

**Cómo elegir los  
indicadores  
esenciales  
para guiar el rumbo  
de tu gimnasio,  
estudio o box.**



eVo

# Sumario

Introducción .....	3
Escogiendo los Indicadores: Qué tener en cuenta? .....	5
Los Indicadores de afuera para adentro .....	8
Los Indicadores de adentro para afuera.....	12
Los Indicadores en vos .....	14
Creá, usá, evaluá y revisá tus Indicadores .....	16

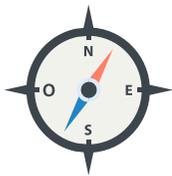
# Introducción

Por qué, hoy en día, se habla tanto de INDICADORES DE DESEMPEÑO?

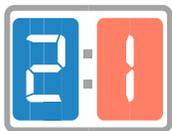
Por diversas razones, podemos darte algunas de ellas:



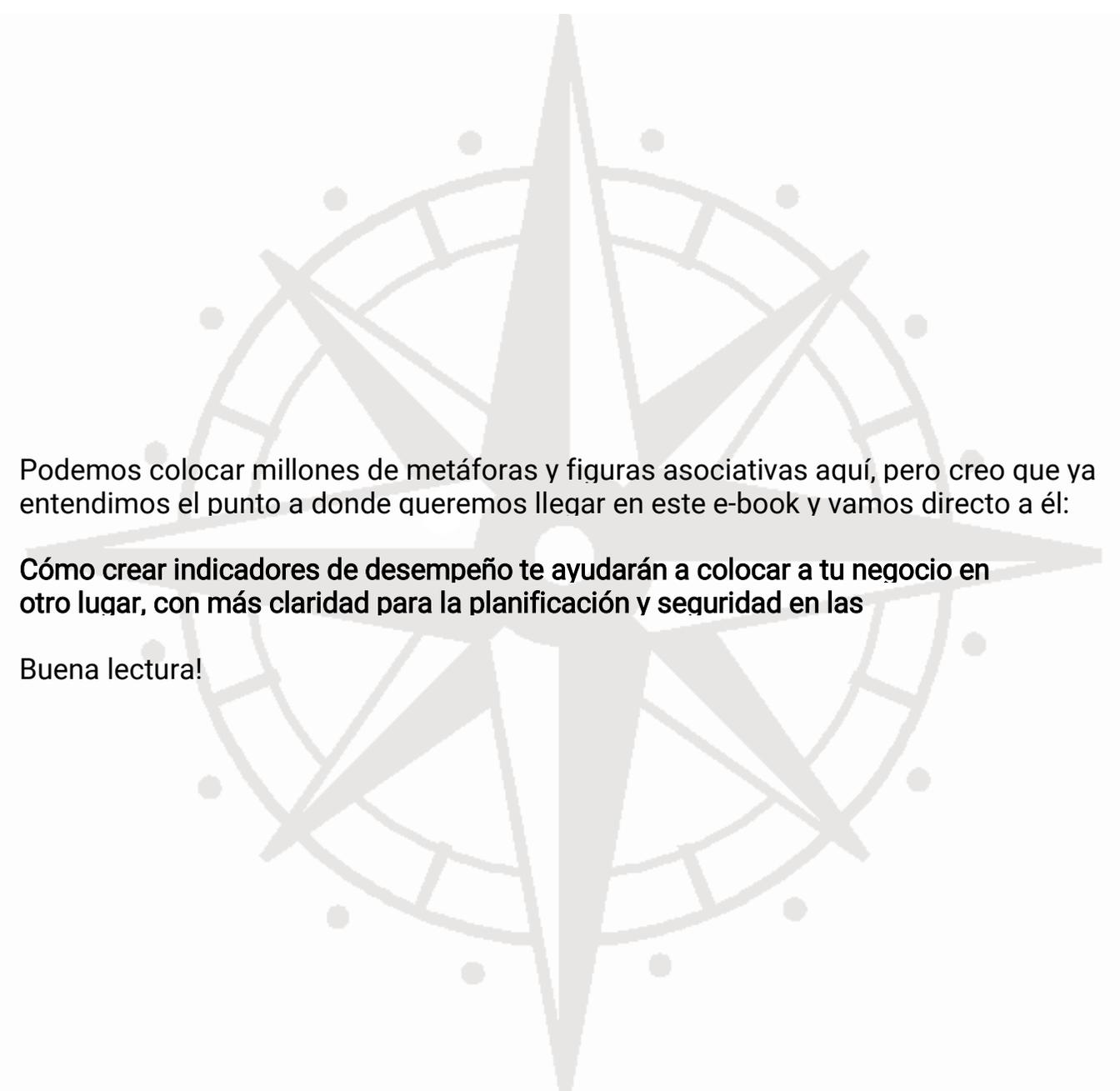
Porque para llegar a algún lugar, es preciso más que sólo saber la dirección. Y en tiempos de GPS la pantalla del smartphone de cada individuo, se vería en el MAPA una figura salida de películas de piratas. En realidad necesitamos mucho más que sólo la dirección, es preciso un DIRECCIONAMIENTO.



Al recorrer el camino, una serie de herramientas para determinar ajustes, tanto en la velocidad, cómo en la estrategia, son más que necesarios. Los tiempos actuales pueden dar agilidad y rapidez, por eso, cuanto antes COMENCEMOS, mejor. Y si tuviéramos que corregir, que sea igualmente rápido!



En un juego, salvo algunas subjetividades irrelevantes, lo que suele importar es el MARCADOR. Quién está ganando? Por cuánto? Cuánto tiempo falta? Quién tiene tarjetas amarillas, faltas o penalidades?



Podemos colocar millones de metáforas y figuras asociativas aquí, pero creo que ya entendimos el punto a donde queremos llegar en este e-book y vamos directo a él:

**Cómo crear indicadores de desempeño te ayudarán a colocar a tu negocio en otro lugar, con más claridad para la planificación y seguridad en las**

Buena lectura!

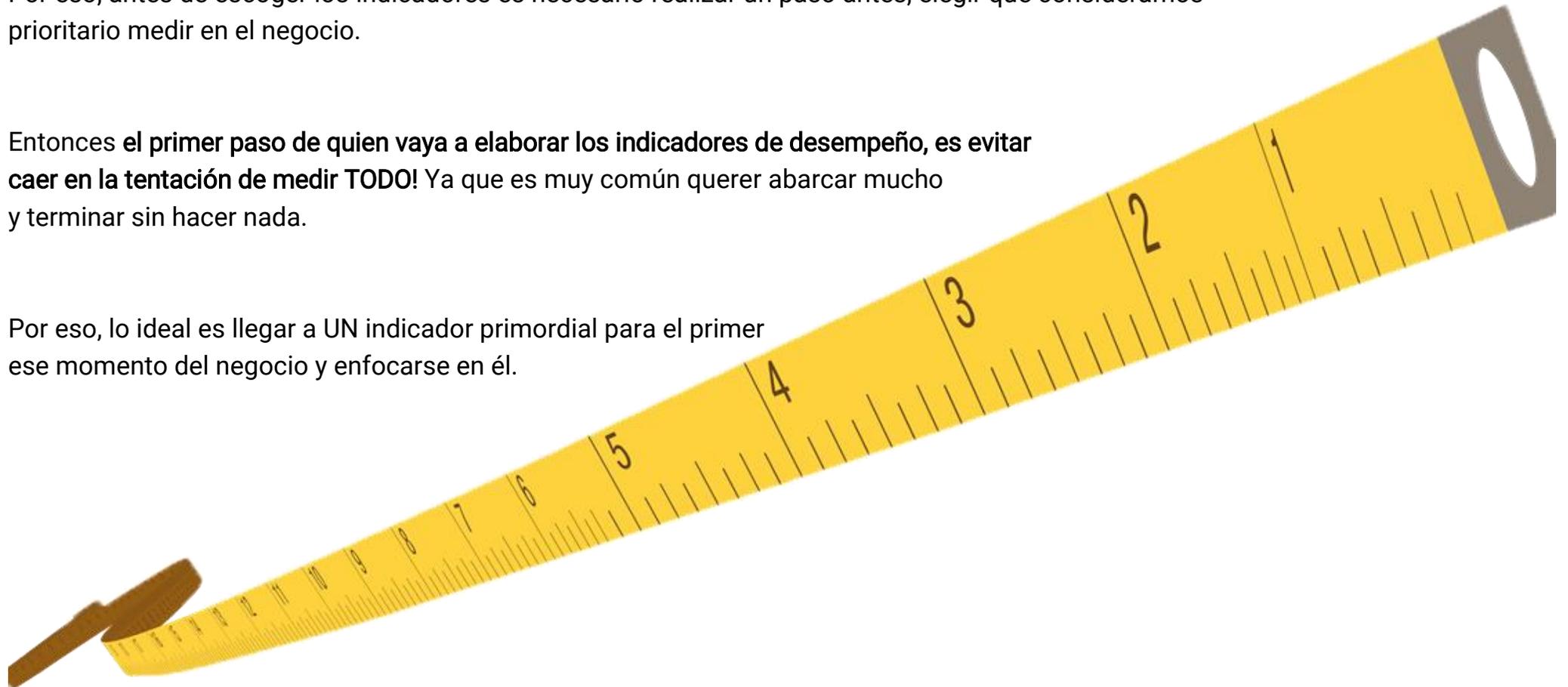
# Escogiendo los INDICADORES DE DESEMPEÑO: Qué tener en cuenta?

No existe una regla a la hora de escoger los indicadores para el gimnasio, ya que cada negocio posee una necesidad diferente. Por eso, el momento de decidir cuáles indicadores serán creados y qué van a medir, es crucial!

Por eso, antes de escoger los indicadores es necesario realizar un paso antes, elegir qué consideramos prioritario medir en el negocio.

Entonces **el primer paso de quien vaya a elaborar los indicadores de desempeño, es evitar caer en la tentación de medir TODO!** Ya que es muy común querer abarcar mucho y terminar sin hacer nada.

Por eso, lo ideal es llegar a **UN** indicador primordial para el primer ese momento del negocio y enfocarse en él.



La otra tentación en que es fácil caer es elegir, de manera precipitada, el **NÚMERO DE VENTAS** como el principal indicador, por algunas de las siguientes razones:

- Es relativamente fácil de medir.
- Impacta directamente en el flujo de caja.
- Forma parte del día a día de los gimnasios y no da mucho trabajo crear mecanismos “motivacionales” incluyendo formas de premiar al equipo.
- Inclusive, en el caso de no alcanzar la meta, siempre surge el miedo natural en el equipo por las consecuencias de no alcanzar el objetivo.



EXISTEN MUCHAS MÁS

PENSÁ FUERA DE LA CAJA!

POSIBILIDADES DE

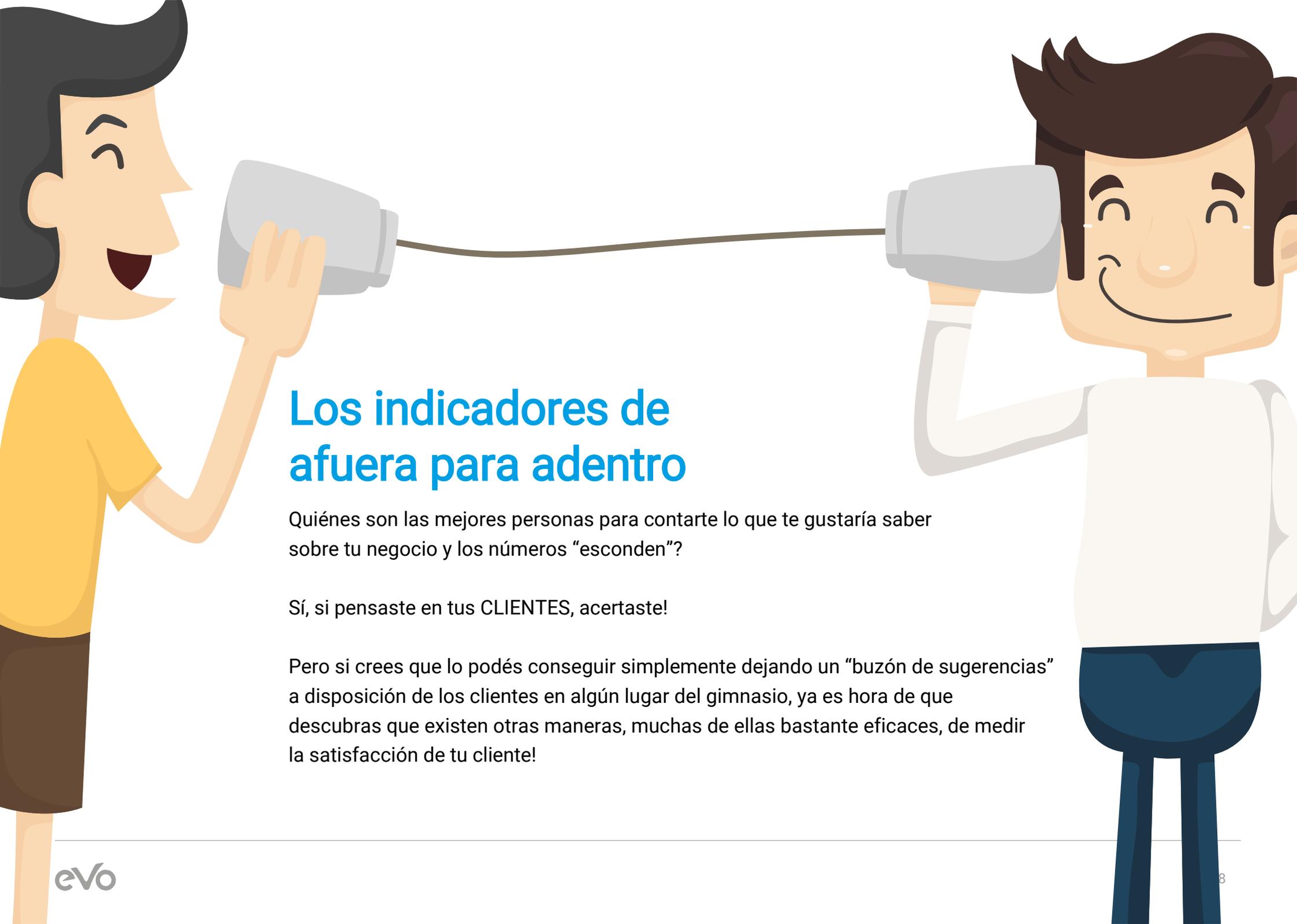
Pero, no queremos simplemente desestimarte para crear un indicador de desempeño para medir el número de ventas, muy por el contrario.

Las mismas razones que citamos pueden servir también para COMEZAR por el número de ventas a la hora de crear los indicadores.

Lo que este e-book pretende, en realidad, es hacer que pienses más allá de ese dato y descubras muchas otras formas de analizar tu negocio a partir de los indicadores, midiendo y evaluando cosas que tal vez estén implorando por tu atención, cariño y cuidado.

Vamos a verlas!

LAS QUE IMAGINAS



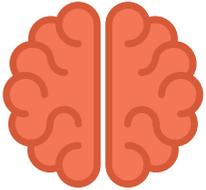
## Los indicadores de afuera para adentro

Quiénes son las mejores personas para contarte lo que te gustaría saber sobre tu negocio y los números “esconden”?

Sí, si pensaste en tus **CLIENTES**, acertaste!

Pero si crees que lo podés conseguir simplemente dejando un “buzón de sugerencias” a disposición de los clientes en algún lugar del gimnasio, ya es hora de que descubras que existen otras maneras, muchas de ellas bastante eficaces, de medir la satisfacción de tu cliente!

Una manera muy práctica y objetiva de averiguar la satisfacción del cliente es comprobar si está obteniendo los resultados que vino buscar a tu gimnasio. Para eso, es muy importante que:



**Conozcas bien a tu cliente**, desde o momento en que entra a tu gimnasio, para saber cuál es su objetivo al anotarse: adelgazar? Hipertrofia? Mejorar el acondicionamiento físico? Rehabilitar una lesión? Encontrar pareja? Es muy importante saber lo que vino buscar al gimnasio, primero para saber si están en condiciones de entregárselo; y segundo, para entregar lo mejor que puedas!



**Acompañes la evolución de tu cliente**. Si ya sabés lo que él quiere, precisas darle INDICADORES de que está en el camino correcto, acompañándolo hasta las metas que trazaron juntos al entrar al gimnasio. Si lo “soltás” y lo dejas sin atención o feedbacks, es probable que él termine olvidando ese objetivo.



**Celebre los objetivos alcanzados!** Sí, puede ser que el cliente sepa mejor que nadie se adelgazó tanto como quería o si corrió la media maratón en el tiempo que esperaba! Pero, la conquista va a tener un sabor aún más especial si es compartida, y, en tiempos de abundante exposición a través de las redes sociales, la conquista puede ser DIVULGADA. Entonces muchas veces el éxito de tu cliente se tornará también en TU ÉXITO!

Además de esa forma de medir la satisfacción del cliente mediante los resultados alcanzados, es posible averiguar si él está conforme con el servicio de una manera aún más simple:

## Preguntándole!

Y una manera aconsejable para preguntarles, es mediante una herramienta muy utilizada hoy en día para medir la satisfacción de los clientes: **NPS, escuchaste sobre eso?**

Net Promoter Score (NPS) es una encuesta cuyo objetivo es medir el nivel de satisfacción de los clientes. En una escala de 0 a 10, el cliente debe responder si recomendaría el gimnasio a un amigo o familiar.

[Hacé CLIC para leer más](#)



Al decidir medir la satisfacción del cliente, es necesario mandar - inclusive de forma indirecta - un claro mensaje al equipo:

**A partir de ahora, el cliente será colocado en el centro de la atención y nos estará evaluando. Por lo tanto, la manera como es recibido y tratado dentro del gimnasio repercutirá directamente en su evaluación.**

Al decidir tomar como base ese tipo de indicador, es natural que el equipo perciba la necesidad natural de provocar en el cliente una buena percepción no sólo del servicio, sino también de la atención que recibe del equipo del gimnasio.

Y si eso no provocara en su equipo un deseo ardiente de atender mejor al cliente, talvez ese sea el momento de usar los indicadores para medir otra cosa...

# Los indicadores de adentro para afuera

Colocar al cliente en el centro de atención es descubrir cómo se siente dentro del gimnasio, y puede ser un excelente indicador. Pero lo que se debe hacer es descubrir qué es lo que a ellos no les está gustando del servicio y de la atención que reciben.

La verdad, nos gustaría proponer otra pregunta: por qué buscar APENAS la respuesta del cliente? Qué tal descubrir también cómo se siente el equipo en el trabajo?

Una de las razones para pensar en un indicador para el equipo es que vas a saber si está comprometido o no. Al medir su satisfacción, todo el time sabrá que vos, como gestor, estás interesado en el desempeño de cada uno, y hará además que te comprometas con vos mismo para mantener al equipo en sintonía.





Ese indicador puede ser algo subjetivo, y dificultar saber si realmente el colaborador está feliz en el trabajo. Entonces, para asegurarte de que tendrás respuestas sinceras es fundamental garantizar que el ambiente sea favorable para eso. Si tu perfil de gestión es de un líder autoritario, que no deja a las personas manifestarse, ese indicador difícilmente vaya a funcionar para vos.

Por otro lado, si te preocupás por el equipo (y deberías hacerlo, porque eso afecta directamente a tu negocio), podrás establecer indicadores del grado de satisfacción de tu time, y entonces medir cuánto influye eso en el desempeño de cada uno.

Por lo tanto, al iniciar una discusión sobre cuáles puntos merecen atención y ser medidos, no te olvides de la mirada del equipo, porque además de esforzarse por conseguir una mejor evaluación del cliente, se sentirán mucho más cuidados al saber que el líder está evaluando su rendimiento. Recordá: son ellos quienes ayudaron al gimnasio a llegar a donde está ahora!

## #CONSEJO

El indicador de performance puede ser diario. Al final de cada reporte diario, enviá una pregunta para cada uno. En una escala de 0 a 10: cuál fue el esfuerzo que pusiste en el trabajo de hoy?

Con las respuestas en las manos, podrás hacer una autorreflexión sobre las decisiones que estás tomando: si están siendo buenas o no para el equipo y, consecuentemente, para el gimnasio.

## Los Indicadores en vos

Después de cumplir esa extensa tarea de analizar los hechos y datos de tu negocio, tus clientes y tu equipo, que tal mirarte a vos mismo?

No sentís curiosidad por saber cómo te ven tus colaboradores? Cómo es tu papel de líder desde su punto de vista?

Una de las funciones más nobles de un líder es proveer un ambiente motivante para que los liderados desempeñen sus funciones en busca de alta performance. Hay estudios que muestran que la era de motivar a través de premios y castigos ya quedó atrás. Hoy el líder que busca tener su negocio en otro nivel se asegura de que su equipo pueda desarrollar sus dones, talentos y habilidades motivados por un propósito.



# Y DÓNDE ESTÁ SU PROPÓSITO?

Su propósito está en la contribución (para los clientes, para los liderados, para la sociedad), o sólo en la retribución (lucro)? Sí, sabemos que nada impide que el propósito esté en los dos, pero cómo está el **EQUILIBRIO** entre esas dos cosas?

Y si te das cuenta de que tus colaboradores no serán lo suficientemente sinceros para hacer esa evaluación de liderazgo, entonces ya tenés un óptimo indicador a ser trabajado: **estimular la cultura del Feedback!**

Transformá el gimnasio en un ambiente donde todos pueden dar sus opiniones y vas a ver que, cuanto mayor es la participación al momento de tomar la decisión, mayor será el compromiso a la hora de ejecutar la estrategia!

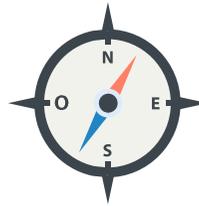


# Creá, usá, evaluá y revisá tus Indicadores

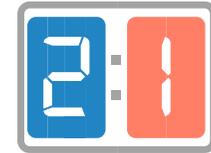
De todo lo hablamos, nos gustaría revisar lo que fue mencionado en la Introducción:



Usá tus Indicadores como un GPS, que te ayude a llegar donde deseas.



Hacé de ellos tu BRÚJULA o tu SONAR, para poder corregir la ruta si hay peligros al frente.



Usalos como el MARCADOR del juego, para saber cómo está la situación a cada momento.



Usálos para todas esas finalidades, pero sobre todo, usálos para conseguir integrar a tu gimnasio como un ORGANISMO, de forma sistémica y ampliamente inter ligada. Buscando no privilegiar las ventas en detrimento de los clientes, ni hacer todo por los clientes dejando de lado a tus colaboradores, sin ser como una “madre” para los colaboradores y nunca escuchar a los clientes.

Utilizá la sabiduría para crear indicadores, y comenzá inmediatamente a trabajar con ellos! Ese es nuestro objetivo al ofrecer la lectura de este material, pues sabemos que a partir del momento en que aprendas a medir, llevarás a tu gimnasio a otro nivel.

Ya que los INDICADORES son exactamente eso:  
el mejor instrumento de APRENDIZAJE que existe!

Gracias!