

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Plan prospectivo estratégico del Fitness People Centro Médico Deportivo 2030

Wilson Armando Fonseca Cabrera y Brian Esteban Mejía Castellanos

Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Administración Deportiva

Director

Darío Alonso Sierra Arias

Magíster en Gestión de Marketing

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias de la Salud

Especialización en Administración Deportiva

2023

Tabla de contenido

1. Plan prospectivo estratégico del Fitness People Centro Médico Deportivo 2030	10
2. Marco teórico.....	10
2.1 Planeación estratégica	10
2.2 Planeación estratégica prospectiva	11
2.3 Herramientas de la planeación prospectiva estratégica	12
2.4 Matriz PESTEL.....	13
3. Objetivos	14
3.1 Objetivo general.....	14
3.2 Objetivos específicos.	15
4. Reseña Histórica	15
5. Capítulo planeación estratégica	16
5.1 Definición del sistema.....	16
5.2. Misión	16
5.2.1 Análisis Misión	17
5.3 Visión.....	18
5.3.1 Análisis Visión.....	19
6. Filosofía	19
7. Valores corporativos	20
7.1 Valores deseables.....	20
8. Competencias esenciales	21
9. Matriz de macro segmentación	22
10. Postura ética.....	22
11. Análisis tendencial de variables endógenas.....	23
12 Análisis de las variables endógenas pasado, presente y futuro.	26
13. Matriz de factores internos MEFI.....	27
14. Análisis del macro entorno	29
14.1. Matriz de PESTEL	29
14.2. Evaluación de factores externos PESTEL	32
17. Matriz de factores externos MEFE	33
15. Postura estratégica de la organización	37

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

15.1 Matriz PEYEA.....	37
16. Representación gráfica de la matriz PEYEA.....	38
17. Formulación de la estrategia.....	39
17.1. Matriz de la Planeación estratégica.	39
18. Reto.....	45
19. Justificación.....	45
22 Capitulo Prospectiva.....	46
22.1 Análisis estructural.....	46
22.2 Listado de variables.....	46
23. Software MICMAC.....	47
23.1 Calificación matriz MIMAC.....	47
23.2 Características de la matriz MIMAC.	48
23.3 Plano de influencias directas MIMAC.....	49
23.4 Plano de influencias indirectas.....	50
23.5 Mapa de desplazamiento.....	51
23.6 Listado de variables estratégicas.....	51
23.7 Descripción de las variables estratégicas.....	51
24. Diseño y construcción de escenarios.....	52
24.1 Software “SMIC”.....	52
24.1 Perfil de expertos.....	52
24.2 Hipótesis y Objetivos.....	52
24.3 Escenarios probables herramienta “SMIC”.....	53
24.3.1 Calificación escenario simple 1 (Brian).....	53
24.3.2 Calificación escenario simple 2 (Juan Camilo).....	54
24.3.3 Calificación escenario simple 3 (German).....	54
24.3.4 Calificación escenario simple 4 (Wilson).....	55
24.4 Presentación de los escenarios en forma de Histograma.....	55
24.5 Descripción del escenario probable, pesimista, optimista y deseable.....	59
25. Construcción del escenario apuesta.....	61
25.1 Construcción del árbol de pertinencias.....	61
26. Matriz IGO.....	69
26.1 Consolidación árbol de pertinencias.....	70
27. Conclusiones.....	77

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Referencias	79
-------------------	----

Lista de tablas

Tabla 1: Análisis de la misión del Fitness People.	17
Tabla 2: Análisis de la visión del Fitness People	18
Tabla 3: Filosofía de la empresa	20
Tabla 4: Competencias esenciales	21
Tabla 5: Análisis de variables endógenas	23
Tabla 6: Matriz MEFI	27
Tabla 8: Matriz MEFE	33
Tabla 9: Matriz PEYEA.....	37
Tabla 10: Matriz de planeación estratégica MPEC	39
Tabla 11: Variables internas y externas del MIMAC	46
Tabla 12: Matriz de evaluación del MIMAC	47
Tabla 13: Características de la matriz MIMAC.....	48
Tabla 14: Expertos software SMIC	52
Tabla 15: Hipótesis y objetivos software SMIC.....	52
Tabla 16: Escenarios optimistas posibles software SMIC.....	59
Tabla 17: Escenarios pesimistas software SMIC.....	59
Tabla 18: Escenario alterno 1 SMIC	60
Tabla 19: Escenario alterno 2 SMIC	61
Tabla 20: Matriz de objetivos 1	62
Tabla 21: Matriz de objetivos 2	62
Tabla 22: Matriz de objetivos 3	62
Tabla 23: Matriz de objetivos 4	62
Tabla 24: Matriz de objetivos 5	63
Tabla 25: Árbol de pertinencias.....	63
Tabla 26: Acciones estratégicas.....	65
Tabla 27: Valores matriz RICE	68
Tabla 28: Acciones inmediatas	70
Tabla 29: Acciones a mediano plazo	71
Tabla 30: Tablero de control.....	71

Lista de figuras

Figura 1: Prospectiva estratégica	11
Figura 2: Matriz de macro segmentación.	22
Figura 3: Grafica matriz PEYEA.....	38
Figura 4: Mapa de influencias directas.....	49
Figura 5: Mapa de influencias indirectas.....	50
Figura 6: Mapa de desplazamiento	51
Figura 7: Calificación escenario simple 1 (Brian).....	54
Figura 8: Calificación escenario simple 2 (Juan Camilo).....	54
Figura 9: Calificación escenario simple 2 (German).....	54
Figura 10: Calificación escenario simple 2 (Wilson)	55
Figura 11: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 1	55
Figura 12: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 2	56
Figura 13: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 3	57
Figura 14: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 4	57
Figura 15: Histograma de probabilidad de los escenarios (LIDERES).....	58
Figura 16: Matriz IGO	69

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Resumen

El presente estudio se hace con el objetivo de realizar un plan prospectivo estratégico del centro médico deportivo Fitness People para el año 2030 utilizando matrices donde encontraremos las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas encontradas en áreas administrativas, comerciales, tecnológicas, legales, que nos permiten tener una información más detallada de la empresa además de software especializados para alcanzar las metas propuestas también encontraran escenarios estratégicos de posibles futuros tanto positivos y negativos para el centro médico deportivo Fitness People.

Palabras claves: Plan prospectivo, centro deportivo, Fitness People, matriz

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Abstract

The present study is carried out with the objective of carrying out a strategic prospective plan of the fitness people sports medical center for the year 2030 using matrices where we will find the strengths, weaknesses, opportunities and threats found in administrative, commercial, technological, legal areas, which allow us to Having more detailed information about the company, as well as specialized software to achieve the proposed goals, they will also find strategic scenarios of possible futures, both positive and negative for the Fitness People Sports Medical Center.

Keywords: Prospective plan, sports center, fitness people, matrix

Glosario

Prospectiva Estratégica: Es un enfoque de planificación sistemática que se utiliza para establecer objetivos y estrategias a largo plazo en una empresa, que requiere de pensamiento lógico y creativo. Es una herramienta que tiene como objetivo la toma de decisiones estratégicas para influir en el futuro deseado de organizaciones, empresas, proyectos entre otros. (Quiroa Myriam, 2021, pág. 1)

Planeación Estratégica: Es un proceso continuo y sistemático que reúne los objetivos de la organización y una serie de pasos para poder lograrlos a largo plazo, cuenta con una evaluación interna y externa de la situación actual de la empresa para llegar al éxito. (Santos, 2023, pág. 1)

Escenario estratégico prospectivo: Es una herramienta de la prospectiva estratégica que representa el conjunto de eventos que pueda tener una empresa u organización a futuro por medio de identificación y análisis de tendencias. (Chamorro, 2022, pág. 5)

Centro de acondicionamiento físico: Es aquel lugar en donde se desarrollan actividades de ejercicio físico enfocadas a deportistas de élite que están en continua competencia en ligas regionales o nacionales. (Parada Alvarado, 2018, pág. 13)

Variable: “La variable es una característica, cualidad o propiedad observada que puede adquirir diferentes valores y es susceptible de ser cuantificada o medida en una investigación” (Oyola-García, 2021, pág. 4)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Introducción.

El centro médico deportivo Fitness People es una empresa que se dedica a la promoción de hábitos de vida saludable por medio de programas individualizados y nuevas tendencias de entrenamientos para mejorar la calidad de vida de las personas, cuenta con una gran variedad de sedes a lo largo del área metropolitana de Bucaramanga y del norte de Santander.

Con esta propuesta se busca realizar un plan prospectivo estratégico del Fitness People con miras al año 2030; donde encontraran información interna actual de la empresa con el objetivo de fortalecer las estrategias y decisiones a tomar a futuro por medio de unas entrevista a diferentes trabajadores que nos permitirán identificar variables de matrices tales como la MEFI, MEFE, PESTEL, PEYEA entre otras, que permitirán solucionar factores que puedan afectar el crecimiento del Fitness People a futuro, no obstante se tendrá en cuenta las cualidades y características que posee la organización de manera positiva y negativa en las diferentes ares para medir el potencial de crecimiento de esta.

Además, se contara con programas de software tales como el MIMAC y el MPEC donde se identificaran los posibles escenarios a futuro de la empresa mediante los resultados obtenidos por medio del análisis de las variables de las anteriores matrices, en conjunto con las demás herramientas como la matriz RICE y la matriz IGO que permitirán tener una perspectiva de todo lo que con lleva el Centro Medico Deportivo Fitness People para que tenga una planeación prospectiva estratégica para el año 2030 y así cumplir los objetivos propuestos

1. Plan prospectivo estratégico del Fitness People Centro Médico Deportivo 2030

2. Marco teórico

2.1 Planeación estratégica

Todo lo que con lleva el proceso administrativo y organizativo debe de tener unas herramientas y unas pautas estipuladas para poder seguir en el proceso de la empresa. Para ello, existen diversidad de técnicas y herramientas para poder realizar este tipo de actividades. Planear, organizar, dirigir y controlar, son pilares usados en la administración para poder tener un orden lógico en todos los procedimientos que se vayan a estipular, por ende, la planeación es importante en todo proceso de una empresa. Un concepto importante a tener en cuenta es el de planeación estratégica. La planeación estratégica es una actividad que constantemente han adoptado las empresas que desean identificar y seguir una visión a través del logro de objetivos y metas. Son estas herramientas administrativas que le dan una guía a las organizaciones que desean consolidarse en un mundo globalizado que requiere de marcos estratégicos para su desarrollo. La planeación estratégica trata con el porvenir de las decisiones actuales: significa que la planeación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director. La planeación estratégica también observa las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro, y al escoger unas alternativas, éstas se convierten en la base para tomar decisiones presentes. (Parra, 2013, pág. 12)

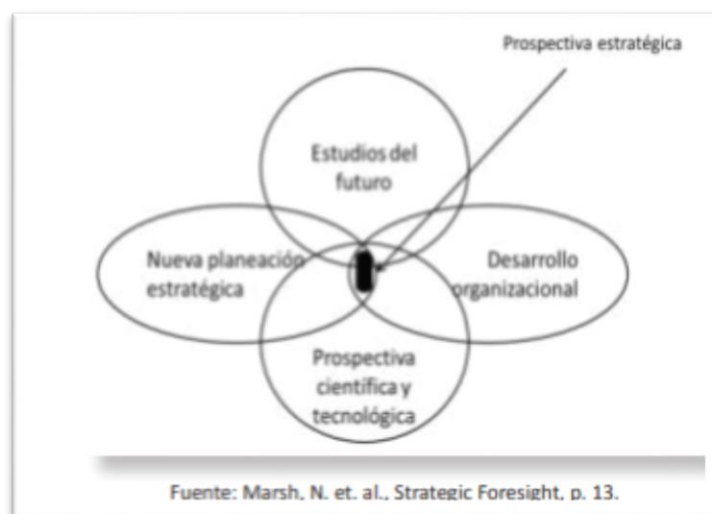
Además de ese concepto, la prospectiva es otro elemento importante en la planeación estratégica.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

2.2 Planeación estratégica prospectiva

Uno de los conceptos más importantes es la planeación estratégica prospectiva en su escrito “planeación prospectiva estratégica teorías, metodologías y buenas prácticas en américa latina” (Paz, 2015, pág. 16) nos menciona que hace referencia a una acción en concreto, en la cual se buscan las mejores posibilidades para poder abordar el mejor futuro posible para la planeación, además de eso, también se debe tener en cuenta el pasado y el presente para poder seguir en la organización del futuro. En la siguiente imagen se observan las diferentes características de la planeación estratégica prospectiva en la cual encontramos 4 ámbitos: estudios del futuro, nueva planeación estratégica, prospectiva científica y tecnológica, y desarrollo organizacional. (Santos, 2023, pág. 1)

Figura 1: Prospectiva estratégica



Adaptado de Paz en 2015 tomando como referencia a Marsh, N. et. Al. Strategic Foresight, p.13

La Planeación Prospectiva y Estratégica incluye cinco dimensiones, ya que con una que falle pondremos en riesgo el proyecto o fracasarán nuestros intentos. Esas cinco dimensiones son:

1. Visión de Futuro.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

2. Gestión de Conocimiento.
3. Diagnóstico.
4. Gestión del Cambio.
5. Indicadores y Mapas Estratégicos.

“Esas cinco dimensiones nos dicen hacia dónde vamos, de qué modelo de conocimiento partimos, en dónde estamos, qué debemos hacer y cómo vamos a medir nuestro avance”

. (Paz, 2015, pág. 155) Una Planeación Prospectiva y Estratégica requiere realizar el recorrido desde la Visión del Futuro, el Diagnóstico, los Indicadores y Mapas Estratégicos, la Gestión del Cambio y la Gestión de Conocimiento. Es un proceso integral, complejo, pero no complicado; es un proceso no lineal sino iterativo; es un proceso no individual sino de equipo; es un proceso alineado a principios, donde debe existir una rendición de cuentas a partir de tableros de control que nos permitan verificar semana a semana o mes a mes que realmente somos capaces de convertir nuestros sueños en realidades. (Paz, 2015, pág. 166)

Sin embargo, tenemos dos fases importantes en la planeación estratégica prospectiva: Pensar escenarios y planear escenarios. Ambos conceptos tienen una implicación importante, la primera nos ayuda a crear y ver el mejor escenario posible, el que más favorezca para el cumplimiento de los objetivos estipulados, además de que nos permite pensar en todos los riesgos posibles. Mientras que en la planeación de escenarios creamos con base al punto anterior, en el cual ya se interviene con respecto a las incertidumbres y los posibles problemas a tener en cuenta.

2.3 Herramientas de la planeación prospectiva estratégica

La matriz de evaluación de los factores internos MEFI es la que se encarga de la evaluación de los factores internos de la empresa fortalezas y debilidades por medio de auditoria interna

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

que sirve para determinar como esos factores están perjudicando a la empresa y identificar herramientas que nos permiten la captación de fortalezas y debilidades dentro de la matriz MEFI por medio de áreas tales como: Marketing, comercial, situación financiera, recursos humanos, entre otros.

La matriz de evaluación de los factores externos MEFE es una herramienta la cual analiza las características externas y posibles variables que harán que una marca, empresa, o negocio no pueda expandirse, es decir, se basa en el análisis de todos los factores externos que pueden estar presentes en el entorno y crear una lista de oportunidades y amenazas reales para el negocio y una vez dada la información, expandir la misma por medio de diferentes herramientas. Para elaborar una matriz MEFE se debe tener presente los siguientes pasos: Realizar lista de oportunidades y amenazas, asignar valores de ponderación, asignar calificaciones a las oportunidades y amenazas, definir la calificación ponderada y valor total. Los pasos a seguir son los mismos que en la matriz MEFI y junto a estas dos matrices se une la matriz PESTEL.

(Barroeta, 2022, pág. 6)

2.4 Matriz PESTEL

Una de las matrices mas importantes para la planeación y organización es la matriz PESTEL. El análisis de esta matriz es un acercamiento metodológico que evalúa las condiciones que afectan a una empresa para llevar a cabo tomas de decisión informadas. Su nombre proviene de los 5 aspectos que toda empresa debe considerar a la hora de implementar un plan: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. En su escrito “estudio de los análisis del entorno en el modelo de emprendimiento disciplinado. Aplicación al caso de la creación de la startup Blodel” (Polo, 2019, pág. 15) nos menciona que la matriz PESTEL es una herramienta que usan las empresas para poder analizar el entorno que los rodea.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Creada por Liam Fahey y V.K Narayanan facilita el entendimiento del contexto en el que la empresa va a operar para dentro de un futuro saber como sopesar las dificultades y adversidades que hacen que la empresa no tenga un optimo crecimiento. Es una herramienta que requiere de mucha información y tiempo, pero tiene unas características a favor que la hacen una de las mejores herramientas para la organización y una de ellas es la flexibilidad con la que se puede usar el metodo, junto con la toma de decisiones, ya que gracias a toda la información obtenida se puede tener claridad sobre los diferentes rubros a analizar en la PESTEL y poder tomar la decisión mas acertada. (Polo, 2019, pág. 26)

Los factores que mide la matriz PESTEL son los siguientes: El ámbito político se puede encontrar como la norma de los países puede afectar al crecimiento de la empresa y como evaluar dichas normas, en lo que concierne a lo económico nos encontramos con la variación del mercado y el PIB (producto interno bruto) de una nación, tasa de desempleo, entre otros; por otra parte, los factores sociales son todos aquellos que van inculcados en la sociedad y en cómo se mueve la estructura social respecto a los cambios de la misma y van enlazados con la tecnología y el como la innovación en las empresas las hacen más competitivas ante sus similares por último tenemos los aspectos del medio ambiente, legales, que nos permiten que todo pequeño cambio en la normativa ambiental puede acarrear un problema legal a futuro, y no solo en el ámbito del medio ambiente, si no dependiendo de su contexto (Mercado, 2022, pág. 21)

3. Objetivos

3.1 Objetivo general.

Crear un plan prospectivo estratégico para el año 2030 a la empresa “Fitness People Centro Médico Deportivo” que le permita ser reconocida a nivel nacional.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

3.2 Objetivos específicos.

- Identificar y reconocer la razón de ser del Fitness People centro médico deportivo
- Analizar el sistema bajo el cual se desarrolla el Fitness People centro médico deportivo identificando sus factores de cambios endógenos y exógenos
- Formular el reto estratégico el cual permita que la organización mejorar su rentabilidad crecimiento y posicionamiento

Diseñar las diferentes opciones de futuro a las cuales puede estar sometidos el Fitness People centro medio deportivo en un horizonte de tiempo preestablecido.

- Construir un escenario apuesta mediante el cual se pueda consolidar el reto de la organización mediante la formulación de iniciativas estratégicas

4. Reseña Histórica

Gracias a la información del personal de planta y administrativo del gimnasio Fitness People, se logró construir la reseña histórica para motivos académicos y con fines educativos. El gimnasio se fundó el 23 de septiembre del año 2011 por el empresario Yerson Suarez con sede principal en Provenza, en la calle 105 con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas, y también el fomento del empleo en Santander, luego de los años se crearon más sucursales, y una de las más representativas es la sede de Ciudadela, una de las más grandes del Fitness People. Y gracias a todo ese éxito aparece una sede en Cañaveral y en San Francisco, Bucaramanga. Tanto fue el auge y el renombre que tuvo que Piedecuesta se sumó al boom del Fitness People, con sedes en el parque principal y la que más llama la atención es la del centro comercial de la cuesta, la 1ra sede en el área metropolitana de Bucaramanga que cuenta con sede en un centro comercial, con valores aproximados de 100

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

millones de pesos, y todo eso sucedió en el 2018. Lamentablemente por la pandemia que azotó al mundo en el año 2021 todo el comercio bajó, no obstante, Fitness People en Norte de Santander abrió una sede en el centro comercial Jardín plaza, cuya repercusión ha sido grande en Norte de Santander viéndolo como uno de los centros médicos deportivos más importantes del departamento, la última sede que vinculó Fitness People en Bucaramanga fue la de cabecera, cerca al parque San Pio, y contando con esta última con 9 sedes activas a ofrecer un servicio de entrenamiento físico diferente en las personas.

En la última década, el Fitness People ha tenido un auge impresionante en lo que es el sector deportivo y de las tendencias Fitness gracias a la información brindada por los trabajadores se conoce que no solo se enfocan en la actividad física, sino que la empresa tiene otras opciones, que agregan valores competitivos que la hacen destacar de las demás, un ejemplo es la nueva marca de ropa denominada ACTIVI junto con cafeterías en donde los usuarios pueden disfrutar de alimentos saludables y suplementación deportiva que estarán en todas las sedes deportivas además en Cúcuta ofrecen el servicio de alquiler de canchas sintéticas para la práctica del fútbol.

Sin lugar a dudas, esta empresa se encuentra en constante innovación que permitirá mejorar la calidad de vida de las personas que hagan parte de esta gran familia.

5. Capítulo planeación estratégica

5.1 Definición del sistema

5.2. Misión

FITNESS PEOPLE CENTRO MÉDICO DEPORTIVO S.A.S., es una empresa líder en el sector de la salud que promueve hábitos de vida saludable a través de programas

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

individualizados para la actividad física y la recreación con equipo humano competente para mejorar el bienestar integral de sus pacientes y usuarios.

Tomado de documento Fitness People suministrado por Juan Camilo Álvarez (2023)

En la siguiente tabla se dará a conocer las respuestas que los empleados brindaron para poder realizar el análisis, cabe aclarar que todas aquellas preguntas que se realizaron son para determinar el análisis interno de la perspectiva de los empleados sobre el Fitness People para así tener un contexto más amplio en el desarrollo de este.

Tabla 1: *Análisis de la misión del Fitness People.*

Preguntas	Respuestas
Defina su empresa de forma muy concreta	Somos un centro deportivo que se caracteriza por la promoción de hábitos y vida saludable por medio de programas individualizados
Qué necesidades satisface	La salud y bienestar de nuestros clientes
Como se satisfacen las necesidades	Por medio de programas y rutinas de ejercicio físico específicas para la necesidad de cada uno de nuestros clientes
A quien se satisfacen las necesidades	A los clientes que deseen adquirir nuestros servicios como centro deportivo
En donde satisfacemos las necesidades	En las 7 sedes ubicadas en el departamento de Santander y norte de Santander

Nota: En la anterior tabla se encuentran las preguntas que dan análisis a la misión del centro deportivo Fitness People, esta información fue suministrada esta información fue suministrada por medio de entrevista a Juan Camilo Álvarez Diseñador Grafico

5.2.1 Análisis Misión

Fitness People es una empresa la cual se encarga de brindar a sus usuarios la mejor experiencia en lo relacionado con las actividades físicas por medio de diferentes tipos de

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

entrenamientos y clase grupales con un equipo de trabajo competente para la realización del mismo. Además de eso, también el gimnasio busca el bienestar del usuario por medio de las instalaciones y la maquinaria para que no se presenten imprevistos ni accidentes.

5.3 Visión

En el año 2030, ser la primera empresa, consolidada y reconocida a nivel nacional que promociona la salud a más de 40.000 pacientes y usuarios mediante procesos con acreditación certificada en estándares de calidad y mejora continua, apoyado en una infraestructura solida con equipos de última tecnología que satisfagan las necesidades de toda nuestra comunidad.

Tomado de documento Fitness People suministrado por Juan Camilo Álvarez (2023)

Tabla 2: *Análisis de la visión del Fitness People*

Pregunta	Respuesta
¿Cómo se imagina su empresa en el futuro?	Ser la empresa líder a nivel nacional en la promoción de la salud , capaz de garantizar un buen servicio con estándares de calidad y excelencia
¿En cuáles campos de acción le gustaría incursionar en el futuro?	Con la creación de nuevas sedes ubicadas en otros departamentos, además de innovar con una marca de ropa llamada ACTIVI, y contar con diferentes sub empresas enfocadas a otros servicios
¿En cuáles campos de acción no se debería continuar?	En el campo del futbol debido al poco impacto generado por canchas sintéticas invertidas por sub empresas del Fitness People.
¿Cómo queremos que nos vean los clientes?	Buscamos que nuestros clientes nos vean como el gimnasio líder en ofrecerles excelentes áreas para su desempeño en el entrenamiento complementado con máquinas de última generación.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

¿Cómo queremos que nos vea Como una empresa que cada día buscara un progreso continuo satisfaciendo
nuestro talento humano? las necesidades de nuestros trabajadores

Nota: En la anterior tabla se encuentra el análisis de la visión del Fitness People suministrada por Juan Camilo Álvarez Diseñador gráfico mediante una entrevista.

5.3.1 Análisis Visión

La empresa para el año 2030 busca ser reconocida a nivel nacional como la primera en atender en sus puertas a más de 40.000 usuarios, pero para ello deberán de realizar varios procesos de acreditación y de calidad de estándares para poder llegar al objetivo importante. Y para ello debe de contar con la infraestructura y los escenarios adecuados para poder albergar a más de 40 mil personas dentro de todas sus sucursales.

6. Filosofía

El Fitness People es una de las entidades deportivas reconocidas en el área metropolitana de Bucaramanga y posee diferentes aspectos que lo hacen resaltar ante los demás gimnasios. Los valores y principios que promocionan son importantes. La honestidad, servicio, responsabilidad, y compromiso, entre otros. Cuando hablamos de honestidad, el Fitness People nos refiere a hablar y actuar como siempre la verdad, también es importante recalcar que no se debe de tener una postura de mentira hacia el usuario y su salud. El Fitness People también menciona al compromiso como el sentido de pertenencia permanente hacia la institución, cosa que es clara en los trabajadores de la misma porque si no se apropian, o no son conscientes de la empresa que están representando no se brindará un buen servicio. En servicio se hace referencia a estar con disposición para poder atender a todas las personas que lleguen al gimnasio, sin importar la hora o el día, y por último la responsabilidad, que es

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

aquella encargada de dar la transparencia de la marca ante las demás. (Tomado de German Cruz Profesional de planta por medio de entrevista 2023)

7. Valores corporativos

Tabla 3: Filosofía de la empresa

¿Cuáles son los principios y valores principales hoy en día?	Honestidad: Hablar y actuar siempre con la verdad Servicio: Estar siempre dispuestos a atender a nuestros pacientes, usuarios, visitantes, a nuestros compañeros de trabajo, contratistas y proveedores. Responsabilidad: Cumplirle a la comunidad, a las entidades públicas y privadas, nuestros compromisos sociales y legales Compromiso: Sentido de pertenencia permanente.
¿Cuáles son los valores y principios deseables?	Humanización Eficacia en el logro de objetivos Profesionalismo:

Nota: En la anterior tabla se muestran los valores corporativos suministrados por un documento del Fitness People que lo proporciono Juan Camilo Diseñador Gráfico (2023)

7.1 Valores deseables

Humanización: Es el proceso mediante el cual ser humano es dotado de cualidades humanas. El objeto de humanización puede ser una cosa, un animal, una persona, un conjunto de personas o una institución, por lo tanto el Fitness People está comprometido con el trato humano que brinda respeto y empatía teniendo en cuenta las decisiones de sus clientes y trabajadores del área (Andrea, 2019, pág. 4)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Eficacia en el logro de objetivos: Se logra mediante el alcance de una meta previamente establecida por el centro médico deportivo utilizando una serie de acciones acordadas por los directos para la facilidad de alcanzar dichas metas (Clara, 2014, pág. 2)

Profesionalismo: En el Fitness People nos comprometemos con que nuestros trabajadores realicen las diferentes actividades administrativas, deportivas con mesura y responsabilidad acorde a su formación específica y a las pautas preestablecidas socialmente (Equipo Editorial, Etecé, 2022, pág. 3)

8. Competencias esenciales

Tabla 4: Competencias esenciales

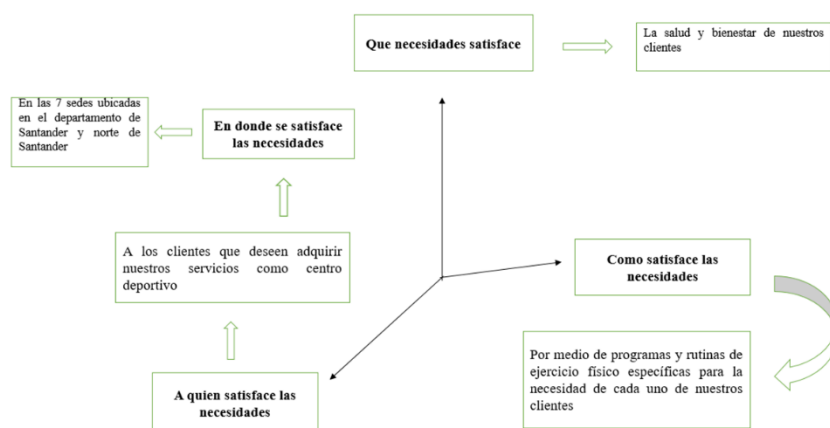
¿Por qué somos reconocidos en nuestro negocio?	Por ser un centro deportiva pionero en la incorporación de nuevas tendencias del entrenamiento además de contar con maquinaria de última tecnología y por ofrecerle a nuestros clientes una gran variedad de sedes de entrenamiento.
¿Qué hacemos mejor que nuestros competidores?	Contamos con métodos que nos permiten una mayor captación de clientes potenciales y a la promoción de nuestra marca.
¿Porque nos escogen los clientes?	Por nuestro excelente servicio en la atención al cliente además de contar con varias sedes distribuidas en sitios estratégicos en el área metropolitana y demás.

Nota: En la anterior tabla se suministra información sobre las competencias de la organización suministrada por una entrevista a German Cruz líder deportivo de planta por medio de una entrevista (2023)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

9. Matriz de macro segmentación

Figura 2: Matriz de macro segmentación.



Adaptado de entrevista a líder de planta deportivo del Fitness People (2023)

10. Postura ética.

El centro médico deportivo Fitness People es una empresa de carácter privada en donde el interés de sus accionistas es a largo plazo, donde se busca un desarrollo integral de sus clientes mediante un portafolio de servicios que beneficien la salud física y mental además ofrecer planes de entrenamiento específicos para satisfacer las necesidades de cada cliente.

Contamos con escenarios para el bienestar de los clientes, como lo son la incorporación de cafeterías dentro de las sedes deportivas, el acceso a zonas húmedas, parqueaderos.

Así mismo se busca lograr un impacto en la ciudad de Bucaramanga por medio de eventos deportivos de gran magnitud para promocionar la práctica de la actividad física contribuyendo a mejorar la calidad y estilos de vida de las personas.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

11. Análisis tendencial de variables endógenas.

En la siguiente tabla de análisis de variables endógenas se pueden encontrar las fortalezas y debilidades obtenidas por medio de un estudio, entrevistas realizadas a personal administrativo y deportivo del Fitness People mediante el cual logramos obtener un análisis interno de las siguientes áreas: comercial, tecnológica, finanzas, administrativo y de mercadeo que nos permitirán identificar las variables más relevantes para cumplir los objetivos propuestos.

Además de esto permite darnos una idea sobre cómo se encuentra el plan estratégico del Fitness People y cuáles son las proyecciones que podrían tener a un futuro.

Tabla 5: Análisis de variables endógenas

Áreas	Fortalezas	Variables	Indicadores	Pasado	Presente	Futuro
Comercial	Conformación de alianzas estratégicas y convenios	Aliados	Numero de aliados	No se contaba con ningún aliado estratégico	Actualmente se cuentan con 10 aliados estratégicos	Se planea tener 20 aliados estratégicos
	Cuentan con máquinas de gimnasio de última tecnología en sus sedes deluxe	Maquinarias	Cantidad de máquinas por sede	Cuentan con 100 máquinas en el área de Santander	Se cuenta con 180 máquinas en el área de Santander	Se piensa tener 320 máquinas en el área de Santander
Tecnología	Tienen un Software especializado para la captación de posibles clientes	Recursos tecnológicos	Número de nuevos usuarios por mes	Se registraban un promedio de 30 usuarios nuevos por mes en las diferentes sedes	Se registran 50 usuarios nuevos por mes en las diferentes sedes	Se piensa 80 tener usuarios nuevos por mes en cada sede
Finanzas	Ingresos mensuales del Fitness People por medio de sus diferentes planes en cada una de sus sedes	Cartera	Ingresos mensuales por planes	Ingresos mensuales de todas las sedes de 300 millones	Ingresos mensuales de todas las sedes de 900 millones	Ingresos mensuales de todas las sedes de 2.000 millones

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

	Múltiples servicios ofrecidos en los diferentes planes de entrenamiento	Portafolio	Cantidad de servicios	de	Se contaban con 3 servicios	Se cuenta con 6 servicios	Se espera tener 9 servicios
	Capacidad del Fitness People para los pagos de la empresa en relación a recursos propios y ajenos	Endeudamiento	Contabilidad		Las cuentas realizaban de manera informal	Actualmente se lleva un software que facilita la contabilidad de la empresa	Se desea implementar un hardware para mejorar la contabilidad la empresa
	Contratación fija con la empresa	Estabilidad laboral	Tipo de contratación		No se contaba con un contrato formal con la empresa	Se cuenta con un formato de contrato directo con la empresa	Se piensa realizar la contratación con un sistema de software
Administrativo	Cuenta con una gran variedad de sedes en el área metropolitana y norte de Santander	Infraestructura	Numero de sedes	de	La sede principal	Se cuentan con 9 sedes a nivel nacional	Se desea tener 17 sedes a nivel nacional
Mercadeo	El Fitness People se caracteriza por usar nuevas tendencias del entrenamiento por medio de sus clases grupales	Metodologías	Numero de clases por sede	de	Se contaban con 400 horas de clase grupales por sede	Se cuentan con 800 horas de clase grupales por sede	Se piensa aumentar a 1000 horas de clases grupales por sedes
	Cuentan con una gran variedad en sus métodos de pago	Medios de pago	Numero de opciones de pago	de	Solo existía el pago efectivo	Actualmente hay más 4 opciones de pago (Efectivo, crédito, nequi, Transferencia)	Se desea tener más de 10 facilidades de pago
Áreas	Debilidades	Variables	Indicadores		Pasado	Presente	Futuro
Mercadeo	Poca experiencia del personal de atención al cliente en el servicio postventa	Atención cliente	Numero PQSDR	de	No existía seguimiento al cliente después de adquirir su plan de inscripción	Se hace seguimiento a 300 personas es por medio de mensajes para determinar resultados generales	Se piensa hacer seguimiento a todos los clientes en general por medio de llamadas y encuestas al

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

							correo electrónico
Tecnológica	Falta de mantenimiento a las máquinas	Mantenimiento	Numero de máquinas dañadas	de	Existían 20 máquinas dañadas en las diferentes sedes	Se presentan fallas en 15 maquinas	Se desea contar con todas las maquinas en buen estado
	Falta de formación académica a nivel organizacional	Capacitaciones	Número de horas certificadas	de	Se capacitaba solo una vez al personal del gimnasio	Se capacita al personal del gimnasio cada 3 años	Se aspira a capacitar el personal del gimnasio 1 vez cada año
	Poca remuneración económica a sus empleados	Contratación	Salario de los empleados		Los empleados recibían un sueldo por debajo del s.m.l.v	Los empleados reciben sueldos mayor a un s.m.l.v	Se anhela que los empleados reciban un salario por encima a dos s.m.l.v
Administrativa	Cambios constantes en trabajadores de planta del área deportivo	Rotación	Numero de recesiones contratos	de	Trimestral llegaban 12 recesiones de contratos	Trimestral llegan 16 recesiones de contratos	Se desea que trimestralment e lleguen 5 recesiones de contratos
	Falta de personal deportivo en las diferentes sedes	Recurso humano	Número de personal deportivo en las diferentes sedes	de	Se contaban con 24 entrenadores en las diferentes sedes	Se cuentan con 72 entrenadores en las diferentes sedes	Se espera contar con 255 entrenadores en las diferentes sedes
	No cuenta con una página web con alta información para la captación de potenciales clientes	Redes sociales	Número de visitas pagina	de la	No se tenía una página web oficial del Fitness People	Se tiene una página web muy escasa y con poca información del Fitness People y es visitada en promedio por 100 personas al mes	Se debería crear una página web oficial bien estructurada
Comercial	Falta de enfoque en las estrategias de promoción del Fitness People	Pautas	Numero de promociones	de	No existían estrategias de promoción del Fitness People	Se realiza una estrategia de promoción cada vez que hay un evento deportivo en la ciudad	Se desea establecer 3 estrategias de promoción al mes en distintas zonas y áreas del ámbito deportivo y social
	Falta de inversión en	Presupuesto	% de ingresos de		El porcentaje de ingresos	El porcentaje de ingresos para	El porcentaje de ingresos

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

	sedes de más antigüedad		diferentes sedes	para las sedes era del 10%	las sedes era del 25%	para las sedes era del 40%
Finanzas	Gastos no indispensables del personal administrativo	Egresos	Egresos en % de la caja menor	Se realizaban gastos nos indispensables un 20% de la caja menor	Se realizaban gastos nos indispensables un 40% de la caja menor	Se realizaban gastos nos indispensables un 10% de la caja menor

Nota: La información fue suministrada por Juan Camilo Diseñador Gráfico y German Cruz profesor de planta por medio de entrevistas 2023.

12 Análisis de las variables endógenas pasado, presente y futuro.

Mediante el estudio realizado al análisis de variables endógenas se pudo identificar con ayuda del personal administrativo y/o deportivo del Centro Medico Deportivo Fitness People aspectos importantes que permitirán ser la opción más relevante en el are metropolitana de Bucaramanga, En el pasado el Fitness People no contaba con estrategias que le permitieran avanzar en su nicho de mercado, esto se puede reflejar en el área comercial debido a una ausencia importante en sus redes sociales, que genera pérdida de clientes potenciales teniendo en cuenta la importancia de esta para divulgación de información sobre la empresa, en el presente cuentan con estrategias para la captación de clientes, además de una serie de variables que permiten que tenga una buena acogida en el área metropolitana de Bucaramanga, aunque es una empresa que tiene un futuro abierto a varias posibilidades que le permitirán alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

En el apartado de fortalezas podemos observar variables como: Metodología, cartera, portafolio entre otras que son importantes a largo plazo para la empresa, y que nos permitirán sentar una base para el alcance de las metas propuestas por la empresa, en el apartado de debilidades encontraremos todo lo relacionado con la parte administrativa, financiera de la

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

empresa, las variables más importantes es la falta de personal deportivo, de mantenimiento a las máquinas y redes sociales además de no tener en cuenta los requerimientos del personal para poder optimizar las tareas, por último se puede observar que la parte administrativa es el área que más variables tiene.

13. Matriz de factores internos MEFI

Tabla 6: Matriz MEFI

Fortalezas	Peso	Calificación	Ponderado
Conformación de alianzas estratégicas y convenios	0,05	3	0.15
Cuentan con máquinas de gimnasio de última tecnología en sus sedes deluxe	0,05	4	0.20
Tienen un Software especializado para la captación de posibles clientes	0,08	4	0.32
Ingresos mensuales del Fitness People por medio de sus diferentes planes en cada una de sus sedes	0,05	3	0.15
Múltiples servicios ofrecidos en los diferentes planes de entrenamiento	0,06	4	0.24
Capacidad del Fitness People para los pagos de la empresa en relación a recursos propios y ajenos	0,05	3	0.15
Contratación fija con la empresa	0,08	4	0.32
Cuenta con una gran variedad de sedes en el área metropolitana y norte de Santander	0,06	3	0.18
El Fitness People se caracteriza por usar nuevas tendencias del entrenamiento por	0,05	3	0.15

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

medio de sus clases grupales			
Cuentan con una gran variedad en sus métodos de pago	0,08	4	0,32
Debilidades	Peso	Calificación	Ponderado
Poca experiencia del personal de atención al cliente en el servicio postventa	0,03	1	0,03
Falta de mantenimiento a las máquinas	0,03	2	0,06
Falta de formación académica a nivel organizacional	0,04	1	0,04
Poca remuneración económica a sus empleados	0,03	2	0,06
Cambios constantes en trabajadores de planta del área deportivo	0,03	2	0,06
Falta de personal deportivo en las diferentes sedes	0,04	1	0,04
No cuenta con una página web con alta información para la captación de potenciales clientes	0,05	2	0,10
Falta de enfoque en las estrategias de promoción del Fitness People	0,05	1	0,05
Falta de inversión en sedes de más antigüedad	0,04	1	0,04
Gastos no indispensables del personal administrativo	0,03	2	0,06
Total	1,0		2,72

Nota: En la anterior tabla se encuentran los resultados obtenidos (2,72) de la matriz de valores internos MEFI dando a entender que la empresa se encuentra por encima del promedio (2,5) Identificando que las fortalezas marcan una diferencia positiva frente a sus debilidades, generando que se situé como una empresa competitiva, sin embargo, es importante hacer énfasis en variables como la falta de personal deportivo y el mantenimiento a sus máquinas deportivas.

14. Análisis del macro entorno

14.1. Matriz de PESTEL

Es un instrumento de planificación estratégica para analizar el entorno macroeconómico e identificar oportunidades y amenazas de aspectos políticos, económicos, sociales entre otros aportando así una visión más ampliada de estrategias para el club deportivo.

Tabla 7 *Matriz PESTEL*

Aspectos del PESTEL	Factor Exógeno	Aspecto o variable	Aspecto o variable
		Oportunidad	Amenaza
	Ministerio deporte	Ley 729 del 2001 por medio de la cual se crean los centros de acondicionamiento deportivo supervisados por el ministerio del deporte	Creación de nuevas leyes por parte del ministerio del deporte que afecten a los centros médicos deportivos. (Ley 1967 de 2019)
Políticas	Gobierno		Promoción y estilos de vida saludables gratuitas por medio de entidades gubernamentales
	Marca	Promocionar y exponer el Fitness People en actividades culturales o deportivas realizadas por el gobierno permitiendo que la empresa sea visualmente más reconocida.	
Económicas	Aliados	Realizar convenios con empresas a nivel del área metropolitana así como nacional para crear facilidades de pago y así adquirir nuevos clientes para el Fitness People	
	PIB		Alto crecimiento del PIB del 3% en los últimos años en Colombia genera un aumento en el costo de maquinaria e implementación deportiva para las diferentes sedes del Fitness además de invertir en la creación de nuevas

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

		sedes (Arenales, 2023, pág. 1)
	Desempleo	Alto índice de empleos informales del 58% genera que las personas no tengan la capacidad económica para ver como prioridad invertir en centros de entrenamiento deportivo (Becerra, 2023, pág. 6)
	Competencia	En el área metropolitana de Bucaramanga han llegado empresas deportivas con un recorrido más amplio a nivel nacional en temas de actividad física como el Smartfit y el Bodytech afectando al centro médico deportivo Fitness People que está en crecimiento nacional
Sociales		
	ENT	Alto índice de enfermedades no transmisibles en Colombia debido al sedentarismo presentando en los últimos años en las personas, permite que la empresa se convierta en una necesidad para miles de colombianos (Iregui-Bohórquez, 2023, pág. 16)
	Influencer	Debido a la tendencia que existe en las redes sociales se da la posibilidad que surjan influencer que se autodenominan entrenadores influyendo en la información del entrenamiento físico en las personas (2Playbook Brands, 2023, pág. 12)
	Inseguridad	Alto índice de inseguridad aumento del 19,4% en comparación con el año 2021 en el área metropolitana de Bucaramanga produce que las personas realizan actividad física en sus hogares o contraten entrenador personalizado generando pérdida de

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

		clientes (BlueRadio, 2023, pág. 2)	potenciales
	Salud mental	El ejercicio físico como medio para controlar enfermedades mentales como, ansiedad, depresión, TDAH entre otras permitiendo que el Fitness People se pueda abrir a otros campos de la actividad física y así conseguir nuevos clientes potenciales que quieran mejorar su calidad de vida (Salazar, 2019, págs. 128-145)	
Tecnológicas	Innovación	Desarrollo de nuevas máquinas de centros de acondicionamiento físico que permitan trabajar las diferentes zonas musculares de manera más eficientes.	
	Ciberseguridad		Posibles ataques informáticos que alteren las bases de datos de los clientes e información de la empresa
	Dependencia	Mediante el uso de nuevas tecnologías se ha identificado el aumento de sedentarismo en personas lo cual conlleva a una necesidad de realizar actividad física dando como resultado un aumento de clientes potenciales. (Rey, 2020, pág. 2)	
Ambiental	Energía	Implementación de energías renovables para un menor consumo en los centros deportivos	
	Pandemia		Posibilidad de una nueva pandemia que obligue al cierre de las diferentes sedes de acondicionamiento físico
	Desastre natural		Probabilidad de que ocurra un desastre natural que ocasione daños en la infraestructura de las diferentes sedes del Fitness People

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Legal	Científico	La creación de nuevos métodos de entrenamiento más eficientes para mejorar la calidad de vida de las personas permite que el Fitness People los use para sus entrenamientos funcionales en las diferentes sedes del área metropolitana de Bucaramanga
	Seguridad y salud ocupacional	Los controles para las organizaciones disminuyen la accidentalidad y los casos de enfermedades. Ley 1438 de 2011 reforma sistema general de seguridad social y salud, Decreto 1443 de 2014 (implementación del SG-SST (Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo). Ley 1562 de 2012.

Nota: En la anterior tabla podemos encontrar la matriz PESTEL que incluye oportunidades y amenazas de variables como: políticas, económicas, sociales, ambientales, tecnológicas y legales que afectan y benefician de manera externa situaciones que se podrían presentar para el Fitness People.

14.2. Evaluación de factores externos PESTEL

En el apartado político, podemos encontrar todo lo relacionado con las leyes brindadas por el ministerio del deporte para la normativa que rige a los espacios deportivos. Mientras que lo relacionado a lo económico se observa todas aquellas falencias que hacen que la economía tenga desbalances tales como el desempleo, PIB, entre otros. En la parte social se encuentra lo relacionado con las enfermedades no transmisibles y los aspectos sociales que afectan al gimnasio, por otro lado, la parte tecnológica nos muestra lo relacionado con infraestructura y la parte de maquinaria y tecnología que hace parte del gimnasio, y la parte ambiental

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

conlleve las normas y la clasificación de los residuos. Y ´por último, en el apartado legal vemos la organización y los controles de la misma.

17. Matriz de factores externos MEFE

Tabla 7: Matriz MEFE

Oportunidades	Peso	Calificación	Ponderado
Ley 729 del 2001 por medio de la cual se crean los centros de acondicionamiento deportivo supervisados por el ministerio del deporte	0,05	3	0,15
Promocionar y exponer el Fitness People en actividades culturales o deportivas realizadas por el gobierno permitiendo que la empresa sea visualmente más reconocida.	0,06	3	0,18
Realizar convenios con empresas a nivel del área metropolitana así como nacional para crear facilidades de pago y así adquirir nuevos clientes para el Fitness People	0,05	3	0,15
Alto índice de enfermedades no transmisibles en Colombia debido al sedentarismo presentando en los últimos años en las personas, permite que la empresa se convierta en una necesidad para miles de colombianos	0,07	4	0,28
El ejercicio físico como medio para controlar enfermedades mentales como, ansiedad, depresión,	0,08	3	0,24

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

TDAH entre otras permitiendo que el Fitness People se pueda abrir a otros campos de la actividad física y así conseguir nuevos clientes potenciales que quieran mejorar su calidad de vida			
Desarrollo de nuevas máquinas de centros de acondicionamiento físico que permitan trabajar las diferentes zonas musculares de manera más eficientes.	0,08	4	0,32
Mediante el uso de nuevas tecnologías se ha identificado el aumento de sedentarismo en personas lo cual conlleva a una necesidad de realizar actividad física dando como resultado un aumento de clientes potenciales.	0,06	4	0,24
Implementación de energías renovables para un menor consumo en los centros deportivos	0,06	3	0,18
La creación de nuevos métodos de entrenamiento más eficientes para mejorar la calidad de vida de las personas permite que el Fitness People los use para sus entrenamientos funcionales en las diferentes sedes del área metropolitana de Bucaramanga	0,05	3	0,15
Los controles para las organizaciones disminuyen la accidentalidad y los casos de enfermedades. Ley 1438 de 2011 reforma	0,08	4	0,32

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

sistema general de seguridad social y salud, Decreto 1443 de 2014 (implementación del SG-SST (Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo). Ley 1562 de 2012			
Amenazas	Peso	Calificación	Ponderado
Creación de nuevas leyes por parte del ministerio del deporte que afecten a los centros médicos deportivos.	0,04	2	0,08
Promoción y estilos de vida saludables gratuitas por medio de entidades gubernamentales	0,03	1	0,03
Alto crecimiento del PIB del 3% en los últimos años en Colombia genera un aumento en el costo de maquinaria e implementación deportiva para las diferentes sedes del Fitness además de invertir en la creación de nuevas sedes	0,03	1	0,03
Alto índice de empleos informales del 58% genera que las personas no tengan la capacidad económica para ver como prioridad invertir en centros de entrenamiento deportivo	0,05	1	0,05
En el área metropolitana de Bucaramanga han llegado empresas deportivas con un recorrido más amplio a nivel nacional en temas de actividad física como el Smartfit y el Bodytech	0,04	2	0,08

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

afectando al centro médico deportivo Fitness People que está en crecimiento nacional			
Debido a la tendencia que existe en las redes sociales se da la posibilidad que surjan influencer que se autodenominan entrenadores influyendo en la información del entrenamiento físico en las personas	0,04	2	0,08
Alto índice de inseguridad aumento del 19,4% en comparación con el año 2021 en el área metropolitana de Bucaramanga produce que las personas realizan actividad física en sus hogares o contraten entrenador personalizado generando pérdida de clientes potenciales	0,03	1	0,03
Posibles ataques informáticos que alteren las bases de datos de los clientes e información de la empresa	0,03	2	0,06
Posibilidad de una nueva pandemia que obligue al cierre de las diferentes sedes de acondicionamiento físico	0,04	1	0,04
Probabilidad de que ocurra un desastre natural que ocasione daños en la infraestructura de las diferentes sedes del Fitness People	0,03	1	0,03
Total	1,0		2,69

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Nota: En la anterior tabla se encuentran los resultados obtenidos (2,69) por la MEFE dando a entender que la calificación esta encima del punto promedio (2,5) identificando relevancia en los factores externos de oportunidad, esto permite que tenga la posibilidad de tener un futuro estratégico acorde a los objetivos de la empresa del Fitness People, sin embargo se deben tener en cuenta amenazas tales como el empleo informal, el alto índice de inseguridad además del aumento del 3% el PIB en Colombia

15. Postura estratégica de la organización

15.1 Matriz PEYEA

Tabla 8: *Matriz PEYEA*

Fuerza financiera (F.F)	Valor numérico
Infraestructura	+6
Endeudamiento	+4
Egresos	+3
Cartera	+4
Presupuesto	+2
Valor total	+19
Valor promedio	+3.8
Fuerza industrial (F.I)	Valor numérico
Seguridad y salud ocupacional	+3
Marca	+5
Científico	+6
Ciberseguridad	+3
Maquinarias	+4
Valor total	+21
Valor promedio	+4.2
Estabilidad ambiental (E.A)	Valor numérico
Desastre natural	-2
ENT	-2
Competencia	-3
Desempleo	-2
Inseguridad	-1
Valor total	-10
Valor promedio	-2.0

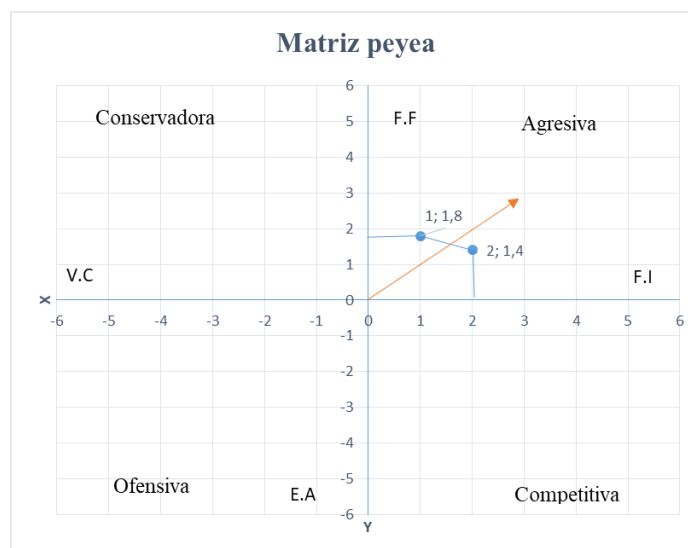
PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Ventaja competitiva (V.C)	Valor numérica
Recurso humano	-3
Portafolio	-2
Estabilidad laboral	-3
Capacitación	-4
Software para captación de nuevos clientes	-2
Valor total	-14
Valor promedio	-2.8

Nota: En las anteriores variables identificadas en la fuerza financiera, fuerza industrial, estabilidad ambiental, ventaja competitiva nos permitirán determinar el cuadrante y las estrategias necesarios del Fitness People.

16. Representación gráfica de la matriz PEYEA

Figura 3: Grafica matriz PEYEA



De acuerdo a los resultados obtenidos en los diferentes factores se determinó la sumatoria del eje X dando como resultado 1,8 y en el eje Y 1,4, posterior a la ubicación en la gráfica de la matriz PEYEA dio como resultado el cuadrante agresivo permitiéndonos deducir que el Fitness People es una empresa ideal en sus fortalezas internas con el propósito de aprovechar las oportunidades externas y así mejorar sus debilidades internas además de evitar amenazas

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

externas, esto nos indica que debemos contar con estrategias orientadas al desarrollo del mercado, penetración del mercado, integración hacia adelante entre otras.

17. Formulación de la estrategia

17.1. Matriz de la Planeación estratégica.

Tabla 9: Matriz de planeación estratégica MPEC

Factores claves	P	Desarrollo del mercado		Penetración en el mercado		Desarrollo del servicio	
		A	PTA	A	PTA	A	PTA
Fortalezas							
Conformación de alianzas estratégicas y convenios	0.15	3	0,45	4	0,60	3	0,45
Cuentan con máquinas de gimnasio de última tecnología en sus sedes deluxe	0.20	3	0,60	3	0,60	4	0,80
Tienen un Software especializado para la captación de posibles clientes	0.32	3	0,96	3	0,96	4	1,28
Ingresos mensuales del Fitness People por medio de sus diferentes planes en cada una de sus sedes	0.15	2	0,30	2	0,30	3	0,45
Múltiples servicios ofrecidos en los diferentes planes de entrenamiento	0.24	3	0,72	4	0,96	2	0,48
Capacidad del Fitness People para los pagos de la empresa en relación a recursos propios y ajenos	0.15	3	0,45	3	0,45	4	0,60
Contratación fija con la empresa	0.32	2	0,64	3	0,96	3	0,96
Cuenta con una gran variedad de sedes en el área metropolitana y norte de Santander	0.18	2	0,36	4	0,72	2	0,36
El Fitness People se caracteriza por usar nuevas tendencias del entrenamiento por	0.15	2	0,30	3	0,45	4	0,60

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

medio de sus clases grupales							
Cuentan con una gran variedad en sus métodos de pago	0,32	2	0,64	3	0,96	3	0,96
Debilidades	P	A	PTA	A	PTA	A	PTA
Poca experiencia del personal de atención al cliente en el servicio postventa	0,03	2	0,06	3	0,09	2	0,06
Falta de mantenimiento a las máquinas	0,06	2	0,12	2	0,12	3	0,18
Falta de formación académica a nivel organizacional	0,04	3	0,12	2	0,08	3	0,12
Poca remuneración económica a sus empleados	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24
Cambios constantes en trabajadores de planta del área deportivo	0,06	3	0,18	2	0,12	1	0,06
Falta de personal deportivo en las diferentes sedes	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08
No cuenta con una página web con alta información para la captación de potenciales clientes	0,10	2	0,20	4	0,40	3	0,30
Falta de enfoque en las estrategias de promoción del Fitness People	0,05	2	0,10	3	0,15	2	0,10
Falta de inversión en sedes de más antigüedad	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08
Gastos no indispensables del personal administrativo	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12
Oportunidades	P	A	PTA	A	PTA	A	PTA
Ley 729 del 2001 por medio de la cual se crean los centros de acondicionamiento deportivo supervisados por el ministerio del deporte	0,15	3	0,45	4	0,60	4	0,60

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Promocionar y exponer el Fitness People en actividades culturales o deportivas realizadas por el gobierno permitiendo que la empresa sea visualmente más reconocida.	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18
Realizar convenios con empresas a nivel del área metropolitana así como nacional para crear facilidades de pago y así adquirir nuevos clientes para el Fitness People	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Alto índice de enfermedades no transmisibles en Colombia debido al sedentarismo presentando en los últimos años en las personas, permite que la empresa se convierta en una necesidad para miles de colombianos	0,28	3	0,84	4	1,12	3	0,84
El ejercicio físico como medio para controlar enfermedades mentales como, ansiedad, depresión, TDAH entre otras permitiendo que el Fitness People se pueda abrir a otros campos de la actividad física y así conseguir nuevos clientes potenciales que quieran mejorar su calidad de vida	0,24	3	0,72	4	0,96	2	0,48
Desarrollo de nuevas máquinas de centros de acondicionamiento físico que permitan trabajar las diferentes	0,32	2	0,64	3	0,96	2	0,64

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

zonas musculares de manera más eficientes.							
Mediante el uso de nuevas tecnologías se ha identificado el aumento de sedentarismo en personas lo cual conlleva a una necesidad de realizar actividad física dando como resultado un aumento de clientes potenciales.	0,24	1	0,24	1	0,24	1	0,24
Implementación de energías renovables para un menor consumo en los centros deportivos	0,18	2	0,36	2	0,36	2	0,36
La creación de nuevos métodos de entrenamiento más eficientes para mejorar la calidad de vida de las personas permite que el Fitness People los use para sus entrenamientos funcionales en las diferentes sedes del área metropolitana de Bucaramanga	0,15	1	0,15	2	0,30	1	0,15
Los controles para las organizaciones disminuyen la accidentalidad y los casos de enfermedades. Ley 1438 de 2011 reforma sistema general de seguridad social y salud, Decreto 1443 de 2014 (implementación del SG-SST (Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo). Ley 1562 de 2012	0,32	3	0,96	3	0,96	4	1,28

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Amenazas	P	A	PTA	A	PTA	A	PTA
Creación de nuevas leyes por parte del ministerio del deporte que afecten a los centros médicos deportivos.	0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16
Promoción y estilos de vida saludables gratuitas por medio de entidades gubernamentales	0,03	2	0,06	2	0,06	1	0,03
Alto crecimiento del PIB del 3% en los últimos años en Colombia genera un aumento en el costo de maquinaria e implementación deportiva para las diferentes sedes del Fitness además de invertir en la creación de nuevas sedes	0,03	1	0,03	2	0,06	1	0,03
Alto índice de empleos informales del 58% genera que las personas no tengan la capacidad económica para ver como prioridad invertir en centros de entrenamiento deportivo	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15
En el área metropolitana de Bucaramanga han llegado empresas deportivas con un recorrido más amplio a nivel nacional en temas de actividad física como el Smartfit y el Bodytech afectando al centro médico deportivo Fitness People que está en crecimiento nacional	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Debido a la tendencia que existe en las redes sociales se da la posibilidad que surjan	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

influyen que se autodenominan entrenadores influyendo en la información del entrenamiento físico en las personas							
Alto índice de inseguridad aumento del 19,4% en comparación con el año 2021 en el área metropolitana de Bucaramanga produce que las personas realizan actividad física en sus hogares o contraten entrenador personalizado generando pérdida de clientes potenciales	0,03	1	0,03	1	0,03	2	0,06
Posibles ataques informáticos que alteren las bases de datos de los clientes e información de la empresa	0,06	1	0,06	1	0,06	2	0,12
Posibilidad de una nueva pandemia que obligue al cierre de las diferentes sedes de acondicionamiento físico	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08
Probabilidad de que ocurra un desastre natural que ocasione daños en la infraestructura de las diferentes sedes del Fitness People	0,03	2	0,06	2	0,06	2	0,06
Total			13.14		15.45		14.44

Nota: En la anterior tabla se realizó una calificación de las variables MEFE Y MIFI por medio de la matriz MPEC donde los resultados mostraron que las estrategias penetración del mercado y desarrollo del servicio son las más atractivas para el Fitness People con un puntaje de 15.45 y 14.44 respectivamente.

18. Reto

Posicionar al Fitness People como uno de los gimnasios pioneros en máquinas de última tecnología y nuevas tendencias del entrenamiento para consolidarnos como una empresa líder en la ciudad de Bucaramanga para el año 2030.

19. Justificación

Un gimnasio es un lugar en donde las personas buscan realizar actividad física y mejorar sus hábitos con respecto a mejorar su calidad de vida y demás aspectos, y un gimnasio posee implementación deportiva y maquinas adecuadas para la práctica del mismo y todos esos requisitos los cumple la empresa. Fitness People es uno de los gimnasios más reconocidos a nivel metropolitano debido a la gran captación que ha tenido en las personas que realizan actividad física en gimnasios. Además de eso, posee diferentes estructuras y un orden jerárquico en el cual toda la organización tiene sus tareas estipuladas, por ende, todos los empleados y personas de trabajo sabe las funciones a realizar dentro del orden jerárquico de la empresa.

Por medio de este reto buscamos que el gimnasio sea la opción nro. 1 por parte de la comunidad para confiarle su salud y cuerpo para la mejora constante. Pero antes de eso se deben de tener en cuenta diferentes ítems y herramientas para la obtención del reconocimiento: Una de la más importante es el uso de las máquinas del gimnasio es, ya que con ellas los usuarios han de realizar sus ejercicios. Pero si las máquinas no se encuentran en condiciones aptas para realizar ejercicio, los clientes serán los perjudicados y buscarán otro gimnasio como alternativa para hacer su actividad física. Por eso es importante tener una maquinaria amplia y adecuada para cumplir con las necesidades de los usuarios, que en

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

últimos términos son los que dan los recursos para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Además de tener en cuenta si se quiere que el Fitness People sea pionero y la 1ra opción ante los demás gimnasios es la forma en como el gimnasio ofrece sus planes de entrenamiento y tarifas de pago, ya que sin promoción y sin ninguna pauta publicitaria las personas no estarán avisadas de los beneficios del mismo, también tener presente que el personal calificado va a ser de suma ayuda para la retención de clientes y la forma en como ellos los traten será fundamental para la retención y captación de futuros usuarios. Y para mejorar todas aquellas falencias es importante tener presente todas las acciones que conllevan a lograr los objetivos anteriormente mencionados

22 Capítulo Prospectiva

22.1 Análisis estructural

22.2 Listado de variables

En la siguiente tabla se encuentran las variables internas Y externas del Fitness People para su análisis de influencia utilizando el software MIMAC.

Tabla 10: Variables internas y externas del MIMAC

N°	Long label	Short label	Description	Theme
1	Endeudamiento	Endeuda		Internas
2	Egresos	Egre		Internas
3	Maquinarias	Maquin		Internas
4	Cartera	Carter		Internas
5	Redes sociales	Redsoci		Internas
6	Portafolio	Portafol		Internas
7	Aliados	Aliad		Internas
8	Recursos tecnologicos	Recutec		Internas
9	Infraestructura	Infra		Internas
10	Capacitaciones	Capaci		Internas
11	Recurso humano	Recuhum		Internas
12	Mantenimiento	Mante		Internas
13	Metodologia	Metodol		Internas

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

14	Presupuesto	Presu	Internas
15	Estabilidad laboral	Establab	Internas
16	Ministerio del Deporte	Mindepor	Externas
17	Gobierno	Gobier	Externas
18	Marca	Marca	Externas
19	Producto Interno Bruto	Pib	Externas
20	Competencia	Compet	Externas
21	Enfermedad No Transmisible	Ent	Externas
22	Inseguridad	Insegur	Externas
23	Salud Mental	Salumen	Externas
24	Innovacion	Innova	Externas
25	Ciberseguridad	ciberse	Externas
26	Desempleo	Desem	Externas
27	Pandemia	Pande	Externas

Adaptado Software MIMAC (2023).

Nota: En la anterior tabla se muestran 15 variables internas y 12 variables externas.

23. Software MICMAC

23.1 Calificación matriz MIMAC

Una vez incluidas las variables internas y externas se proceden para realizar las calificaciones respectivas de cada una de ellas de acuerdo a la influencia presentadas en el Fitness People con los siguientes parámetros.

- Sin influencia - 0
- Leve influencia -1
- Influencia moderada - 2
- Influencia Fuerte –

Tabla 11: Matriz de evaluación del MIMAC

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

	1 : Endeuda	2 : Egre	3 : Maquin	4 : Carter	5 : Redsoci	6 : Portafol	7 : Aliad	8 : Recutec	9 : Infra	10 : Capaci	11 : Recuhum	12 : Mante	13 : Metodol	14 : Presu	15 : Establalab	16 : Mindepor	17 : Gobier	18 : Marca	19 : Pib	20 : Compet	21 : Ent	22 : Insecur	23 : Salumen	24 : Innova	25 : ciberse	26 : Desem	27 : Pande
1 : Endeuda	0	2	3	1	0	0	1	1	2	0	0	1	0	3	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0
2 : Egre	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 : Maquin	2	0	0	1	0	0	0	2	2	0	0	3	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0
4 : Carter	1	3	3	0	0	2	2	1	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	1
5 : Redsoci	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	1	3	3	0	0
6 : Portafol	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0
7 : Aliad	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
8 : Recutec	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
9 : Infra	1	1	2	3	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	0	0	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0
10 : Capaci	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0
11 : Recuhum	0	0	0	0	0	2	0	0	0	3	0	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12 : Mante	1	1	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
13 : Metodol	0	0	3	0	1	3	0	0	2	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
14 : Presu	0	0	3	2	1	2	2	1	0	1	1	1	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
15 : Establalab	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
16 : Mindepor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
17 : Gobier	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	3	0
18 : Marca	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
19 : Pib	2	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 : Compet	0	0	0	1	0	2	1	0	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
21 : Ent	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
22 : Insecur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23 : Salumen	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	0	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
24 : Innova	0	0	2	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25 : ciberse	0	0	1	1	3	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
26 : Desem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
27 : Pande	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0

© UPSOR-EPTA-MIMAC

Adaptado del software MIMAC (2023)

Nota: En la anterior tabla encontraremos las influencias que existen entre variables internas y externas que nos llevarán a encontrar las técnicas a seguir con el Fitness People para poder cumplir con los objetivos trazados.

23.2 Características de la matriz MIMAC.

Tabla 12: Características de la matriz MIMAC

INDICATOR	VALUE
Matrix size	27
Number of iterations	2
Number of zeros	549
Number of ones	91
Number of twos	56
Number of threes	33
Number of P	0
Total	180

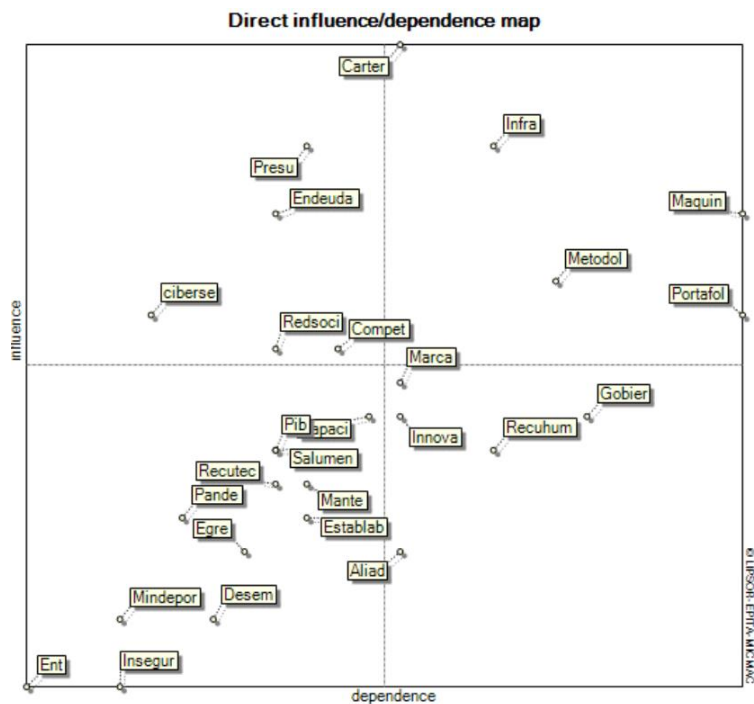
PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

INDICATOR	VALUE
Fillrate	24,69136%

Adaptado del software MIMAC (2023)

23.3 Plano de influencias directas MIMAC

Figura 4: Mapa de influencias directas

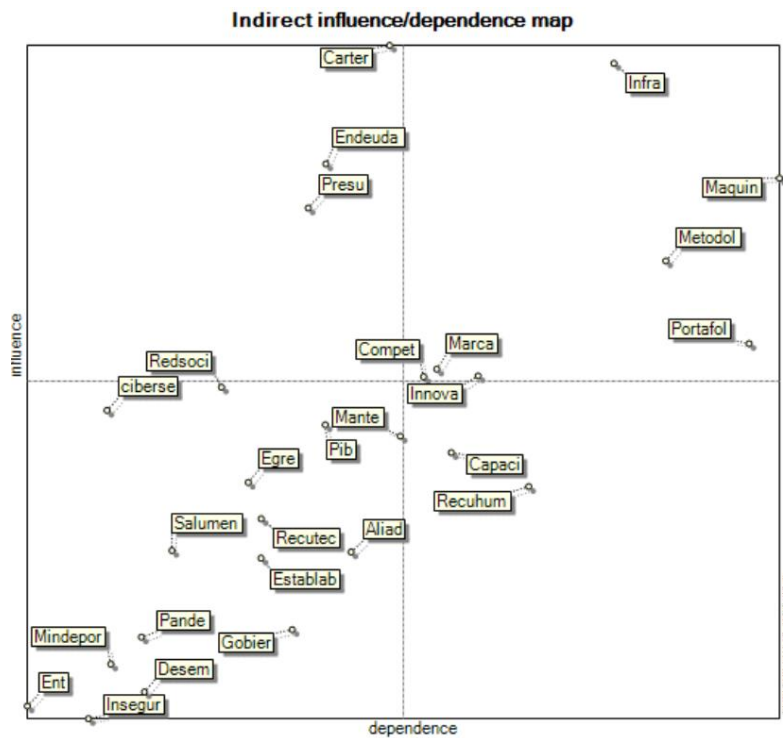


Adaptado del Software MIMAC (2023)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

23.4 Plano de influencias indirectas

Figura 5: Mapa de influencias indirectas

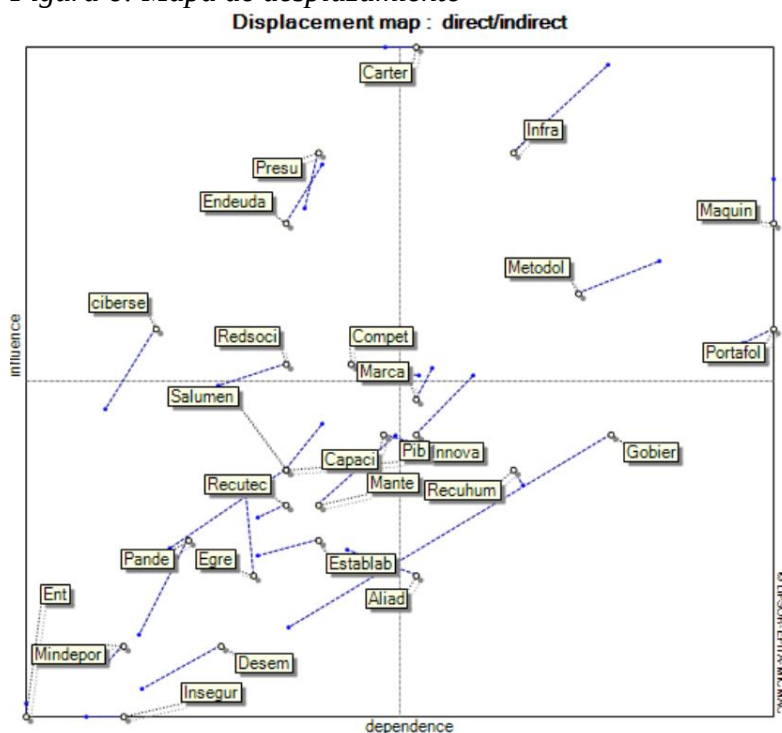


Adaptado de Software MIMAC (2023)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

23.5 Mapa de desplazamiento

Figura 6: Mapa de desplazamiento



Adaptado de Software MIMAC (2023)

23.6 Listado de variables estratégicas

El siguiente listado son el resultado de la calificación y el análisis mediante el software MIMAC y sobre las cuales la empresa desarrollara sus acciones.

- Cartera
- Infraestructura
- Metodología
- Portafolio
- Maquinaria

23.7 Descripción de las variables estratégicas.

- Cartera: Ingresos mensuales del Fitness People por medio de sus diferentes planes

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

-Metodología: El Fitness People se caracteriza por usar nuevas tendencias del entrenamiento por medio de sus clases grupales

-Infraestructura: Es la cantidad de sedes que conforman el Centro Medico Deportivo Fitness People

Portafolio: Son los planes de entrenamiento y los servicios que se ofrecen a los clientes al momento de comprar su inscripción.

Maquinaria: Es la cantidad de Máquinas de última tecnología que posee la empresa en sus diferentes sedes.

24. Diseño y construcción de escenarios

24.1 Software “SMIC”

Por medio del software SMIC analizaremos los posibles escenarios que se presenten con la participación de dos expertos del Centro Medico Deportivo Fitness People.

24.1 Perfil de expertos

A continuación, presentamos el análisis de los expertos de acuerdo a su experiencia laboral para lograr un resultado acorde a los objetivos propuestos.

Tabla 13: Expertos software SMIC

Nº	Apellido	Nombre	Grupo	Peso
1	Mejía	Brian	LIDERES	1
2	Alvarez	Camilo	LIDERES	1
3	Cruz	German	LIDERES	1
4	Fonseca	Wilson	LIDERES	1

Adaptado software SMIC (2023)

24.2 Hipótesis y Objetivos

Tabla 14: Hipótesis y objetivos software SMIC

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

N°	Título largo	Título corto	Descripción
1	Infraestructura	Infraes	¿Qué tan probable es que para el 2030 el Fitness People cuente con más de 17 sedes a nivel nacional, teniendo en cuenta que tienen alrededor de 10 sedes Objetivo : Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030
2	Portafolio	Portaf	¿Qué tan probable es que para el año 2030 se añadan 3 nuevos servicios por la compra del plan de inscripción mensual? Teniendo en cuenta que en la actualidad ofrecen 6 servicios por la compra del plan de inscripción mensual Objetivo: Formular 3 nuevos servicios por la compra del plan de inscripción mensual.
3	Maquinaria	Maquin	¿Qué tan probable es que para el año 2030 el Fitness People cuente con más de 320 máquinas de última tecnología para el total de sedes? Teniendo en cuenta que actualmente tienen 180 maquinas Objetivo: Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología
4	Cartera	Carte	¿Qué tan probable es que para el año 2030 el Fitness People cuente con 2000 millones de ingresos de ventas de planes de entrenamiento en las distintas sedes? Teniendo en cuenta que actualmente reciben un ingreso de 900 millones mensuales. Objetivo: Se logró recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.
5	Metodología	Método	¿Qué tan probable es que el Fitness People para el año 2030 aumente las clases grupales por sede al mes a 1000 horas? Teniendo en cuenta que tienen 800 horas de clases grupales al mes por sede Objetivo Consolidar la cantidad de clases grupales por mes a 1000 horas por sede

Adaptado software SMIC (2023)

24.3 Escenarios probables herramienta “SMIC”

En las siguientes tablas podemos analizar los diferentes escenarios de acuerdo a las variables estratégicas que influyen en el centro deportivo Fitness People, se realizara por medio de una calificación de 0.1 a 0.9 dada por dos expertos del centro deportivo conforme a su experiencia en el sector. De la siguiente manera se plantean los posibles escenarios según el software SMIC.

24.3.1 Calificación escenario simple 1 (Brian)

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Figura 7: Calificación escenario simple 1 (Brian)

© UPSOR-EPTA-PROB-EXPERT	
Probabilidades	
1 : Infraes	0,5
2 : Portaf	0,9
3 : Maquin	0,7
4 : Carte	0,7
5 : Metodo	0,7

Adaptado de Software SMIC (2023)

24.3.2 Calificación escenario simple 2 (Juan Camilo)

Figura 8: Calificación escenario simple 2 (Juan Camilo)

© UPSOR-EPTA-PROB-EXPERT	
Probabilidades	
1 : Infraes	0,5
2 : Portaf	0,9
3 : Maquin	0,7
4 : Carte	0,5
5 : Metodo	0,9

Adaptado de Software SMIC (2023)

24.3.3 Calificación escenario simple 3 (German)

Figura 9: Calificación escenario simple 2 (German)

Probabilidades	
④ UPSOR-EPITA-PROB-EXPERT	
1 : Infraes	0,7
2 : Portaf	0,7
3 : Maquin	0,7
4 : Carte	0,9
5 : Metodo	0,9

Adaptado de Software SMIC (2023)

24.3.4 Calificación escenario simple 4 (Wilson)

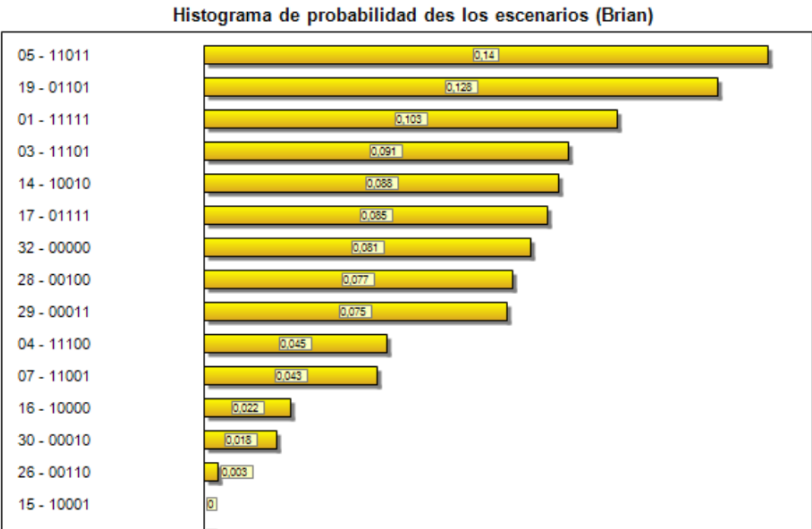
Figura 10: Calificación escenario simple 2 (Wilson)

Probabilidades	
④ UPSOR-EPITA-PROB-EXPERT	
1 : Infraes	0,3
2 : Portaf	0,5
3 : Maquin	0,3
4 : Carte	0,7
5 : Metodo	0,7

Adaptado de Software SMIC (2023)

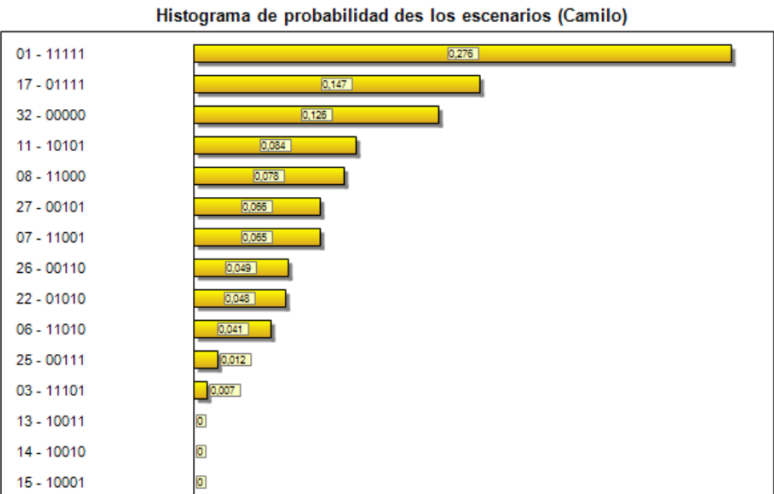
24.4 Presentación de los escenarios en forma de Histograma

Figura 11: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 1



Adaptado de Software SMIC (2023)

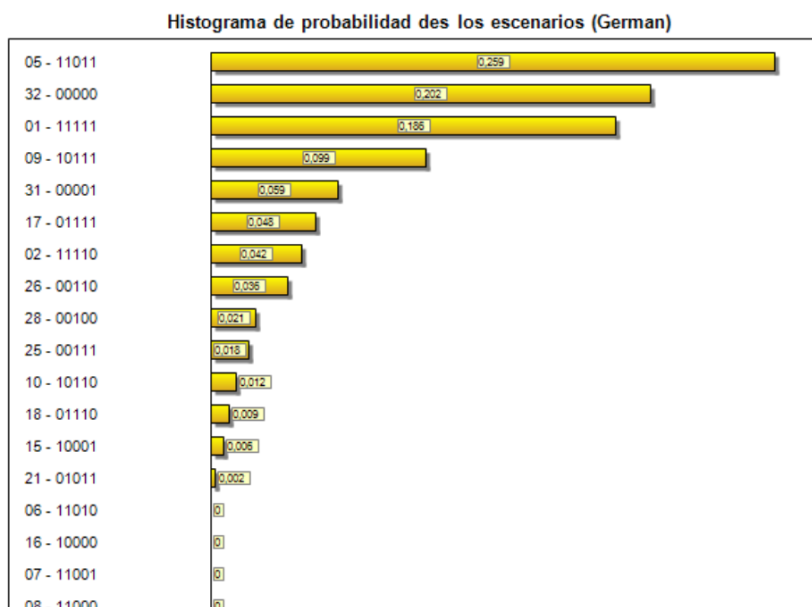
Figura 12: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 2



Adaptado de Software SMIC (2023)

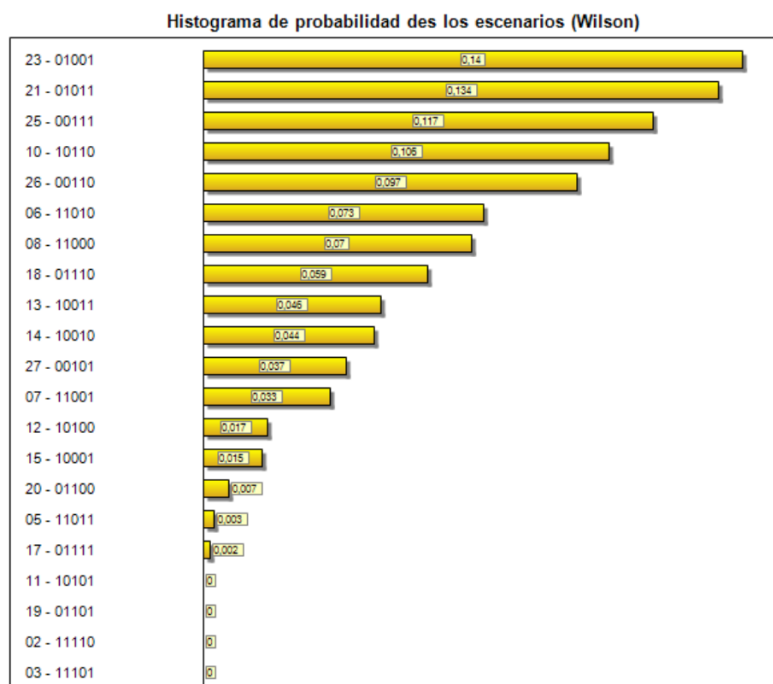
PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

-Figura 13: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 3



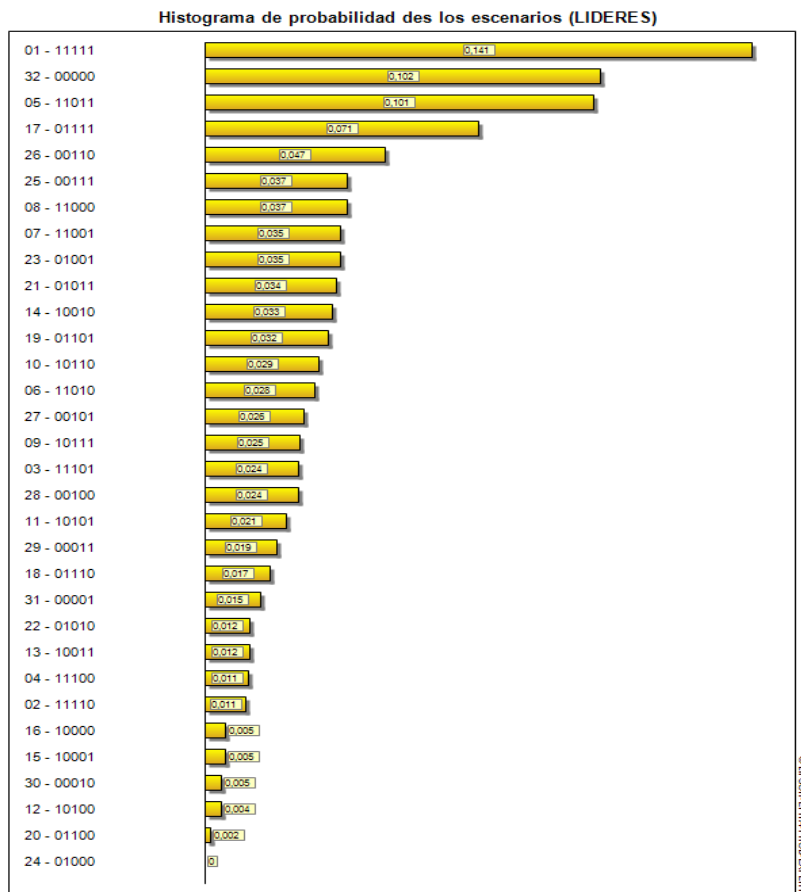
Adaptado de Software SMIC (2023)

-Figura 14: Histograma de probabilidad de los escenarios expertos 4



Adaptado de Software SMIC (2023)

Figura 15: Histograma de probabilidad de los escenarios (LIDERES)



Adaptado de Software SMIC (2023)

En los anteriores resultados obtenidos por la herramienta SMIC nos permitió crear los siguientes escenarios los cuales serán analizados.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

24.5 Descripción del escenario probable, pesimista, optimista y deseable

Tabla 15: Escenarios optimistas posibles software SMIC

Escenario optimista deseado	
Escenario 01: 11111	
Causas	Consecuencias
¿Qué paso en el camino?	¿Qué implicaciones tiene?
¿Qué dejamos de hacer?	
Se logró consolidar que el Fitness People tuviera 8 sedes nuevas a nivel nacional sumando en total 17 sedes.	Que los usuarios tengan la facilidad de escoger entre una gran variedad de sedes para entrenar en distintas partes de Colombia, generando que sea una empresa más reconocida.
Se lograron añadir 3 nuevos servicios incluidos en la compra del plan de inscripción mensual	Crear valor agregado que nos diferencia de la competencia para que los clientes potenciales nos elijan como primera opción en planes de inscripción
Se consolidó la compra de 140 máquinas de última tecnología dando como resultado el total de 320 de máquinas en todas las sedes	Contar con maquinaria de última tecnología, nos hace ser una empresa líder y tener un valor agregado ante la posible competencia.
Se logró recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	Recaudar el dinero estipulado nos da la posibilidad de invertirlo en nuevas opciones de mejora para el gimnasio y para el bienestar de nuestros usuarios
Se logró incorporar 200 nuevas horas de clases grupales en las diferentes sedes sumando un total de 1000 horas por clases grupales al mes	Esto nos permite tener gran variedad de opciones para que nuestros clientes se sienten con la libertad de satisfacer sus necesidades mediante la elección de las clases grupales

Adaptado de Seminario planeación y prospectiva estratégicas en las organizaciones deportivas Bucaramanga (2023).

Tabla 16: Escenarios pesimistas software SMIC

Escenario pesimista no deseado	
Escenario 02: 00000	
Causas	Consecuencias
¿Qué paso en el camino?	¿Qué implicaciones tiene?
¿Qué dejamos de hacer?	
No se logró la meta de 17 sedes a nivel nacional	No ser una empresa líder y reconocida a nivel nacional.
No se logró la incorporación de nuevos servicios por la compra del plan de inscripción	No se innovaría en los portafolios de servicios de los clientes donde repercutiría de manera negativa la capacidad de atraer nuevos clientes

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

No se consolidó la inversión para contar con 320 máquinas de última tecnología	No sería una empresa pionera en máquinas de última tecnología
No se logró recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	No tendremos presupuestos para futuras inversiones,
No se logró incorporar las 1000 horas de clases grupales al mes por sede	No se lograría tener un horario más extenso y accesible para que los usuarios puedan tener la facilidad de participar en diferentes clases

Adaptado de Seminario planeación y prospectiva estratégicas en las organizaciones deportivas Bucaramanga (2023).

Tabla 17: Escenario alterno 1 SMIC

Escenario alterno 1 Escenario 03: 11011	
Causas ¿Qué paso en el camino? ¿Qué dejamos de hacer?	Consecuencias ¿Qué implicaciones tiene?
Se logró consolidar que el Fitness People tuviera 8 sedes nuevas a nivel nacional sumando en total 17 sedes.	Que los usuarios tengan la facilidad de escoger entre una gran variedad de sedes para entrenar en distintas partes de Colombia, generando que sea una empresa más reconocida.
Se lograron añadir 3 nuevos servicios incluidos en la compra del plan de inscripción mensual	Crear valor agregado que nos diferencia de la competencia para que los clientes potenciales nos elijan como primera opción en planes de inscripción
No se consolidó la inversión para contar con 320 máquinas de última tecnología	No sería una empresa pionera en máquinas de última tecnología
Se logró recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	Recaudar el dinero estipulado nos da la posibilidad de invertirlo en nuevas opciones de mejora para el gimnasio y para el bienestar de nuestros usuarios
Se logró incorporar 200 nuevas horas de clases grupales en las diferentes sedes sumando un total de 1000 horas por clases grupales al mes	Esto nos permite tener gran variedad de opciones para que nuestros clientes se sienten con la libertad de satisfacer sus necesidades mediante la elección de las clases grupales

Adaptado de Seminario planeación y prospectiva estratégicas en las organizaciones deportivas Bucaramanga (2023).

Tabla 18: Escenario alterno 2 SMIC

Escenario alterno 2 Escenario 04: 01001	
Causas	Consecuencias
¿Qué paso en el camino?	¿Qué implicaciones tiene?
¿Qué dejamos de hacer?	
No se logró la meta de 17 sedes a nivel nacional	No ser una empresa líder y reconocida a nivel nacional.
Se lograron añadir 3 nuevos servicios incluidos en la compra del plan de inscripción mensual	Crear valor agregado que nos diferencia de la competencia para que los clientes potenciales nos elijan como primera opción en planes de inscripción
No se consolidó la inversión para contar con 320 máquinas de última tecnología	No sería una empresa pionera en máquinas de última tecnología
No se logró recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	No tendremos presupuestos para futuras inversiones,
Se logró incorporar 200 nuevas horas de clases grupales en las diferentes sedes sumando un total de 1000 horas por clases grupales al mes	Esto nos permite tener gran variedad de opciones para que nuestros clientes se sienten con la libertad de satisfacer sus necesidades mediante la elección de las clases grupales

Adaptado de Seminario planeación y prospectiva estratégicas en las organizaciones deportivas Bucaramanga (2023).

25. Construcción del escenario apuesta

25.1 Construcción del árbol de pertinencias

Realizaremos la construcción del árbol de pertinencias teniendo como base la matriz RICE

Como sigue a continuación.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Tabla 19: Matriz de objetivos 1

Objetivo 1 Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030.

Reducir	Crear
Los gastos no indispensables Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura	Nuevas fuentes de ingresos Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos
Incrementar	Eliminar
El número de socios para futuros inversiones El capital para costos de infraestructura	Los gastos de funcionamiento no necesarios Planes prospectivos inciertos – Planes sin metas

Tabla 20: Matriz de objetivos 2

Objetivo 2 Formular 3 nuevos servicios por la compra del plan de inscripción mensual.

Reducir	Crear
-Los planes que no cumplan con las metas propuestas -Las maquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes	-Nuevo escenarios para el funcionamiento de los nuevos servicios -Un software que facilite la compra de los planes de entrenamiento
Incrementar	Eliminar
-El precio de la mensualidad de los planes de inscripción -Opciones de pago para los planes de inscripción.	-El personal intermediario para la adquisición del plan -Los escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios.

Tabla 21: Matriz de objetivos 3

Objetivo 3 Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes.

Reducir	Crear
-La compra de máquinas que no cumplan los requerimientos -El número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas	-Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio -Elaborar una encuesta de preferencia que determine la preferencia de maquinas
Incrementar	Eliminar
-El presupuesto para materiales tecnológicos -Generar más espacios para la implementación de las maquinas	-Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos -Descartar accesorios de máquinas en pésimas condiciones (Agarrares, discos)

Tabla 22: Matriz de objetivos 4

Objetivo 4 Se logrará recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.

Reducir	Crear
-Personal no calificado	-Nuevos servicios en los planes de inscripción -Nuevas estrategias de Marketing

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

-Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento	
Incrementar	Eliminar
- La zona horaria	-Términos y condiciones que afecten al usuario
-Opciones de pago	- Quitar publicidad que no sea competente a la meta.

Tabla 23: Matriz de objetivos 5

Objetivo 5 Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede

Reducir	Crear
- El límite de usuarios por clase	-Crear nuevos espacios para las clases grupales en las distintas sedes
-El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas.	-Capacitaciones para el aprendizaje de nuevas tendencias del entrenamiento
Incrementar	Eliminar
-El número de entrenadores para dirigir las clases grupales	- El tiempo de uso del área exclusiva de las clases grupales de los usuarios que no participan
- Zona horario en clases grupales	-Las clases grupales tradicionales

Tabla 24: Árbol de pertinencias

Variable	Objetivos	Acciones
Infraestructura		- Los gastos no indispensables
		-Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura
		- El número de socios para futuros inversiones
		-El capital para costos de infraestructura

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

	Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030.	-Aumentar eventos corporativos-deportivos -Nuevas fuentes de ingresos -Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos -Los gastos de funcionamiento no necesarios -Planes prospectivos inciertos
Portafolio	Formular 3 servicios nuevos por la compra del plan de inscripción mensual.	-Los planes que no cumplan con las metas propuestas -Las máquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes -Nuevo escenarios para el funcionamiento de los nuevos servicios -Un software que facilite la compra de los planes de entrenamiento -El precio de la mensualidad de los planes de inscripción -Opciones de pago para los planes de inscripción. -El personal intermediario para la adquisición del plan -Los escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios.
Maquinarias	Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes.	-La compra de máquinas que no cumplan los requerimientos -El número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas -El presupuesto para materiales tecnológicos -Generar más espacios para la implementación de las maquinas -Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio -Elaborar una encuesta de preferencia que determine la preferencia de maquinas -Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos -Descartar accesorios de máquinas en pésimas condiciones (Agarrares, discos)
		-Personal no calificado -Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Cartera	Se lograra recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	- La zona horaria -Opciones de pago -Nuevos servicios en los planes de inscripción -Nuevas estrategias de Marketing -Términos y condiciones que afecten al usuario - Quitar publicidad que no sea competente a la meta.
Metodología	Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede	- El límite de usuarios por clase -El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas. -El número de entrenadores para dirigir las clases grupales -Zona horario en clases grupales -Crear nuevos espacios para las clases grupales en las distintas sedes -Capacitaciones para el aprendizaje de nuevas tendencias del entrenamiento - El tiempo de uso del área exclusiva de las clases grupales de los usuarios que no participan -Las clases grupales tradicionales

Nota: En la anterior tabla se establece los objetivos de cada variable y sus acciones a realizar para llevar a cabo dicho objetivo

Tabla 25: Acciones estratégicas

Objetivo	No acc	Acción	Importancia	Gobernabilidad
	A.1	Los gastos no indispensables	3	3
	A.2	Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura	3	5
	A.3	El número de socios para futuros inversiones	2	5

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Objetivo 1 Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030.	A.4	-El capital para costos de infraestructura	2	3
	A.5	Nuevas fuentes de ingresos	3	3
	A.6	Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos	3	3
	A.7	Los gastos de funcionamiento no necesarios	2	3
	A.8	Planes prospectivos inciertos	1	5
Objetivo 2 Formular 3 servicios nuevos por la compra del plan de inscripción mensual.	A.9	-Los planes que no cumplan con las metas propuestas	2	3
	A.10	-Las maquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes	2	1
	A.11	El precio de la mensualidad de los planes de inscripción	3	3
	A.12	-Opciones de pago para los planes de inscripción.	3	3
	A.13	-Nuevo escenarios para el funcionamiento de los nuevos.	3	3
	A.14	-Un software que facilite la compra de los planes de entrenamiento	2	0
	A.15	El personal intermediario para la adquisición del plan	1	0
	A.16	-Los escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios.	3	3
	A.17	-La compra de máquinas que no cumplan los requerimientos	3	5
	A.18	-El número de proveedores para adquisición de	4	3

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Objetivo 3 Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes.		máquinas tecnológicas		
	A.19	-El presupuesto para materiales tecnológicos	3	3
	A.20	-Generar más espacios para la implementación de las maquinas	3	0
	A.21	-Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio	3	3
	A.22	-Elaborar una encuesta de preferencia que determine la preferencia de maquinas	1	5
	A.23	Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos	2	1
	A.24	-Descartar accesorios de máquinas en pésimas condiciones (Agarrares, discos)	1	1
Objetivo 4 lograr recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	A.25	Personal no calificado	1	3
	A.26	-Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento	2	3
	A.27	- La zona horaria	3	1
	A.28	-Opciones de pago	2	3
	A.29	Nuevos servicios en los planes de inscripción	3	3
	A.30	-Nuevas estrategias de Marketing	2	1
	A.31	Términos y condiciones que afecten al usuario	2	5
	A.32	- Quitar publicidad que no sea competente a la meta.	2	3

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Objetivo 5 Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede	A.33	- El límite de usuarios por clase	1	1
	A.34	-El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas.	2	1
	A.35	-El número de entrenadores para dirigir las clases grupales	3	3
	A.36	- Zona horario en clases grupales	3	1
	A.37	-Crear nuevos espacios para las clases grupales en las distintas sedes	3	0
	A.38	-Capacitaciones para el aprendizaje de nuevas tendencias del entrenamiento	2	1
	A.39	- El tiempo de uso del área exclusiva de las clases grupales de los usuarios que no participan	2	0
	A.40	-Las clases grupales tradicionales	2	1

Nota: En la anterior tabla se plantea una calificación tanto para la importancia y gobernabilidad de cada acción a realizar. Cada valor tiene el significado de la siguiente manera:

Tabla 26: Valores matriz RICE

Importancia	Gobernabilidad
1 No es importante	0 Nulo
2 Poco importante	1 Débil
3 Importante	3 Moderado
4 Muy importante	5 Fuerte

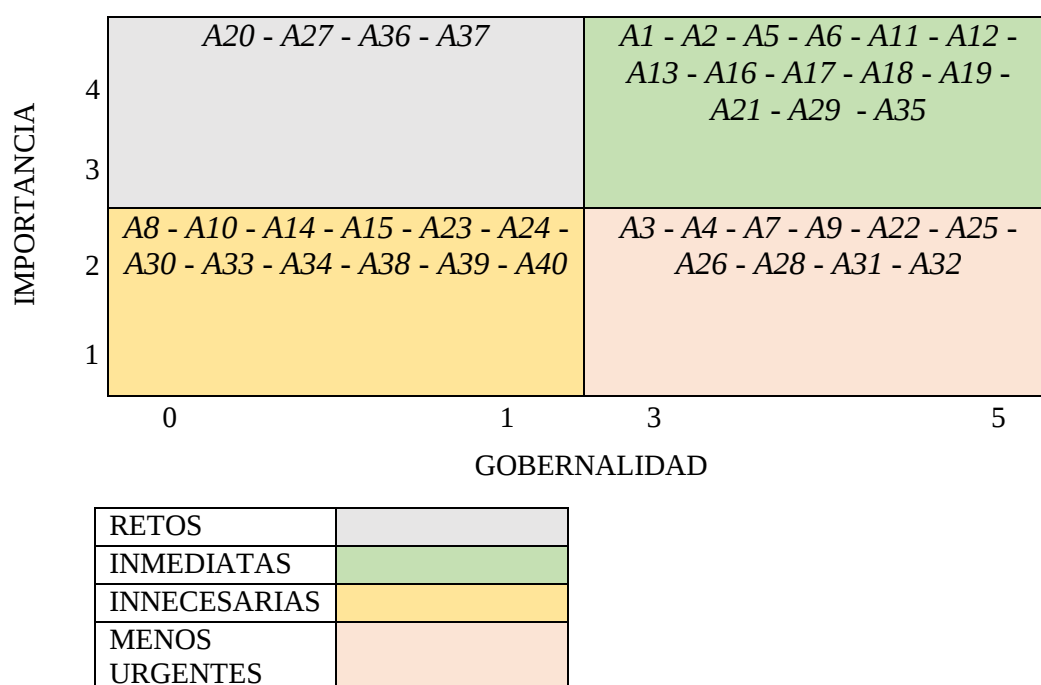
PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Nota: En la anterior tabla se establece el valor numérico y significativo que da cada resultado en su evaluación.

26. Matriz IGO

La Matriz IGO (importancia y gobernabilidad) es una herramienta que permite priorizar de manera sencilla los proyectos, iniciativas o variables relevantes o un evento; se usa para definir las acciones futuras o proyectos estratégicos a programar. (Figuroa, 2013, pag. 2)

Figura 16: Matriz IGO



Se determinó que existen 14 acciones en el sector inmediato que son muy importantes en donde se tienen control sobre ellas y su ejecución tendrá un importante impacto en el escenario a estudiar, a su vez 4 acciones en el sector de retos consideradas no muy

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

importantes por lo tanto son aquellas que van a repercutir sobre el sistema pero no se tiene un control total sobre ellas por ende el reto es lograr dicho control, por otra consiguiente en el sector de innecesarias son 12 acciones consideradas que no son importantes ya que son difíciles de manipular y además no tienen un impacto importante en el escenario y en el sector menos urgente hay 10 acciones establecidas como poco importantes por lo cual no van a tener un gran impacto en el sistema.

26.1 Consolidación árbol de pertinencias.

Tabla 27: Acciones inmediatas

Objetivo	No acc	Acciones inmediatas
1. Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030	A1	Los gastos no indispensables
	A2	Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura
	A5	Nuevas fuentes de ingresos
	A6	Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos
2. Formular 3 servicios nuevos por la compra del plan de inscripción mensual.	A11	El precio de la mensualidad de los planes de inscripción
	A12	Opciones de pago para los planes de inscripción
	A13	Nuevo escenarios para el funcionamiento de los nuevos
	A16	Los escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios
3. Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes.	A17	La compra de máquinas que no cumplan los requerimientos
	A18	El número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas
	A19	El presupuesto para materiales tecnológicos
	A21	Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

4. Lograr recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	A29	Nuevos servicios en los planes de inscripción
5. Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede	A35	El número de entrenadores para dirigir las clases grupales

Nota: En la anterior tabla se establecen las acciones a realizar de manera inmediata según los datos arrojados en la matriz IGO

Tabla 28: Acciones a mediano plazo

Objetivo	No acc	Acciones inmediatas
Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes.	A20	Generar más espacios para la implementación de las maquinas
Lograr recaudar más de 2000 mil millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes.	A27	La zona horaria
Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede	A36	Zona horario en clases grupales
	A37	Crear nuevos espacios para las clases grupales en las distintas sedes

Nota: En la anterior tabla se establecen las acciones a realizar a mediano plazo según los datos arrojados en la matriz IGO

Tabla 29: Tablero de control

Visión: En el año 2030, ser la primera empresa, consolidada y reconocida a nivel nacional que promociona la salud a más de 40.000 pacientes y usuarios mediante procesos con acreditación certificada en estándares de calidad y mejora continua, apoyado en una infraestructura solida con equipos de última tecnología que satisfagan las necesidades de toda nuestra comunidad	Comportamiento del indicador	Tema estratégico: Posicionar al Fitness People como uno de los gimnasios pioneros en máquinas de última tecnología y nuevas tendencias del entrenamiento para consolidarnos como una empresa líder nacional para el año 2030
---	------------------------------	--

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Variable	Indicador	Objetivo	Frecuencia de medición	Iniciativas	Óptimo	Tolerable	Deficiente	Resultado	Responsable
Infraestructura	Número de sedes	Consolidar más de 17 sedes a nivel nacional para el año 2030.	Anual	A1	Los gastos no indispensables sean 3	Los gastos no indispensables sean 5	Los gastos no indispensables sean 7	100%	Fitness People
				A2	Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura sean 3	Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura sean 5	Gastos en otras áreas que no tengan que ver con infraestructura sean 7	100%	Fitness People
				A3	El número de socios para futuros inversiones sea 3	El número de socios para futuros inversiones sea 2	El número de socios para futuros inversiones sea 1	100%	Fitness People
				A4	El capital para costos de infraestructura sea más del 20%	El capital para costos de infraestructura sea más del 15%	El capital para costos de infraestructura sea más del 10%	100%	Fitness People
				A5	3 nuevas fuentes de ingresos	2 nuevas fuentes de ingresos	1 nueva fuente de ingreso	100%	Fitness People
				A6	5 Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos	3 Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos	1 Nuevos proyectos de inversión en otros departamentos	100%	Fitness People
				A7	Los gastos de funcionamiento no necesarios sean 3	Los gastos de funcionamiento no necesarios sean 5	Los gastos de funcionamiento no necesarios sean 7	100%	Fitness People
				A8	1 plan prospectivos inciertos	2 plan prospectivos inciertos	3 plan prospectivos inciertos	100%	Fitness People

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Portafolio	Cantidad de planes	Formular 3 servicios nuevos por la compra del plan de inscripción mensual.	Anual	A9	2 planes que no cumplan con las metas propuestas	3 planes que no cumplan con las metas propuestas	4 planes que no cumplan con las metas propuestas	100%	Fitness People
				A10	3 máquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes	5 máquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes	10 máquinas que no cumplan con los requerimientos de los planes	100%	Fitness People
				A11	El precio de la mensualidad de los planes de inscripción aumente un 50%	El precio de la mensualidad de los planes de inscripción aumente un 20%	El precio de la mensualidad de los planes de inscripción aumente un 10%	100%	Fitness People
				A12	5 Opciones de pago para los planes de inscripción	4 Opciones de pago para los planes de inscripción	2 Opciones de pago para los planes de inscripción	100%	Fitness People
				A13	5 Nuevos escenarios para el funcionamiento de los nuevos.	3 Nuevos escenarios para el funcionamiento de los nuevos.	2 Nuevos escenarios para el funcionamiento de los nuevos.	100%	Fitness People
				A14	3 software que facilite la compra de los planes de entrenamiento	2 software que facilite la compra de los planes de entrenamiento	1 software que facilite la compra de los planes de entrenamiento	100%	Fitness People
				A15	1 personal intermediario para la adquisición del plan	2 personal intermediario para la adquisición del plan	3 personal intermediario para la adquisición del plan	100%	Fitness People
				A16	2 escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios	4 escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios	6 escenarios que no se utilicen para cumplir con los servicios	100%	Fitness People

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Maquinarias	Cantidad de máquinas por sede	Lograr que el Fitness People tenga 320 máquinas de última tecnología en sus diferentes sedes..	Anual	A17	Realizar 5 proyectos transversales	Realizar 3 proyectos transversales	Realizar 1 proyecto transversales	100%	Fitness People
				A18	2 número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas	3 número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas	4 número de proveedores para adquisición de máquinas tecnológicas	100%	Fitness People
				A19	20% del presupuesto para materiales tecnológicos	25% del presupuesto para materiales tecnológicos	30% del presupuesto para materiales tecnológicos	100%	Fitness People
				A20	Generar 3 más espacios para la implementación de las máquinas	Generar 2 más espacios para la implementación de las máquinas	Generar 1 más espacios para la implementación de las máquinas	100%	Fitness People
				A21	5 Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio	3 Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio	2 Nuevos convenios con empresas que desarrollen máquinas de gimnasio	100%	Fitness People
				A22	Elaborar una encuesta de preferencia que determine la preferencia de máquinas	Elaborar dos encuestas de preferencia que determine la preferencia de máquinas	Elaborar tres encuestas de preferencia que determine la preferencia de máquinas	100%	Fitness People

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

				A23	2 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos	4 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento o en avances tecnológicos	6 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos	100%	Fitness People
				A24	2 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos	4 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento o en avances tecnológicos	6 Máquinas que ya no den el mismo rendimiento en avances tecnológicos	100%	Fitness People
Cartera	Ingresos mensuales por planes	Se lograra recaudar más de 2000 millones en ingresos por la venta de planes de entrenamiento en las distintas sedes	Anual	A25	2 Personal no calificado	4 Personal no calificado	6 Personal no calificado	100%	Fitness People
				A26	1 Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento	3 Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento	5 Requerimientos al momento de comprar el plan de entrenamiento	100%	Fitness People
				A27	3 zonas horarias	2 zonas horaria	1 zona horaria	100%	Fitness People
				A28	4 opciones de pago	3 opciones de pago	2 opciones de pago	100%	Fitness People
				A29	5 Nuevos servicios en los planes de inscripción	4 nuevos servicios en los planes de inscripción	3 Nuevos servicios en los planes de inscripción	100%	Fitness People
				A30	4 Nuevas estrategias de Marketing	3 Nuevas estrategias de Marketing	2 Nuevas estrategias de Marketing	100%	Fitness People
				A31	1 Términos y condiciones que afecten al usuario	2 Términos y condiciones que afecten al usuario	3 Términos y condiciones que afecten al usuario	100%	Fitness People

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

			A32	Quitar 5 sponsor de publicidad que no sea competente a la meta.	Quitar 3 sponsor de publicidad que no sea competente a la meta.	Quitar 2 sponsor de publicidad que no sea competente a la meta.	100%	Fitness People
Metodo	Numero de clases por sede	Consolidar las clases grupales por mes a 1000 horas por sede	A33	El límite de usuarios por clase sea del 10%	El límite de usuarios por clase sea del 20%	El límite de usuarios por clase sea del 30%	100%	Fitness People
			A34	El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas sean del 10%	El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas sean del 20%	El uso de materiales de clases grupales para usuarios que no participen de ellas sean del 30%	100%	Fitness People
			A35	El número de entrenadores para dirigir las clases grupales sea de 3	El número de entrenadores para dirigir las clases grupales sea de 2	El número de entrenadores para dirigir las clases grupales sea de 1	100%	Fitness People
			A36	5 horarios de clases grupales	3 horarios de clases grupales	2 horarios de clases grupales	100%	Fitness People
			A37	Crear nuevos 4 espacios para las clases grupales en las distintas sedes	Crear nuevos 3 espacios para las clases grupales en las distintas sedes	Crear nuevos 2 espacios para las clases grupales en las distintas sedes	100%	Fitness People
			A38	3 Capacitaciones para el aprendizaje	2 Capacitaciones para el aprendizaje	1 Capacitación para el aprendizaje	100%	Fitness People

Nota: En la anterior tabla se evalúa cada acción y su proceso de como seria en diferentes estimaciones.

27. Conclusiones

- Por medio de las diferentes herramientas se pudo concluir que el fitness people es una empresa competitiva y de amplio crecimiento debido a la proyección y el espectro que abarca el gimnasio con respecto a las demás variables.

- Uno de los objetivos principales del fitness people es llegar a ser uno de los gimnasios más reconocidos a nivel Bucaramanga por medio de diferentes estrategias tales como: Servicio, planes de entrenamiento, infraestructura, entre otros.

- En la matriz Peyea nos dió como resultado el cuadrante agresivo permitiendo deducir que el fitness people es una empresa ideal en sus fortalezas internas aprovechando así sus oportunidades externas para mejorar debilidades y evitar amenazas como conclusión está matriz nos indica que debemos contar con estrategias orientadas al desarrollo de mercado.

- Con ayuda del software SMIC se pudo evidenciar 5 características potenciales para el crecimiento del fitness people en diferentes ámbitos de la empresa (Infraestructura, Portafolio, Maquinaria, Cartera, Metodología.)

- Se pudo evidenciar que una de las características más importantes en el software SMIC es la de maquinaria, debido a que en las calificaciones de los expertos es la que tiene la puntuación más alta.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

- En la matriz IGO se determinó que existen más acciones en el sector inmediato las cuales son muy importantes, por lo tanto, también se estableció algunas acciones en el sector reto y consideradas no muy importantes, también se evidencio que existieron un gran número de acciones tanto en el sector de innecesarias y en el sector menos urgentes, estas consideradas no tan importantes y poco importantes.

- Por medio de la matriz IGO se concluyó que una de las acciones a mediano plazo para cumplir con el objetivo de aumentar la maquinaria en los gimnasios es la de ampliar la infraestructura de las diferentes sedes del fitness people.

- La zona horaria y la organización del tiempo son acciones a mediano plazo que se deben realizar para poder cumplir con las necesidades expuestas en la matriz IGO y la obtención de los demás escenarios.

- Se recomienda al fitness people el incremento del personal contable para poder manejar las finanzas y las diferentes franquicias que a futuro se tiene planeado obtener.

PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DEL FITNESS PEOPLE 2030

Referencias

- Andrea, I. (17 de Mayo de 2019). *Significados*. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de Significado de humanización: <https://www.significados.com/humanizacion/>
- Barroeta, J. M. (03 de junio de 2022). *ruizbarroeta consulting*. Obtenido de MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico: https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/#%C2%BFQue_es_la_matriz_MEFE_y_para_que_sirve
- Chamorro, J. M. (06 de Septiembre de 2022). Obtenido de Como construir escenarios en ejercicios de prospectiva estratégica : https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2022/DIEEO74_2022_JOSCAS_Escenarios.pdf
- Clara, T. (Enero de 2014). *Enciclopedia*. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de Definición de logro: <https://enciclopedia.net/logro/>
- Equipo Editorial, Etecé. (14 de Febrero de 2022). *Concepto*. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de Profesionalismo: <https://concepto.de/profesionalismo/>
- Mercado, C. (05 de enero de 2022). Obtenido de El analisis PESTEL. UNO Sapiens , : <file:///C:/Users/Diego/Downloads/8263-Manuscrito-45352-1-10-20211112.pdf>
- Oyola-García, A. E. (2021). La variable. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 14(1), 90-93.
- Parada Alvarado. (2018). *Repository.usta*. Obtenido de Centro de acondicionamiento físico como complemento de la villa olímpica Alfonso López.: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12981/2018narenparada.pdf?sequence=1>
- Parra, M. E. (Abril - Junio de 2013). Planeación Estratégica. Un pilar en la gestión empresarial. (M. E. Parra, Ed.) *El buzón de pacioli*, 1. Recuperado el 18 de Julio de 2023, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Paz, G. B. (Agosto de 2015). Obtenido de PLANEACIÓN PROSPECTIVA ESTRATEGICA. teorías, metodologías y buenas practicas en America Latina: https://www2.politicas.unam.mx/publicaciones/wp-content/uploads/2015/08/Libro-PPE_interactivo1.pdf
- people, F. (s.f.). *Fitness people*. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de Nuestros valores.
- Polo, Á. P. (2019). *Estudio de los análisis del entorno en el modelo de emprendimiento disciplinado. Aplicación al caso de la creación de la startup Blodel*. Universidad Politécnica de Madrid, Escuela técnica superior de ingenieros industriales, Madrid. Recuperado el 30 de Mayo de 2023, de https://oa.upm.es/54122/1/TFG_ANGEL_PEREZ_TABERNERO_POLO.pdf
- Quiroa Myriam, W. G. (Abril de 2021). *Economipedia* . Obtenido de Prospectiva estratégica : <https://economipedia.com/definiciones/prospectiva-estrategica.html>
- Santos, D. (2022). Recuperado el 18 de Julio de 2023, de 15 herramientas de planeación estratégica estelares para 2023: <https://blog.hubspot.es/marketing/herramientas-planeacion-estrategica>
- Santos, D. (06 de Junio de 2023). Obtenido de Planeacion estrategica: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-planificacion-estrategica>