



# Servicios Productivos

## Orienta tu centro al individuo

Una de las fórmulas para mejorar la calidad de tu centro consiste en ofertar servicios productivos que permitan generar más ingresos y adaptarlos a las demandas y necesidades actuales. Estos servicios deben girar en torno al individuo y tienen como objetivo dar valor al centro y a la propia actividad.

No cabe duda que la actividad física saludable, es decir nuestro objetivo de negocio, se presenta actualmente con una fuerte demanda por parte de los ciudadanos y con un importante apoyo con campañas de marketing y mensajes constantes de instituciones públicas y privadas en pro de estar sano, practicar deporte o vigilar la dieta. El Fitness se ha convertido en un fenómeno social y multidisciplinar del que muchos agentes quieren participar.

Esto obliga a que nuestra oferta por defecto y tradición, sea muy asequible

en contraprestación a los servicios y beneficios que ofrecemos, sin embargo es pobre para poder cubrir balances y mejorar las cuentas de resultados. Nuestros precios están devaluados en comparación a los esfuerzos que se realizan por mejorar instalaciones, equipamientos y actividades.

Por esta razón, se hace difícil que nuestros centros obtengan mayores ingresos que permitirían mejorar nuestra oferta, las condiciones laborales y los propios beneficios como empresa. Y estos esperados ingresos difícilmente van a llegar

de nuevas altas dada la elevada competencia que se está generando y que la situación económica actual tampoco es propicia. Podemos afirmar por tanto, que la mayor parte de la financiación de los gimnasios en nuestro país proviene de las cuotas de los usuarios, y en este sentido y dadas las propias cuotas actuales, sirven en gran medida para cubrir los presupuestos de gastos mensuales.

### Mejora de calidad

Una de las fórmulas para mejorar nuestros balances y dar un salto cualitativo puede ser a través de la reducción de costes, como ya se está viendo en las actuales ofertas de low cost. Pero otra además muy interesante, consiste en ofertar servicios productivos que permitan generar más ingresos y adaptarnos a las demandas y necesidades actuales.

Estos servicios productivos giran en torno al individuo y tienen como objetivo dar valor al propio a la actividad y personalizarla según sus necesidades, obteniendo el centro una contraprestación económica por desarrollarlo. Se trata de dar un paso más al extendido servicio de entrenador personal, se basa en poder

### Servicios convencionales y su versión productiva.

S.Convencionales	S. Productivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Clases colectivas</li> <li>■ Masajes</li> <li>■ Venta suplementación</li> <li>■ Clases masivas</li> <li>■ Tablas entrenamiento incluidas</li> <li>■ Equipamiento uso general</li> <li>■ Uso libre instalación</li> <li>■ Tablas entrenamiento impersonales</li> <li>■ Entrenamiento libre</li> <li>■ Trato impersonal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Entrenamiento Personal</li> <li>■ Fisioterapia</li> <li>■ Asesoramiento Nutricional y Dietético</li> <li>■ Sesiones grupos reducidos</li> <li>■ Entrenamiento personalizado</li> <li>■ Equipamiento específico y guiado</li> <li>■ Asesoramiento inicial</li> <li>■ Programas por objetivos</li> <li>■ Cursos de aprendizaje</li> <li>■ Programas fidelización</li> </ul>

hacer cumplir los deseos y necesidades de nuestros clientes de forma personalizada, a su ritmo, en función de sus características y alcanzando sus objetivos. Estos servicios harán más productivos nuestros centros y por esta razón debemos cobrar más por ellos.

Con esto no quiere decir que se dejen de realizar los actuales servicios sino que innovemos e incluyamos de forma gradual y profesional los servicios productivos. Estos cambios a corto plazo pueden generar desconfianza e incertidumbre, pero sus resultados a medio plazo son favorables y crean conciencia y permanencia en los usuarios.

### **Servicios Productivos**

Los beneficios de un entrenamiento personal o de un entrenamiento en grupo reducido son evidentes en pro de un grupo masivo de 20 o 30 personas. Y es por ello que debe cobrarse por dicha exclusividad y atención. No es lo mismo un servicio de masaje que disponer de un equipo profesional de fisioterapeutas que pueden ofrecer mayor variedad de

servicios y atenciones. No es lo mismo simplemente vender productos de suplementación, que disponer de un gabinete profesional nutricional y dietético que ofrezca servicios de asesoramiento y venta de productos.

También nuestras salas de fitness pueden ser mucho más productivas, ofreciendo rutinas de entrenamiento personalizadas, cursos para aprender a entrenar o programas específicos para conseguir diversos objetivos. Es obvio que actualmente ya se entregan rutinas de entrenamiento, pero debemos ser conscientes que ese servicio debe evolucionar a un de productivo, que de valor a nuestro trabajo y al del técnico. Muchos centros utilizan rutinas estándar o automatizadas que se incluyen en la cuota o la matrícula y para aquellos usuarios que desean una personalización y supervisión se cobra una rutina más específica, por supuesto a un coste razonable, mucho menor que un entrenamiento personal, que sería el siguiente paso. Debemos tender a este tipo de servicio, el futuro además nos

reclamará por parte de nuestros clientes atención y personalización. Pero todo esto, debe tener un coste.

La clave de su éxito está en que su desarrollo sea de forma gradual y marcando objetivos alcanzables. Si tan solo un 10% de usuarios los consumen en unos primeros meses, el reporte económico es sustancial y el balance positivo. Pensemos no solo en los beneficios para el centro de forma económica, sino también en los beneficios para nuestros clientes, puesto les damos mayor calidad y atención. También pensemos en los beneficios para nuestros empleados a quienes les damos mayor calidad en su trabajo y oportunidades de negocio. Con los servicios productivos, todos ganamos. El reto es tener el valor de poder ofrecerlos y que nuestros usuarios comprendan el sentido de los mismos. □



Manel Valcarce  
Miembro Fundador IIDCA Europa.  
Director Gerente Valgo Investment.  
[www.trainingsolution.es](http://www.trainingsolution.es)