

## **GESTIÓN DE SERVICIOS DE ACTIVIDAD FÍSICA PERSONALIZADOS**

**Dr. Carlos Alberto Cordente Martínez**  
Universidad Politécnica de Madrid

### **INTRODUCCIÓN**

En mi humilde opinión, sin ser especialista en el tema ya que me defino como entrenador deportivo y entrenador experto en actividad física para la salud, la gestión de una empresa de las características de la que dirijo junto a otros dos socios depende o debe depender de la filosofía que inspiró su creación.

Pero esta afirmación que puede parecer arbitraria requiere de una explicación. Ante todo debemos analizar la idea inicial de empresa y eso requiere remontarse a unos cuantos años antes de la aparición de dicha idea:

El entrenamiento personal apareció en España en la forma en la que lo conocemos actualmente alrededor de la mitad de los años 90 del siglo pasado. Particularmente, tuve mi primera experiencia en este ámbito entre 1996 y 1998 con un único cliente. Desde la perspectiva del tiempo, no me atrevería a calificar como profesional mi relación con dicho cliente. Se trataba más bien de una actividad “atípica” para mejorar mis ingresos económicos basada en los pocos conocimientos de entrenamiento para la salud que tenía en aquellas fechas. Recordemos que, aunque hoy sea la estrella de la mayor parte de las carreras de INEF, la actividad física para la salud apenas tenía importancia dentro de la carrera hace unos pocos años.

Tras un breve paréntesis profesional, a la vista del desarrollo profesional del que hoy es uno de mis socios y de la información que nos llegaba desde los EEUU acerca de la incipiente “moda” del entrenador personal, pero sobre todo a raíz de una delicada situación económica personal, retomé el entrenamiento personal ya con perspectiva de futuro.

Los primeros meses fueron trepidantes en lo que se refiere a la consecución de clientes y pronto se completaron tanto mi agenda como la de mi socio técnico. Así en pocos meses se colapsó nuestra capacidad de absorber más clientes y empezamos a repartir los que nos llegaban entre otros profesionales interesados en dedicarse a esta actividad.

Ya por entonces surgió la idea de crear una empresa con la que gestionar este volumen de negocio perdido pero esta idea no se concretó hasta 2003 y no fue el antes citado volumen de negocio perdido su detonante sino la incertidumbre de ingresos económicos y la consciencia del *know how* acumulado hasta la fecha.

Pero cuando se reflexionaba sobre la idea del negocio, surgía constantemente un problema recurrente: la fidelización.

En la mayor parte de los negocios, se trabaja mucho sobre la fidelización del cliente. En una empresa de entrenamiento personal a domicilio, sin dejar de ser muy importante, esta cuestión es secundaria ya que trabajando con buenos profesionales el nivel de fidelización del cliente es muy alto, mucho más que en los gimnasios tradicionales. La fidelización a la que me refería en el párrafo anterior no es por tanto la del cliente sino la del entrenador hacia la empresa.

Y es que el entrenamiento personal, sobre todo el realizado a domicilio, se basa, a partir del medio plazo, en una profunda relación personal cliente-entrenador. Eso puede dificultar mucho la adhesión de un entrenador a una empresa ya que el entrenador puede

- sentir que no necesita de la empresa para desarrollar su trabajo,
- pensar que está entregando a la empresa una comisión que no merece,

- sufrir presiones de alguno de sus clientes para que se independice de la empresa y así se rebaje el precio del servicio.

He aquí el problema fundamental a resolver si se quiere tener éxito en una empresa de este tipo y este ha sido, sin lugar a dudas, el motivo de desaparición de la mayor parte de las empresas que surgieron en el sector en los últimos años.

Por tanto, para ser sostenible, una empresa de entrenamiento personal, además de preocuparse por tener buenos profesionales con los que dar un buen servicio a sus clientes, debe proporcionar al entrenador un valor añadido al entrenamiento personal imposible de conseguir con el trabajo en solitario.

Ya se comentó con anterioridad la incertidumbre de los ingresos del entrenador personal y el *know how* como base de nuestra empresa. He aquí los dos argumentos fundamentales a exponer a los entrenadores para justificar su trabajo en el marco de una empresa.

¿Pero a qué me refiero cuando hablo de incertidumbre de ingresos?

Bien gestionado, el entrenamiento personal a domicilio puede ser un negocio rentable. Sin embargo, esta sujeto a una actividad que, para que suponga un beneficio, real para el cliente, debe desarrollarse con constancia varias veces a la semana. Esto, que es precisamente lo que hace rentable el entrenamiento personal, es también lo que genera incertidumbre en la medida en que el entrenador que trabaja por su cuenta no puede permitirse ningún periodo de baja prolongada.

Teniendo en cuenta que el entrenador esta sujeto a enfermedades, accidentes, etc. que pueden atentar contra la continuidad – y por tanto contra la calidad - del servicio, la sostenibilidad de su trabajo está siempre en cuestión. Más aun en los entrenadores, que

no suponen una minoría, que se desplazan habitualmente en moto con el fin de rentabilizar al máximo su tiempo.

Ni que decir tiene el caso de las entrenadoras que en quieran quedarse embarazadas en algún momento de sus vidas. La cuestión es que existe la consciencia en el entrenador de que de un trabajo rentable puede pasarse a la “nada” de la noche a la mañana y esa es una importante carga psicológica a sumar a las propias del trabajo diario.

¿Qué ofrece al entrenador personal pertenecer a la disciplina de una empresa?

Obviamente, hablaré exclusivamente del caso de Mi Entrenador Personal S.L. Desconozco lo que hacen otras empresas y de las pocas que conozco detalles, he de decir que, desde mi punto de vista, varias dejan mucho que desear en alguno de sus aspectos fundamentales.

La base de esta empresa es su funcionamiento a modo de agencia que consigue (interna y externamente) y distribuye trabajo (permanente y eventual) entre sus entrenadores. Esto se hace a un precio que podríamos considerar muy razonable tanto para el entrenador como para la empresa.

Pero además de esto, el entrenador de empresa a diferencia del entrenador por cuenta propia tiene otra serie de ventajas:

- tiene cobertura profesional por parte de la empresa que en caso de accidente, enfermedad o cualquier otra incidencia del entrenador absorbe los clientes de este y los redistribuye de forma eventual con otros entrenadores hasta el regreso al trabajo del entrenador primitivo,
- el entrenador no tiene que preocuparse del inicio de la relación con el cliente, aspecto fundamental del entrenamiento personal sino que de esto se encarga directamente la empresa,

- la empresa distribuye los clientes teniendo en cuenta la localización del entrenador en cada momento. Esto ayuda a minimizar los desplazamientos del entrenador y, por tanto, aumenta la rentabilidad de su trabajo,
- el entrenador no pierde ninguna posibilidad de negocio ya que por los nuevos clientes que le surjan y que entren a formar parte de la empresa, siempre recibirá una retribución adicional, independientemente de que se encargue él mismo del entrenamiento de ese cliente o no,
- la empresa organiza periódicamente sesiones de convivencia y formación en las que se invita a un profesional destacado en alguno de los ámbitos del entrenamiento personal. Además, esta es una oportunidad para los entrenadores de encontrarse y compartir experiencias profesional y personalmente enriquecedoras con sus compañeros,
- el entrenador tiene asegurado por la empresa el cobro de sus servicios haya cobrado esta los mismos al cliente o no,
- otro tipo de cobertura profesional de la que disfruta el entrenador es el asesoramiento que le pueden prestar sus compañeros cuando lo necesita. Especialmente de aquellos compañeros que tienen otra especialidad más allá del trabajo de acondicionamiento físico (fisioterapeutas, especialistas en tercera edad, etc.),
- el entrenador sólo debe preocuparse de su trabajo, la publicidad y promoción del mismo es cosa de la empresa,
- algo parecido ocurre en relación al área de investigación e innovación. La empresa realiza un análisis constante tanto de la competencia como de los mercados exteriores. Como ya fue señalado anteriormente, Estados Unidos fue uno de nuestros referentes a la hora de crear una empresa al igual que hoy en día otros países como Brasil nos aportan ideas a la hora introducir nuevas disciplinas y tendencias.

En conclusión, debemos señalar que no es un tópico afirmar que el mayor activo de una empresa de estas características son sus trabajadores. Así, el primer objetivo de la gestión de dicha empresa debe ser mantener motivados y actualizados a sus trabajadores con el fin de optimizar el servicio prestado a los clientes.

En cuanto a las ventajas para el entrenador personal de trabajar en el marco de una empresa bien gestionada, por lo visto anteriormente, resultan muy evidentes.

Por otro lado, en lo que se refiere al cliente, todo son ventajas a la hora de contactar con este tipo de empresa ya que, sin bien mantiene la posibilidad de desarrollar una intensa relación personal con el entrenador, algo interesante para la consecución de objetivos profundos, se asegura a largo plazo la satisfacción de las necesidades que le han hecho contratar un entrenador.