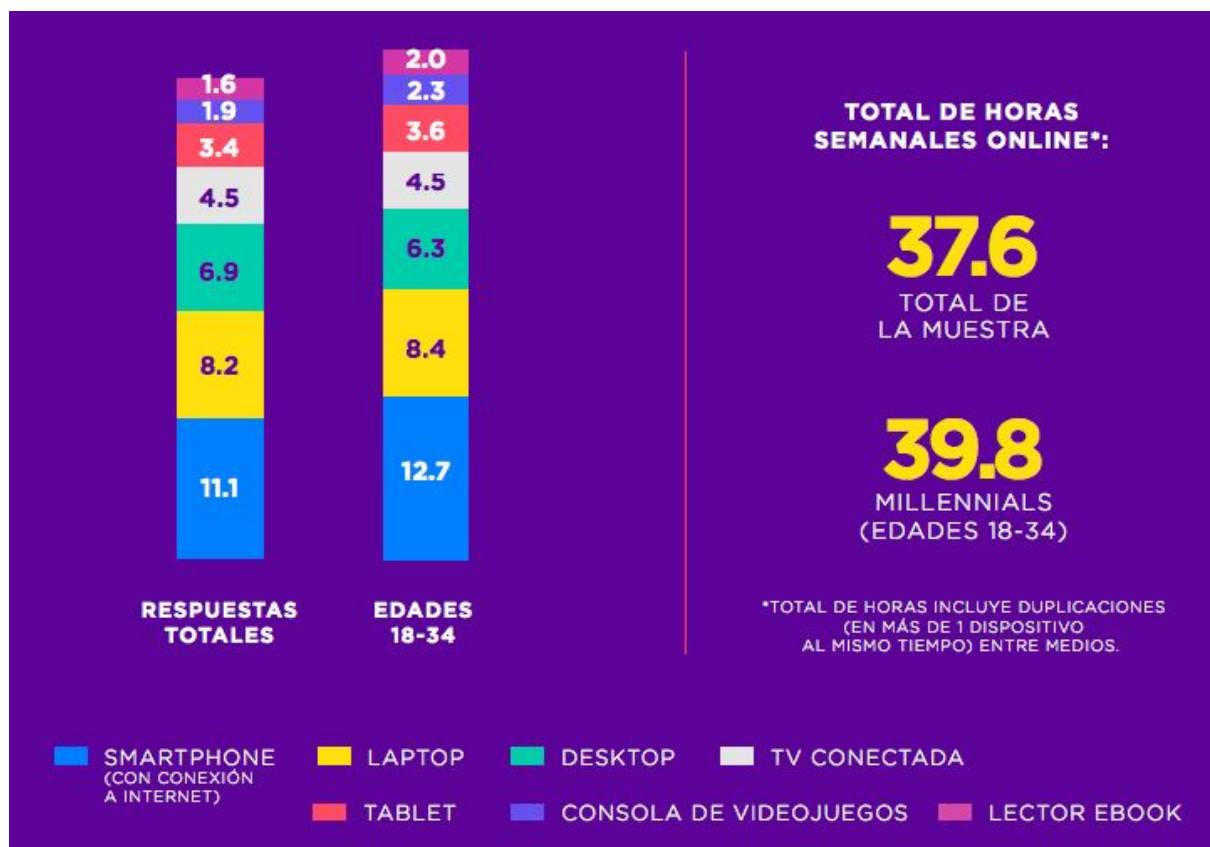


Imagen 3.1: Resultados Mobile in Latam Study 2016 de la empresa IMS



Imagen 3.2: Capturas desde vista en Iphone 5 del sitio web: <http://www.pacificclub.cl/>

- Debe ponerse el producto a la vista del cliente de manera fácil sin considerar diseños complejos

Contenido: El contenido del sitio web de Pacific Fitness en general responde a los requisitos que podría tener un cliente, debido que se pueden acceder a distintas opciones, dentro de las cuales se encuentra el acceso al pago mediante sistema Webpay, acceso a horarios y sedes y servicio al cliente entre otros.(captura del menú)

Comunidad y Comunicación: La comunidad de Gimnasios Pacific Fitness en este momento es de más de 26.500 personas de acuerdo a los likes de su Fanpage de Facebook (<https://www.facebook.com/GimnasiosPacificFitness>), la única red social mencionada en su sitio web oficial, lo cual habla de un mal manejo al respecto, considerando que tienen más de 120 mil socios activos según lo indicado en Zuñiga, 2015. Si se compara con las redes sociales de uno de sus competidores Gimnasios Energy, el cual tiene menor cantidad de socios, sin embargo en su Fanpage oficial (<https://www.facebook.com/gimnasiosenergy>) de Facebook tiene casi el triple de la audiencia de Gimnasios Pacific Fitness con más de 73.600 likes, por otra parte Energy explota también otras redes sociales como Instagram (<https://www.instagram.com/gimnasiosenergy/>) con más de 2.300 seguidores y Twitter (<https://twitter.com/GimnasiosEnergy>) con más de 7.100 seguidores, pudiendo tener una comunicación más efectiva con sus clientes.

Customización: Desde el punto de vista de los clientes, Gimnasios Pacific Fitness considera diversos planes enfocados en el contratante, dentro de los cuales se encuentran :

- Plan anual adulto senior
- Plan anual estudiante free pass horario definido
- Plan anual extranjero

Conexión: Actualmente Gimnasios Pacific Fitness no está utilizando medios para llegar a sus clientes, y esto se ve reflejado en las visitas al sitio, las cuales en su gran mayoría provienen de búsquedas y en un porcentaje inferior al 5% desde redes sociales, en su mayoría desde Facebook, como se puede ver al consultar por el origen de las visitas a <http://www.pacificclub.cl> del último mes en la herramienta web de Marketing Similar Web (<https://www.similarweb.com/>) desde donde se obtienen los siguientes datos:

Sólo cuenta con visitantes orgánicos, lo que implica que no invierte en anuncios pagados .

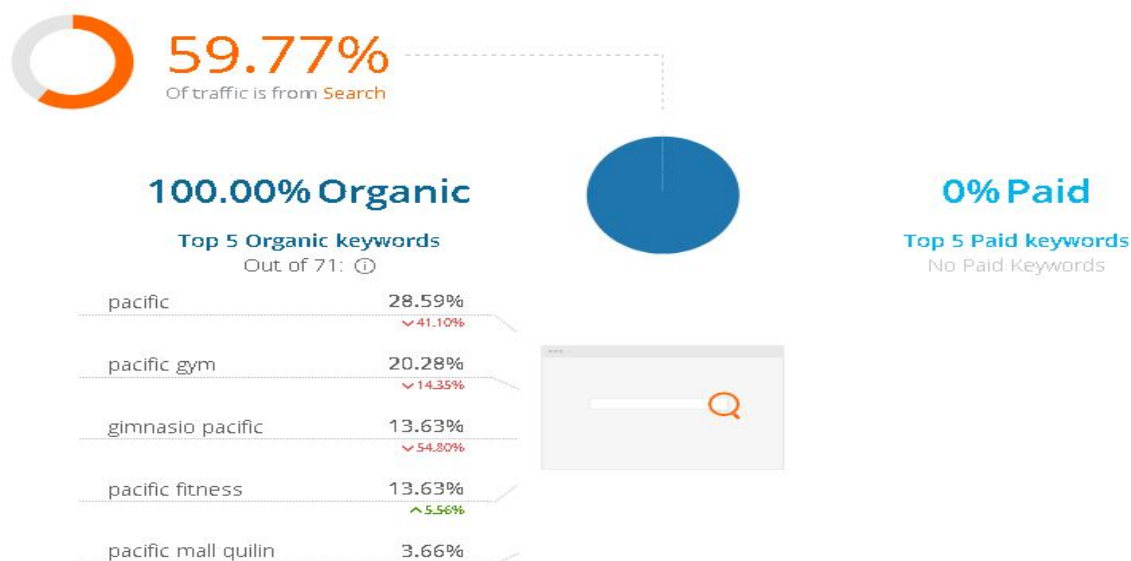


Imagen 3.3: Gráfico de tipo de visitantes orgánicos v/s pagados de <http://www.pacificclub.cl>

De acuerdo a la misma herramienta se puede ver que la mayoría de los accesos (un 59,77%) de las personas que ingresaron el último mes al sitio de Pacific Fitness provino de **motores de búsqueda**.

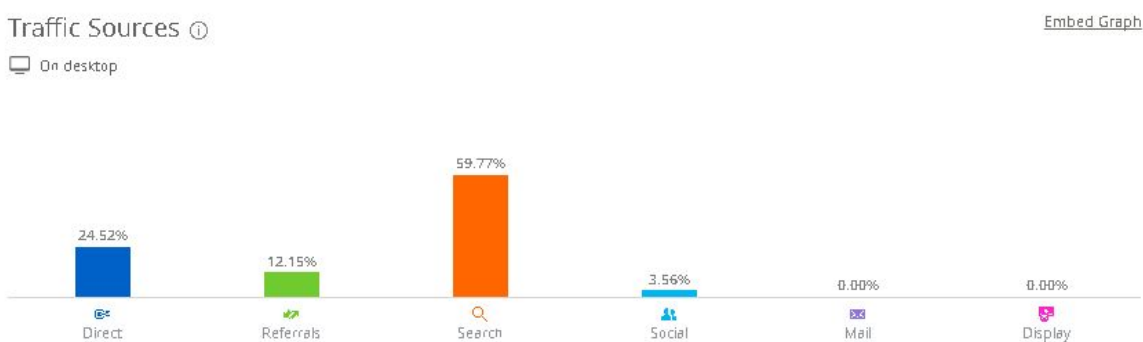


Imagen 3.4: Gráfico de origen de los visitantes de <http://www.pacificclub.cl>

Se distingue también utilizando el sitio web de Similar Web el detalle de la repartición de los accesos mediante redes sociales, donde Facebook lidera ampliamente dentro del 3.56% que corresponde al ingreso mediante redes sociales.

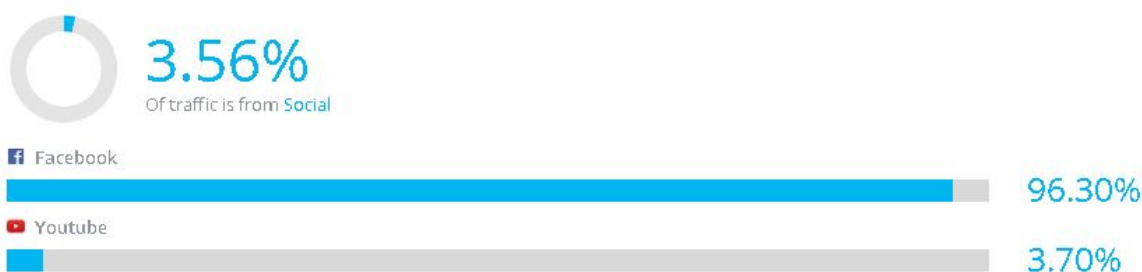


Imagen 3.5: Gráfico de tráfico de visitantes desde redes sociales de <http://www.pacificclub.cl>

3.3 APLICACIÓN DE ANÁLISIS DE OCÉANOS AZULES

De acuerdo a las referencias indicadas el análisis de océanos azules se hace mediante cuatro acciones básicas:

Elevar: Considerando los estándares actuales del mercado se puede ver que en general las competencias propias de Gimnasios Pacific no apuntan a mejorar en cuanto al uso de mejores máquinas, sino más bien busca abarcar más mercado, en vez de diferenciarse por tener la mejores instalaciones, como lo hacen los gimnasios de mayor precio como el Balthus y la línea Hard Candy Fitness de gimnasios Energy.

Eliminar : No se encuentran factores de la industria que deban ser eliminados, puesto que el tener por ejemplo inscripciones **diferenciadas para extranjeros y para adultos mayores** no deben ser eliminados puesto que aportan a la competencia con el resto de las cadenas.

Reducir y Crear: Actualmente hay elementos presentes para en las instalaciones de Pacific Fitness pero sin embargo no se están utilizando convenientemente, esto debido a que se están utilizando las dependencias del gimnasio para este tipo de entrenamiento, cuando la tendencia es el uso de parques, evitando el incomodar a otros socios que deseen hacer sus ejercicios al interior del gimnasio. Las cifras correspondientes a personas que hacen deporte en lugares públicos o en espacios abiertos según Alcalá , **2016 indican que estas prácticas podrían ayudar a Pacific Fitness a acceder a nuevos clientes:**

porque?

P20. ¿En qué tipo de recinto deportivo (recinto público, club privado, etc.) practica deporte o actividad física?
Base: Personas que realizan actividad física y/o deporte
(N = 1.751)



Imagen 3.6 Pregunta de encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes en la Población de 18 años y más

4. DISCUSIÓN

Dentro de los hallazgos encontrados en la aplicación de los modelos utilizados se pueden encontrar: **no son los hallazgos , si no que la agrupacion de los mismos en temas de discusion**

Problemas en la atención al cliente particularmente, asociado a la atención de reclamos lo cual llevó a una demanda colectiva en el SERNAC en 2014, debido a que los reclamos de más de 500 clientes no habían sido respondidos entre enero y agosto del mismo año.

Problemas en cuanto al Contexto y Comercialización del producto debido a una baja calidad en el sitio Web, lo cual no permite una visualización adecuada desde dispositivos móviles, incluso no se ve el lugar de pago a simple vista.



Imagen 4.1: Capturas desde vista en Iphone 5 del sitio web: <http://www.pacificclub.cl/>

Problemas en cuanto a la Conexión debido a que no se integra con anuncios pagados ni con una mayor presencia en redes sociales.

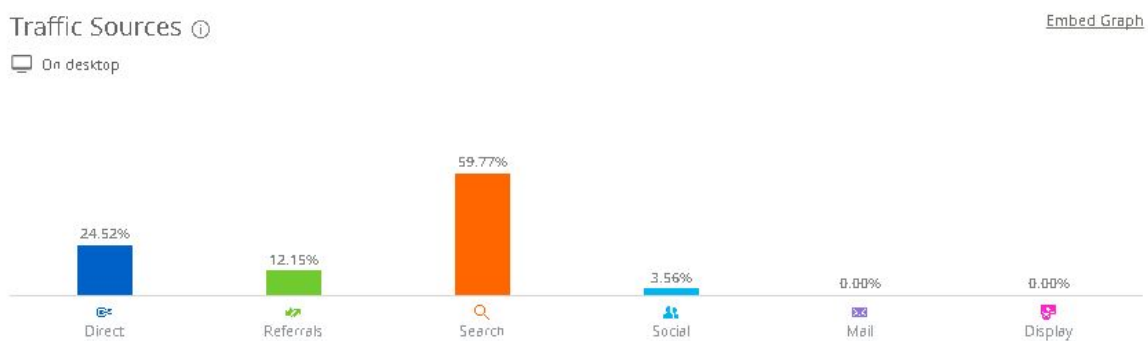


Imagen 4.2: Gráfico de origen de los visitantes de <http://www.pacificclub.cl/>

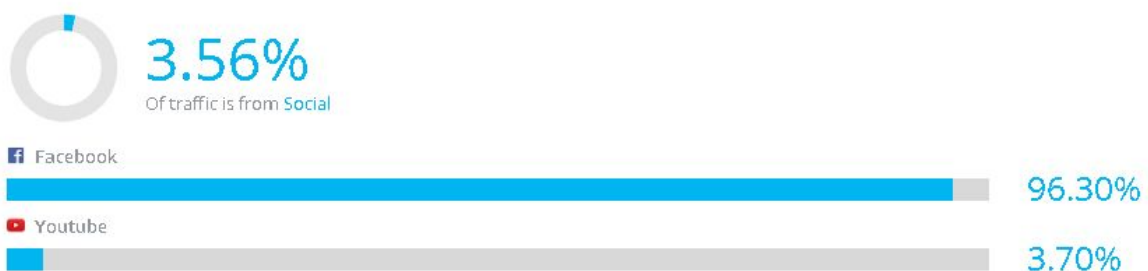


Imagen 4.3: Gráfico de tráfico de visitantes desde redes sociales de <http://www.pacificclub.cl/>

Finalmente se encuentra una oportunidad de negocio gracias al análisis de océano azul, en el cual puede integrar a su oferta elementos como prácticas al aire libre, debido a la gran cantidad de usuarios que gustan de hacer deporte al aire libre.



Imagen 4.4: Pregunta de encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes en la Población de 18 años y más

5. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se entregan a Gimnasios Pacific Fitness son las siguientes:

ser mas espezifio

generar estrategia de implementacion

- Generar mejores sistemas para atención de reclamos.
- Mejorar la navegación del sitio web <http://www.pacificclub.cl>, teniendo una versión mejorada para el ingreso desde dispositivos móviles.
- Integrar servicios que tomen en cuenta la integración de actividades al aire libre, facilitando los materiales para este tipo de entrenamientos.
- Establecer una estrategia de marketing digital, aprovechando de mejor manera las redes sociales para la entrega de información y promoción de Gimnasios Pacific Fitness.
- Utilizar anuncios pagados para generar mayor acceso al sitio web por medios distintos a los motores de búsqueda.

6. CONCLUSIONES

La situación actual de Gimnasios Pacific Fitness de líder en cuanto a liderar la presencia en Chile con su cadena de establecimientos podría aumentar sus ganancias al establecer mejores canales de acceso, invirtiendo en redes sociales y en anuncios pagados,

mejorar conclusiones con hallazgos mas importantes especificos y discusiones

llegando de una mejor manera a sus clientes y estableciendo una mayor fidelización, por otro lado no pueden dejarse de lado aspectos que son tendencia como el entrenamiento en lugares de acceso público como parques que actualmente no están siendo ofertados.

El potencial de Gimnasios Pacific Fitness en el rubro de la actividad física es enorme y actualmente no se está aprovechando, teniendo un sitio web que no tiene siquiera una versión móvil, considerando el aumento en la cantidad de estos dispositivos muy por sobre los de escritorio.

7. REFERENCIAS

- Marketing B. (2016). Análisis PEST. 18-06-2014, de marketing branding Sitio web: <http://www.marketing-branding.cl/2014/06/18/analisis-pest/>
- Jaimes S. (2016). Las 7 C's del comercio electrónico. 13-04-2016, de Tensai Web Sitio web: <http://tensaiweb.info/blog/las-7-cs-del-comercio-electronico/>
- Comunidad Negocios. (2015). Mercados Azules: ¿En qué consiste la estrategia del océano azul?. Noviembre 27, 2015, de Banco de Chile Sitio web: <https://www.comunidadnegocios.cl/noticias/mercados-azules-en-que-consiste-la-estrategia-del-oceano-azul/>
- SERNAC (2014). SERNAC interpone demanda colectiva contra gimnasio Pacific Fitness. Octubre 6, 2014 de SERNAC, sitio web: <http://www.sernac.cl/sernac-interpone-demanda-colectiva-contr-gimnasio-pacific-fitness/>
- Orellana F. (2016) Los tres poderosos que tienen a medio Chile haciendo deporte. Septiembre 26, 2016 de Las Ultimas Noticias, sitio web: <http://www.lun.com/lunmobileiphone/homeslide.aspx?dt=2016-09-26&PaginaID=38&bodyid=0&SupplementId=0&NewsID=#pagina-38>
- Zúñiga M. (2015) IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO PARA MENORES DE EDAD CON PROBLEMAS DE OBESIDAD Y SEDENTARISMO de Universidad de Chile, sitio web: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/133267/Hernandez%20Zu%C3%B1iga%20Marjorie.pdf?sequence=1>
- Pizarro N. (2016) . Los usuarios de móviles superan a los de desktop. Octubre 27, 2016 de IDA, sitio web: <https://www.ida.cl/blog/estrategia-digital/contingencia-usuarios-moviles-superan-desktop/>
- Alcalá (2016). Encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes en la Población de 18 años y más Marzo 31, 2016 de Ministerio del deporte, sitio web: http://www.mindep.cl/wp-content/uploads/2016/07/INFORME-FINAL-ENCUESTA-DE-PORTES-COMPLETO_.pdf