

PLAN DE MARKETING



*M^a Soledad Bravo
Andrea Comerón
Pastora Morales*

ÍNDICE

ÍNDICE	2
1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	3
1.1 NUESTRA EMPRESA	3
1.2 EQUIPO DE TRABAJO	5
2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN INICIAL	6
2.1 MERCADO	6
2.2 CLIENTELA	8
2.3 CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD	10
2.4 LA COMPETENCIA	11
2.5 OTROS ELEMENTOS DEL ENTORNO	14
2.5.1 MICROENTORNO	14
2.5.2 MACROENTORNO	18
2.6 ANÁLISIS DAFO	20
3. CONCLUSIÓN	22
4. WEBGRAFÍA Y FUENTES	23

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 NUESTRA EMPRESA

¿Podemos unir la sostenibilidad con un gimnasio?

La respuesta es sí. Os presentamos nuestra empresa, **Ecogym**. Se trata de un *gimnasio sostenible*, es decir, son instalaciones deportivas en las que además de ofrecer a nuestros clientes actividades de rendimiento físico también proporcionamos (con nuestra maquinaria) la sostenibilidad.

Nos dedicamos a producir nuestra propia energía mediante el pedaleo de una bicicleta estática o las pisadas que damos mientras corremos en una máquina de correr. Esto además de ser sostenible para el planeta ayuda a la motivación de aquellas personas que acudan a nuestras instalaciones, ofreciéndoles promociones y descuentos en las cuotas mensuales gracias al esfuerzo que han hecho durante su entrenamiento.¹

La actividad que fomentamos es la concienciación de la actividad física y medioambiental a través de nuestra maquinaria ecológica, la cual ofrecemos a los habitantes de Badajoz que comparten nuestros mismos valores.



¹ Información obtenida de SportsArt

Hemos optado por asociarnos con la promotora Civitas Pacensis², y realizar con ellos la construcción del gimnasio en la Avenida de Elvas.

Hemos elegido esta empresa puesto que compartimos la misma visión de crear un espacio moderno, sostenible y dinámico donde prime la calidad de vida de sus habitantes.



² Información obtenida de Civitas Pacensis

1.2 EQUIPO DE TRABAJO

Pastora Morales es la ***Directora Ejecutiva*** y se encarga de la toma de decisiones y de motivar a los empleados de la empresa.

Marisol Bravo es la ***Responsable Operativa*** y su función es liderar al departamento de operaciones para gestionar con eficacia todos los procesos necesarios para que la empresa funcione de forma óptima.

Andrea Comerón es la ***Responsable de Marketing*** y tiene la tarea de realizar investigaciones de mercado y desarrollar planes de marketing para productos y servicios específicos.



Equipo de trabajo de EcoGym

2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN INICIAL

2.1 MERCADO

El mercado está formado por todos los consumidores actuales o compradores potenciales de un producto o servicio determinado, por ello para conocer mejor el mercado de nuestra empresa hemos clasificado a Ecogym según:



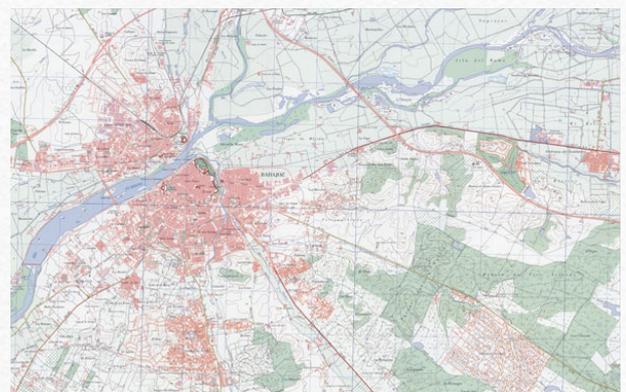
El tipo de cliente: Ecogym es un mercado de consumo, ya que los productos son adquiridos para el propio uso de las personas que están apuntadas a nuestro gimnasio.



El producto: es un mercado de bienes y servicios de consumo ya que ofrecemos un servicio para satisfacer una necesidad, en este caso, realizar deporte de una manera sostenible.



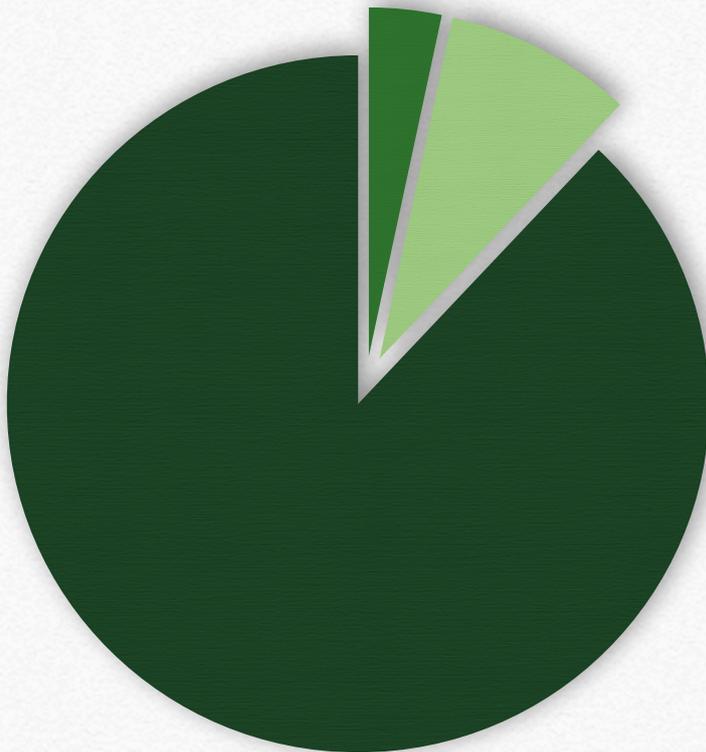
La competencia: nuestra empresa pertenece al mercado de competencia perfecta, ya que hay un gran número de competidores.



El área geográfica: es un mercado local, ya que nos ubicaremos en un ámbito municipal, en este caso Badajoz.

Actualmente, no contamos con un mercado real, que son todas las personas que van a nuestro gimnasio, ya que no hemos iniciado nuestra actividad. En cambio, hemos estimado el mercado total como una aproximación de 18.000 personas, con los datos obtenidos de españoles³ que van al gimnasio combinado con los habitantes de Badajoz.⁴ Nuestro objetivo como mercado meta, es conseguir 5.000 socios en un plazo de 3 años.

● Mercado meta ● Mercado total ● Población



Siendo la población de Badajoz de 150.000 personas, hemos estimado el mercado total con unas 18.000 personas (12% de la población), del cual hemos fijado como mercado meta, 5.000 socios (3% de la población, 28% del mercado total) en un plazo de 3 años.



⁴ Información obtenida del INE sobre población por capitales de provincia y sexo

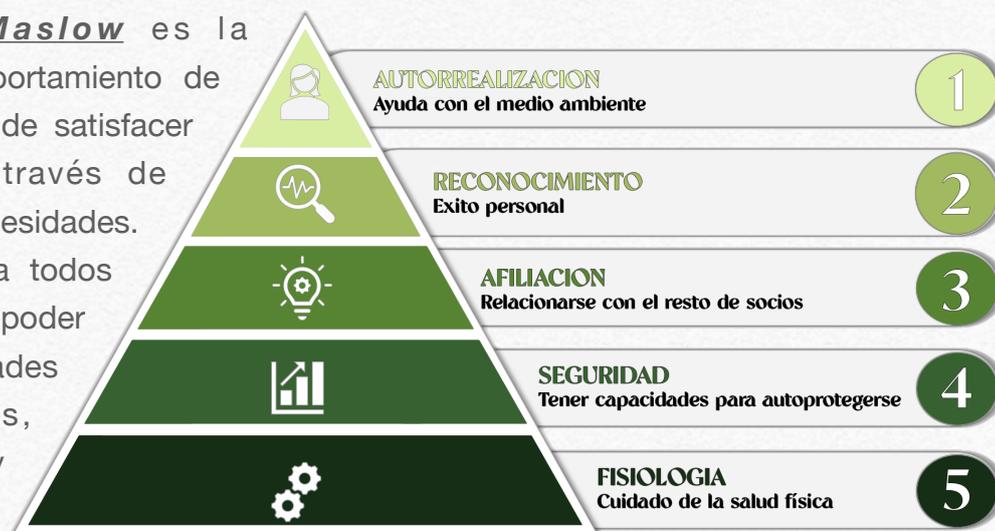
2.2 CLIENTELA

EcoGym se dedica a proporcionar un lugar en donde poder trabajar el cuidado físico a uno mismo, ayudando a conservar el medio ambiente. Por ello, buscamos en nuestra clientela aquellos individuos que tratan de satisfacer estas necesidades.

Por un lado, gracias a la práctica deportiva ayudamos a satisfacer *tres necesidades básicas* muy importantes como son: sentirnos competentes, experimentar cierta autonomía personal y relacionarnos con otras personas.⁵ Además, proporcionamos una alternativa para distraerlos de sus problemas, socializar con más personas, haciendo que tengan una vida más saludable y más cómoda.

Por otro lado, intentamos contribuir a la sociedad y al medio ambiente, a través de esta innovadora idea de negocio, un gimnasio sostenible en donde captamos el esfuerzo de nuestros socios y lo convertimos en electricidad utilizable en nuestro negocio.

La pirámide de Maslow es la jerarquización del comportamiento de las personas a la hora de satisfacer sus necesidades, a través de distintos niveles de necesidades. Nos hemos adaptado a todos los niveles, con el fin de poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes, según sus necesidades y motivaciones.



⁵ Información obtenida de PSY’N’THESIS sobre en qué medida satisface el deporte las necesidades psicológicas



Hemos segmentado a nuestros clientes según los ***criterios personales*** ya que nos centramos en mejorar el estilo de vida de nuestros clientes a través de la actividad física.

La estrategias cobertura del mercado que hemos empleado para dirigirnos a nuestro público objetivo es la *estrategia diferenciada* , con la que intentamos amoldar nuestro gimnasio a las necesidades de cada segmento; y *personalizada* , a través del seguimiento e interacción con los socios.

Para ello, realizaremos diferentes planes según la cantidad de energía aportada al gimnasio, al igual que planes especiales para grupos numerosos, como podrían ser estudiantes o trabajadores de una misma empresa. ¿Cómo lo haremos? A través de un software que incluye un seguimiento de producción de energía, tabla de clasificación, gestión de activos y una aplicación de usuario para seguir entrenamientos individuales y vatios producidos. Esto será un incentivo para los clientes, de manera que puedan ver su esfuerzo recompensado.⁶



⁶ Información obtenida de SportsArt sobre SA WELL+

2.3 CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

Contribuimos a la sociedad limitando en todo lo posible el impacto dañino sobre el medio ambiente. Para ello, contamos con materiales que no perjudican al medio ambiente, como son las máquinas empleadas para el desarrollo de la actividad física.

Desde EcoGym queremos elevar la conciencia y fomentar los valores alineados con las personas que realizan deporte en los centros destinados para ello.

El punto de partida de EcoGym es la sostenibilidad y el medioambiente, por el cual podemos contribuir a ayudar de una manera sostenible a la preservación de nuestros recursos naturales.

Contamos con la influencia de algunos deportistas extremeños como son:



Alberto Ginés, cacereño de 19 años, y el primer extremeño en ganar el oro en Escalada en Tokio 2021.



Cristina Cabaña, pacense de 28 años, compite en yudo y en 2020 participó en los Juegos Olímpicos de Tokio.



Loida Zabala, cacereña de 34 años, compite en levantamiento de potencia adaptado y ha conseguido varios diplomas en las paraolimpiadas.



José Manuel Calderón, pacense de 40 años, ex-jugador de baloncesto que ha jugado varios mundiales, ganando en 2006.

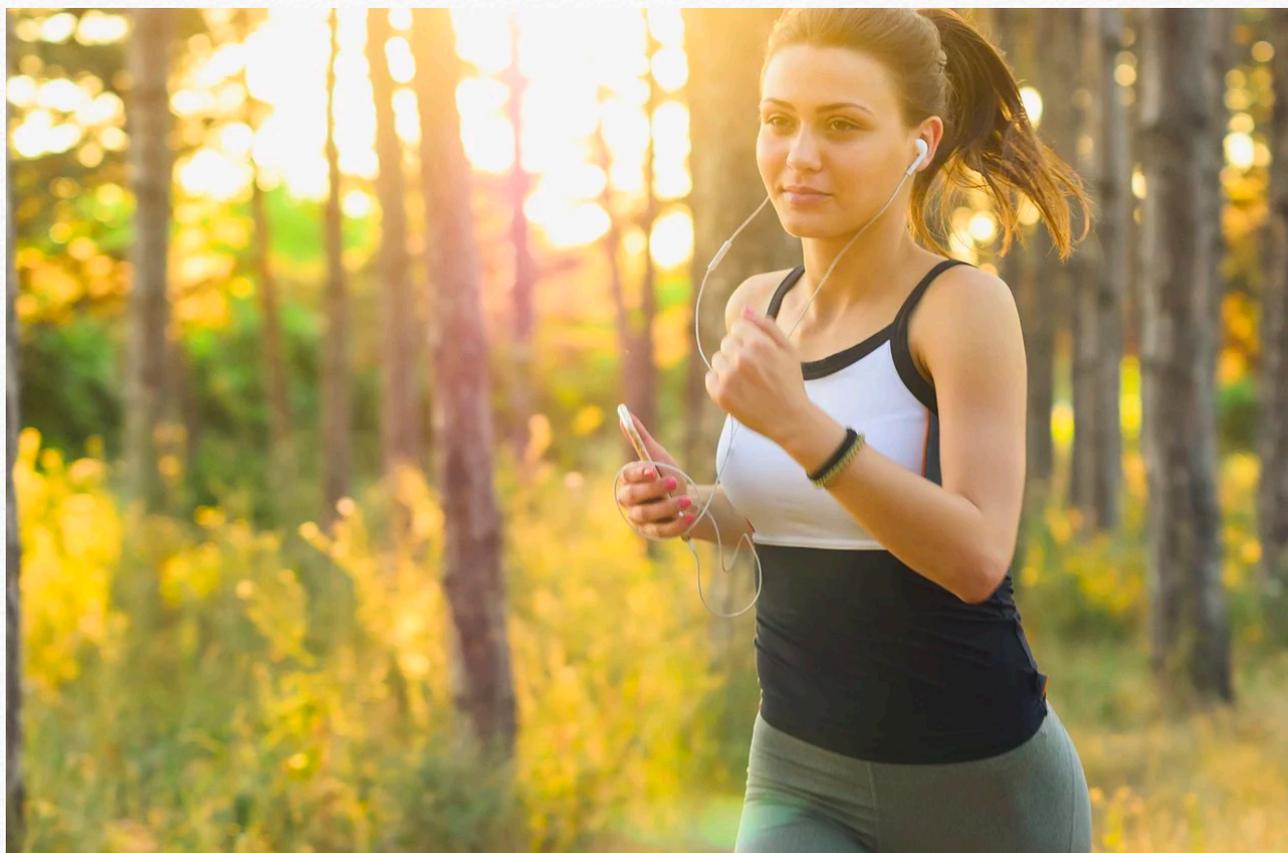
2.4 LA COMPETENCIA

Para la empresa Ecogym, la competencia serán todas aquellas empresas e instalaciones tanto en un lugar cerrado como al aire libre en la que se realicen actividades deportivas. En este apartado clasificaremos a cada empresa según el tipo de competencia.



La competencia directa son todos aquellos gimnasios que tienen la capacidad de satisfacer las necesidades de los habitantes de Badajoz.

La competencia indirecta será todo espacio disponible y habilitado para el desarrollo de la actividad física. También incluiremos a los entrenadores personales que podemos encontrar tanto en los espacios al aire libre, como en los gimnasios de Badajoz.



Una vez que hemos clasificado la competencia de nuestra empresa, pasamos a desarrollar la ventaja competitiva.

¿Qué es la ventaja competitiva? Es cualquier característica de una empresa que se diferencia de otras colocándose en una posición relativa o superior. Dicha ventaja le permite obtener mejores resultados.

A continuación, hemos clasificado los aspectos positivos y negativos de nuestra competencia.

Competidor	Aspectos positivos	Aspectos negativos	Ventaja competitiva
PODIUM ⁶ 	Permite practicar deporte precio muy asequible	Mal mantenimiento de las máquinas	Liderazgo en costes
PRIME PERSONAL TRAINER ⁷ 	Centro de entrenamiento focalizado en la salud, la rehabilitación y las planificaciones personalizadas de entrenamientos	Mala ubicación para estacionar los vehículos de los clientes	Diferenciación
FORUS ⁸ 	Ofrecen un amplio abanico de actividades y servicios deportivos y de ocio para personas de todas las edades y condición física.	No supervisan la ejecución de los ejercicios	Calidad
ALTAFIT ⁹ 	El mayor club de corredores de España para todos los niveles	Poca ayuda por parte de los monitores	Logística

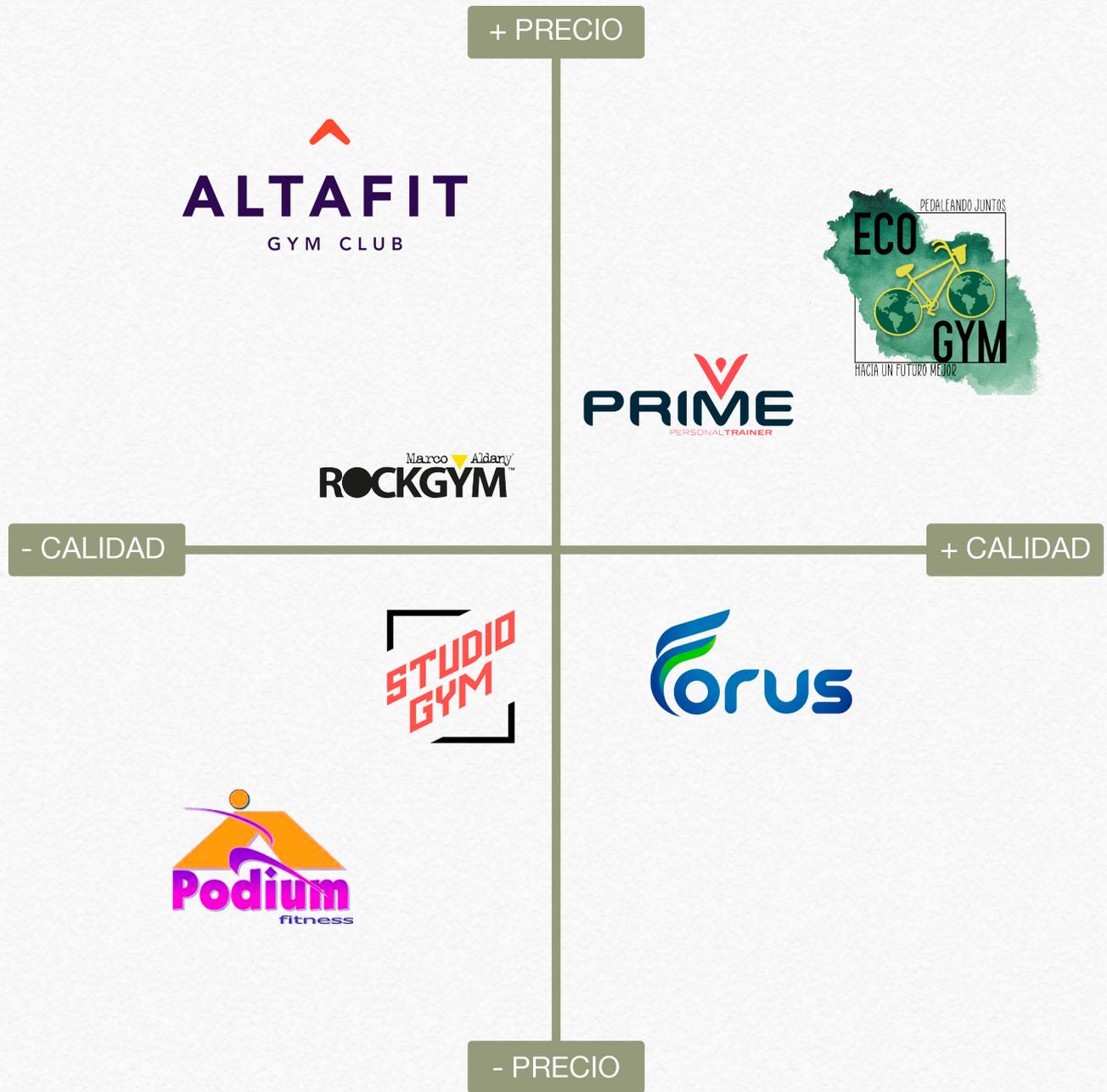
⁶ Información obtenida de Podium

⁷ Información obtenida de Prime Personal Trainer

⁸ Información obtenida de Forus

⁹ Información obtenida de Altafit

Por último, hemos realizado un mapa de posicionamiento:



2.5 OTROS ELEMENTOS DEL ENTORNO

Son aquellas fuerza que no son controlables por parte de nuestra empresa, pero sí influyen sobre ella. Se dividen en el microentorno y macroentorno.

2.5.1 MICROENTORNO

Son aquellos elementos cercanos a la empresa, que se encuentran en interacción continua con ella.

CLIENTELA

Hemos desarrollado la clientela en el punto 2.2.

COMPETIDORES

Hemos desarrollado nuestra competencia en el punto 2.4.

PROVEEDORES

Nuestros proveedores nos suministran de las maquinarias sostenibles que necesitamos como son las bicicletas estáticas y las cintas de correr. Éstos se encargarán de todo el proceso de logística de la empresa. Hemos escogido a SportArt para ello.



ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Las administraciones públicas que tenemos a nuestra disposición en Badajoz y de las que obtendremos las subvenciones y formas de financiación son:

Cámara

Badajoz

La **Cámara de Comercio**,¹¹ la cual proporciona:

1. Programa de Digitalización del Comercio de Extremadura 2021. La finalidad de este programa es la incorporación de aplicaciones que faciliten y mejoren la gestión ayudando a que un comercio sea más eficaz y seguro. Además de poder aumentar la visibilidad del negocio, ganar clientes, mejorar la competitividad.
2. Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM). Este programa va dirigido a las mujeres con inquietudes emprendedoras, mujeres que quieren crear su empresa y ayudas y subvenciones para su empresa.



La **Junta de Extremadura**¹² dispone de diferentes ayudas al emprendimiento como:

1. Ayudas dirigidas a impulsar la transformación digital de la industria española en el marco del Proyecto Industria Conectada 4.0.
2. Ayudas para la contratación de trabajadores.

¹¹ Información obtenida de Cámara de Comercio

¹² Información obtenida de la Junta de Extremadura



La Diputación de Badajoz¹³

1. Subvenciones destinadas a fomentar la iniciativa empresarial por parte de personas jóvenes con titulación universitaria, formación profesional de grado superior o certificado de profesionalidad nivel 3.



El Ayuntamiento de Badajoz¹⁴

1. Licencia de obra.
2. Licencia de apertura.
3. Garantía económica.
4. Declaración de Impacto Ambiental.



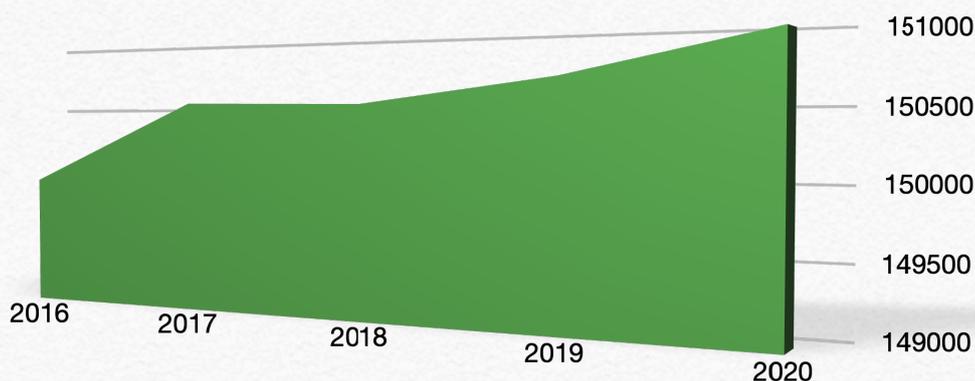
¹³ Información obtenida de la Diputación de Badajoz

¹⁴ Información obtenida del Ayuntamiento de Badajoz

2.5.2 MACROENTORNO

Aquellos elementos que, aunque no interactúan con nosotros, nos influyen, son nuestro macroentorno. Dichos elementos son demográficos, económicos, culturales, tecnológicos, legales y medioambientales.

Con relación al elemento demográfico, podemos ver cómo la población ha ido aumentando en los últimos años, llevando con ello la posibilidad de aumentar nuestro mercado.¹⁶

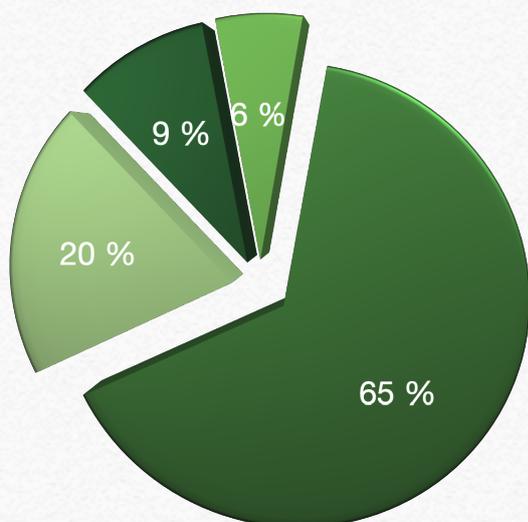


También, se refleja que el 65,1% de la población que realiza deporte inició esta actividad antes de los 15 años, el 19,9% entre los 15 y los 24 años, el 9,3% entre los 25 y 44 años y únicamente el 5,7% empezó a hacer deporte con más de 45 años.

El factor género es determinante en ello, el 73,6% de los hombres comenzaron a hacer deporte antes de los 15 años frente al 55,3% de las mujeres.

Además, se proporciona información sobre las principales motivaciones y barreras

● <15 ● 15-24 ● 25-44 ● +45



que existen entre los ciudadanos a la hora de realizar alguna actividad física. Con respecto a lo primero, “estar en forma” sigue siendo el principal motivo para un 28,3%; “Motivos de salud”, un 21,9%, con un ascenso notable de 7,1 puntos porcentuales respecto a 2015; y “Diversión o entretenimiento”, para el 19,5%. Por lo que se refiere a las barreras, las principales esgrimidas por los ciudadanos son “falta de tiempo” (44%), “falta de interés” (19,8%), y “motivos de salud” (13,2%) y “edad” (11,9%).¹⁷

¹⁶ Información obtenida del INE sobre la población de Badajoz (2016 - 2020)

¹⁷ Información obtenida del Consejo Superior de Deportes

Relacionado con el elemento **económico**, nos encontramos en una situación de crecimiento hacia el futuro y nos hemos adaptado a las inversiones del consumidor, proporcionando nuestra marca.

Culturalmente nuestra empresa se adapta a nuevos hábitos de consumo y estilos de vida, por ello Ecogym intenta combatir el problema medioambiental a través de la sostenibilidad que proporciona nuestra maquinaria.

Frente a nuestro entorno legal, encontramos **leyes** de protección del medio ambiente y a la salud, de promoción de la actividad empresarial, y de agentes reguladores como la Comisión de energía.

Hemos encontrado leyes que nos serían de utilidad en nuestra empresa, como lo son las siguientes:^{18 19}

<http://doe.juntaex.es/pdfs/doe/2021/1340o/21062181.pdf>

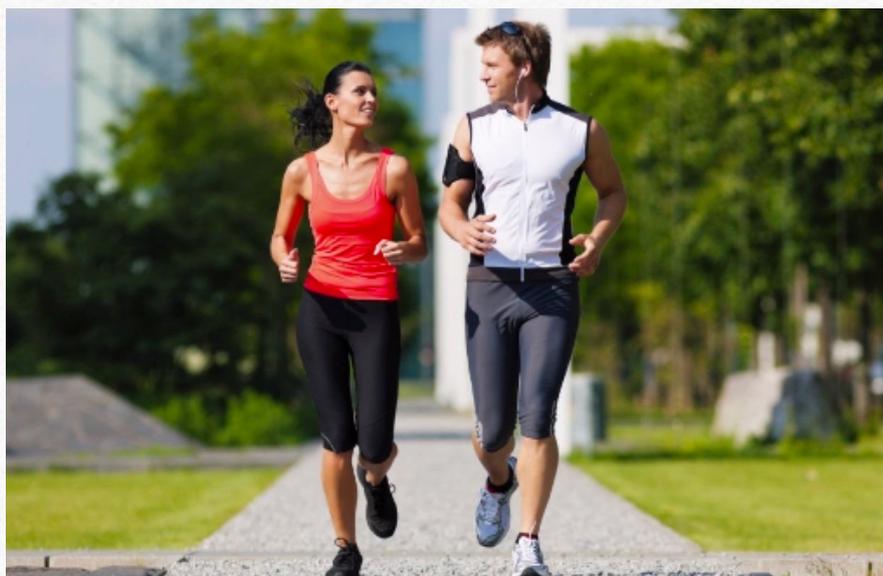
<https://www.boe.es/eli/es/o/2020/08/03/ted766>

<https://www.boe.es/eli/es/l/2007/10/23/26>

<https://www.boe.es/boe/dias/2010/07/15/pdfs/BOE-A-2010-11187.pdf>

En cuanto a nuestro desarrollo **tecnológico**, es sostenible ya que contamos con nuevos procesos de fabricación y gestión del conocimiento.

La sostenibilidad es nuestro principal punto a favor ya que a través de la actividad física podemos ahorrar en nuestra cuota mensual y paralelamente cuidar del **medio ambiente**.



¹⁸ Información obtenida del Diario Oficial de Extremadura

¹⁹ Información obtenida del Boletín Oficial del Estado

2.6 ANÁLISIS DAFO

	Debilidades	Fortalezas
Aspectos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de contactos • Poco desarrollo • Horas vacías • Alta inversión • Falta popularidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Conciencia medioambiental • Gimnasio sostenible • Personalizado • Capital inicial: 15.000€
	Amenazas	Oportunidades
Aspectos externos	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Sedentarismo • Covid • Crisis • Dependencia construcción 	<ul style="list-style-type: none"> • Máquinas sostenibles • Ayudas y subvenciones • Colaboraciones • Ubicación

Una vez que hemos realizado la Matriz DAFO, procedemos a su análisis a través de una serie de la herramienta CAME que consiste en Corregir, Aumentar, Mantener y Explotar nuestros puntos fuertes y nuestros puntos débiles.

Este análisis nos ayuda a corregir y mantener la situación interna inicial, mientras que nos ayuda a conocer lo que debemos afrontar y explorar en nuestra situación externa.

En primer lugar, están las **debilidades**, como son la escasez de contactos, el poco desarrollo del negocio ya que es novedoso e innovador, las horas vacías en las que no generamos electricidad, la alta inversión inicial para adquirir - crear el local y la falta de popularidad en la ciudad (la actividad empresarial aún no se ha iniciado). ¿Qué haremos para **corregirlos**? Conseguiremos una agenda de clientes, crearemos actividades con distintas asociaciones para crear electricidad constantemente, pediremos subvenciones y crearemos publicidad para darnos a conocer a través de redes sociales.

En segundo lugar, nos encontramos con las **amenazas**, como son la competencia elevada (en Badajoz existen muchos gimnasios) y que los clientes no tienen una visión clara de nuestro gimnasio. ¿Cómo las **afrontamos**? Intentaremos llamar la atención a los clientes para que les atraiga nuestro sistema especial para crear electricidad y crear un atributo con el que se nos relacione.

En tercer lugar, en nuestras **fortalezas** están nuestras máquinas sostenibles que producen energía (luchamos por un mundo más sostenible) y que nuestros clientes poseen los mismos valores que Ecogym. Estas fortalezas las **mantendremos** de principio a fin.

Por último, nuestras **oportunidades** son la creación de un gimnasio sostenible (gran diferencia con el resto de gimnasios) ya que producimos nuestra propia electricidad y a cada cliente que utilice esta maquinaria se le hará un descuento sobre su cuota mensual por la electricidad generada a través de ésta, además como hemos indicado anteriormente Ecogym es el único gimnasio sostenible en Badajoz que intenta concienciar del cuidado del planeta a la población. ¿Cómo vamos a **explotarlos**? Colaborando con instituciones públicas y privadas (institutos, universidades y empresas).



3. CONCLUSIÓN

Como conclusión, hacer un buen plan de marketing nos ayuda a conocer todos los factores que afectan a nuestra empresa y que nos ayudarán a dirigirnos a nuestro público objetivo, éstos harán que la empresa pueda salir adelante reduciendo el máximo riesgo de fracaso.

Un ejemplo de mala gestión es Rockgym, que tuvieron problemas desde su inauguración ya que su apertura tardó más de año y medio en hacerse realidad (2016). En Octubre de ese mismo año la policía local decidió volver a precintarse el recinto por que no cumplía los requisitos, todo esto aumentó el descontento de quienes habían pagado por adelantado y le ha llevado a tener una reputación un tanto dudosa.

Fuentes consultadas por este diario informaron de que la policía local precintó el local porque carece de licencia municipal de apertura, pendiente de algunas correcciones detectadas por Urbanismo y Protección Ambiental.^{20 21}



²⁰ Información obtenida del Hoy

²¹ Información obtenida de la Crónica de Badajoz

4. WEBGRAFÍA Y FUENTES

1. Información obtenida de SportsArt

<https://www.gosportsart.com/?lang=es>

2. Información obtenida de Civitas Pacensis

<https://www.civitaspacensis.com>

3. Información obtenida de Statista sobre población que va al gimnasio en España (1996-2020)

<https://es.statista.com/estadisticas/569644/evolucion-del-porcentaje-de-individuos-que-fueron-a-un-gimnasio/>

4. Información obtenida del INE sobre población por capitales de provincia y sexo

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2911>

5. Información obtenida de PSY'N'THESIS sobre en qué medida satisface el deporte las necesidades psicológicas

<https://psynthesis.wordpress.com/2016/07/19/en-que-medida-satisface-el-deporte-tus-necesidades-psicologicas/>

6. Información obtenida de SA WELL+

<https://www.facebook.com/Centro-Deportivo-Podium-426133914222684/>

7. Información obtenida de Podium

<https://www.facebook.com/Centro-Deportivo-Podium-426133914222684/>

8. Información obtenida de Prime Personal Trainer

<https://primepersonaltrainer.es/>

9. Información obtenida de Forus

<https://forus.es/badajoz/es>

10. Información obtenida de Altafit

<https://altafitgymclub.com/gimnasios/badajoz-badajoz/>

11. Información obtenida de Cámara de Comercio

<https://www.camarabadajoz.es/web/es/programas-de-innovacion-empresarial-1/programa-de-digitalizacion-del-comercio-de-extremadura-2021>

12. Información obtenida de la Junta de Extremadura

<https://extremaduraempresarial.juntaex.es/servicios?idContenido=9843001>

13. Información obtenida de la Diputación de Badajoz

https://www.dip-badajoz.es/bop/ventana_anuncio.php?id_anuncio=131207&FechaSolicitada=2021-05-05

14. Información obtenida del Ayuntamiento de Badajoz

<https://www.aytobadajoz.es/es/ayto/portada>

15. Información obtenida del BBVA

<https://www.bbva.es/empresas/productos/cuentas/cuenta-negocios.html>

16. Información obtenida del INE sobre la población de Badajoz (2016 - 2020)

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2911#!tabs-grafico>

17. Información obtenida del Consejo Superior de Deportes

<https://www.csd.gob.es/es/la-practica-deportiva-aumenta-un-61-en-los-ultimos-cinco-anos>

18. Información obtenida del Diario Oficial de Extremadura

<http://doe.juntaex.es>

19. Información obtenida del Boletín Oficial del Estado

https://www.boe.es/diario_boe/

20. Información obtenida del HOY

<https://www.hoy.es/badajoz/201701/27/ayuntamiento-badajoz-precinta-segunda-20170127231417.html>

21. Información obtenida de La Crónica de Badajoz

<https://lacronicadebadajoz.elperiodicoextremadura.com/la-cronica-de-badajoz/2016/10/08/policia-local-badajoz-precinta-gimnasio-44372274.html>

