

CONTEXTO SECTORIAL

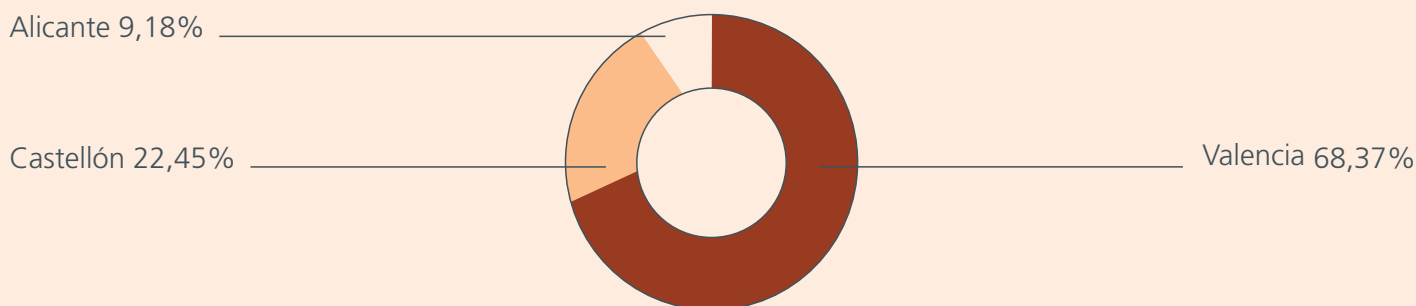
Los centros de servicios personales de salud son aquellos que aplican distintas técnicas o pautas, preventivas o asistenciales, que abarcan tanto los servicios sanitarios como las terapias naturales alternativas, con el fin de ejorar la salud de los clientes o conseguir un estado de bienestar físico y mental.

En España, la medicina natural no está incluida dentro del sistema sanitario público, sin embargo un 35% de la población ha recurrido a ella en alguna ocasión.

Los dietistas tienen una formación reglada mientras que el sector de terapias alternativas, donde se encuentran los naturistas, masajistas, etc., no dispone de ningún tipo de regulación, con los problemas que esto implica: problemas de homogeneización de servicios, homologación de titulaciones, etc.

Los datos económicos aquí expuestos se basan en un servicio de dietista-nutricionista y de naturópata-masajista.

DISTRIBUCIÓN DE CENTROS DE MASAJES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (%)



DAFO

| AMENAZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Existencia de cobertura pública sanitaria universal Dependencia de la coyuntura económica Dependencia de las grandes aseguradoras Tendencia a la concentración del mercado en grandes clínicas Falta de un marco legal que regule el setir Desconfianza entre algunos sectores de la población (imagen de curanderos) | <ul style="list-style-type: none"> Lentitud en la atención del sector público Aumento del número de particulares con seguro médico privado Adaptación de las pólizas a los servicios sanitarios especializados Creciente interés por parte de los ciudadanos por un bienestar integral Progresivo reconocimiento institucional del sector |
| PUNTOS FUERTES | PUNTOS DÉBILES |
| <ul style="list-style-type: none"> Rapidez en la atención y diagnóstico Atención personalizada y confort Amplitud en la gama de servicios (vía servicio directo o subcontratación) Fidelización de clientes Equipos más económicos | <ul style="list-style-type: none"> Necesidad de formación continua por parte de los trabajadores Concentración en zonas urbanas Posibles conflictos por las diferencias salariales entre el sistema público y privado de los servicios de enfermería y auxiliares Necesidad de formación permanente Falta de homologación en las acreditaciones académicas y profesionales |

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

El volumen económico global en productos y servicios relacionados con la pérdida de peso en 2009 fue de 2.050 millones de euros. De esta cifra, las tiendas de dietética y herbolarios facturaron el 21% (430 millones de euros).

El peso de las aseguradoras privadas en la facturación de las clínicas se ha incrementado en los últimos años. De los 5.965 millones facturados por el sector en 2010, los convenios con las aseguradoras supusieron un 53,2% del total (3.715 millones de euros).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CLIENTES

Las demandas relacionadas con el sobrepeso y la ansiedad son el origen de los principales clientes de centros de nutrición y clínicas de masaje.

Las mujeres entre 18 y 45 años son las principales clientes, muy por encima de los hombres. En el sector dietético, la proporción es de 80% frente a 20%, y en las consultas a naturópatas, 70% frente a 30%. En el ámbito de los masajes se equilibra, siendo la proporción de un 55% de mujeres frente a un 45% de hombres.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

Atención especializada: alergología, aparato digestivo, oftalmología, urología, etc.

Masajes corporales, masaje relajante, estimulante, tonificante, circulatorio, anticelulítico, etc.

Elaboración de dietas personalizadas

Seguimiento de dietas

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Atención domiciliaria

Técnicas de relajación

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA TIPO DE SERVICIOS MÉDICOS ESPECIALIZADOS

| | |
|------------------------------------|--|
| CNAE (2009) | 9604 |
| SIC | 8049, 8041, 8622 |
| IAE | 942.1 y 839 |
| Condición jurídica | Autónomo |
| Facturación | 33.580 euros |
| Localización | Zonas urbanas |
| Personal y estructura organizativa | Emprendedor |
| Instalaciones | Local de 50-60 m ² |
| Clientes | Personas con algún tipo de enfermedad crónica o malestar, y personas sanas con ganas de incrementar su bienestar |
| Herramientas promocionales | Boca-oido, anuncios en prensa, redes sociales, web corporativa |
| Valor de lo inmovilizado/Inversión | 13.600 euros |
| Importe gastos anuales | 30.242 euros |
| Resultado bruto (%) | 9,94% |

RECOMENDACIONES

Los criterios que determinan la elección de clínicas privadas por orden de importancia son: la rapidez en la atención, el confort de las instalaciones y el trato personal recibido. Debes potenciar estos factores ya que son los que te permitirán atraer clientes.

Realiza ofertas a clientes colectivos: trabajadores de empresas, administración, clubs deportivos, etc.

Traslada la imagen de seriedad y profesionalidad en el trato y en la estética del centro, que ayudará a disipar posibles temores por parte de los potenciales clientes.

ENLACES DE INTERÉS

www.aedn.es · www.fenaco.net · www.cofenat.es · www.medicosnaturistas.es · www.msc.es · www.fncp.info · www.ismet.es · tenacat.org