



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado

**Análisis de las estrategias de marketing que utiliza la empresa
SMART FIT.**

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales
Seminario Marketing Digital

Yurley Sepúlveda Osorio
Administración de Negocios Internacionales.
Óscar Darío Jiménez C.
Administración de Empresas.
Brayan Steven Grisales Caicedo
Gestión Logística.

Tutora María José Escobar Mejía
Opción de Trabajo de grado Seminario Académico
2024

Dedicatoria

A Dios por ayudarnos a continuar día a día sin importar lo duro que fuera, a nuestras familias por acompañarnos en este proceso y quienes fueron pilares y candilejas en momentos apabullantes.

Agradecimientos

A cada uno de los participantes de este proyecto por poner toda su entrega y habilidades intelectuales a disposición, a cada uno de los docentes que nos formaron semestre tras semestre y nos enseñaron a encontrar el valor en cada mínimo detalle y a nuestra tutora María José Escobar Mejía, que nos brindó los conocimientos necesarios para identificar los factores claves para la realización de esta investigación.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	6
Palabras clave.....	6
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	7
Metodología de búsqueda de la información.....	9
Sustentación teórica de la pregunta.....	10
Conclusiones.....	19
Referencias.....	20

Índice de figuras

Figura 1. Planes y beneficios.....	12
Figura 2. Promociones de fin de año.....	13
Figura 3. Regalos para navidad.....	14
Figura 4. Comunidad fitness.....	15
Figura 5. Interacción con usuarios.....	16
Figura 6. Rumba y baile.....	17
Figura 7. Beneficios exclusivos.....	18

Resumen

SMART FIT es una cadena de gimnasios con una extensa presencia en países como Argentina, Uruguay, México, Brasil, República Dominicana, Paraguay, Colombia, Panamá, Guatemala, El Salvador, Honduras, Chile, Costa Rica, Perú y Ecuador. Su misión es entregar fitness de alta calidad, haciéndolo accesible para todos. (Smart Fit - Concepto, s. f.).

A partir de esto, esta investigación se fundamentó en identificar cuáles fueron las estrategias de marketing que utilizó SMART FIT para darle al cliente una excelente experiencia y así aumentar la fidelización tanto en mercados nacionales como internacionales.

En este informe se mostrarán algunos de los métodos que utiliza la empresa para mantenerse posicionado en el mercado fitness y poder crecer potencialmente día a día.

Por medio de su aplicación móvil, SMART FIT recopila información útil para ofrecer a cada usuario una rutina personalizada de acuerdo a sus objetivos. Esta aplicación también le permite estar actualizado del proceso de cada persona y así darle un contenido más exclusivo, además de ofrecer clases virtuales y consejos de salud y bienestar.

Por medio de sus redes sociales hacen campaña de eventos que se realizan en las diferentes ciudades, como Swing Latino, Clásico El Colombiano, y también ofrecen información sobre rutinas, hábitos y consejos fitness.

Además, SMART FIT utiliza email marketing y redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para enviar mensajes de promociones, descuentos y demás, de acuerdo a las necesidades y preferencias de cada cliente.

Palabras clave

Fitness, redes sociales, gimnasio, marketing, usuarios.

Pregunta orientadora de la búsqueda

En la era digital actual, el mundo del fitness no es solo ir al gimnasio a levantar pesas y hacer caminadora. La revolución digital ha transformado los gimnasios y los ha llevado a reinventarse y darles un giro completamente diferente, donde la interacción con el cliente no sea solo ir a las instalaciones físicas, sino también llevar la experiencia de ejercitarse a un nivel más innovador y diferente.

Es por esto que surge la pregunta: ¿Cuáles fueron las estrategias de marketing digital que utilizó SMART FIT para personalizar la experiencia de los usuarios e incrementar su fidelización en el mercado?

Según Selman (2017), *“El marketing digital se define como el conjunto de estrategias de mercado que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”*.

SMART FIT, siendo una de las principales marcas de gimnasios en América Latina, día a día implementa diferentes estrategias de marketing para tener más cercanía con sus clientes, mostrando en sus redes sociales los productos, servicios, planes, precios y promociones que ofrecen. Su producto principal son las máquinas e instalaciones y esto es precisamente lo que muestra, a través de sus redes sociales, todo lo que tienen en sus sedes, desde precios hasta infraestructura. Según estudios, implementar estrategias de marketing digital para fidelizar a los usuarios es muy importante, ya que estas estrategias de marketing mejoran las relaciones entre los clientes y la empresa; asimismo, elevan la fidelización de los clientes del gimnasio, en favor de mejores beneficios para los socios y para la empresa. (Carrasco Dávila, M., & Sánchez Pérez, X. R., 2019).

Ciertamente, tener un gimnasio es tener máquinas para generar ingresos, pero, de hecho, no basta solo con tenerlo, sino también saber manejar todo el tema de marketing digital.

En esto, precisamente, se ha enfocado SMART FIT, en hacer marketing disruptivo en las diferentes estrategias y poder potencializar su marca frente a los otros mercados.

Esta cadena de gimnasios no es como cualquier otra y se maneja completamente diferente a los otros centros de deportes. Para SMART FIT, el objetivo principal es brindar fitness de calidad a un costo moderado que cualquier persona pueda pagar. Es por esto que, para que cualquier persona pueda acceder, en pandemia, la marca decidió acercar el fitness a sus usuarios por medio del internet y tuvieron la idea de diseñar gimnasios virtuales. Con su aplicación móvil, lograron despertar el interés de un público más grande y, cuando finalizó la pandemia, ellos ya contaban con una marca más sólida.

En cuanto al merchandising, la marca cada cierto tiempo invierte en accesorios y lanza campañas, activa promociones y también realiza eventos en las diferentes ciudades, para que los usuarios puedan adquirir mercancía conmemorativa. (Marketeros LATAM, 2023).

Metodología de búsqueda de la información

Este proyecto investigativo fue llevado a cabo mediante un enfoque mixto, puesto que esta metodología es la que más se ajusta a las necesidades del mismo, a través del debido análisis a registros de satisfacción de usuarios post-consumo, crecimiento en el último año, fandom en plataformas digitales y su adaptación a esta; además se analizó los métodos y estrategias de aplicación ejecutadas por la marca para generar en el consumidor una percepción de “cercanía” e interés por su salud y calidad de vida.

En la ejecución del primer acercamiento al impacto que la marca planea reflejar a través de sus plataformas digitales, surge la incógnita: “¿Cuáles fueron las estrategias de marketing digital que utilizó SMART FIT para personalizar la experiencia de los usuarios e incrementar su fidelización en el mercado?”, y quedan conceptos relevantes dignos de ser sometidos al análisis como UX (experiencia del usuario), feedback (retroalimentación), core (por lo que quiere ser reconocida la marca).

De este modo, para lograr el objetivo de este proyecto, se consultaron diferentes portales y plataformas que permitieran tener una visión más amplia y profunda del sentido de su estrategia de marketing. Entre las herramientas de rastreo se contemplaron diferentes motores de búsqueda como MARKETEOS LATAM, portales y sitios web como la página oficial de SMART FIT y redes sociales como Facebook e Instagram, y estadísticas de crecimiento realizadas por diferentes revistas como FORBES COLOMBIA.

Sustentación teórica de la pregunta

En búsqueda de una respuesta acertada a la pregunta orientadora, se realizaron los siguientes hallazgos: la cadena de gimnasios SMART FIT tiene como mejor recurso para hacer publicidad la plataforma de “Instagram”. Dentro de su contenido podemos disponer de sus horarios, clases, promociones, inscripciones, rutinas de entrenamiento y también las sedes que tienen y cómo llegar a ellas. Por otro lado, se detecta un valor agregado que tienen en sus redes sociales y es que enseñan numerosas rutinas de ejercicios, las cuales se pueden ver las veces que sean necesarias, donde explican varios tipos de ejercicios de acuerdo a los objetivos de cada persona, el uso de las máquinas, el orden correcto de los ejercicios buscando generar en el usuario una mejor experiencia y relacionamiento; también una sesión llamada “SMART FIT responde”, donde las personas pueden interactuar a través de los comentarios y hacer diferentes preguntas, las cuales posteriormente serán respondidas por expertos por medio de un video explicativo.

A través del conjunto de elementos anteriormente mencionados, se logra que la cadena de gimnasios pueda acercarse más al público objetivo y al cliente potencial, creando secciones donde todos puedan interactuar a través de sus redes sociales y que a su vez incentiven la asistencia a eventos fuera de sus instalaciones y se integren las diferentes comunidades, para así captar la atención de otras personas y poder atraer a más

clientes potenciales a sus instalaciones, buscando también lograr la fidelización de los que ya son usuarios de la marca.

Según Philip Kotler, *“El marketing digital surge en la era actual de la información basada en las tecnologías de la información”. Los informantes están bien documentados y pueden comparar diversas ofertas de similares productos”*.

De acuerdo con lo anterior, SMART FIT aprovecha al máximo su capacidad de innovación para implementar herramientas tecnológicas y así poder afianzar la relación con sus clientes y atraer a nuevos usuarios. Para la captación de estos, utiliza plataformas digitales como la app de SMART FIT, donde la información que muestran es clara y concreta, logrando así una satisfacción en el consumidor final, atendiendo las necesidades solicitadas por cada uno de ellos.

Además del aplicativo diseñado especialmente para sus clientes, también cuenta con su propio website (www.smartfit.com.co) donde se encuentra información oficial como: vigencia de promociones, ubicación de sedes, tipos de planes, tipo de equipamientos con los que cuenta cada sede, clases dirigidas, información, contactos y enlaces a redes sociales; de esta manera el público (ya sea que utilice sus servicios o no) pueden mantenerse informados de todas las novedades y beneficios que SMART FIT tiene disponible para cada persona, a su vez le permite a los clientes potenciales y usuarios comparar estos con los demás competidores del gremio y así captar al consumidor que busca el mayor beneficio ya sea práctico, económico o para su salud.

Figura 1. Planes y beneficios

Elige tu plan y entrena ya

	Más beneficios Plan Black Entrena en cualquiera de nuestras sedes en América Latina	Plan Fit Entrena cuando quieras en tu gimnasio de elección	Plan Smart Entrena cuando quieras en tu sede de elección
Acceso ilimitado a más de 1.500 sedes de la red	✔	✘	✘
Derecho a traer un invitado 5 veces al mes	✔	✘	✘
Smart Spa (Relájate en los sillones de masajes)	✔	✘	✘
Descuentos especiales en marcas aliadas	✔	✘	✘
Smart Fit App (Tu plan de entrenamiento personalizado)	✔	✔	✔
Smart Vital (Seguimiento a tu progreso)	✔	✔	✔
Smart Fit Go (Entrenamientos en línea)	✔	✔	✔
Clases grupales con profesores	✔	✔	✔
Acceso a todas las áreas de la sede	✔	✔	✔
Valores promocionales	DESDE \$ 19.900 en el 1er mes, después \$ 99.900/mes 12 meses de fidelidad	DESDE \$ 19.900* en el 1er mes, después \$ 69.900/mes 12 meses de fidelidad	DESDE \$ 19.900* en el 1er mes, después \$ 89.900/mes Sin fidelidad

Fuente: Tomado de la página oficial de SMART FIT.

Por medio de esta tabla, SMART FIT da a conocer los planes y precios a los cuales los interesados pueden acceder. La marca lo realiza de una forma fácil de entender, flexible y accesible en precios. Además, los clientes también se pueden informar de las nuevas tarifas y descuentos que tengan en los planes.

Figura 2. Promociones de fin de año

¡La mejor promo del año! • ¡Hasta el 25 de diciembre! • ¡La mejor promo del año!

Entrena todo el
2025
con precios de
2024

¡Aprovéchalo ahora!

INSCRIPCIÓN
GRATUITA

1er mes
\$19.900

INICIA TU ENTRENAMIENTO AHORA
• CON EL MÁS ALTO NIVEL •

*Aplican términos y condiciones. Dto sobre el primer mes del Plan Black, Plan Smart o Plan Fit. No acumulable con otras promociones. Promo válida del 1 al 25 de diciembre del 2024. Para más información consulta www.smartfit.com.co/promociones.

Fuente: Tomado de la página oficial de SMART FIT.

Aprovechando la temporada de fin de año, SMART FIT anima a nuevos suscriptores con promociones como inscripción gratuita y precios del 2024 para los usuarios que deseen inscribirse en 2025 y así puedan seguir disfrutando de sus cómodas instalaciones.

Figura 3. Regalos para navidad

An advertisement for the 'Fit Friend' promotion. It features a man and a woman in a gym setting. The man is sitting on a bench, and the woman is standing behind him with her hand on his shoulder. In the top left corner, there is a yellow speech bubble logo with the text 'Fit Friend' and 'PARA TI Y TUS AMIGOS' and an icon of two hands clapping. Below the image, there is a yellow banner with the text 'INVITA A ENTRENAR A 3 AMIGOS,' followed by 'si se inscriben en Plan Black o Fit recibes 1 MES GRATIS x c/u'. At the bottom, there is a red banner with the text 'COMPARTE TUS CÓDIGOS'. A small asterisk and URL are at the very bottom: '*Aplican TyC. Consulta más en: https://www.colombiasmartfit.com.co/2412-tc-fit-friend-2024/'.

Fit Friend
PARA TI Y TUS AMIGOS

**INVITA A ENTRENAR
A 3 AMIGOS,**
si se inscriben en Plan Black o Fit
recibes **1 MES GRATIS** x c/u

COMPARTE TUS CÓDIGOS

*Aplican TyC. Consulta más en: <https://www.colombiasmartfit.com.co/2412-tc-fit-friend-2024/>

Fuente: Instagram SMART FIT (14/12/2024).

Algunas promociones que ofertaron fueron: si eres usuario activo, puedes obtener un código promocional para referir a tus amigos o, por cada amigo que refieras, te obsequiarán un mes gratis. Asimismo, tu amigo tendrá inscripción gratis y pagará \$19.900 en su primer mes.

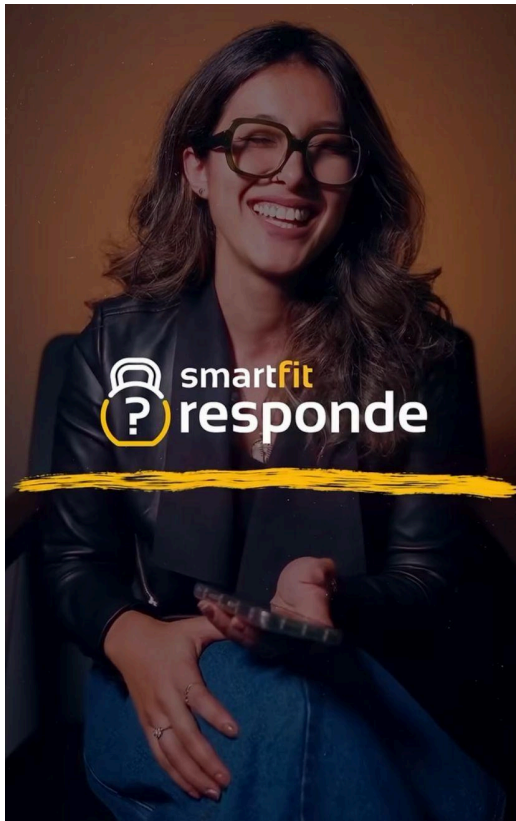
Figura 4. Comunidad fitness



Fuente: Tomado de la página oficial de SMART FIT.

Por este medio, le transmiten a la comunidad temas de gran importancia de salud y bienestar, fitness; expertos exponen desde su experiencia la importancia de llevar una vida saludable, y con consejos prácticos motivan a los oyentes a explorar más el mundo saludable.

Figura 5. Interacción con usuarios



Fuente: Instagram SMART FIT (20/10/2024).

Como se evidencia en la imagen, SMART FIT utiliza su red social de Instagram para interactuar con sus usuarios, y no solo con ellos, sino con todas las personas que tengan preguntas sobre hábitos saludables, fitness, rutinas de ejercicio y demás. Esto permite un acercamiento efectivo con las personas y así poder atraer a más clientes y fidelizar a los que ya son usuarios de la marca.

Figura 6. Rumba y baile

Prepárate para la Feria de Cali
CON SWING LATINO

Te invitamos a ¡Bailoteo! Más que una clase es una descarga musical con el mejor swing de Colombia.

ESCUELA DE BAILE
Swing Latino
 FUNDACION

smart
fit

4 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: Éxito La Flora.	5 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: Éxito Simón Bolívar.	9 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: Único Cali.
10 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: La Hacienda.	11 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: Avenida Sexta.	12 de diciembre 07:00 p.m. Lugar: Valle de Lili.

Cali - Valle del Cauca

Fuente: Instagram de SMART FIT.

La marca informa sobre los eventos que se hacen fuera de las sedes, como la Feria de Cali con SWING LATINO, con clases especiales que pueden disfrutar los que se dirijan a ese lugar. Esto permite participar a un público muy amplio de diferentes actividades al aire libre, lo que logra una mejor captación de clientes.

Figura 7. Beneficios exclusivos

TUS smart fit BENEFICIOS

Beneficio	PLAN BLACK	PLAN SMART	PLAN FIT
Área de peso libre e integrado <i>Máquinas, pesas, discos y barras.</i>	✓	✓	✓
Área de cardio y estiramiento <i>Caminadoras, elípticas, bicicletas, escaladoras y más.</i>	✓	✓	✓
Clases grupales con profesores <i>Smart Cross, Smart Shape, Smart HIIT, Smart HIIT Cross, Tabata, GAP.</i>	✓	✓	✓
Entrenamientos funcionales con profesores <i>Smart Cross, Smart Shape, Smart HIT, Smart HIIT, CROSS, Smart Tabata, Smart GAP.</i>	✓	✓	✓
Acceso a todas nuestras áreas <i>Vestidores, regaderas, lockers** y bebederos</i>	✓	✓	✓
Smart Fit APP <i>¡El mejor aliado para tu rutina de ejercicios!</i>	✓	✓	✓
Smart Fit GO <i>Fitness On Demand y servicio de streaming.</i>	✓	✓	✓
Profesores altamente capacitados <i>Te guiarán para que entres de forma independiente y supervisarán tus rutinas.</i>	✓	✓	✓
Acceso a +1000 gimnasios en LATAM <i>Entrena en todos nuestros gimnasios dentro y fuera de la República Mexicana.</i>	✓	✓	✓
Acceso a Invitados <i>Cinco accesos mensuales para tus amigos.</i>	✓	✓	✓
Smart Spa <i>Sillones de masaje, camas de hidromasaje, cabinas de bronceado y colágeno.*</i>	✓	✓	✓
Libre de multas <i>Cancela tu plan sin multa por plazos pendientes.</i>	✓	✓	✓

Fuente: Tomado del blog SMART FIT.

Da a conocer las diferentes características que ofrece en cada plan. El usuario puede realizar un análisis detallado de cada uno de ellos y así escoger el plan que se ajuste a sus necesidades.

Conclusiones

- SMART FIT se diferencia por su capacidad de innovar en tecnología y usar sus redes sociales para atraer público mediante campañas y promociones.
- Por medio de su aplicación móvil, la empresa personaliza la experiencia de cada uno de sus usuarios, acomodando las rutinas de acuerdo a los objetivos de cada persona y haciendo un seguimiento constante de su avance.
- A través del uso de redes sociales como Facebook e Instagram y su aplicación móvil, la marca se ha logrado posicionar muy bien en el mercado, ya que busca siempre innovar en sus publicaciones y mantener una relación constante con el cliente, logrando así fidelizar a los usuarios que ya usan la marca, como también atraer a nuevas personas a sus sedes.
- Las promociones que lanzan, las campañas y el contenido fitness que hacen mediante sus redes sociales, además de informar, fomentan una comunidad interactiva, lo que aumenta la sensación de cercanía y compromiso que tiene la marca con sus usuarios.
- Las campañas que hace la empresa sobre los eventos externos a las sedes, como “Swing Latino” y “Reto Escobero”, le han permitido crecer exponencialmente y ser más reconocidos a nivel global.

Referencias

Carrasco Dávila, M., & Sánchez Pérez, X. R. (2019). *Estrategia de marketing mix para elevar la fidelización de los clientes en el gimnasio Fitness House, Chiclayo.*

La Paz Ramos, J. M. D. (2024). *Marketing digital y fidelización del cliente en el Gimnasio Dantol Gym, Moquegua 2023.*

<https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/2721>

Marketeros LATAM. (2023, septiembre 21). *Marketeros LATAM.* Marketeros LATAM.

<https://www.marketeroslatam.com/smart-fit-transformando-el-marketing-en-la-industria-del-fitness/>

Negro, M., & Negro, M. (2024, agosto 23). *¿Qué es el marketing digital según Philip Kotler?* Mercado Negro.

<https://www.mercadonegro.pe/marketing/marketing-digital/el-marketing-digital-segun-philip-kotler/>

Rengel, M. D., Suconota, D. G., & Moscoso, A. E. (2022). Ventajas del marketing digital en el sector comercial de Ecuador, en tiempos de COVID-19. *Revista Espacios*, 43(03), 43-52.

Selman, H. (2017). *Marketing digital.* Ibukku.

https://books.google.com.co/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Smart Fit - Concepto. (s.f.). *Smart Fit*. <https://www.smartfit.com.co/sobre>

Valcarce, M., & Díez-Rico, C. (2017). Segmentación, redes sociales y edad en el sector del fitness. *Journal of Sports Economics & Management*, 7(2), 111-119.