

## 5 CARACTERÍSTICAS DE LOS GIMNASIOS DE ÉXITO

por Kevin Carr

Probablemente he visitado más gimnasios en todo el mundo que cualquier otro entrenador del planeta. CFSC ha certificado a casi 12.000 entrenadores en más de 20 países, llevándome a cientos de gimnasios en 5 de los 7 siete continentes (con suerte, pronto llegaré a África y la Antártida).

Mientras viajo, enseño y consulto con propietarios de gimnasios, he visto instalaciones de alto rendimiento de clase mundial, gimnasios de 50.000 metros cuadrados, estudios de entrenamiento personal para una familia y gimnasios que apenas pueden cubrir los gastos mensuales.

En mis ocho años de exploración, he visto lo que funciona y lo que no. Intrínsecamente, he visto patrones de lo que hace que un centro de entrenamiento sea exitoso y, a la inversa, lo que deja a otros destinados al fracaso.

Desde un punto de vista puramente financiero, lo que hace que un gimnasio sea "exitoso" es si obtiene suficientes ingresos para cubrir los gastos y obtener beneficios, lo que le brinda la oportunidad de seguir creciendo y mantener las puertas abiertas. Pero, detrás de ese balance, hay aspectos intangibles universales que permitirán que tu gimnasio continúe atrayendo y reteniendo clientes y, en última instancia, siga ganando dinero.

En el siguiente artículo, compartiré con vosotros las cinco características que veo con más frecuencia en los gimnasios que han escalado y crecido con éxito.

### **1. Tienen una filosofía universal y un procedimiento operativo estándar**

Uno de los defectos más significativos que veo en muchos gimnasios es la falta de procedimientos operativos estándar con respecto al entrenamiento. En lugar de operar como un equipo donde todos los entrenadores programan, entrenan y se comunican de manera uniforme, muchos gimnasios tendrán docenas de entrenadores, todos trabajando de forma independiente con su enfoque de entrenamiento.

Si bien un entorno de libre pensamiento y variación puede parecer que crea una utopía de gimnasio, es un desastre para la consistencia y la escalabilidad.

A medida que escalas y creces, es cada vez más esencial definir los procedimientos y las prácticas de entrenamiento para mantener la coherencia. Consulta las "Reglas de 3 y 10" de Hiroshi Mikitani:

"Mikitani notó que "todo se rompe" en intervalos predecibles, específicamente cuando las empresas triplican su tamaño. En otras palabras, se rompen cuando creces de uno a tres empleados. Se rompen nuevamente cuando llegas a 10, nuevamente a los 30, nuevamente a los 100, de nuevo a 300, y así sucesivamente".

Para hacer crecer tu gimnasio y brindar una experiencia óptima al cliente, debes tener un sistema de entrenamiento en constante evolución que sigan sus entrenadores.

Para crear consistencia, necesitas que todos tus entrenadores estén en el mismo bote y remando en la misma dirección. No puedes permitir que los trabajadores deshonestos desvíen su barco remando a su propio ritmo. Sin un sistema, la calidad de tu servicio se deja a los caprichos del trabajador individual, una receta para el desastre.

Los procedimientos operativos estándar producen uniformidad en la práctica, pero también crean un sentido unificado de propósito dentro de su equipo.

"Así es como nos comunicamos".

"Así es como entrenamos".

"Así es como programamos".

Tener una "forma de hacer negocios" compartida crea un sentido de orgullo e identidad en su negocio.

### **Aplicaciones prácticas**

- **Solo contrata empleados, no acepte contratistas**

Una regla firme que siempre hemos tenido en MBSC es que nunca contratamos a contratistas privados para que trabajen para nosotros; todo el mundo es un empleado. Los contratistas son mercenarios, pueden ayudarlo a pagar las facturas y tener menos compromisos, pero tampoco son leales a su sistema o enfoque. Los empleados son un compromiso a largo plazo con su negocio y la calidad de su servicio.

Comprométase a desarrollar a las personas que contrate, para que se identifiquen como miembros del equipo en lugar de entidades independientes.

- **Crea un internship de preparación del personal para educar a sus nuevos entrenadores**

Un internship es una excelente manera de comenzar a educar a su personal sobre el "Cómo" de su negocio antes de que se conviertan en empleados oficiales. En MBSC, todo nuestro personal realiza un internship de 3 meses donde aprenden todo sobre cómo funciona MBSC. Cubrimos todos los detalles, desde dónde aparcar y cómo vestirse hasta diseñar programas y entrenar split squats.

Nuestro internship es esencialmente nuestro "proceso de adoctrinamiento" y de incorporación previa al empleado. Siempre decimos: "Se supone que los becarios no deben pensar", ya pensamos por usted. Una vez que lo contratemos, puede ganarse el derecho de comenzar a pensar en el proceso y brindar sugerencias.

Como referencia, lea el artículo de Mike "*Debería ceñirse a la receta*" disponible en [strengthcoach.com](http://strengthcoach.com)

Si no puede establecer un internship, al menos debes tener un período de preparación del personal dedicado para los nuevos empleados en el que puedas cubrir todos los fundamentos de cómo funciona el negocio.

- **Crea progresiones/regresiones y procedimientos de entrenamiento estándar para su personal**

Una de las frases más repetidas de Mike Boyle en nuestras reuniones de personal es: "Casi todos los errores se pueden evitar prestando más atención a los detalles".

Con esto en mente, nos hemos esforzado por estandarizar la atención a los detalles para nuestro personal. CFSC nació únicamente del deseo de crear una estandarización de entrenamiento y programación para nuestro equipo en MBSC. Creamos una hoja de cálculo que escala todos los ejercicios que usamos del más fácil al más desafiante, sirviendo como un libro de jugadas de entrenamiento para nuestro personal.

Además, tenemos un programa estándar (*intro workout*) para adultos que inician sus entrenamientos que garantiza que todos comiencen con un mismo programa que les ayudará a conocer nuestra filosofía, sistema de trabajo y ejecución de ejercicios básicos de forma estructurada y segura.

- **Crea un lenguaje y terminología estandarizados**

Estandariza tu sistema de entrenamiento hasta la forma en que se habla. La terminología confusa puede generar falta de comunicación y confusión para el personal y el cliente.

Dentro de tu personal, acuerda un lenguaje estandarizado para describir sus ejercicios. Estos son algunos ejemplos de MBSC.

- **No asignes a los ejercicios el nombre de países o personas.**

"Split Squat con el pie trasero elevado" en lugar de "Sentadilla búlgara"

"Press de cable anti-rotación" en lugar de "Press Pallof"

- **Nombra los ejercicios tan literalmente como sea posible**

"Peso muerto con una sola pierna y una mancuerna"

"Sentadilla elevada con una sola pierna a una caja"

"Half Kneeling Kettlebell Press por encima de la cabeza".

- **Terminología comúnmente intercambiable claramente definida**

Jump = despegar en dos piernas, aterrizar en dos piernas

Hop = Despegar con una pierna, aterrizar con la misma pierna

Bound = Despegar con una pierna, aterrizar con la pierna opuesta.

## 2. Tienes una cultura de gimnasio clara y palpable

Aparte de la forma de entrenar a la gente, tu gimnasio debe tener una cultura que indique claramente lo que valora como empresa y como comunidad. En los primeros 10 minutos de entrar en tu centro, los clientes deben ser capaces de ver y sentir claramente lo que es tu negocio.

En el libro de Joey Colemans "Never Lose A Customer Again" (No vuelvas a perder un cliente), dice que tienes 100 días como máximo para convertir cualquier venta en una fidelidad de por vida. Sin embargo, a menudo esos 100 primeros días dependerán en gran medida de cómo se sienta ese cliente en su primera hora en el gimnasio.

Dos lugares que he visitado y que han hecho un trabajo fantástico demostrando cultura y valores son Mark Fisher Fitness en Nueva York y Breda Strength and Conditioning en Breda, Holanda. Aunque se trata de instalaciones muy diferentes en cuanto a población y modelos de entrenamiento, ambas hacen un trabajo increíble a la hora de demostrar en qué consiste tu negocio.

Al demostrar claramente tus valores, proporcionas al cliente una señal clara para que decida si tu negocio es o no adecuado para él.:

### Aplicaciones prácticas:

- **Crea un código de conducta para su gimnasio**

Sé claro con los miembros de su personal y con los clientes sobre el comportamiento que se espera en tu centro. Los que compartan tus creencias se quedarán y lo apreciarán; los que no, se irán. Ambos resultados son buenos para el negocio. Este es el código de conducta que tenemos en las paredes de MBSC.



- **Comprueba que tu comportamiento y tu entorno coinciden con los valores**

En MBSC, nos esforzamos por crear un entorno amable y acogedor para todos. Es fundamental pensar intencionadamente en el ambiente que se crea en las instalaciones.

Recuerdo que un padre me contó una vez que había visitado un centro cercano con su hija de 13 años y se encontró con un grupo de chicos que hacían ejercicio sin camiseta mientras ponían música obscena. Enseguida se dieron la vuelta y se marcharon porque no les parecía un buen lugar para dejar a su hija haciendo ejercicio.

Estas son algunas de las reglas estrictas que utilizamos en MBSC para crear un ambiente acogedor.

- No hay música ofensiva
- No hay ropa demasiado ajustada o reveladora
- No hay camisas sin mangas para los chicos
- No decir palabrotas
- Saludar y conocer el nombre/intereses de cada cliente en el gimnasio
- Seguir la "Regla 10/5" de la hospitalidad

### **3. Contratan primero la personalidad**

En MBSC tenemos un dicho que dice que la única certificación que nos importa cuando contratamos a un nuevo entrenador es que sea una CNP-Certified Nice Person.

La verdad es que la personalidad es la cualidad número uno cuando se trata de convertirse en un entrenador personal de éxito.

Hay algunos entrenadores técnicamente horribles que tienen mucho éxito porque se comunican bien y demuestran lo mucho que les importa.

Sus clientes están pagando una prima para pasar una hora con tus entrenadores, dos, tres o incluso 4 horas por semana.

A la hora de buscar personal para tu empresa, busca empleados potenciales que tengan la mínima capacidad técnica necesaria, pero que tengan una gran capacidad de comunicación y de trato con las personas. Es mucho más fácil

desarrollar una práctica técnica con educación y formación, pero es una tarea mucho más ardua desarrollar la inteligencia emocional y la personalidad.

#### **Aplicaciones prácticas:**

- **Crea un internship**

Antes hemos hablado de la creación de un periodo de prácticas con el fin de formar al personal, pero también es muy valioso para encontrar la personalidad adecuada para tu equipo. Cualquiera puede hacer una buena entrevista y crear la imagen del candidato ideal para una entrevista, pero podrás ver la verdadera naturaleza de alguien haciéndole trabajar durante tres meses. Las largas jornadas y el trabajo duro arrojarán luz sobre el carácter y las aptitudes personales del candidato, que tal vez no brillen en una breve entrevista.

- **Obtén la opinión de los clientes**

Tus clientes suelen ser el mejor barómetro para saber si un miembro encaja realmente en tu equipo. Cuando interactúan con sus superiores suelen comportarse de la mejor manera posible, moderando su personalidad para satisfacer las expectativas. Sin embargo, los clientes son los que a menudo observan una versión no filtrada de tu personal. Los miembros veteranos del gimnasio a menudo nos informarán sobre qué nuevos entrenadores son extrovertidos, atentos y amables y cuáles son perezosos, desatentos y poco comunicativos.

#### **4. Invierten en la formación del personal**

Si quieres tener grandes entrenadores en tu centro, tienes que poner tu dinero donde está su boca. Nunca he visto un centro de formación realmente excelente que no dé prioridad a la formación de su equipo.

Al crear una cultura en la que la formación continua es la norma, impartirás una mentalidad de crecimiento en toda la empresa y elevarás las expectativas de tu personal.

#### **Aplicaciones prácticas:**

- **Empieza un club del libro**

Compra un libro al mes para todos tus empleados. Al final del mes, haz que todos compartan sus opiniones sobre el libro junto con las aplicaciones prácticas para tu empresa

- **Traer a oradores invitados**

Traiga a oradores invitados para que ofrezcan servicios a su personal. Podrías contratar a otros entrenadores o fisioterapeutas o incluso a personas ajenas al mundo del fitness, como planificadores de finanzas o de aspectos psicológicos para ayudar al desarrollo no solo de habilidades técnicas, sino personales.

- **Acoge seminarios**

Convierte tu gimnasio en un centro de formación continua. Organiza regularmente seminarios para que tus entrenadores puedan acceder a la mejor formación que ofrece el sector. De este modo, a menudo puedes acceder a varios cursos con descuento e incluso impulsar más ingresos en tu centro.

- **Discutir los estudios de caso y la investigación**

Realiza mensualmente estudios de casos de clientes o revisiones de investigaciones con tu personal. escoja un cliente interesante o un nuevo estudio de investigación impactante y analícelo con el personal. Esta actividad puede ser muy útil para promover el pensamiento crítico y mejorar las habilidades prácticas de los miembros más jóvenes del equipo.

## 5. **Se centran implacablemente en la logística**

La verdad es que, por muy bueno que sea tu programa desde el punto de vista técnico, no significa nada si no puedes aplicarlo con eficacia. Cuando dirijas un centro, te darás cuenta rápidamente de que tus cuellos de botella están en la logística, es decir, la disponibilidad de espacio, el equipamiento y la capacidad de entrenamiento.

Los grandes gimnasios nunca dejan de centrarse en mejorar la logística y la funcionalidad de su programa. Deben auditar continuamente si hay algo que puedan hacer para que el gimnasio funcione de forma más eficiente.

¿Está el equipo colocado en los lugares ideales?

¿Tenemos suficientes piezas de equipamiento? ¿Tenemos demasiados equipos?

¿Funciona todo bien?

¿Podemos entrenar este programa de forma eficiente a escala más grande?

Busca la opinión de tu personal y de tus clientes para identificar los puntos ciegos de su enfoque. A menudo, los usuarios diarios, tus entrenadores y tus clientes tendrán una perspectiva diferente de la eficiencia de los sistemas que aplicas

### **Aplicaciones prácticas:**

#### **- Celebración de reuniones semanales y pruebas/revisiones**

Nuestras reuniones semanales de personal son un lugar inestimable para que nuestro personal comparta sus opiniones sobre el proceso diario en MBSC. Nos sirven como auditorías semanales para revisar lo que ha ido bien, lo que ha ido mal y cómo mejorar.

Si tenemos una idea que queremos probar, la introducimos en el programa y la ponemos a prueba. En la reunión de la semana siguiente, podemos reunirnos y debatir en grupo cómo han ido las cosas y decidir si la mantenemos, la desechamos o la ajustamos.

Este proceso permite a todos los miembros del personal hacer aportaciones y nos permite probar y equivocarnos repetidamente para perfeccionar el mejor proceso hasta que lo hagamos bien.

#### **- Pedir opiniones a los clientes**

Por mucho que te preocupes por mejorar tu negocio, nadie conoce mejor tus puntos débiles que el cliente. Crea una vía para recibir comentarios sinceros sobre lo que necesita mejorar.

Sé específico cuando pidas opiniones. Las preguntas perezosas reciben respuestas perezosas, y lo mismo puede decirse de las grandes.

¿Puedes darnos alguna opinión, positiva o negativa, sobre nuestro sistema de programación o entrenamiento?

Del 1 al 10, ¿qué grado de eficacia dirías que tienen nuestras clases en grupo?  
¿En qué aspectos cree que podríamos mejorar nuestras clases en grupo?

¿Hay algún equipo que le gustaría que pidiéramos o tuviéramos más?

Los gimnasios son el pequeño negocio que más fracasa en Estados Unidos, sólo superado por los restaurantes. Incluso sin la oleada de COVID que cerró casi una cuarta parte de los gimnasios de Estados Unidos, dirigir un gimnasio es difícil.

Para destacar entre la multitud y crecer, hace falta algo más que un estilo de entrenamiento de moda y unas instalaciones bonitas. Dedíquese a crear sistemas que respalden su filosofía de entrenamiento, viva con su cultura en la manga, contrate primero a la personalidad, invierta en formación y perfeccione continuamente sus procesos para ofrecer el mejor servicio posible.

**Kevin Carr, CFSC, LMT**