



Valencia, 19 de mayo de 2011



GIMNASIOS LOW COST ¿Amenaza u oportunidad?

Rafael Cecilio Bustos

Director Corporativo del Grupo Ingesport

Presidente de Dreamfit







“Los consumidores ya no se creen que lo que cuesta más tiene más calidad”. Josep Francesc Valls, autor de *Fenómeno low cost*.

En 2008, un 73% de los encuestados no creía que a mayor desembolso, mayor calidad. En 2010, la cifra ascendía a un 93%.

Más que *low cost* de bajo nivel, se trata de la revolución de los *básicos* en todos los ámbitos.



Ese cambio comenzó hace 30 años con la estantería *Billy*, producto estrella de Ikea.

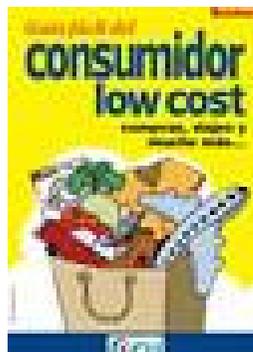


Después de los muebles le tocó a la moda: la ropa de segunda mano se empezó a llamar *vintage* mientras Zara o H&M democratizaban el estilismo.



Y las marcas blancas sentenciaron. Comprar barato no produce complejos.

¿ Amenaza u oportunidad ?



El fenómeno low cost

- Vuelos
- Viajes
- Moda
- Alimentación
- Hoteles
- Seguros
- Telefonía
- Informática
- Muebles
- Cosmética
- Artículos del hogar
- Aparcamientos
- Coches
- Pisos
- Taxis





Pensamiento low cost



Consejos "low cost" para este verano



Conducción

- Conduzca siempre a primeras horas de la mañana o a últimas de la tarde: evitará pasar calor, evitará atascos, ahorrará combustible y disfrutará más del trayecto.

Teléfono

- Saque el máximo rendimiento de su tiempo libre utilizando menos el teléfono... desconectar un poco es sano para su mente y bueno para su bolsillo !



Organización

- Romper la rutina, dejarse llevar por el tiempo, aprovechar momentos en familia, le hará sentirse mejor, sin la obligación de hacer actividades todo el día, ...más calidad en la gestión del tiempo y menos gasto !

Salidas

- Seleccione realmente las que valen la pena. No salga por salir !! La vorágine veraniega estresa más que relaja !



El sol puede ser amigo

- Evite el sol de 12h00 a 17h00 ... Fuera de estas horas el sol no es tan peligroso, las playas están más tranquilas, y no necesitará embadurnarse con 10 cremas solares.

Hidratación

- La lógica es aplastante, a más calor, más sudoración y más necesidad de reponer líquidos. Nuestro consejo low cost : beba mucha agua, y si es de garrafa, mejor que mejor !



Alimentación

- Aproveche el verano para eliminar toxinas y grasas, es la época perfecta para consumir todo lo que es de temporada y de producción local, + calidad a menor precio. Insista en las sardinas, son económicas y muy buenas !

Deporte

- Utilice su entorno natural para practicar deporte, un deporte simple al que va a dedicar más horas; disfrute de los paisajes, olores y colores en sus paseos, no se encierre en gimnasios. Su mente, su imaginación y sus ojos también necesitan actividad física ...



Lectura

- Cómprase libros de bolsillo, son los más económicos y sobre todo intercambie libros con sus vecinos y amigos... un libro gana valor cuantas más personas lo hayan leído : marque en la primera página su nombre, lugar y fecha, y quizás se sorprenda de ver el año que viene que su libro a dado la vuelta al mundo !

Niños

- Lo que más les gusta y agradecen es que estemos con ellos. El verano es el momento de disfrutar de ellos, de recuperar el tiempo perdido y si tiene que salir alguna noche, comparta canguro con sus vecinos.



Televisión

- En verano hay muchas reposiciones y menos anuncios: Una gran oportunidad para ver TV. Y este año tenemos los Juegos de Pekín :un buen momento para compartir. Espere la vuelta al cole para ceder a la tentación del cine + palomitas.



Ser LOW COST no tiene nada que ver con...

~~Semana fantástica~~ ~~Rebajas~~ ~~Oportunidades~~ ~~Oferta~~
~~Outlet~~ ~~Multiprecio~~ ~~Ganga~~
~~Descuento~~ ~~Promoción~~ ~~Liquidación~~

Ser LOW COST es un modelo de negocio con un único objetivo: ofrecer calidad sin florituras a un precio bajo.



La crisis esta siendo un revulsivo para el cambio, para aclarar ideas y enfocar las nuevas estructuras.



Cuatro de las diez personas más adineradas del mundo según *Forbes* lideran una empresa *low cost*. Ingvar Kamprad dirige Ikea, Karl y Theo Albrecht gestionan los estantes del supermercado Lidl y Amancio Ortega preside Inditex. “Cuando creamos una prenda, primero pensamos en el precio más razonable para venderla. Luego encontramos los medios y la hacemos”, explica siempre Ortega. Una filosofía textil que sirve para definir cualquier iniciativa *low cost*.



SPORTS UNLIMITED Valencia



¿ Iba a estar al margen de este fenómeno el fitness ?

Visión del fitness low cost Dream Fit.

- **Los modelos de negocio “Low Cost” han revolucionado la forma de consumo** de casi todos mercados, tradicionales y electrónicos.
- Distribución y servicios han sido los sectores con mayor desarrollo de un concepto comercial que separa lo superfluo de lo sustantivo, para **presentar al mercado el “mejor precio” posible de adquisición.**
- **El consumidor**, cada vez más informado, **se muestra exigente pero práctico** en la gestión de sus necesidades y la función que han de cumplir los productos y servicios que consume.
- Como consecuencia, el concepto **“Value for Money” (puesta en valor de mi dinero)** ha permeabilizado la sensibilidad del consumidor que, cada vez en mayor medida, rechaza pagar más de lo que un producto vale o hacerlo por aquellos servicios que no necesita o utiliza.
- **Ser primer movedor de este “modelo” en el mercado nacional del fitness**, permite un liderazgo y posicionamiento indiscutible, con una rentabilidad contrastada en otros mercados europeos y americanos, así como una curva de aprendizaje exponencial para un rápido desarrollo.

Misión del fitness low cost Dream Fit.

- **Implantación y desarrollo** de un segmento de mercado, nuevo en España, como es el Gimnasio de Bajo Coste (**Low Cost Fitness**).
- **Crear instalaciones con el más alto nivel de equipamiento y tecnología**, un programa y operación de máxima calidad y una política de precios del más alto valor percibido para el consumidor, que busca el mejor producto al mejor precio.
- Desarrollar esta línea de negocio con **“liderazgo” en coste y posicionamiento**, convirtiendo a Dream Fit en la **marca de referencia** del segmento.
- A través de la experiencia y la sensibilidad hacia los hábitos de consumo de los usuarios, **retroalimentar el modelo y dotarlo de los recursos y habilidades** necesarios para adelantarse a las tendencias futuras y satisfacer, de forma acertada, las necesidades y deseos de los clientes.
- Encontrar la **rentabilidad en la generación de economías de escala** y el empleo de todos los recursos en la racionalización de la demanda, que en suma reviertan en una ventaja económica para la empresa y cada uno de los usuarios.

Coyuntura sectorial.

Penetración de la práctica deportiva

	TOTAL	HOMBRE	MUJER	MEDIA ALTA	MEDIA	MEDIA BAJA
ANDAR	76%	76%	75%	74%	77%	77%
GIMNASIO	23%	24%	19%	28%	16%	10%
CORRER	20%	32%	10%	24%	20%	15%
NADAR	16%	15%	16%	22%	17%	13%
OTROS	17%	29%	6%	23%	17%	10%

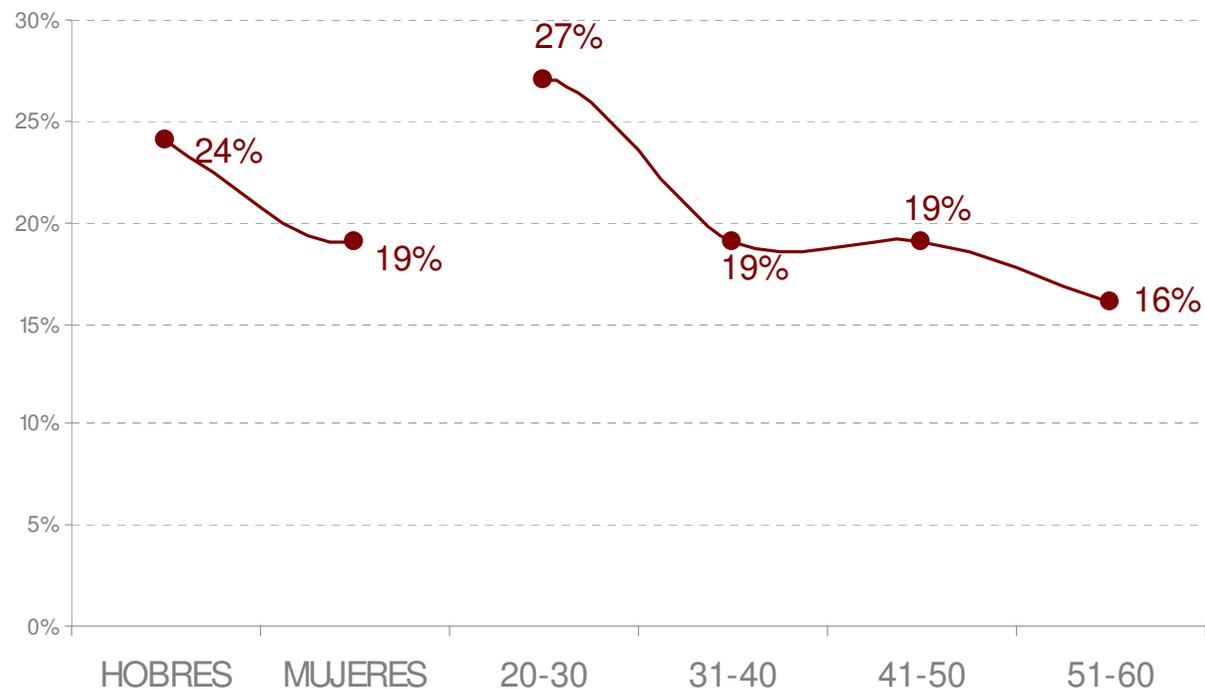
- En relación a nuestro entorno europeo, cabe aún un crecimiento de 20 puntos.
- 9 millones de usuarios. La cuarta parte de los españoles acuden a Centros de Fitness.
- 7.000 centros deportivos. 2.000 millones de euros de beneficio neto en 2008.
- 6,5 % de crecimiento interanual desde 2004.

Fuente: Sondeo de sensibilidad IPSOS 2008.

Gráficos: Ingesport, División de Consultoría.

Coyuntura sectorial.

Penetración. Representación Gráfica



Core Target de servicios Fitness: hombre de 30 años y clase media-alta.

Fuente: Sondeo de sensibilidad IPSOS 2008.

Gráficos: Ingesport, División de Consultoría.

Coyuntura sectorial.

Distribución de Usos según evolución de la Demanda

Cuadro de consumo de los principales servicios ofertados

%	2006	2007	2008	Hombre	Mujer
Cardiovascular	45	39	52	64	45
Actividades dirigidas	43	45	44	23	57
Zona de agua	34	37	41	41	41
Fitness (musculación)	34	36	42	70	23
Stretching (estirar)	18	17	33	38	30
Exterior(padel-tenis)	6	8	5	12	1

El mayor incremento de uso recae sobre la Zona Acuática y el Spa

Clases Dirigidas y Fitness, lo más demandado por mujeres y hombres respectivamente.

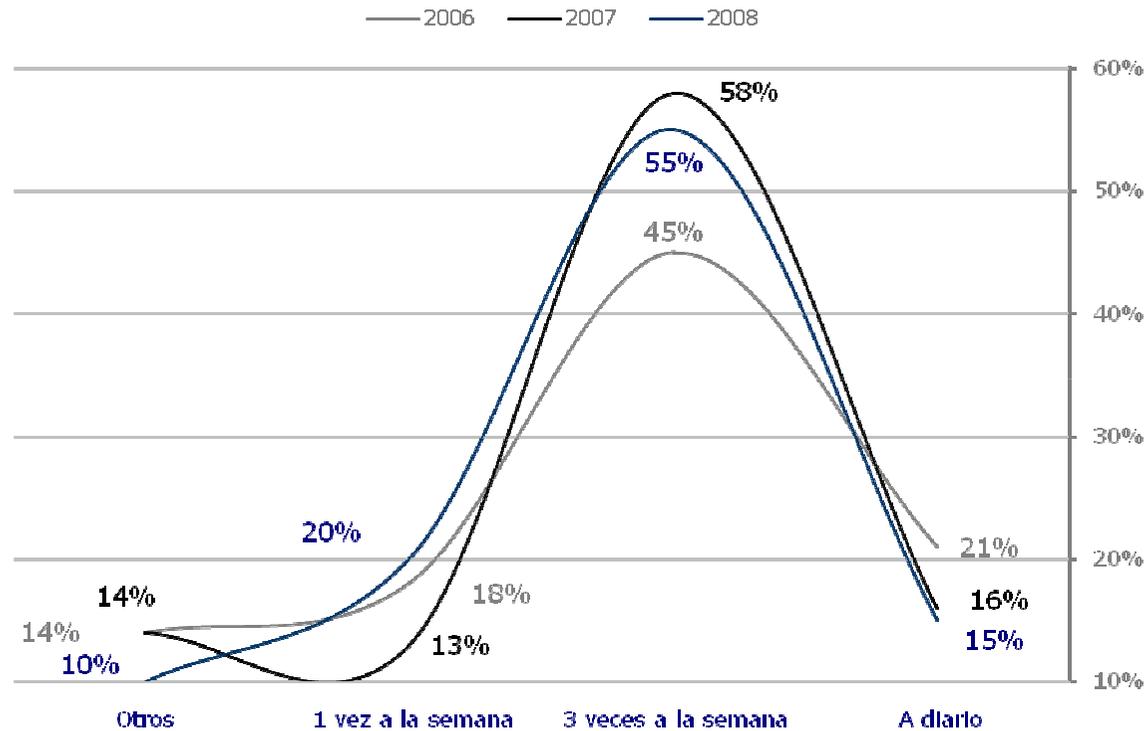
Fuente: Sondeo de sensibilidad IPSOS 2008.

Gráficos: Ingesport, División de Consultoría.

Coyuntura sectorial.



Hábitos de consumo. Frecuencia



El pico de frecuencia lo encontramos en tres veces semanales, siendo la media de 2,7.

Fuente: Sondeo de sensibilidad IPSOS 2008.

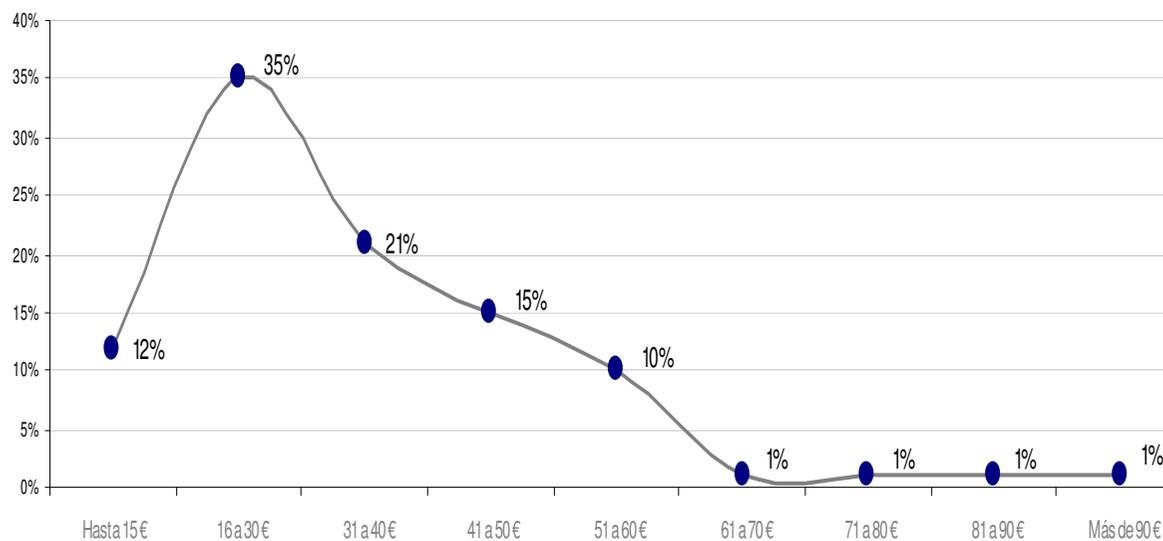
Gráficos: Ingesport, División de Consultoría.

Coyuntura sectorial.



Sensibilidad de la Demanda vs. Precio

Penetración por tramos de precio sobre el total de usuarios



Existe una elevada sensibilidad al precio en la relación 2:1.



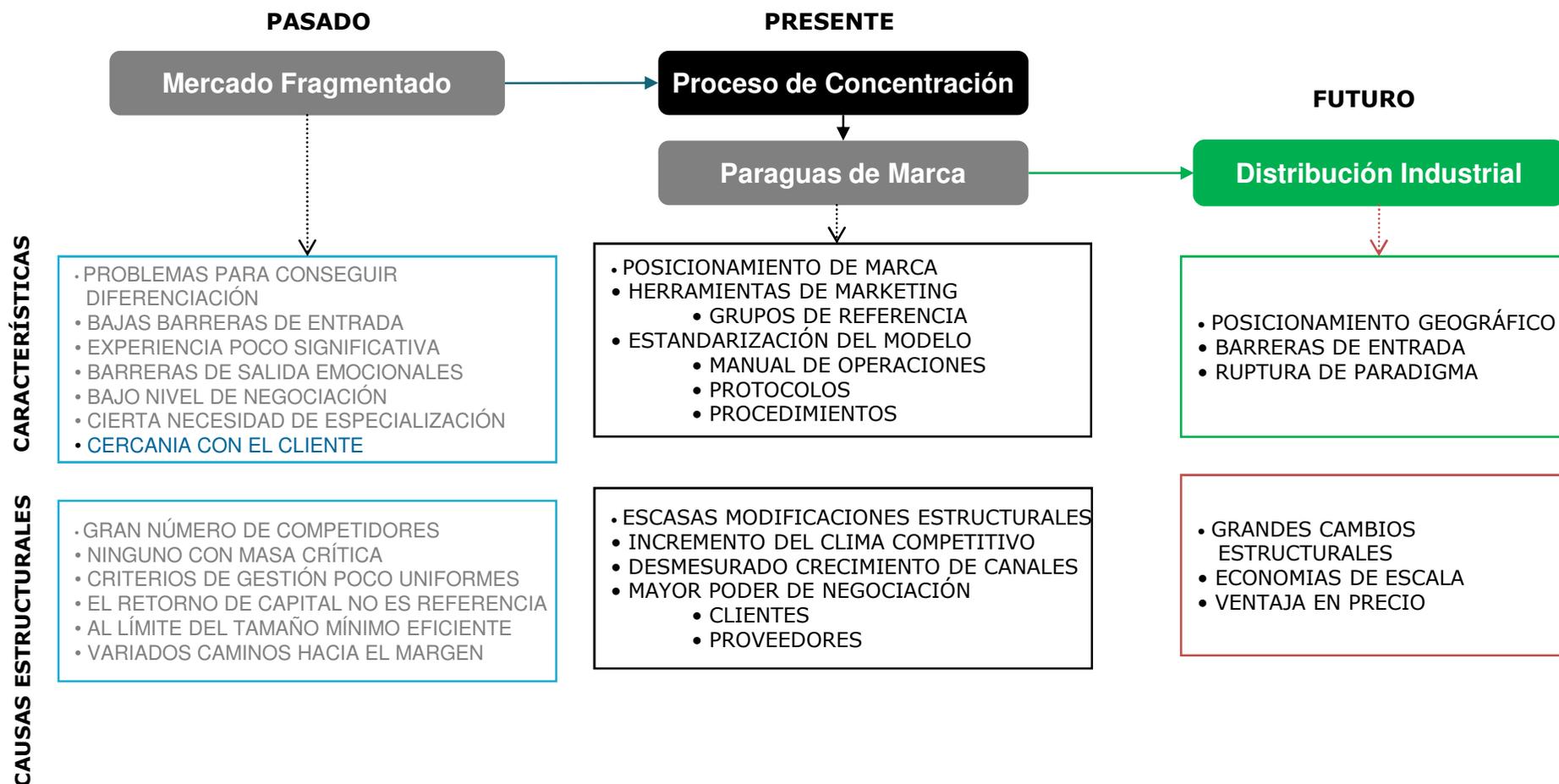
El **precio medio** sobre el que alcanzar un 90 % de penetración se sitúa en 30 €.

Fuente: Sondeo de sensibilidad IPSOS 2008.

Gráficos: Ingesport, División de Consultoría.

Coyuntura sectorial.

Evolución del sector. Tendencia



Modelo de Negocio Dream Fit (Low Cost)

Concepto:

- Instalación **Fitness (gimnasio)** centrada en los servicios e instalaciones de máxima demanda, eliminando todas aquellas prestaciones y servicios que, consumiendo recursos, carecen de uso práctico.

Forma:

- Complejos de **medio tamaño (2.000 m2)**. Orientados a generar economías de escala a través de la optimización de su espacio en contenido (usos de máxima penetración) y forma (máximo número de estaciones de trabajo).

Contenido:

- Sala de Fitness / Cardiovascular de gran tamaño (1.000 m2) dotada con el máximo número de puestos e trabajo y un equipamiento deportivo del más alto nivel tecnológico .
- Sala polivalente de medio tamaño (200 m2) para clases colectivas: Spinn, aerobic, steps, etc.
- Vestuarios funcionales.
- Sauna y Solarium en los centros que sea posible.

Precio:

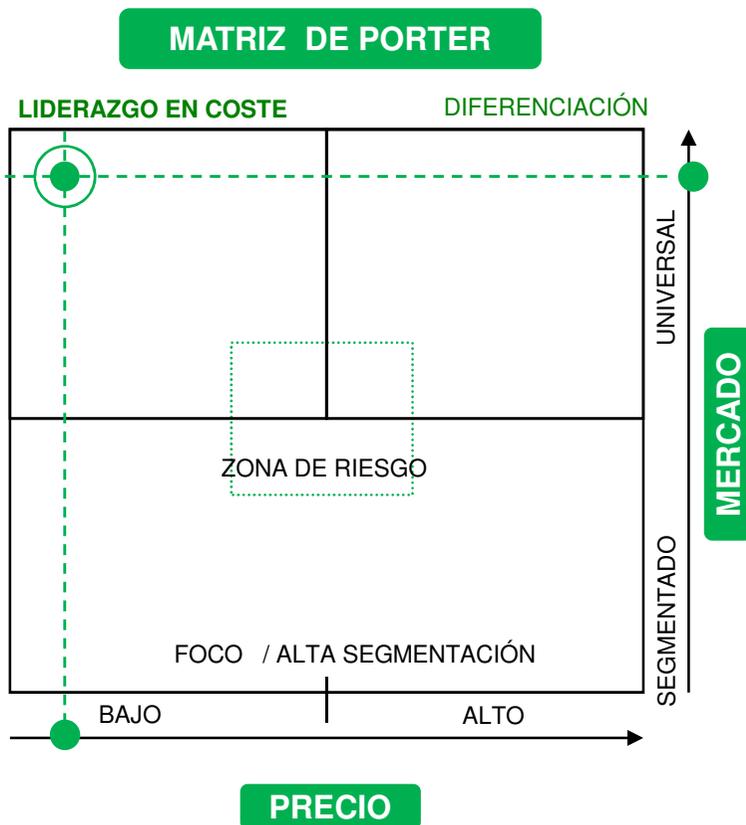
- **Por debajo de 20 € / mes. Accesible al 100%** del Universo Poblacional.

Comercialización:

- **Uso ilimitado** en régimen de **todo incluido** y con la máxima cobertura horaria.

Modelo de Negocio Dream Fit (Low Cost)

Ventaja Competitiva. Posicionamiento.



Habilidades y recursos

- **Inversión** constante en equipamiento y tecnología.
- Grandes habilidades en la **operación** y los Procedimientos.
- Supervisión intensa de la “**mano de obra**”.
- Productos y servicios diseñados para su fácil **producción**.
- Canales de comercialización de baja inversión en **marketing**.

Modelo Organizativo

- Rígido **control de costes**.
- **Informes** de control frecuentes y detallados.
- Árbol de decisiones y **responsabilidades** muy estructurado.
- Política de incentivos basados en **objetivos** cuantitativos.



Modelo de Negocio Dream Fit (Low Cost)



Factores Críticos de Éxito

- Emplazamiento con masa crítica.
- Instalación con “tamaño mínimo eficiente” para generar economías de escala.
- Tamaño de piezas en función de usos de máxima demanda.
- Especial atención sobre el equipamiento y número de estaciones de trabajo.
- Política de “Mejor Precio” del mercado.
- Inversiones y Capex ajustadas a la realidad de la demanda.
- Equipamiento deportivo en constante renovación.
- Eliminación de todo coste de venta variable asociado al fondo de comercio.

Modelo de Negocio Dream Fit (Low Cost)



Factores Clave de Gestión

- **Operación:**
 - Eficiencia de la estructura del capital humano.
 - Gestión de coberturas: (horarios y actividades).
 - Optimización de los recursos estructurales.
- **Comercial y Mk:**
 - Rápida captación y reposición de unidades de usuarios.
 - Medidas correctoras inmediatas sobre el nivel mínimo de ocupación.
 - Posicionamiento de referencia.
- **Gestión:**
 - Exhaustivo control de costes y gastos.
 - Orientación a objetivos cuantitativos.
 - Supresión de valores añadidos intangibles.
 - El valor esta en el precio y la calidad de los elementos de uso.



SPORTS UNLIMITED Valencia



Imagen corporativa.

Hi Fitness, Low Cost

19,90 €/mes

Todo el Fitness que quieras

Ha llegado un sueño
¿Te lo vas a perder?

DREAM FIT

www.dreamfit.es

Flyer publicitario.

Hi Fitness, Low Cost

19,90

€/mes

Todo el Fitness que quieras

DREAM FIT

www.dreamfit.es

- **MÁS DE 1000 M² DE SALA DE FITNESS**
- Más de 200 puestos de cardio y musculación con máquinas Technogym de alta calidad y tecnología.
- Clases colectivas con las últimas tendencias: Cycle, Aerobic, Energy, GAP, Stretching, Abdominales, Pilates y mucho más.
- Un placer para los sentidos: Sauna panorámica y solarium
- Parking gratuito.

DreamFit es el primer centro de fitness low cost español.

Todo el fitness que quieras al mejor precio, con modernas e innovadoras instalaciones y tecnología.

No es una oferta, es el precio

PLAZAS LIMITADAS

¿Te lo vas a perder?

Centro Comercial Plaza Aluche, Av. de los Poblados, 58, 28044 - Madrid



Filosofía DreamFit.

DREAMFIT es el primer **centro de fitness low cost** español. Se trata de un gimnasio de alta calidad y última tecnología, tanto en las instalaciones como en el equipamiento, donde podrás disfrutar de todos los servicios que ofrece el centro por **19,90 €/mes**: sala de fitness con las últimas tendencias en máquinas Technogym cardiovasculares y de tonificación, sala de clases colectivas dirigidas, y jardín con sauna panorámica y solarium.

Todo el fitness que quieras al mejor precio, con modernas e innovadoras instalaciones, diseñadas para el ocio, el deporte y la salud, que mejorarán tu calidad de vida y tu bienestar a través de la actividad física. Con un equipo técnico y humano de primer nivel profesional que te atenderá personalmente en función de tus necesidades.

Un verdadero lugar de encuentro, donde puedes compartir experiencias con gente con tus mismas inquietudes. Accesible para todo tipo de usuarios, desde los más jóvenes hasta los más mayores, con programas de entrenamiento adecuados a cada uno. Diversidad, variedad y flexibilidad, donde podrás disfrutar y entrenar de forma personalizada o a través de actividades dirigidas.

La mejor relación calidad-precio, la mayor oferta de servicios y actividades de fitness al mejor precio, con el uso de todas las instalaciones y clases colectivas incluido.

Instalaciones y Servicios DreamFit Aluche.



INSTALACIONES

- Sala de fitness y musculación
- Sala de clases colectivas
- Sauna panorámica
- Solarium
- Parking gratuito

CLASES COLECTIVAS GRATUITAS

- Spinn (ciclismo indoor)
- Aerobic
- Energy
- Gap
- Abdominales
- Stretching (estiramientos)
- Pilates

VENDING

- Bebidas isotónicas
- Productos energéticos
- Refrescos
- Sandwiches



Instalaciones y Servicios DreamFit Aluche.

HORARIOS

Lunes a Viernes de 7:00 de la mañana a 23:00 de la noche ininterrumpidamente.

Sábados de 9:00 de la mañana a 21:00 de la noche ininterrumpidamente.

Domingos y Festivos de 9:00 a 15:00.

PRECIOS

ABONADOS	PAGO MENSUAL	PAGO TRIMESTRAL
Matrícula de inscripción	29,90 €	19,90 €
MENSUALIDAD	19,90 €/mes	19,90 €/mes



Instalaciones DreamFit Aluche.

SALA DE FITNESS	1.050 m²
SALA DE CLASES COLECTIVAS	250 m²
SAUNA PANORÁMICA	50 m²
SOLARIUM	450 m²
VESTUARIOS	250 m²
PARKING	2.000 plazas



SPORTS UNLIMITED Valencia



Instalaciones DreamFit Aluche.

SALA DE FITNESS

200 puestos de trabajo con máquinas Technogym:

- 80 puestos de Cardio
- Circuito Personal Selection
- Circuito Element
- Circuito de pesas Pure Stength
- Zona amplia de Peso Libre
- Zona de abdominales, estiramientos y flexibilidad



Instalaciones DreamFit Aluche.



SALA DE FITNESS

La mejor Sala de Fitness que puedas imaginar. Más de 1.000 m² equipados con las más modernas máquinas cardiovasculares y de musculación de la marca Technogym, donde la innovación no encuentra límites.

La mayor tecnología y la más alta calidad para que tú la disfrutes. Más de 200 puestos de trabajo, con más de 80 de cardio y un amplio equipamiento de máquinas de tonificación, fuerza, flexibilidad y peso libre.

El mejor gimnasio que puedas conocer, a la mejor relación calidad precio.

Instalaciones DreamFit Aluche.



SALA DE CLASES COLECTIVAS

Clases colectivas con las últimas tendencias. Clases divertidas, motivadoras, dirigidas por excelentes profesionales, con las que podrás gozar, te llenarán de energía y te harán feliz.

Spinn, Aerobic, Energy, GAP, Stretching, Abdominales, Pilates y mucho más. Y todo ello incluido en el mismo precio. Para que no renuncies a nada, para que experimentes con todo, para que descubras lo que más te gusta.



Instalaciones DreamFit Aluche.



SAUNA PANORÁMICA

Un placer para los sentidos. Un tiempo perfecto. Para que disfrutes al máximo al final de tu actividad.

La sauna más impresionante que jamás hayas visto. En el jardín exterior, saliendo a través del solárium, como en los países nórdicos, en contraste con el ambiente.



Grande, enormemente grande, panorámica, acristalada con vistas al exterior. Para que te dediques un tiempo a ti mismo, para que te relajes, para que dejes el estrés, para que la compartas.

No te lo imaginas. Pruébala.

Instalaciones DreamFit Aluche.



SOLARIUM

La combinación perfecta con la sauna panorámica. Para que tomes el sol no sólo en verano, también en otoño, en invierno, en primavera.

Y para que te relajes y realices el contraste frío con la sauna.

¿A que no lo has probado nunca? Ahora tienes tu oportunidad.

¿Te lo vas a perder?

Instalaciones DreamFit Aluche.



VESTUARIOS

Vestuarios elegantes y perfectamente equipados para que te cambies y te duches. Con taquillas fenólicas individuales de alta calidad para que dejes tu ropa y tus pertenencias.

No olvides traer un candado para cerrar la taquilla. Si no, en recepción podemos proporcionarte uno.

Instalaciones DreamFit Aluche.



PARKING

El Centro Comercial Plaza Aluche dispone de un amplio aparcamiento subterráneo con más de 2.000 plazas a tu disposición para que puedas disfrutar de tu gimnasio Dreamfit cómodamente. Gratuito y con acceso directo al gimnasio y al Centro Comercial. ¿Qué más se puede pedir?



SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia

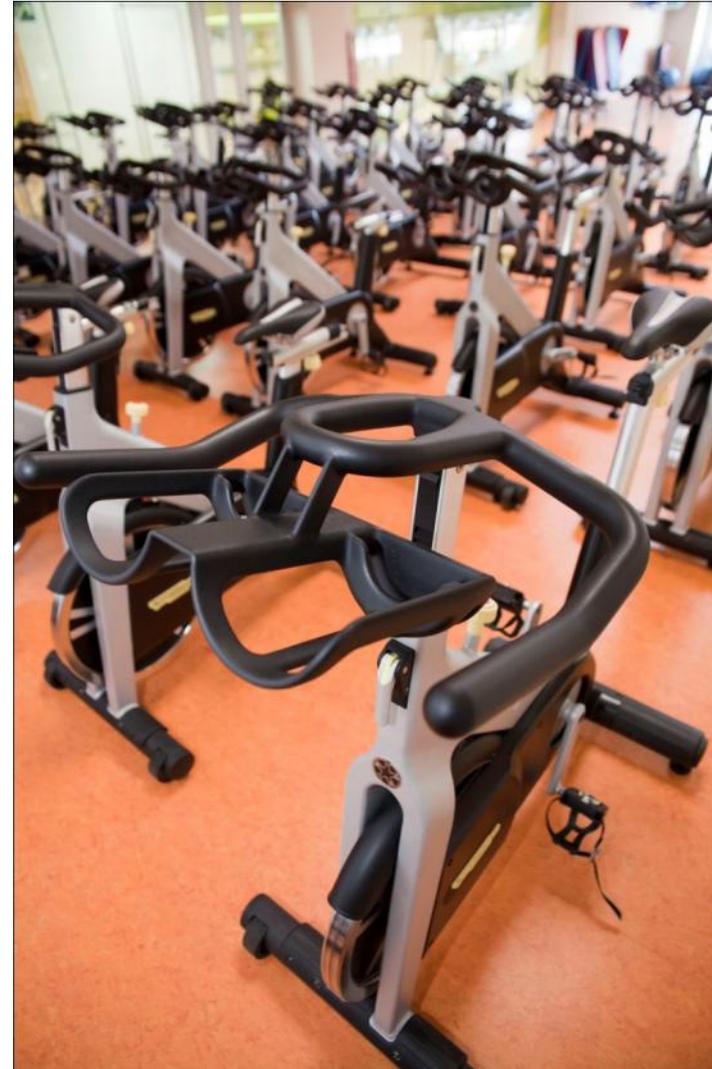








SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia





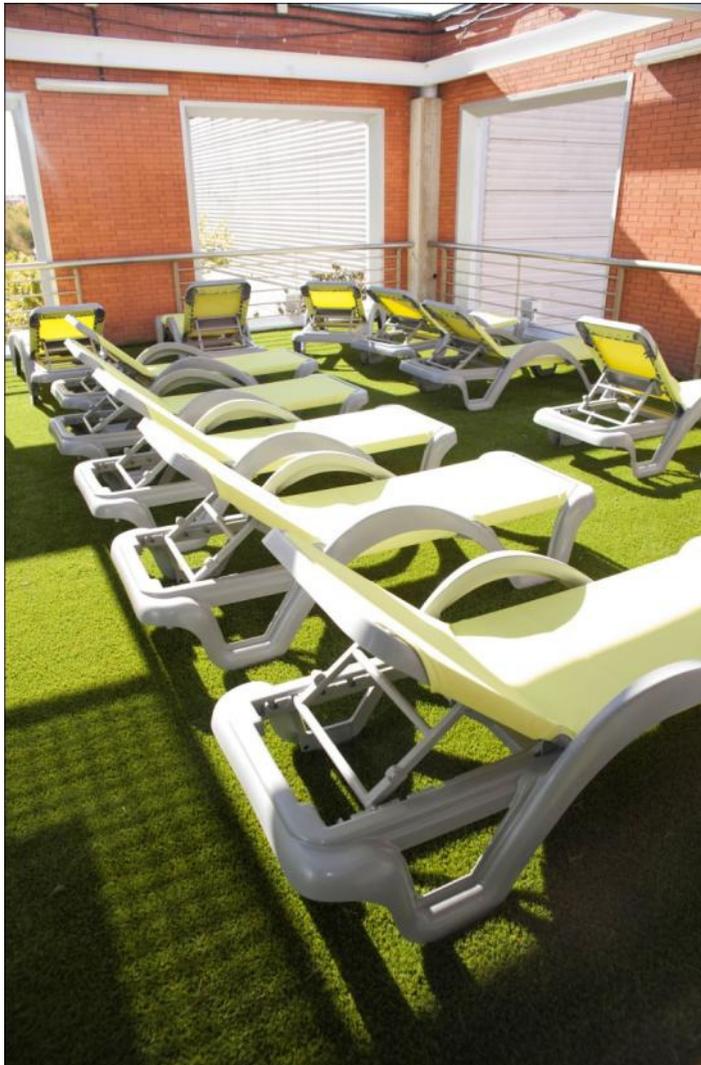
SPORTS UNLIMITED Valencia







SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia





SPORTS UNLIMITED Valencia





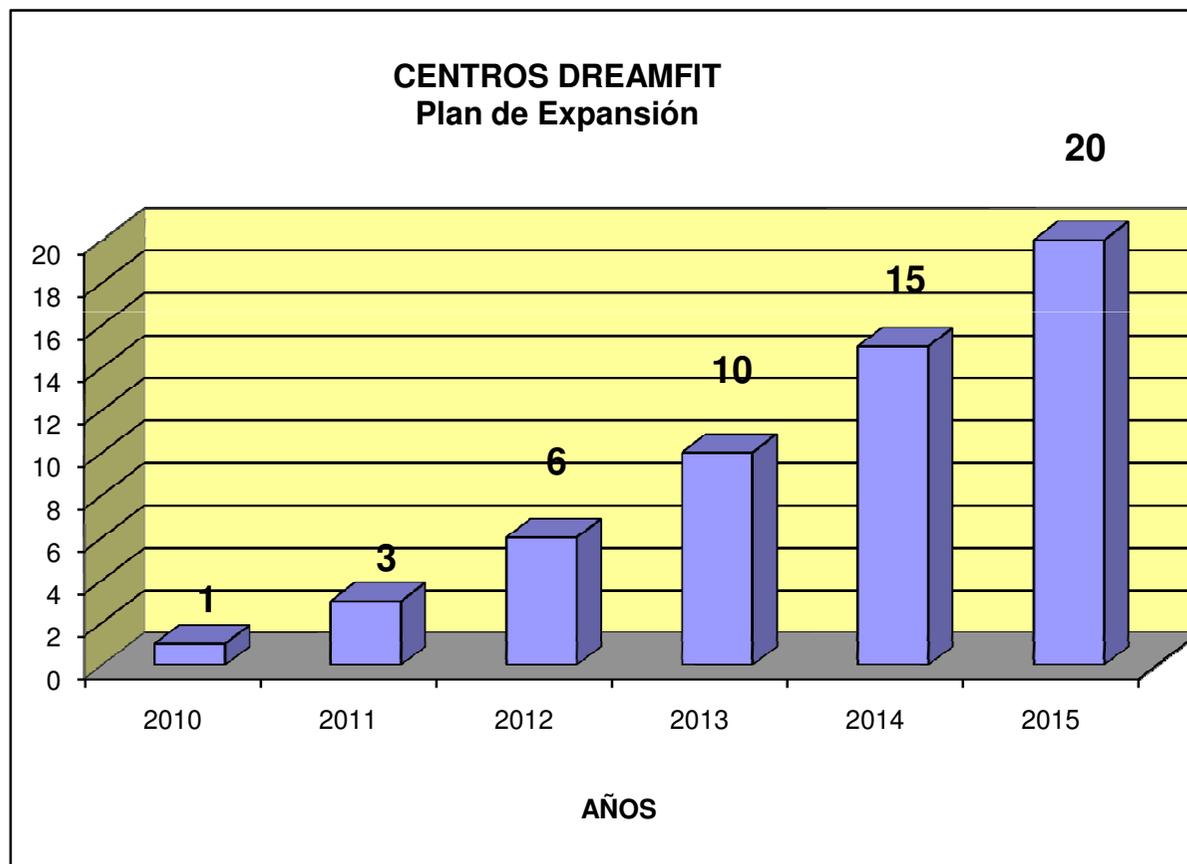
SPORTS UNLIMITED Valencia





Plan de Expansión.

Expansión 2010-2015.



Plan de Expansión.

Áreas de interés estratégico.

- | | |
|----------------|------------------------|
| • Madrid | • Cáceres |
| • Coslada | • Badajoz |
| • Getafe | • Albacete |
| • Alcorcón | • Guadalajara |
| • Fuenlabrada | • Salamanca |
| • Las Rozas | • Zaragoza |
| • Sevilla | • Logroño |
| • Dos Hermanas | • Pamplona |
| • Málaga | • Vigo |
| • Granada | • Orense |
| • Almería | • Gijón |
| • Córdoba | • Oviedo |
| • Cádiz | • Santander |
| • Jerez | • Bilbao |
| • Murcia | • Donostia |
| • Cartagena | • Lleida |
| • Valencia | • Tarragona |
| • Alicante | • Palma de Mallorca |
| • Elche | • Las Palmas |
| • Castellón | • Sta Cruz de Tenerife |



- Objetivo de alcanzar una cartera de entre 15 y 20 centros en los próximos 5 años
- Consecución de 3/4 nuevos emplazamientos cada año durante 2011 -2015, con los siguientes criterios básicos:
 - Municipios de más de 100.000 habitantes
 - Escasez de oferta deportiva fitness vs. densidad demográfica
- Oportunidades adicionales mediante lease back.



SPORTS UNLIMITED Valencia



Muchas gracias.

Rafael Cecilio Bustos.
Presidente Administrador
rcecilio@dreamfit.es
www.dreamfit.es

