

Salud e imagen, una combinación rentable



Europako Gizarte Funderoa
Fondo Social Europeo

INVERSION

¿Quién no ha soñado alguna vez con tener un cuerpo estupendo? Cada día son más las personas que se esfuerzan en sacar un mayor rendimiento a su físico. El culto a las medidas perfectas crece de manera asombrosa, convirtiendo a los gimnasios en una alternativa empresarial muy rentable. En los últimos años, hemos podido observar una tendencia al alza en el número de gimnasios en nuestra comunidad. Con el incremento de estos centros se hace patente la necesidad de diferenciarse del resto, por ello, frente a algunos deportes más clásicos como el fitness, aeróbic o incluso las artes marciales, cada vez son más los centros que se especializan en nuevas prácticas deportivas como paddle, yoga o Tai-Chi, ofreciendo de igual manera otro tipo de servicios complementarios como bar, restaurante, venta de productos dietéticos, venta de ropa deportiva, masajes, rayos uva, saunas, etc. Vamos, que nos ofrecen un servicio completísimo que hasta hace unos años era impensable.

Los inicios

Si nos estamos planteando constituir un gimnasio es importante que pensemos en algún tipo de especialidad deportiva que nos diferencie del resto. También es recomendable que ofrezcamos servicios complementarios como bar,

restaurante, o la venta de ropa deportiva, para lo que debemos considerar los permisos y trámites necesarios.

En este tipo de actividad debemos de plantearnos un horario muy amplio, de más de 12 horas, e incluso abrir los fines de semana para así facilitar el servicio a nuestra clientela.

La moda es fundamental para este tipo de negocios, así mientras que hace unos años el aeróbic hacía furor, hoy en día se imponen las denominadas "gimnasias relajantes" como el yoga o Tai-Chi. Como en todo negocio tenemos que captar a nuestra clientela, y cuantos más mejor, por lo que además de las personas que vivan en el entorno podemos pensar también, en las empresas, colegios o en la tercera edad, ofreciéndoles tarifas especiales. La primavera y el otoño suelen ser la mejor época para que nos pongamos manos a la obra. Con motivo de la apertura de nuestro local es importante que nos demos a conocer en el barrio. En ese sentido, el buzoneo, los mailings y las octavillas son las iniciativas más eficaces. Si nuestro centro es de gran dimensión, también podemos plantearnos la radio o la prensa local.

Locales

Para una actividad de estas características es preferible contar con plantas bajas con acceso directo e independiente desde la calle. El local deberá contar con espacios



Los gimnasios tienen que ofrecer una amplia variedad de actividades.

diferenciados para desarrollar la práctica deportiva que se oferta (sala de musculación, aeróbic, tatami, etc.), y el resto de servicios: recepción, vestuarios, duchas, salas complementarias

(saunas, solariums, etc.). Mínimo recomendado a partir de 150 m².

Equipamiento y plantilla

El equipamiento necesario fundamentalmente será de maqui-

FICHA TÉCNICA

► **Negocio:** Oferta de servicios relacionados con la práctica de deporte en instalaciones equipadas y con monitores titulados.

► **Sector:** Servicios.

► **Requisitos administrativos generales:** Licencia de actividades e instalaciones, CIF y alta en el censo, alta en el IAE y en IVA o IRPF, legalización de libros, inscripción en Seguridad Social, inscripción de patentes, marcas e inmuebles.

► **Inversión:** A partir de 30.000 euros principalmente en compra o alquiler de maquinaria/aparatos.

► **Personal mínimo:** El número de personal dependerá del número de actividades que vayamos a ofertar.

► **Superficie:** El mínimo recomendado es de 150 m².

► **Formación Mínima:** Educación física o monitor deportivo.

► **Webs de interés:**

www.fitness.ifema.es/nueva.htm

www.asomed.es/

www.fitness.ifema.es/

1 Adaptarse a las necesidades de los clientes.

A toda la clientela no le vale lo mismo. Por motivos laborales algunas personas necesitan horarios flexibles (mediodías, por las noches hasta las 22 horas, fines de semana). Otros prefieren compaginar deporte y ocio por lo que solicitan una amplia gama de servicios: bar, comedor, comercio deportivo, productos de salud, etc. Algunas preferirían un establecimiento pequeño y de amigos y otros un centro de moda. Debemos observar los hábitos y gustos del tipo de cliente de nuestro gimnasio y adaptarnos a ellos.

2 Definir bien la clientela.

En los Ayuntamientos se puede solicitar el censo de la población, esto nos ayudará a determinar cuál va ser el público objetivo de la instalación.

Ideas y claves de éxito

Es importante saber si hay muchos comercios por la zona, para diseñar las actividades específicas en los horarios de cierre. Las empresas también pueden ser abordadas con ofertas especiales, aquí podemos encontrar muchos potenciales clientes, y además muy fieles, que hacen publicidad entre sus compañeros y compañeras de trabajo. Para la captación, el factor precio puede ser fundamental porque la mayoría no distingue unos productos de otros, aunque esto sólo es determinante en función de la competencia que surja.

3 **Buscar la recomendación.** Es un error dedicar mucho esfuerzo a captar clientela y poco a fidelizarlos; fidelizar no significa la compra repetitiva, sino que el cliente o clienta fiel es aquel que recomienda el centro. En este sentido, el aburrimiento es una de las "bestias de los gimnasios", que ven cómo va mermando su número de socios y socias a medida que va transcurriendo el año. "Para evitarlo, son muchos los centros de deporte que ofrecen una tarifa anual más ventajosa que si se va pagando por meses o trimestres.

4 **A la última.** No sólo es fundamental disponer de los aparatos que estén más en boga, sino también ofrecer las últimas actividades recién llegadas de Estados Unidos. La última moda son los preparadores personales, que, pese a su elevado pre-

cio (en torno a los 30 euros/hora, aparte de la cuota mensual), están teniendo una gran acogida porque se consiguen mejores resultados en menos tiempo.

5 **Precios flexibles.** Puede ser interesante tener políticas de descuentos para grupos, empresas y colectivos especiales, tener una parrilla de precios flexibles o establecer precios más bajos en las horas de menor ocupación.

6 La importancia de la situación.

Escoger emplazamientos en zonas en expansión o con densidades de población alta. También pueden funcionar gimnasios en lugares céntricos con clientes que trabajan en la zona. Si no es éste el caso, mejor buscar una localización con una amplia zona de aparcamiento.

naria para la práctica deportiva. Inicialmente para reducir el coste podemos optar por el leasing (contrato de alquiler con opción de compra), el renting (contrato de alquiler y mantenimiento) o máquinas de segunda mano. Este tipo de maquinaria suele ser financiada por los proveedores a seis meses.

En cuanto a las instalaciones, las más habituales son: sala de aeróbic o clases colectivas; sala multiusos; sala de fitness; la recepción con tiendas o escaparates de equipamiento deportivo y de nutrición; un almacén y un despacho desde el que llevar la gestión del negocio. Una piscina es otro elemento importante para diferenciarse de los demás centros.

Para realizar este tipo de actividad no se requiere titulación especial. En todo caso es importante que los monitores y monitoras tengan la titulación apropiada para impartir las especialidades deportivas del centro. Además, debemos contar con el personal de recepción, administración y el personal de limpieza y mantenimiento, aunque este servicio normalmente se subcontrata.

DESARROLLA TU PLAN DE NEGOCIO EN:

► **Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián**
☎: 943 15 14
www.donostia.org
► **Departamento de empleo - Ayto. de Vitoria-Gasteiz**
☎: 945 16 12 22
www.vitoria-gasteiz.org/empleo

► **Debegesa (Eibar)**
☎: 943 82 01 10
www.debegesa.com
► **Durangaldeko Behargintza**
☎: 94 623 25 22
www.amankomunazgoa.com
► **Forlan (Muskiz)**
☎: 94 670 60 16
► **Goieki (Ordizia)**

☎: 943 16 15 37
www.goierrri.org
► **Inguralde (Barakaldo)**
☎: 94 478 94 00
www.inguralde.com
► **Iraurgi Lantzen (Azkoitia)**
☎: 943 85 11 00
www.iraurgilantzen.net
► **Lan Ekintza-Bilbao, S. A.**

☎: 94 420 53 10
www.bilbao.net/lane-kintza
► **Lea Artibaiko Garapen Agentzia, S.A. (Markina-Xemein)**
☎: 94 616 90 88
www.leargarapen.org
► **Oarsoaldea, S.A. (Oiartzun)**

☎: 943 49 41 29
www.oarsoaldea.net
► **Oficina de Desarrollo Local y Empleo del Ayto. de Galdakao**
☎: 94 401 05 80
www.galdakao.net
► **Tolosaldea Garatzen**
☎: 943 65 45 01
www.tolosaldea.net
► **Urola Garaiko**

► **Garapenerako Agentzia, S.A. (UGGASA) (Zumarraga)**
☎: 943 72 58 29
www.uggasa.com
► **Urola Kostako Udal Elkarte (Zarautz)**
☎: 943 89 43 06
www.urolakosta.org

* En las agencias asociadas a GARAPEN se ofrecen servicios integrales de orientación y apoyo al autoempleo.

GARAPEN
☎ 94 420 53 19
www.garapen.net

En la página de Autoempleo de Lanbide se ofrece una información útil y necesaria para la constitución de la empresa.

www.lanbide.net