

# Fitness Fair Play

Las encuestas hablan: una de las motivaciones que llevan a un potencial cliente a la puerta de nuestro centro de fitness, es la de conocer gente, relacionarse, socializarse. En los ojos de esa persona podemos ver proyectado uno de esos anuncios de Coca-Cola sobre la búsqueda de amistad, compañerismo y diversión. Todos ellos valores que asociamos al deporte y la actividad física.

**L**os gestores deportivos debemos hacer todo lo necesario para cumplir esta expectativa, desarrollando estrategias que desemboken en un sentimiento de pertenencia al grupo, al centro y a la marca. Generando "tribu" o "comunidad" para que nuestros clientes se sientan bien, se diviertan y de esta forma pasen más tiempo en la instalación, minimizando el riesgo de baja, aumentando las ventas cruzadas y convirtiéndose finalmente en embajadores del boca-oreja. Toda inversión en este sentido va a desembocar en ganancias y para eso es importante un equipo Fair Play.

Efectivamente la clave está en nuestros equipos. Nuestros trabajadores también deben estar alineados con estos valores de compañerismo, amistad, ilusión o comunidad. Pero los peligros acechan y la discriminación y los "tramposos" entran en juego. Abuso de poder, pérdida de valores o conflictos de intereses son claros ejemplos en los que se sacrifica el interés general por el personal. Veamos algunos casos:



- 1 Orientación a la captación de clientes a toda costa, incluso mintiendo al prometer que sí se alcanzarán los objetivos.
- 2 Asignar las clases y/o entrenamientos aplicando criterios subjetivos, por compromiso o vínculos personales. Lo mismo ocurre con la distribución de horarios.
- 3 Asignar las vacaciones al personal de manera discriminatoria, favoreciendo a los de siempre. Semejante situación pueden darse cuando hay que cubrir actividades y horarios en días festivos.
- 4 Diseñar las actividades y los entrenamientos en función de las competencias y preferencias del propio profesional, sin adaptarlos al perfil, objetivo y motivación del cliente.
- 5 Permitir la prestación de servicios sin la titulación o competencias necesarias. Es importante conocer las líneas rojas entre ejercer por ejemplo como monitor, fisioterapeuta o nutricionista.
- 6 Existencia de verdaderas luchas internas entre compañeros por quedarse con más y mejores clientes en los servicios de entrenamiento personal.



**7** Anteponer los intereses del negocio o cuestiones personales en lugar de recomendar al cliente lo que realmente le conviene, por ejemplo cambiar de tipo de actividad (hacer Pilates o natación) con el riesgo de perderlo como cliente directo.

**8** Ocultar información siendo poco transparente en aspectos fundamentales para asegurar el adecuado clima de trabajo.

**9** No contar con políticas salariales coherentes y adaptadas a la realidad concreta del personal.

**10** Practicar la competencia desleal al trabajar en diversos centros sin informar a la dirección o prestar servicios a clientes al margen del centro deportivo del que son usuarios.

En nuestra opinión, estas situaciones y otras muchas que seguro que conocéis sólo suponen "pan para hoy y hambre para mañana", ya que acabarán volviéndose en contra. Por eso lo recomendable es apostar por implementar en nuestra organización lo que hemos denominado como Fitness Fair Play, que supone orientarse hacia el

bienestar y la felicidad del equipo y del cliente, respetando y siendo fiel a una serie de principios éticos y a la necesidad de establecer unos protocolos internos de actuación. Además de potenciar la alineación entre los valores de la organización y los de los trabajadores (Ver al respecto "LiderHazAlgo", en Gym Factory nº 73).

La buena gobernanza (o buen gobierno) exige a los responsables de la gestión de los centros deportivos incluir en sus planes estratégicos aquellas acciones que potencien el comportamiento ético de todos los sujetos implicados. Y ello a través del desarrollo de aspectos como la comunicación, la colaboración, el compañerismo, el trabajo en equipo, el sentimiento de pertenencia y sobre todo la independencia y objetividad en la toma de decisiones. De esta manera podremos evitar injusticias, trampas, mentiras o que predominen intereses personales en detrimento de los generales. Por ejemplo, jugar limpio es no culpar a los demás de nuestros errores.

Contar con un código ético, que ya podemos encontrar en otro tipo de organizaciones, nos ayudará a hacer realidad el juego limpio en nuestra empresa y centro deportivo. Código que deberá ir acompañado del control y seguimiento necesario que haga saltar la alarma ante cualquier violación o injusticia, y por qué no, que lo complementemos con una política de reconocimientos en la que no sólo se premie el cumplimiento de objetivos numéricos, sino también la defensa de los valores y el juego limpio.

Sin lugar a dudas ésta decidida apuesta por el Fair Play va a dar resultados interesantes. Uno de ellos será potenciar la fidelización de clientes y trabajadores. Con toda seguridad el engagement (compromiso e implicación) se dará más en ambientes y espacios en los que se respire todo aquello que aporta la ética y los valores. Y a su vez este estado de Fitness Fair Play total nos va a permitir dar respuesta a esa necesidad de socialización de la que hablamos al principio.

Mucho sobre lo que reflexionar. Estás ante una propuesta innovadora que te ayudará a diferenciarte. Como decía Groucho Marx "El secreto de la vida es la honestidad y el juego limpio. Si puedes simular eso, lo has conseguido".



Vicente Javaloyes Sanchis  
*Profesor titular INEFC.  
 GISEAFE - Grupo de Investigación Social y  
 Educativa de la Actividad Física y el Deporte.*



Raquel Armentano Solé  
*Graduada en CAFD. Master Gestión  
 Deportiva INEFC. Entrenadora personal  
 fitness, pilates y natación.*