

Introducción a FitnessGym

¿Qué es **FitnessGym**?

Un simulador orientado a desarrollar capacidades emprendedoras y de gestión de proyectos.

Misión del Simulador

- ✓ Planificar un nuevo centro deportivo
- ✓ Tomar decisiones estratégicas
- ✓ Gestionar el centro durante 4 periodos
- ✓ Competir con otros gimnasios



Etapas del Simulador

1. PLANIFICAR

Diseñar un nuevo centro deportivo con un modelo de negocio diferenciado.

- Decisiones estratégicas que condicionan el desarrollo
- Algunas decisiones no podrán modificarse después
- Previsión de resultados a 4 años
- Trabajo independiente sin conocer a la competencia

2. COMPETIR (GESTIÓN)

Desarrollo del proyecto y puesta en marcha en un mercado competitivo.

- Conocimiento de proyectos competidores
- Verificación de resultados y expectativas
- Múltiples rondas de decisión (1 por año)
- Ajustes en producto/servicio y políticas comerciales

Principales bloques de decisión por etapa



Recuerda: El objetivo no es ganar, sino aprender.

Segmentos de Demanda

En el mercado se identifican cinco segmentos de demanda con diferentes preferencias y necesidades:



Deportista

Usuario que utiliza el centro casi a diario, con alto grado de participación tanto en la vida social como deportiva.



Aficionado

Usuario que viene al centro deportivo básicamente para guardar la línea y mantenerse en forma.



Senior

Usuario a partir de los 55 años que busca mantenerse en forma y establecer relaciones de amistad durante la actividad.



Ejecutivo

Usuario con poco tiempo disponible, interesado en la ubicación y exigente con la calidad de instalaciones y equipamiento.

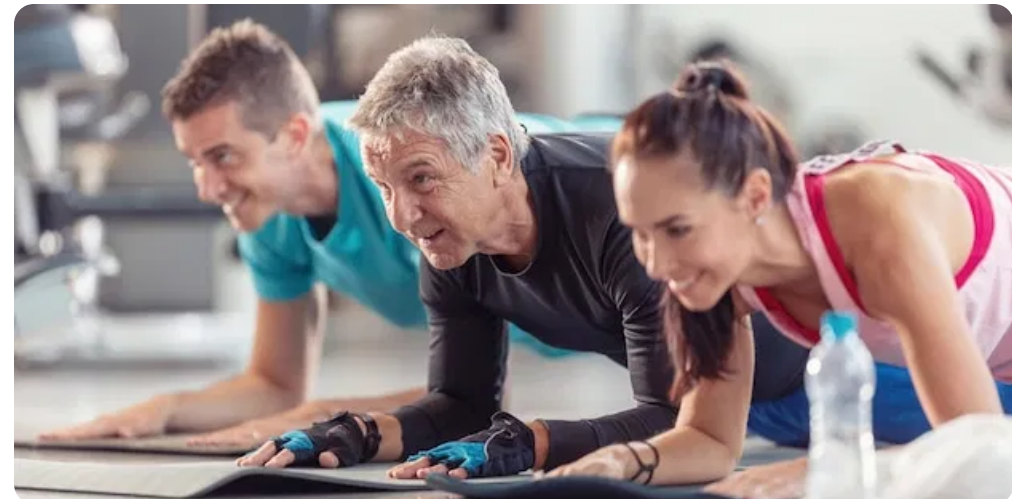


Healthy

Cliente preocupado por su salud, que busca sentirse bien por dentro y por fuera. La estética y el confort son clave.

Consideraciones importantes

- ✓ Cada segmento tiene un peso específico en cada distrito
- ✓ Las preferencias varían según el segmento (ubicación, precio, instalaciones, etc.)
- ✓ Es fundamental comprender el mercado para definir la estrategia



Fase de Planificación

Formulación Estratégica

Propuesta de valor

Prioriza entre los diferentes parámetros considerados por el mercado (escala 1-5).

Priorización de segmentos

Selecciona los segmentos de demanda prioritarios para tu centro.

Selección del distrito

Elige el distrito donde ubicarás tu centro deportivo.

Limitaciones Presupuestarias

Inversión máxima permitida:

🔑 Alquiler del local: **10 millones \$/€**

🏠 Compra del local: **13 millones \$/€**

Consideraciones importantes

- ⚠️ No es necesario agotar estos límites
- ⚠️ La rentabilidad se mide sobre la inversión total
- ⚠️ Superar los límites genera costes extraordinarios



Importante: Una vez seleccionado el local e iniciada la distribución de la superficie, no será posible modificar la selección del distrito.

Instalaciones y Equipamiento

Tipos de Instalaciones



Sala fitness



Piscina



Squash / Pádel



Sala actividades



Estética



Cafetería



Zonas comunes



Fisioterapia



Niveles de Calidad

1

Funcional

Decoración básica. No será del agrado de los segmentos más exigentes.

2

Estándar

Aire acondicionado en todas las instalaciones, buena decoración y confort medio.

Superior

La más alta calidad del mercado. Diseño profesional, ideal para segmentos exigentes.

Atractivo del equipamiento

Evaluación en escala 1-10, considerando:

- ✓ Espacio asignado a cada instalación
- ✓ Nivel de calidad del equipamiento
- ✓ Preferencias de cada segmento

i Importante: Toda la superficie del local debe quedar bien distribuida entre las diferentes instalaciones.

Marketing y Promoción

Diseño de Marca

La marca debe responder a los criterios y preferencias de los segmentos prioritarios.

Atributos a considerar:



i Nota: No será posible diseñar una marca que responda al 100% a los criterios de todos los segmentos.

Plan de Promoción



Buzoneo/Volanteada

Efectivo para clientes del mismo distrito.



Mailing

Captación directa y específica.



Material promocional

Folletos y materiales para presentar el centro.



Patrocinios

Ideal para segmentos específicos.



Visitas personales

Presentaciones personalizadas.



Publicidad masiva

Mayor repercusión pero más riesgo.



Publicidad en Redes Sociales

Fácil acceso e impacto en toda la ciudad. Efectivo para el segmento Deportista.

Consideraciones importantes

- ✓ Asignar presupuesto para promoción y publicidad
- ✓ Priorizar actividades según segmentos objetivo
- ✓ El marketing debe alinearse con la estrategia de negocio

Organización y Personal

Puestos de Trabajo



Dirección



Recepción - Comercial



**Asesor deportivo -
Monitor**



Fisioterapeuta



Estética



Cafetería



Mantenimiento y limpieza

Nivel Salarial

El simulador propone un salario estándar para cada departamento, modificable en un rango de -18% a +18%.

↑ **Mayor nivel salarial:** Mejor perfil competencial

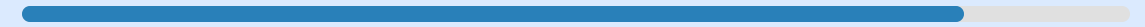
↓ **Menor nivel salarial:** Menor coste pero posible impacto en servicio

Competencias Clave

Se debe decidir el nivel de desempeño requerido para los diferentes puestos respecto a tres rasgos clave:

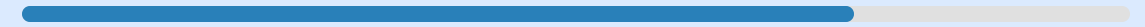
Trato con el cliente

Amabilidad, actitud, atención rápida y resolución de reclamos.



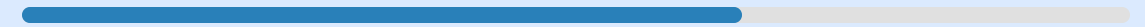
Preparación técnica

Conocimiento en la disciplina del fitness para apoyar a los socios.

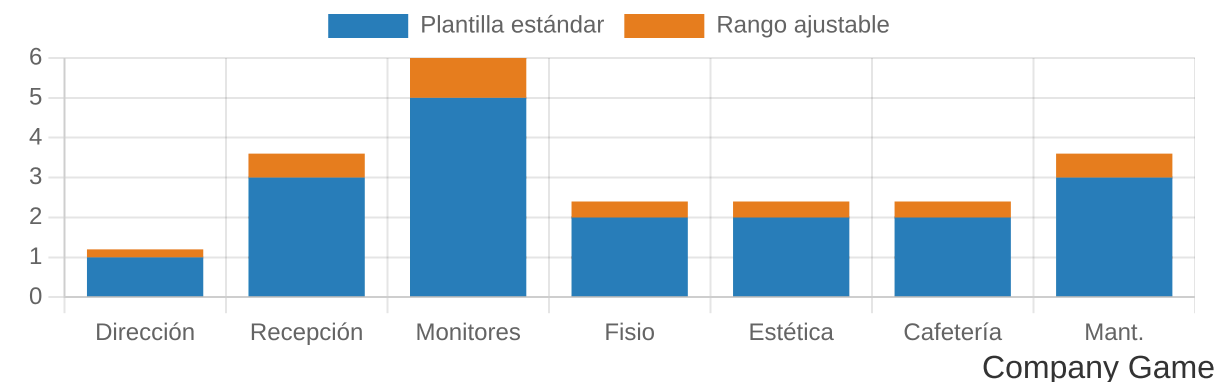


Habilidades organizativas

Capacidad para establecer prioridades y completar tareas a tiempo.



Dimensionamiento de la plantilla



Resultados y Evaluación

Indicadores Clave



Tasa de ocupación del gimnasio

Nivel de uso de las instalaciones respecto a su capacidad.

Fórmula: $(\text{Número de socios} / \text{Capacidad}) \times 100$



Ratio m²/cliente

Espacio asignado por cliente, indicador de confort.

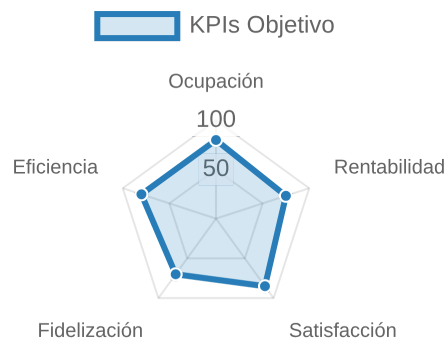
Impacto: Mayor ratio = mayor confort pero menor capacidad máxima.



Atractivo del equipamiento

Evaluación del centro para cada segmento (escala 1-10).

Factores: Espacio, calidad y preferencias de segmentos.



Valor de la Compañía

Medida de la calidad de gestión

El simulador valorará la calidad de la gestión realizada por los diferentes equipos a través del Valor de la Compañía.

Factores que influyen en el valor:

- ✓ **Planificación:** Condiciona parcialmente el valor
- ✓ **Gestión:** Evidencia las diferencias entre equipos
- ✓ **Mercado:** Marca las diferencias entre proyectos

Previsión de resultados

El simulador construye previsiones para:



Ingresos



Costes



Balance



Cuenta de resultados

"El objetivo del ejercicio de simulación no es ganar, sino aprender."

Company Game

Conclusiones

Aspectos Clave del Simulador

Visión Estratégica

Desarrolla una estrategia coherente basada en el análisis del mercado y los segmentos de demanda.

Equilibrio

Encuentra el balance entre inversión, calidad y rentabilidad para lograr un negocio sostenible.

Gestión Integral

Coordina todos los aspectos del negocio: instalaciones, marketing, personal y finanzas.

Adaptabilidad

Ajusta tu estrategia según los resultados y la respuesta del mercado durante la fase de gestión.

Recomendaciones Finales

- 1 Analiza detenidamente el mercado** y las preferencias de cada segmento antes de tomar decisiones.
- 2 Presta atención a los detalles** en cada área del simulador, todos los elementos están interconectados.
- 3 Documenta tus decisiones** y argumenta tu estrategia para mantener la coherencia.
- 4 Evalúa constantemente los resultados** y realiza ajustes para mejorar el valor de la compañía.
- 5 Aprende de cada decisión**, tanto de los aciertos como de los errores.

Recuerda

"El objetivo del ejercicio de simulación no es ganar, sino aprender. Tal vez, el que más aprende no es necesariamente el que obtiene la primera posición en el ranking."



Innovación



Colaboración



Aprendizaje



Logros