

Sistemas

Modelo HMA

Principios

Por qué

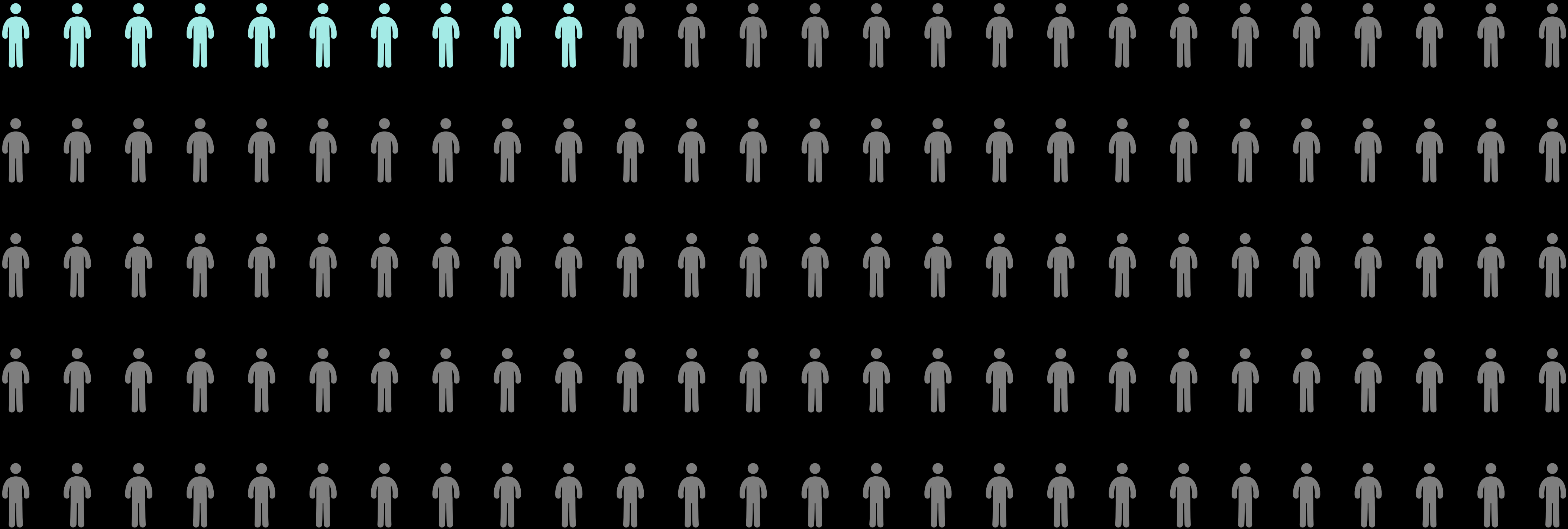
Como crear comunidad, experiencia e impacto real

RAÛL SÁNCHEZ



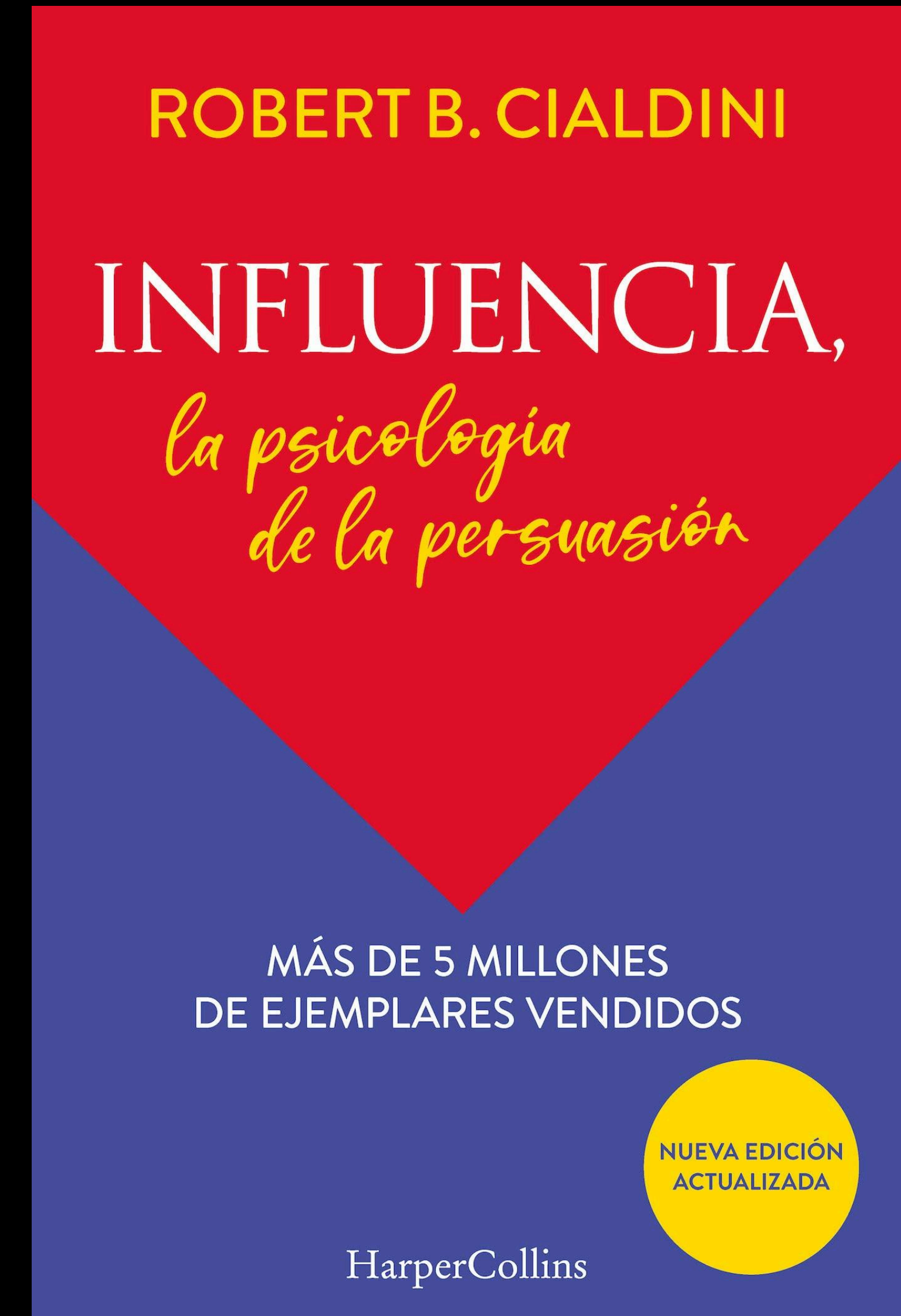


El 5% de 200 **son 10**





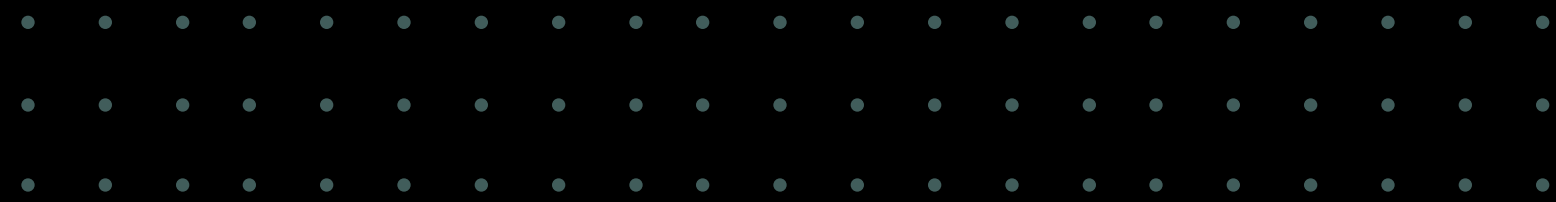
La gente se va. **Lo que puedes cambiar es el porqué**





Principios

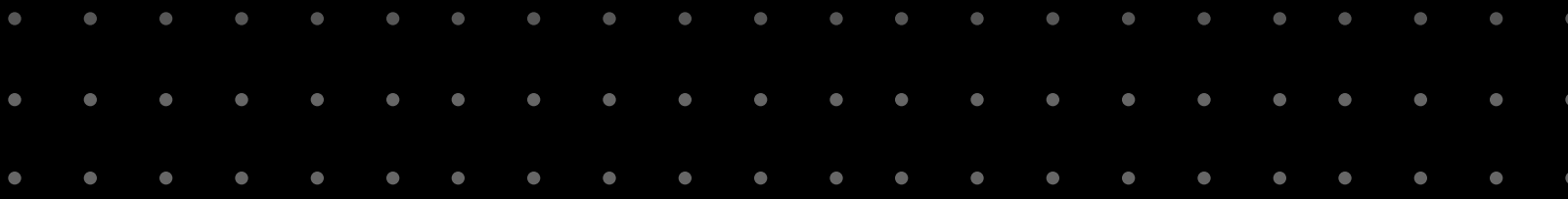
¿Por qué funciona lo que funciona?

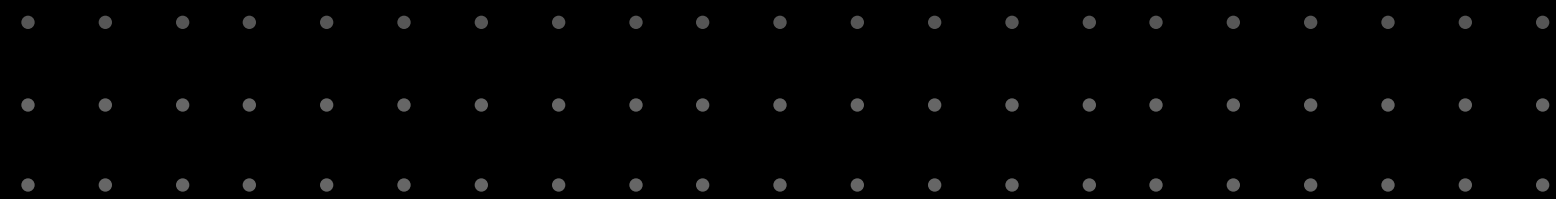


RECIPROCIDAD

Cuando alguien recibe más de lo
esperado, quiere corresponder

Cuando algo es “nuestro”
Cuando es “tu cosa”





DAD

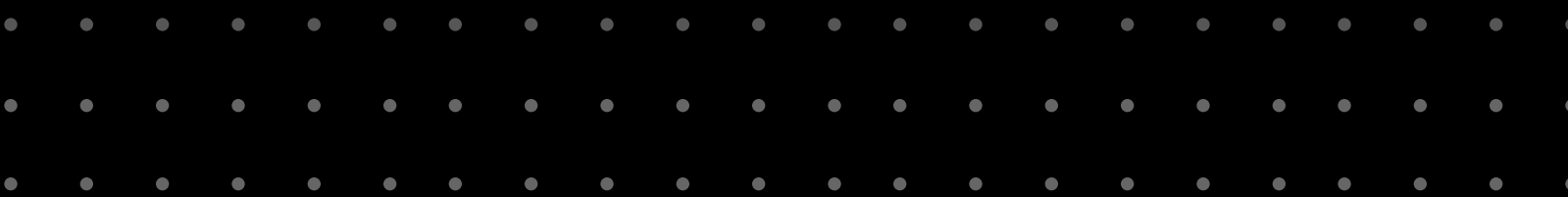
ibe más de lo
corresponder

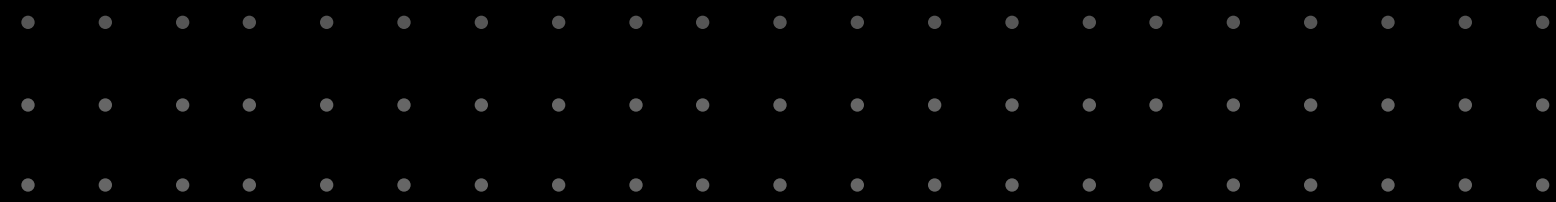
UNIDAD

Cuando algo es “nuestro”, lo defendemos.
Cuando es “tuyo”, lo consumimos.

PRUEBA S

Hacemos lo qu
hacen los





IDAD

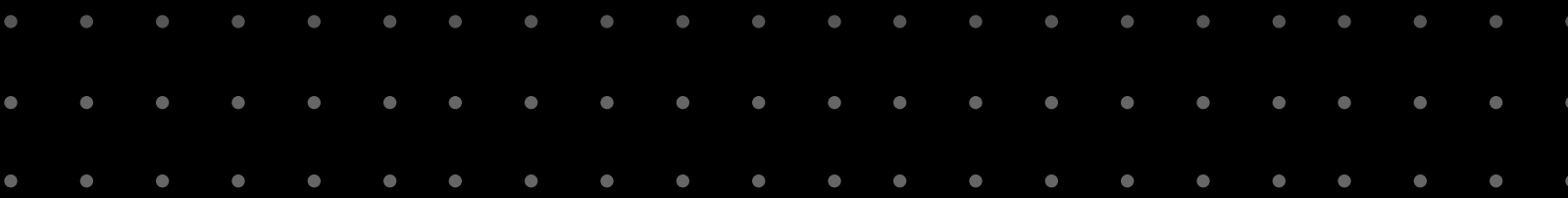
estro”, lo defendemos.
o”, lo consumimos.

PRUEBA SOCIAL

Hacemos lo que vemos que
hacen los demás

SIMPA

Decimos que sí a qui
gusta quien m



SIMPATÍA

Decimos que sí a quien nos gusta. Y nos gusta quien nos conoce



01

Saber lo que funciona es el primer paso

02

El segundo es definir estrategias para que no se pierda en el caos del día a día.



Sistemas

La gente piensa que sistematizar mata la experiencia. **En realidad la protege**



¿Con cuánta antelación **decides el local, la ruta y la logística** de un evento cuando tienes la cabeza en mil cosas?



¿Cuándo fue la última vez que **buscaste un proveedor de regalos, elegiste colores y aprobaste el logo** en medio de una semana caótica?



¿Cuántas veces **has tenido una buena idea para dinamizar el centro**
y se ha quedado en idea?



Modelo HMA

Como sistematizar el modelo



01

Asigna una responsabilidad

Si es de todos, no es de nadie



02

Define las tareas

¿Qué acciones concretas forman parte de esa responsabilidad?



03

Ponlo en un gestor con fecha

Una idea sin fecha es un deseo. Una tarea con fecha es un compromiso.

ID	DESCRIPCIÓN DE TAREA
6.1.1	Planificación del calendario de eventos trimestral/anual
6.1.2	Gestión de sorteos y retos mensuales
6.1.3	Coordinación con el equipo de entrenadores, marketing y posibles colaboradores externos
6.1.4	Reservas de espacio, materiales y necesidades logísticas
6.1.5	Comunicación previa a los eventos y sorteos (cartel, WhatsApp, Aimharder, redes)
6.1.6	Gestión de inscripciones y asistencia
6.1.7	Supervisión y ejecución del día del evento
6.1.8	Promoción activa y movilización para la participación en eventos
6.1.9	Coordinación y generación de contenido para redes sociales



Modelo HMA

Organizar tareas



01

TAREA PRINCIPAL CON FECHA DE ENTREGA

Cada acción tiene una fecha límite clara



02

SUBTAREAS CON FECHAS INTERMEDIAS

Cada paso necesario para llegar a esa entrega



03

TAREAS RECURRENTE PARA ACCIONES FIJAS

Lo que pasa todos los meses se programa una vez, no se vuelve a crear

REVISAR TOTE 1 ANY

Responsable

no

nofre@hmaat...

Miembro con acceso limitado

×

Fecha de entrega

6 jul

×

Proyectos 1 +

▼

TASQUES HM

Prioridad

Descripción

¿De qué se trata esta...

Subtareas +

Escribe para agregar...

Fecha d...

06/07/26

×

Julio 2026

<	L	M	M	J	V	S	D	>
	29	30	1	2	3	4	5	
	6	7	8	9	10	11	12	
	13	14	15	16	17	18	19	
	20	21	22	23	24	25	26	
	27	28	29	30	31	1	2	
	3	4	5	6	7	8	9	

Repetir

☒ El

☐ El día

Mensualmente

1.ª

Lunes

6

Borrar

Enviar comentarios

DECIDIR I ANUNCIAR SORTEIG

Responsable

LR

Laura Tobarue...

Miembro con acceso limitado

×

Fecha de entrega

Ayer

×

Proyectos 1 +

▼

TASQUES HM

Prioridad

Descripción

¿De qué se trata esta...

Subtareas 0 / 4 +

Anunciar per la...

Crear Cartell

Anunciar per instagram

Fer seguiment

Fecha d...

01/06/26

×

Junio 2026

<	L	M	M	J	V	S	D	>
	1	2	3	4	5	6	7	
	8	9	10	11	12	13	14	
	15	16	17	18	19	20	21	
	22	23	24	25	26	27	28	
	29	30	1	2	3	4	5	
	6	7	8	9	10	11	12	

Repetir

☒ El

☐ El día

Mensualmente

Último

Lunes

1

Borrar

Enviar comentarios

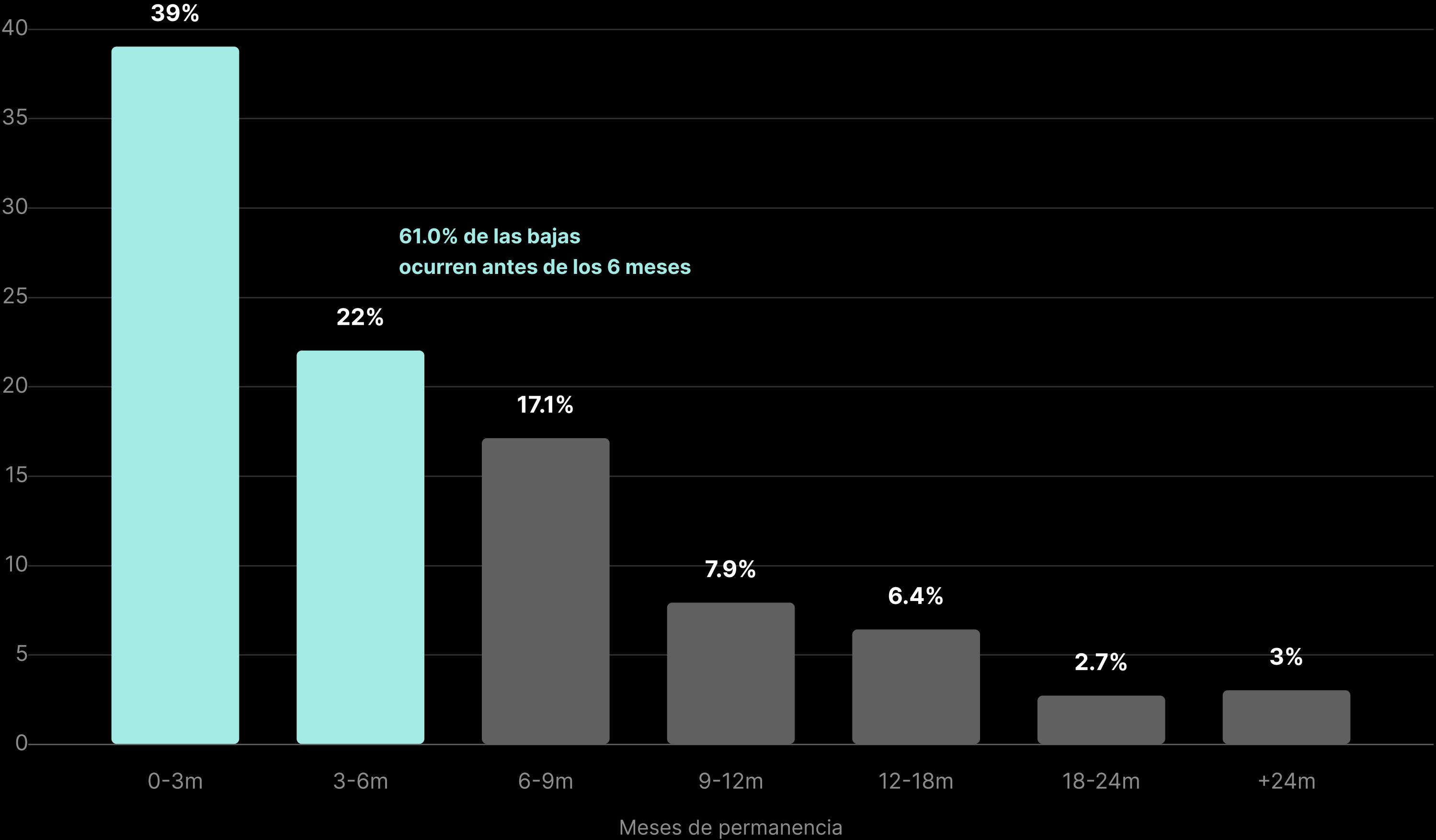
Acciones concretas

Acción	Principios
1. Camiseta + reseña 3 meses	Reciprocidad · Unidad · Prueba Social
2. Regalos de aniversario	Reciprocidad · Simpatía · Unidad
3. Cumpleaños y detalles	Simpatía · Reciprocidad
4. Sorteos y retos	Unidad · Prueba Social
5. Eventos	Unidad · Prueba Social · Simpatía

ACCIÓN 1

Camiseta + reseña 3 meses

01



Mediana
4 meses

Media
6 meses

Basado en 328 bajas

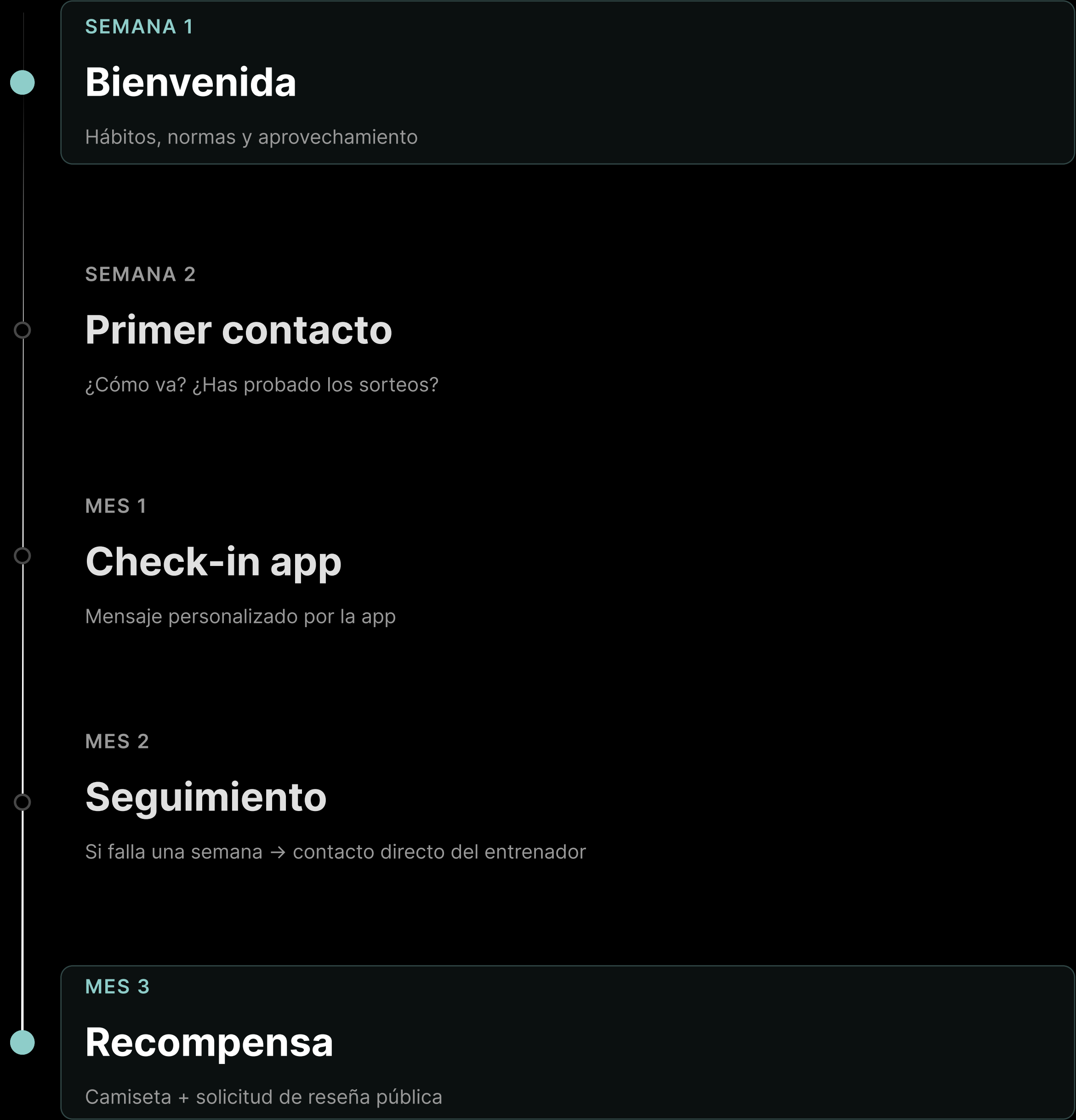
ACCIÓN 1

Camiseta + reseña 3 meses

Todo empieza en el alta

- Se explica la importancia de los primeros 3 meses y se presenta la recompensa como objetivo
- Mensajes de onboarding por la app: sorteos, comunidad
- Seguimiento mensual: ¿cómo estás?
- Si falla una semana, contacto directo
- Objetivo: que nadie se pierda sin que nadie lo note

TIMELINE DE ONBOARDING



ACCIÓN 1

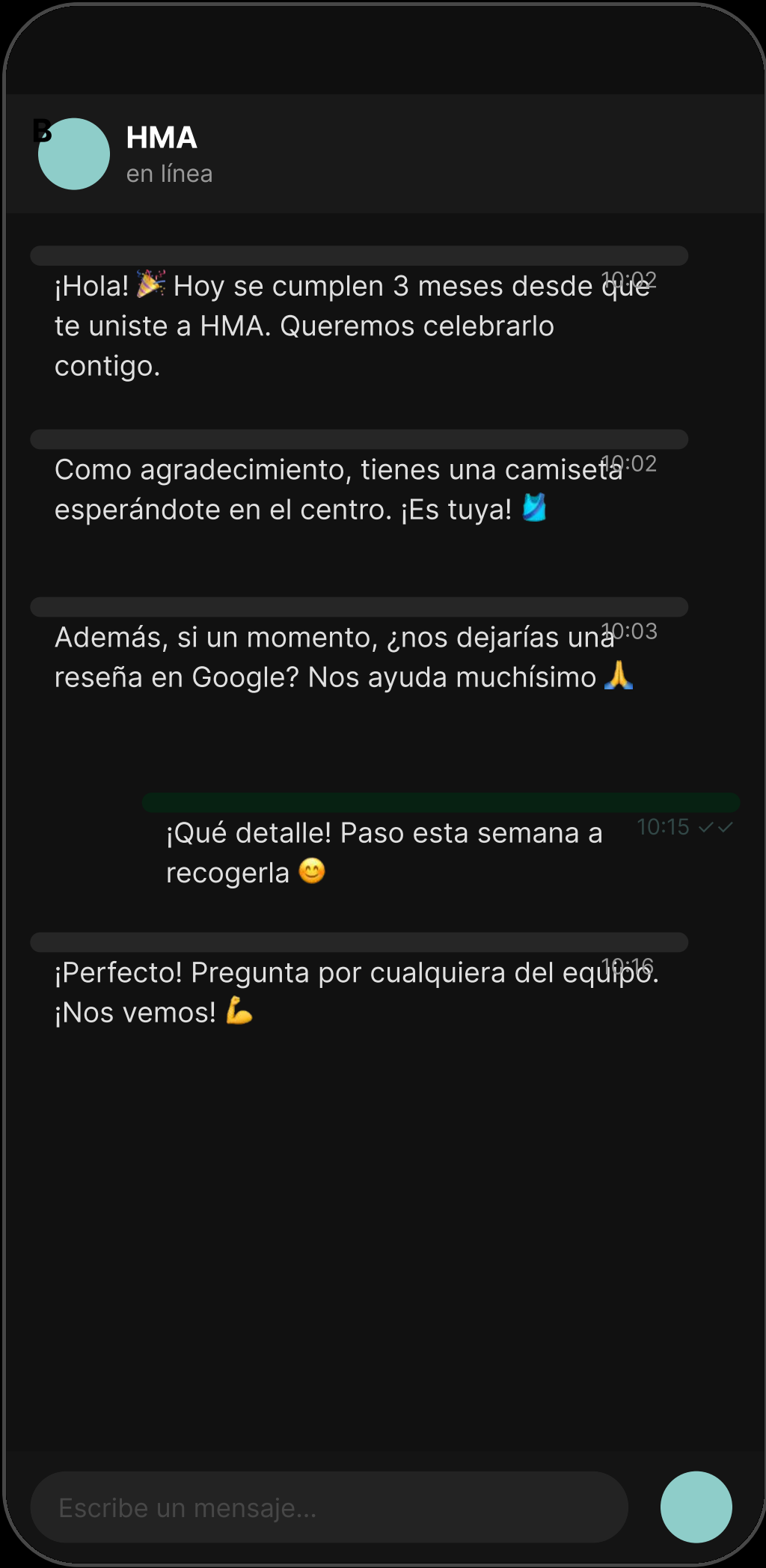
Camiseta + reseña 3 meses

El premio

- Mensaje de felicitación a los 3 meses
- Recogen la camiseta en el centro
- Se aprovecha para pedir la reseña

POR QUÉ FUNCIONA

Reciprocidad: cuando alguien recibe más de lo esperado, quiere corresponder



ACCIÓN 1

Camiseta + reseña 3 meses

Principios

01

Reciprocidad

La camiseta es un regalo inesperado después de un esfuerzo. Genera la obligación de devolver.

Por eso aprovechamos para pedir la reseña.

02

Unidad

Llevar la camiseta es una señal de identidad.

Ya no eres cliente, eres de la familia HMA.

03

Prueba Social

HACIA FUERA

Cada camiseta en la calle es evidencia de que esto existe y de que la gente se queda.

HACIA DENTRO

Quien no tiene camiseta ve a quien sí la tiene. Crea un objetivo visible y tangible.



Modelo HMA

Regalos a los clientes



ACCIÓN 2

Regalos de aniversario

Por qué el reconocimiento importa

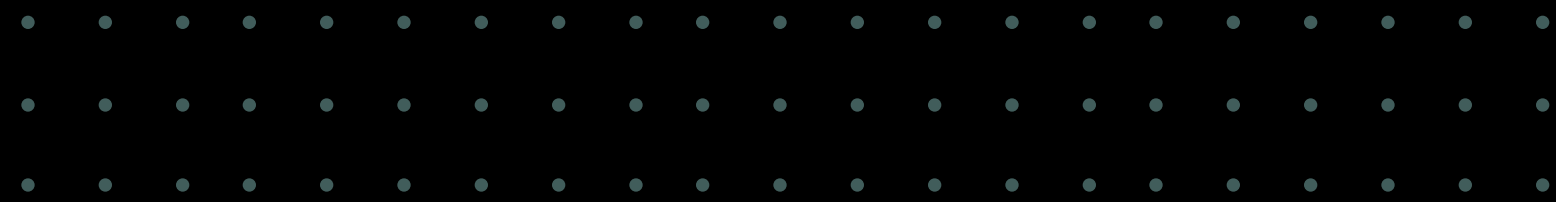
El cliente más valioso que tienes es el que ya está.

Sin coste de captación, con más confianza y más probabilidades de quedarse.

02



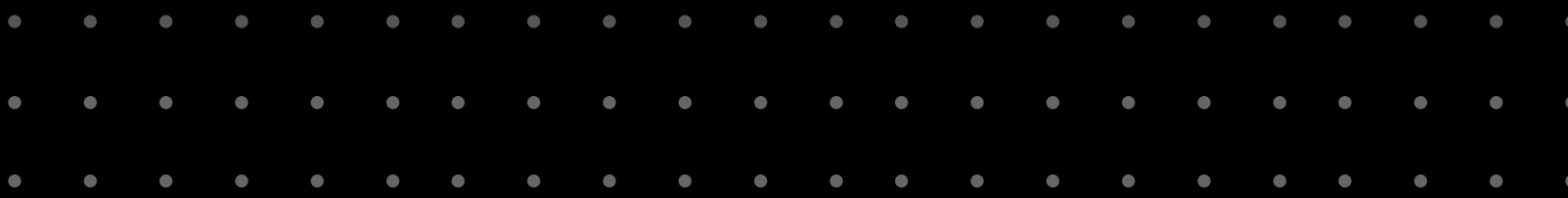
No se trata del regalo. **Se trata de como te hace sentir.**

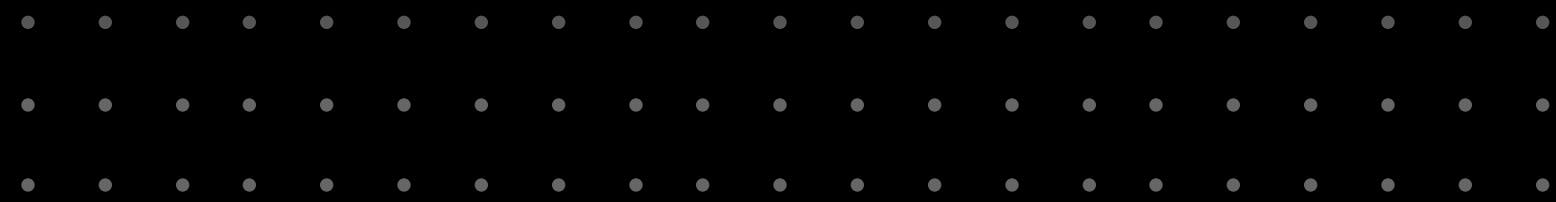


PERSONALIZACIÓN

Algo único para esa persona, no un
regalo genérico

Que se use, que re
cada vo





CIÓN

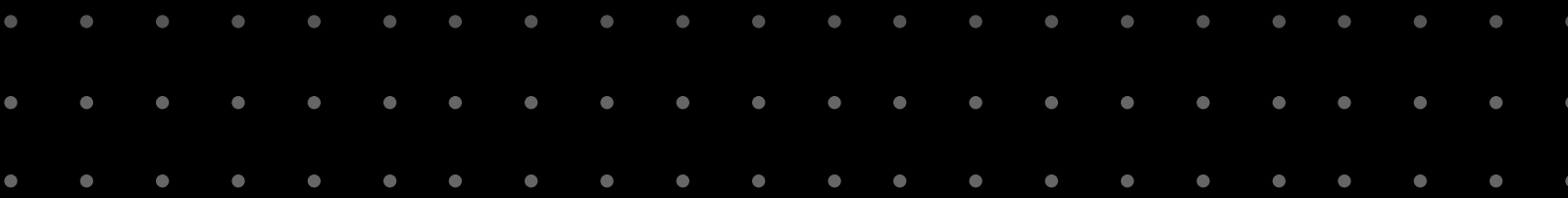
persona, no un
érico

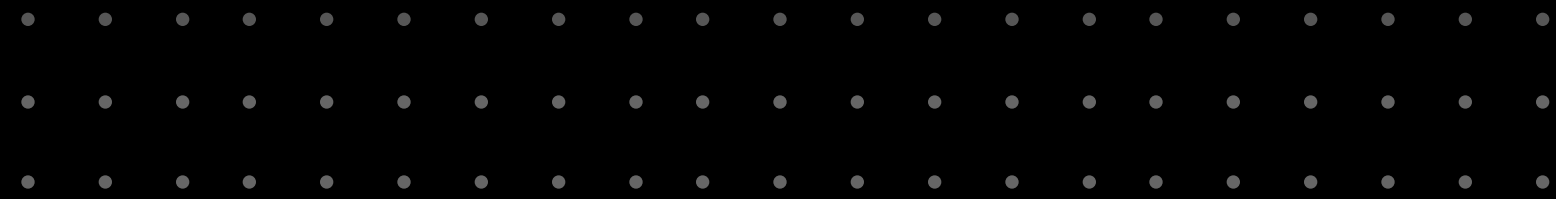
UTILIDAD

Que se use, que recuerde de dónde viene
cada vez que lo usa

NO SE PUEDE

El valor vie
exclusividad, n





LIDAD

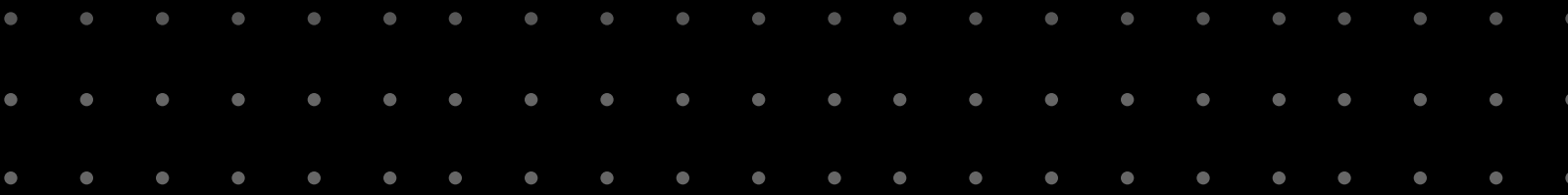
uerde de dónde viene
que lo usa

NO SE PUEDE COMPRAR

El valor viene de la
exclusividad, no del precio

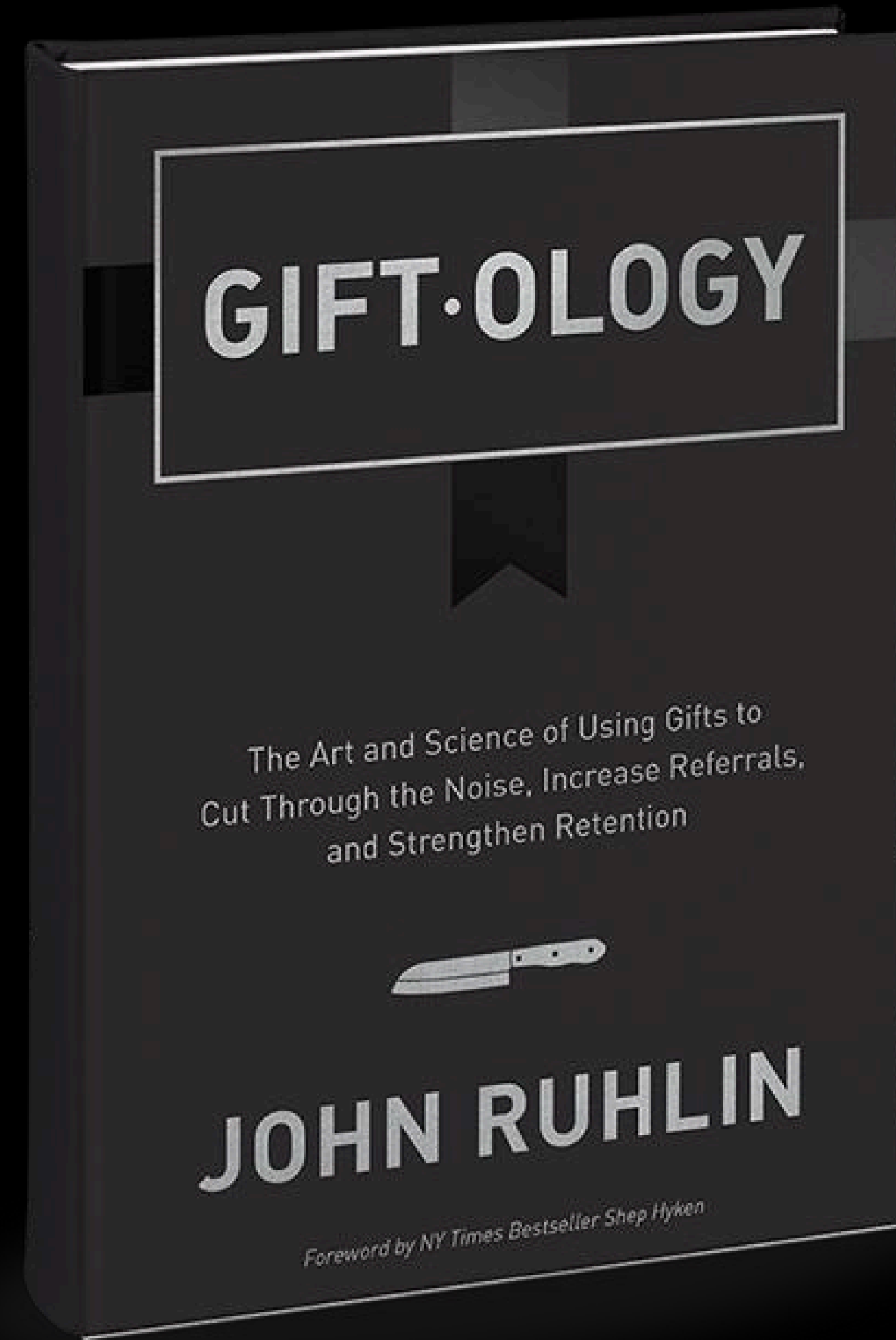
IN

Nadie lo espera. En



INESPERADO

Nadie lo espera. En ningún otro sitio lo hacen





¿Por qué funciona?

Regalos de aniversario

Por qué funciona



01

Reciprocidad

Un regalo inesperado en un momento que nadie espera. Genera la obligación emocional de corresponder.

Con fidelidad, con referencias, con reseñas.



02

Unidad

Tu nombre en una toalla, en una placa colgada en el centro. Ya no eres cliente, eres parte del lugar.

Literalmente.



03

Simpatía

Recordar un aniversario dice algo muy claro: te conozco, me importas, no eres un número.

Ese vínculo es muy difícil de romper.



ANIVERSARIOS



stronger every year

stronger every year

stronger every year



AÑO 01



AÑO 02





AÑO 03

Mochila + placa en el centro



CUMPLEAÑOS



ACCIÓN 3

Sorteos y retos

Tres funciones



Influir más allá del entreno

Dos horas a la semana no son suficientes para cambiar la salud de alguien.

Los retos influyen en hábitos fuera del centro. Y se contagian entre ellos.



Acciones estratégicas

SI
Meses de baja asistencia
→ **Reto de asistencia al 100%**

SI
Meses buenos
→ **Traer referencias**

SI
Vuelta de vacaciones
→ **Probar clases extra y subir de cuota**



Engagement y comunidad

Fotos en redes, retos grupales, participación activa.

- Fotos en redes
- Retos grupales
- Participación activa

La comunidad se activa cuando hay algo en juego.



¿Por qué funciona?



UNIDAD

El reto es compartido. Todo el mundo está en el mismo barco ese mes. Eso crea conversación, complicidad y tribu.



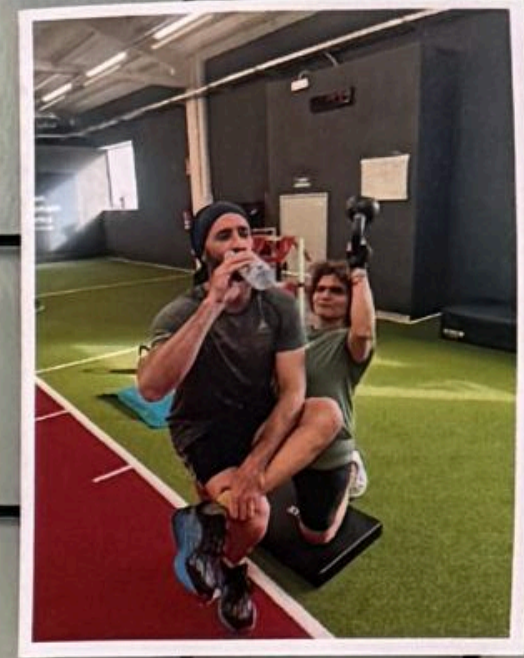
PRUEBA SOCIAL

Ver que otros participan arrastra. Las fotos, los resultados en el grupo de WhatsApp, el movimiento visible genera el impulso de no quedarse fuera.

Calendario de sorteos y retos

Un reto o sorteo cada mes, siempre con un objetivo estratégico detrás

ENE Reto Asistencia al 100% Baja asistencia post-Navidad	FEB Sorteo Clases extra gratuitas San Valentín · Simpatía	MAR Reto Trae a un amigo Referencias · Unidad	ABR Sorteo Objetivo nutricional Ofrece otros servicios	MAY Reto Reto de pasos diarios Prueba Social · engagement	JUN Sorteo Foto actividad aire libre Antes del verano · Retención
JUL Reto Retos divertidos Hábito fuera del centro	AGO Sorteo Entrenos en vacaciones Identidad · Unidad	SEP Reto Asistencia al 100% Subida de cuota · nuevas clases	OCT Sorteo Trae a un amigo Reciprocidad · fidelización	NOV Reto Foto en el centro Prueba Social · captación	DIC Sorteo Reto final de año Comunidad · cierre de año



El reto dentro del reto

Que se enteren

Que entiendan de qué va

Que tengan ganas de esforzarse

El reto dentro del reto

Que se enteren

Que entiendan de qué va

Que tengan ganas de esforzarse

El reto dentro del reto

Que se enteren

Que entiendan de qué va

Que tengan ganas de esforzarse

ACCIÓN 4

Eventos

¿Por qué organizamos eventos?

04

Crean momentos compartidos que generan historia común



Crean momentos compartidos que generan historia común

Acercan nuevas actividades y experiencias a las personas



Crean momentos compartidos que generan historia común

Acercan nuevas actividades y experiencias a las personas

Convierten clientes en comunidad



A large group of people, including men, women, and children, are posing for a group photo in a forest. They are dressed in outdoor hiking gear like jackets, hats, and backpacks. The group is arranged in several rows, with some people sitting on the ground in the front and others standing behind them. The background shows a dense forest with many trees and a rocky, reddish-brown hillside.

Crean momentos compartidos que generan historia común

Acercan nuevas actividades y experiencias a las personas

Convierten clientes en comunidad

Los que vienen se convierten en tus mayores altavoces



¿Por qué funciona?



Eventos

Nuestros eventos

2 entrenamientos especiales
Navidad y Aniversario

1 evento trimestral mínimo
Planificado con antelación

Este año

- Excursiones
- Pádel
- Escalada
- Running
- Carreras

Si lo ven en el calendario, pueden planificarse y no tienen excusa.

ESDEVENIMENTS 2026	
DATA	ACTIVITAT
29 març	Excursió Montserrat
25-26 Abril	Sessió d'iniciació al running + cafe/brunch social
16 Maig	Xerrada formativa sobre Respiració amb @keepmovind_id
13-14 Juny	Legion Race
4-5 Juliol	Activitats a la platja
4-5-6 Setembre	Cursa Festa Major Sabadell
21-22 Novembre	Padel/Rocòdrom



La comunicación lo es todo

Grupo de WhatsApp, conversación activa

Notificaciones y recordatorios

Fotos del evento anterior, expectativa

Visibles en sitios que no puedan evitar

Los entrenadores son el canal más potente

Grupo de WhatsApp, conversación activa

Notificaciones y recordatorios

Fotos del evento anterior, expectativa

Visibles en sitios que no puedan evitar

Los entrenadores son el canal más potente

Grupo de WhatsApp, conversación activa

Notificaciones y recordatorios

Fotos del evento anterior, expectativa

Visibles en sitios que no puedan evitar

Los entrenadores son el canal más potente

Grupo de WhatsApp, conversación activa

Notificaciones y recordatorios

Fotos del evento anterior, expectativa

Visibles en sitios que no puedan evitar

Los entrenadores son el canal más potente

Grupo de WhatsApp, conversación activa

Notificaciones y recordatorios

Fotos del evento anterior, expectativa

Visibles en sitios que no puedan evitar

Los entrenadores son el canal más potente



¿Por donde empezar?



A corto plazo, coge una idea de las que has visto hoy. Solo una. Algo que puedas mantener en el tiempo. Y ponla en el sistema.



A medio plazo, lee el libro Influencia de Cialdini. Mientras lo lees, anota las ideas que te vengan a la cabeza aplicadas a tu centro. **No lo leas como un libro, léelo como una herramienta.**





Gracias :)