

## Vitalia/RMG & Asociados

# Reconocidos por la Universidad de Harvard



Rafael Muñiz \*

**P**or primera vez en la historia, la Universidad de Harvard ha analizado y reconocido como Método del Caso el trabajo desarrollado en una pyme española del sector de la tercera edad, valorando sus ventajas diferenciales, su *know how* y sus activos fundamentales. Este reconocimiento se lo ha llevado Vitalia Centros de Día y su fundadora, Catalina Hoffmann. La profesora de la Universidad de Harvard Regina E. Herzlinger estudió la gestión empresarial de la compañía, y valoró el trabajo realizado en ella, una labor basada en el método Hoffmann, registrado como obra científica en la Propiedad Intelectual que ha innovado el trabajo de los cuidados a mayores, personas dependientes y sus familias.

Y ahora, respondiendo a la pregunta de cómo se ha podido alcanzar tan preciado galardón a nivel internacional, he de comentar que por todos es sabido que nos encontramos en un cambio de ciclo con fuerte repercusiones económicas y sociales; por ello y por trabajar con una óptica de marketing estratégico de forma continua, nos ha permitido cambiar y evolucionar hacia nuevos mercados donde el segmento de personas mayores será el verdadero protagonista a mediados del siglo XXI.

Este nicho de mercado ha permitido a Catalina Hoffmann crear Vitalia, la primera red de franquicias de centros de día en España. La estrategia de marketing está diseñada sobre la base de dar respuestas satisfactorias a las necesidades que plantea el mercado. Por ello, en el Método del Caso se reconoce la estrategia de marketing seguida por RMG.

Vitalia ha sabido ver desde sus inicios el potencial de este segmento, por ello ha creado a través de los centros de día un producto acorde a las necesidades actuales y tendencias en el futuro. Desde sus inicios en 2005 ha ido complementando para configurar en la actualidad un importante *know how* que junto a la marca y su posicionamiento en el mercado lo hace diferenciarse en la mente de los clientes y competidores.

Su propuesta de valor es actual, diferente y absolutamente innovadora, centrandose la estrategia comercial en el *focus customer* tanto a nivel interno como externo, es decir, tanto en los franquiciados como en el mercado o público en general. El cliente configura el eje central de la cadena de valor de Vitalia.



### EXPANSIÓN INTERNACIONAL.

El dimensionamiento de una cadena de franquicia es una de las decisiones más complejas por la gran cantidad de variables que intervienen en su implementación, por ello cuidamos al detalle su expansión, priorizando sus objetivos cualitativos frente a los cuantitativos de crecer y crecer. En un periodo de tres a cinco años queremos consolidar el mercado español para salir a la par al mercado internacional en dos frentes, Europa y el continente americano, a través de concesión de masterfranquicia, pero no debemos olvidar que tan importante como diseñar el producto y su *know how*, es dotar a la marca de un posicionamiento estratégico. Por ello, Vitalia ha diseñado una estrategia de marketing y comunicación que aporta un importante valor añadido. La percepción que se tiene es positiva, por ello Catalina Hoffmann mantiene un intenso programa de comunicación y relaciones públicas, participando de forma activa y permanente en diversos medios: colabora con un programa de salud dentro de Intereconomía TV, publica una serie de



Catalina Hoffmann.

columnas periodísticas de forma regular, es conferenciante y miembros de los Top Ten Strategic Marketing Spain...

**GESTIÓN PERSONALIZADA.** La Universidad de Harvard destaca, como ejemplo de gestión empresarial, la atención personalizada que se ofrece en los centros de día Vitalia. Se trata de profundizar en la situación global de cada persona, para adaptar sus necesidades y conseguir así mejoras físicas, cognitivas y sociales. De esta forma, Vitalia llega a construir una gran infraestructura en la que los mayores son lo más importante, reciben apoyo terapéutico y hallan en los cen-

tros un punto de encuentro donde mejorar su calidad de vida con lo último en innovación.

Otra de las claves de éxito que destaca el método del caso de la Universidad de Harvard es la profesionalidad que ofrece Vitalia. Detrás de todo el trabajo diario se encuentra un amplio equipo multidisciplinar de personas y profesionales, que se encargan de llevar a cabo la metodología Hoffmann a través de las valoraciones adecuadas y los tratamientos personalizados.

Como resumen quiero condensar a modo de *elevator pitch* aquellas variables estratégicas que han permitido a Vitalia ser reconocida por la prestigiosa Universidad de Harvard como Método del Caso de éxito internacional.

- La gestión empresarial de Vitalia supone un soplo de aire fresco en el ámbito empresarial español.
- En 2010 ha creado más de cien nuevos puestos de trabajo.
- Es un claro ejemplo de gestión en época de crisis.
- Catalina Hoffmann, una emprendedora frente a una pyme con clara expansión nacional e internacional.
- Rápido y elevado ROI.
- Pocas empresas españolas reciben tan preciado *galardón*.
- Sector emergente y de futuro.
- Empresa referente en el sector de la tercera edad.

**SU PROPUESTA DE VALOR ES ACTUAL, DIFERENTE Y ABSOLUTAMENTE INNOVADORA**

(\*) Rafael Muñiz es director general de RMG ([www.rgm.es](http://www.rgm.es)), profesor de Marketing de CEF y miembro de los Top Ten Strategic Marketing Spain ([www.toptensmks.com](http://www.toptensmks.com)).