



Un aspecto de vital importancia para los gestores del fitness es saber los datos que muestra la experiencia: el 50% de las personas que inician un programa de ejercicio abandonarán su práctica en las primeras seis semanas (Wilson and Brookfield, 2009). Podríamos acortar esta barrera mediante servicios personalizados de actividad física que proporcionasen una fuerte adherencia. Dentro de esta línea, McGuire et al (2009) concluyen que la satisfacción de los clientes depende primordialmente del instructor/a que lidera y supervisa su actividad física.

Personalización de servicios: La nueva era de negocios fitness

Actualmente estamos viviendo una tesitura árida para el desarrollo y mantenimiento de la actividad económica en todos los sectores, y el fitness no es ajeno a esta situación. El desarrollo, mejora y ampliación de servicios en los centros deportivos públicos, la amplia oferta de clubes con ofertas "low cost" y la constante migración de socios bajamente fidelizados están configurando una perspectiva poco esperanzadora para muchos clubs. Es momento de especializarse, renovarse y reciclarse. Afortunadamente, no todas las noticias que rodean nuestro sector son pesimistas. Así pues, cuando la International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) publicó su conocida lista de tendencias y líneas de negocios para el 2011 en los centros de fitness pudimos vislumbrar posibles vías de desarrollo. Hay luz al final del túnel.

En esta ocasión, la IHRSA apuesta por la evolución del entrenamiento personalizado y destaca que puede implicar un importante factor de desarrollo en los tiempos de recesión. El documento enumera líneas de crecimiento entre las que destaca la posibilidad de ofertar programas ajustados a los diferentes segmentos de población, actividades externas al propio club y la reorientación de los programas hacia la salud integral: aspectos que bien pueden ser cubiertos por el entrenamiento personalizado.

Otra línea para desarrollar el negocio fitness que proporciona la IHRSA, y que permite defender la figura del entrenador personal, es la utilización de equipamientos de nuevas tecnologías, que requiere de un conocimiento específico que puede proporcionar la figura del entrenador.

Una alternativa rentable

Tanto por la tendencia de negocio del fitness, como por la posibilidad de generar adherencia, los servicios personalizados resultan de gran importancia en este momento. La apuesta del servicio personalizado nace con el objetivo de hacer sentir único y exclusivo al socio. Así pues, los servicios personalizados pueden facilitar la retención del cliente, generar nuevas cuotas y maximizar los ingresos del negocio fitness.

Dentro de la personalización de servicios, fitness debería ampliar-

se la visión restringida que tiende a asociar personalización, únicamente, con el entrenamiento personalizado. Obviamente, el entrenamiento personalizado y como su nombre indica, significa una potente vía de personalización, no obstante se pueden ampliar los servicios personalizados a otras cotas del negocio manteniendo las características identificativas de un entrenador, profesional, que según Chulvi-Medrano et al. (2008): "El entrenamiento personalizado como aquel servicio de ejercicio físico seguro, eficaz y eficiente que reduce el riesgo de lesión y maximiza los resultados positivos".

Por tanto, podemos destacar la tendencia a la evolución hacia las sesiones privadas más que a las sesiones personalizadas uno-por-uno.

Existe una clara predisposición que apoya la implementación de actividades lideradas por un entrenador/a que permite a un grupo reducido de personas realizar actividad física personalizada. Así pues nacen los entrenamientos en circuito o los 'BootCamp' que pueden diseñarse con unos objetivos concretos, ajustando su metodología a dicho propósito. Como son, por ejemplo, los circuitos de tonificación para hipertrofia de los miembros superiores o las sesión de "running" de carácter aeróbico extensivo de larga duración.

Personalización para especialización

La personalización de los servicios fitness permite obtener una mayor especialización, pudiendo llegar con ello a un mayor número de clientes potenciales derivados de sectores que son, o que buscan, una actividad física especializada. Cuando se dispone de un profesional especialista se pueden conformar actividades muy particulares, debido a que este profesional posee un conocimiento concreto y adecuado. Por ejemplo, podemos destacar las actividades ofrecidas a una franja de edad específica, entrenamiento para niños, para edad adulta, etc. Otra vía de especialización podría vincularse a las nuevas tecnologías, pudiendo encontrar sesiones con la aplicación de plataformas de vibración, electroestimulación o cualquier dispositivo que requiera de un técnico especialista para obtener los máximos beneficios y los mínimos riesgos.

Si para un club de fitness es importante incorporar las últimas novedades

en tecnologías de entrenamiento, también lo es formar de manera permanente a sus trabajadores. Esta faceta permite prestar servicios específicos y renovados, como pueden ser tratamientos de electroterapia, sesiones de post-parto o sesiones de back-school entre otras.

A modo de conclusión cabe destacar que el servicio personalizado facilita que el socio perciba exclusividad y excelencia, generando con ello mayor fidelidad y posibilidad de generar nuevas cuotas de ingresos para el negocio fitness. Para lograr este propósito se debe apostar por un personal altamente cualificado, formado y motivado, puesto que una empresa son cuatro paredes y un techo, mientras que un negocio es la suma de la empresa a los trabajadores. Herramienta que nos permitirá crecer con nuestro proyecto incluso en momentos tan comprometidos como estos. □

Referencias bibliográficas

- Chulvi-Medrano I, Pomar-Puig R, Heredia JR, Colado JC. *El entrenamiento físico personalizado en la mejora de la salud y el rendimiento deportivo*. [artículo en Internet] www.efdeportes.com 2007; año 12 nº 112. Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd112/el-entrenamiento-fisico-personalizado.htm>.
- McGuire AM, Anderson DF, Trail G. *Examinations of consumer differences on the importance and satisfaction with fitness service attributes*. *Int J Sports Manag* 2009; 10: 102-112.
- Wilson K, Brookfield D. *Effect of goal setting on motivation and adherence in a six-week exercise program*. *Int J Sports Exerc Physiol* 2009; 6:89-100.



Iván Chulvi-Medran
Doctorando en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.
Director Técnico NOWYOU
entrenamiento personalizado.



Laura Masiá Tortosa
Entrenadora personal NOWYOU
entrenamiento personalizado
www.now-you.es