

CONTEXTO SECTORIAL

Dentro de la gran variedad de instalaciones deportivas existentes, podemos distinguir siete modelos de negocios diferentes: Gimnasios Premium, Gimnasios privados *mid-market*, Gimnasios *low cost*, Gimnasios municipales privados, Gimnasios municipales públicos, Centros deportivos y Estudios de entrenamiento personal.

A nivel nacional se observa que existe una mejora en la situación económica del sector, debido a que gran parte de los centros deportivos privados han aumentado su facturación en el último año, sobre todo en lo que respecta a los estudios de entrenamiento personal y gimnasios *low cost*.

GRÁFICA COMPARATIVA PAÍSES EUROPEOS % DE SOCIOS DE UN CENTRO DE SALUD O FITNESS



DAFO

AMENAZAS

- Existencia de una fuerte competencia de la oferta pública
- Dificultad para obtener préstamos bancarios
- Inadecuada regulación de la actividad
- Creación de gimnasios "domésticos", aparición de aparatos de gimnasia pasiva e incremento de deporte *outdoor*
- Descenso del nivel de renta y estacionalidad del sector
- Incompatibilidad de horarios con las actividades ofertadas
- Aperturas de centros especializados (*crossfit*, pilates)

OPORTUNIDADES

- Aumento del tiempo libre
- Saturación en las instalaciones de carácter público
- Creciente interés por el deporte, cultura light y estilo de vida sano
- Formar parte de una cadena de franquicias, potenciar imagen comercial
- Dirigirse a un elevado número de segmentos de mercado

PUNTOS FUERTES

- Personalización del servicio y gran variedad de servicios complementarios (gabinete de dietética, alimentación, textil deportivo, fisioterapia, spa, belleza...)
- Cercanía a los clientes, estrategia de ubicación

PUNTOS DÉBILES

- Elevadas inversiones en renovación de maquinaria
- Escasa o nula formación empresarial
- Falta de instalaciones acondicionadas adecuadamente y dificultad para encontrar locales del tamaño adecuado

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En España, según la encuesta de Hábito Deportivos 2010, el 40% de los ciudadanos de 15 años en adelante practican algún tipo de deporte lo que dota a este sector de un mercado potencial de 2.045.526 personas en la Comunidad Valenciana y de 18.851.914 personas a nivel nacional.

CLIENTES

El 61% de la clientela son hombres, con edades comprendidas entre los 25-44 años y de nivel económico y cultural medio. Entre sus motivaciones aparece el deseo de mantenerse sano, predominando sobre cualquier otra, aunque la búsqueda de relajación, diversión y la posibilidad de relacionarse con otros son también factores de importancia.

Los ejercicios más valorados son los de entrenamiento en grupo (54%), los cardiovasculares (28%) y los de fuerza (18%). Y la forma preferible para realizarlos son mediante clases (58%), mediante máquinas (27%) y mediante entrenador (15%).

Entre sus motivaciones a la hora de darse de alta como socios, las más frecuentes son: la relación calidad-precio, la proximidad al hogar y la recomendación de otro socio. Y en cuanto a los motivos de baja son principalmente la falta de tiempo, la situación económica, la desmotivación, problemas de salud y cambio de domicilio.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La mayoría de los gimnasios están ubicados en los principales núcleos de población: Alicante, Valencia, Castellón, La Vall d'Uxó, etc. Lo más habitual es que haya gimnasios establecidos en poblaciones de más de 10.000 habitantes.

Valencia dispone del 52,29% de los espacios deportivos, siendo su peso demográfico del 50,2%; Alicante cuenta con el 33,9% de los espacios para el 38% de la población; y Castellón tiene el 13,7% de los espacios para una población del 11,8%.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
<p>Existen tres actividades prácticamente universales en la mayoría de gimnasios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Fitness</i> - Musculación cardiovascular - Aerobic, baile (estilo Zumba) y artes marciales / deportes de contacto - Pilates o yoga 	<p>Bailes latinos, de salón, danza del vientre, técnicas de relajación y servicios relacionados con la belleza y salud (sauna, masaje, jacuzzi, solarium, etc.)</p> <p>Otros deportes de raqueta, piscina, tienda de deportes y alimentación deportiva, cafetería, peluquería o asesoramiento nutricional</p> <p><i>Spinning, personal training</i></p> <p>Otras actividades: capoeira, taichi, hiit, <i>crossfit</i>, etc.</p>

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL CENTRO DEPORTIVO PRIVADO TIPO

CNAE 2009	9311
IAE	9672
Condición jurídica	Autónomo / Sociedad Limitada
Facturación	167.473,37 euros
Localización	Centros urbanos
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor y de 2 a 4 Empleados (un Recepcionista y tres Monitores)
Instalaciones	1.280 m ²
Clientes	Trabajadores de entre 20 y 40 años, niños y estudiantes en función del horario
Herramientas promocionales	Boca-oído, folletos, radio, prensa local, anuncio TV, carteles en las paradas de metro, bus, etc., redes sociales y web
Valor de lo inmovilizado/Inversión	538.945,10 euros
Importe gastos anuales	118.094,18 euros
Resultado bruto (%)	29,48%

RECOMENDACIONES

A la hora de evaluar la actividad es muy importante identificar el área de influencia prevista: la oferta pública y privada existente y futura; los servicios actuales y previstos; el grado de ocupación; el grado de satisfacción de los clientes.

Introducir nuevas modalidades deportivas es una herramienta muy efectiva para hacer clientes, puesto que a través de ellas conseguirás diferenciarte de tus competidores.

Ofrece al cliente un trato personalizado y profesional: planificar el entrenamiento de cada cliente en función de sus necesidades, realizar un seguimiento de su progreso, etc.

Piensa en establecer un amplio horario de apertura (más de 12 horas y fines de semana) para adaptarse a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes.

Desarrolla una estrategia digital, estando presente en redes sociales, informando a través de tu propia web de las actividades y novedades de tu centro y emplea estos medios para comunicarte con tus clientes. Además, es interesante disponer de una *App* o servicio *Whatsapp* para estar más en contacto sobre todo con el público más joven.

ENLACES DE INTERÉS

www.mecd.gob.es · www.camaravalencia.com · www.csd.gob.es · www.ine.es