

La actividad física y la estética

El deporte y la estética mantienen una relación muy estrecha, ya que gran parte de la población practica ejercicio por su imagen. Por este motivo, implantar servicios relacionados con la actividad física en tu centro de estética resulta un buen modelo de negocio alternativo que puede ayudarte a incrementar tus ingresos.

Comenzaremos haciéndonos una pregunta, ¿por qué está tan relacionada la estética y la imagen con la actividad física? La respuesta es sencilla. Partiendo de diversos estudios científicos y destacando el realizado por Martínez, E. (Facultad Nacional de Salud Pública. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia. 2003), el 45'2% de la población que practica actividad física lo hace por una motivación estética. La población en su mayoría, por tanto, tiene un claro interés por un cuidado de su imagen y su cuerpo, y para ello practica actividad física. No debemos olvidar que el concepto de "Imagen Corporal" según Slade (1994), viene marcado tanto por aspectos físicos como psicológicos, vinculando estos aspectos y teniendo como resultado beneficios psicológicos y emocionales relacionados con una imagen estética y física adecuada.

Evolución

En la actualidad, son muchos los cambios que hemos vivido con respecto a años anteriores. Al igual que han ocurrido modificaciones en aspectos de la vida cotidiana, también las ha habido en la actividad física y el deporte. La visión que tenemos en la actualidad dista mucho de la que teníamos hace unos años. En la década de los 80, los usuarios de los gimnasios eran varones de mediana edad, que acudían a los centros con un objetivo claro hacia la musculación, por ejemplo. En estos momentos, la oferta se ha diversificado, y en los centros deportivos podemos ver todo tipo de públicos, desde jóvenes, hasta personas de tercera edad, tanto hombres como mujeres.

Hoy en día, el mercado es mucho mayor, así como sus demandas. Por este motivo, el hecho de poder ofrecer y combinar las opciones relacionadas con la estética y las relacionadas con la

actividad física se convierte en una propuesta de negocio realista y de futuro.

Adaptarnos a nuestros clientes

Para ofrecer un servicio que interese realmente a nuestros clientes, es necesario conocer previamente qué es lo que necesitan y cuáles son sus intereses. Puede haber múltiples objetivos por los que la población decide acudir a nuestros centros: mejorar la forma física, reducir el estrés, mejorar la autoestima, o como suele ser más habitual, perder peso y mejorar la figura.

Para obtener éxito, la clave está en la personalización del servicio, ya sea mediante entrenamientos personales, programas por objetivos, o el simple hecho de mostrar un trato adecuado a la personalidad y a las necesidades de cada uno de nuestros usuarios.

Resulta imprescindible centrar el área de negocio y marcar una diferenciación con respecto a otras propuestas de nuestra competencia. En unos casos puede ser la exclusividad del servicio, en otros la calidad de los programas y en otros el trato personal. Sea cual sea siempre hay que tener muy claro cual es el público al que nos dirigimos.

Otra manera de adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes es mediante la oferta de servicios técnicos específicos. Algunos ejemplos pueden ser:

- Servicios Express (para aquellos que no tienen tiempo).
- Grupos reducidos (generando exclusividad).
- Servicio Integral (ampliando propuestas como nutrición, fisioterapia, etc).
- Innovación técnica (utilizando las últimas tendencias).

No obstante, para conseguir que estas nuevas propuestas de negocio sean efectivas, es necesario contar con profesionales altamente cualificados, ya que es la mejor forma de garantizar un buen servicio a nuestros clientes basados en la salud y la seguridad de los mismos. Se debe contar en todo

MANEL VALCARCE
Director Gerente Valgo Investment.
Miembro Fundador IIDCA Europa.
www.valgo.es



momento con personal técnico específico para las tareas que se van a realizar, ya que de no ser así, nuestro negocio, se puede ver seriamente dañado.

En muchos casos nos encontraremos con diversas barreras que impedirán que los usuarios consuman nuestros productos: "qué caro es", "soy demasiado mayor", "no tengo tiempo" o "no lo necesito". En estos casos debemos hacerles ver que nuestros servicios son capaces de adaptarse, ofreciéndoles alternativas, y con una clara vocación de llegar a alcanzar sus objetivos. Algunos ejemplos de superación para estas barreras serían:

- **"No tengo tiempo"**: no se necesita demasiado tiempo para obtener beneficios a nivel físico y éstos superarán con creces el tiempo invertido en su salud e imagen.
- **"Soy demasiado mayor"**: ¡Nunca se es demasiado mayor para hacer ejercicio!. Mencionarles que se disponen de programas y actividades específicas adaptadas a sus necesidades y estado de condición física.

En este tipo de acciones, haremos hincapié en el plano emocional, ya que es el que permite tomar las decisiones reales y decisivas en las personas.

Modelo de negocio basado en la DIFERENCIACIÓN

Como hemos visto, la actividad física, el deporte y la estética mantienen una relación muy estrecha, por lo que desarrollar propuestas de trabajo conjuntas puede resultar muy beneficioso para nuestros centros, contando en la misma instalación con una sección dedicada a este tipo de actividades. Así pues, tanto es centros de estética, balnearios, peluquerías, etc, se puede ofertar una amplia gama de servicios que se adapten a los diferentes tipos de públicos con los que nos podemos encontrar.

BENEFICIOS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA

Es conocido a nivel social y científico que la actividad física produce una serie de beneficios en el organismo. A continuación, presentamos un resumen de algunos de los más importantes y que están relacionados con una práctica habitual.

INCREMENTA	DISMINUYE
Rendimiento académico	Absentismo Laboral
Actividad	Abuso Alcohol
Confianza	Enfado/cólera
Estabilidad Emocional	Ansiedad
Funcionamiento Intelectual	Confusión
Memoria	Depresión
Estados de ánimo	Dolores Cabeza
Percepción	Hostilidad - Fobias
Popularidad	Comportamiento Psicótico
Imagen Corporal Positiva	Consecuencias del estrés
Autocontrol	Tensión
Satisfacción Sexual	Riesgo enfermedad coronaria
Bienestar	Problemas Espalda
Eficiencia en el trabajo	Tabaquismo

Algunos de estos servicios pueden ser los siguientes:

- **Sesiones individuales**: los técnicos trabajan de manera personalizada con los clientes, maximizando el tiempo de trabajo y la atención recibida.
 - **Programas mensuales**: se puede valorar una progresión de los objetivos fijados durante ese periodo de tiempo.
- Funcional.
 - Pérdida de peso.

- Mantenimiento.
- Wellness.

■ **Bonos de sesiones**, que hacen que el precio de las sesiones se vea reducido en un porcentaje y ayuda a la fidelización del cliente.

■ **Oferta integral de servicios**, combinando aspectos relacionados con la recuperación y fisioterapia, así como con la nutrición y dietética.

Para este tipo de sinergias, no será necesario contar con una gran instalación, ni disponer de un gran espacio. Es suficiente con disponer de un córner o de una sala diáfana reducida en la que poder impartir tanto alguna sesión de grupos reducidos, como poder desarrollar entrenamientos personales.

Así mismo, la inversión en equipamiento es muy reducida, puesto que se requiere como mínimo de ciertos materiales de apoyo que ayuden a la realización de ejercicios relacionados con superficies inestables, entrenamiento en suspensión, elásticos o pesas, y alguno para actividades cardiovasculares como bicicleta o cinta de correr. Obviamente si las posibilidades lo permiten estas propuestas pueden mejorarse y/o ampliarse.

Todos estos servicios ofrecen la posibilidad de diferenciarse del resto de centros del sector, ya que uno de los principales motivos que llevan a la población a practicar actividad física y deporte son por estética y mejora de la apariencia física, además de los beneficios relacionados con la salud.

“ Para tener éxito, la clave está en la personalización del servicio, ya sea mediante entrenamientos personales, programas por objetivos, o mostrando un trato adecuado a la personalidad y a las necesidades de los clientes. ”

Finalmente, esta nueva propuesta deberá verse acompañada con su correspondiente promoción y acciones de marketing, lanzando campañas originales y que llamen la atención de nuestros clientes internos, así como los posibles potenciales.■

 beauty-forum.es
 Escanea este código y encontrarás más artículos de **XXX**

Soluciones a tu medida



- Cursos de formación*
- Asesoría en marketing, web y comunicación*
- Asesoría y formación en Gestión*
- Desarrollo de eventos*
- Implantación servicio Entrenamiento Personal:*
www.trainingsolution.es



más información e inscripciones: