



Centros deportivos AGRADECIDOS

¿Qué se dice cuando te dan algo? Cuántas veces habremos escuchado o pronunciado esta expresión. Hay estudios que reflejan que cada día damos las gracias más de veinte veces. Bien sea face to face, WhatsApp, correo electrónico o en las redes sociales. La mayoría de veces lo hacemos sin darnos cuenta, de forma automática. Muchas de ellas incluso sin apertecernos, por compromiso, por puro interés. Pensemos en lo que hacemos un día cualquiera en nuestro trabajo, en nuestro centro deportivo, ya seamos recepcionista, comercial, monitor o director. ¿Damos las gracias o agradecemos?

Aunque parezca que se trata de lo mismo, hay mucha diferencia entre dar las gracias y agradecer. En nuestras instalaciones deportivas estamos rodeados de bonitos flujogramas, protocolos de actuación, la mayoría de ellos acaban con la recomendación, por no decir mandato, de dar las gracias. Pero mostrar nuestro agradecimiento no debe limitarse a pronunciar la palabra gracias. Hay que ser capaz de trasladarlo al ámbito de los hechos para mostrar que realmente nos importa y valorar lo que hacen por nosotros.

¿Y por qué ser agradecido? ¿Qué hacen por nosotros? Confiar, sí confían en nosotros. Nuestros

clientes hacen algo muy valioso. Nos entregan el valor del trabajo empleado para ganar el dinero necesario con el que pagar la cuota mensual de acceso a nuestro centro. No es solamente un puñado de billetes, sino todo lo que hay detrás de ellos. Por lo tanto, nos entregan todo ese esfuerzo (en ocasiones sangre, sudor y lágrimas) que bien merece nuestro agradecimiento. ¿Nos hemos parado a pensar las historias que hay en cada billete de 50 euros?

No hay mejor forma de mostrar a otra persona nuestra gratitud, que cuidar los pequeños detalles, prestar la atención debida o focalizarse en satisfacer las necesidades de cada persona. Hablar con

hechos es mucho más eficaz que el uso de las palabras. Alguien dijo que "las palabras se las lleva el viento". Por lo tanto, qué mejor refuerzo que demostrar nuestro agradecimiento, actuando.

Recientemente leía que Dinamarca lidera de nuevo la lista de "países más felices del mundo" (Informe 2016 sobre la Felicidad Mundial). Dinamarca ha ganado el título en tres de las cuatro ocasiones en que se emitió el informe, y sólo fue superado una vez por Suiza, que en esta ocasión quedó en segundo lugar. Según la encuesta, que incluye 156 países, a Dinamarca y Suiza le siguieron de cerca Islandia, Noruega y Finlandia. Los autores del estudio sostienen

que la felicidad ofrece una mejor medida del bienestar humano que la medición de la educación, la salud, la pobreza, el ingreso y el buen gobierno por separado. Los resultados reflejan el creciente interés mundial en el uso de la felicidad y el bienestar subjetivo como indicadores principales de la calidad del desarrollo humano. Por lo tanto, la respuesta no era contar con un mejor clima, una economía en crecimiento, bienes raíces económicos, bellezas naturales, seguridad... Los países que aparecen en los primeros lugares tienen algo en común: las personas eran agradecidas y sus expectativas no eran en extremo ambiciosas. Se puede consultar el informe en <http://worldhappiness.report/>

Recibir el agradecimiento por algo que hemos hecho es sin duda agradable, y es bueno que lo disfrutemos. ¿A quién no le gusta? Sin lugar a dudas, el agradecimiento, sincero, representado en hechos es el camino para la fidelización de nuestros clientes y para reforzar sus lazos de unión con nuestra propuesta de servicios. El agradecimiento refuerza el compromiso. Hace que las personas quieran estar contigo. Nos vincula a través de lazos emocionales. Es sin duda, una apuesta ganadora. Cada mensaje de gratitud no sólo es necesario, sino que resulta fundamental para mantener y potenciar las relaciones cliente-centro deportivo.

¿Cuántas veces te has sentido bien cuando otra persona te agradece algo? Ser agradecido beneficia a otros. Pero además ser una persona agradecida te genera felicidad y ser más feliz produce auto-motivación y mayor rendimiento laboral. Cuando somos agradecidos desarrollamos una tendencia a ver el lado positivo de las cosas. En consecuencia, logras mantener una actitud positiva que te hace ver siempre "el vaso medio lleno". Los psicólogos Emmons y McCollough estudiaron las conse-

cuencias de la gratitud y acabaron concluyendo que tiene profundos efectos en el bienestar físico y también emocional de las personas. Una persona agradecida se centra en lo que tiene y no en lo que te falta. Ese simple hecho te hace una persona mucho más feliz. Y amigos, no tengo duda que la felicidad es el camino al éxito. Cuando uno empieza a repartir, pronto empieza a recibir: fidelización, venta cruzada, prescripción a amigos y entorno, y un largo etcétera.

¿Y cómo podemos mostrar nuestro agradecimiento en un centro deportivo? ¿Cómo conseguir ese sello de calidad de "Centro agradecido"? Lo primero que tiene que quedar claro es que estamos en un plano diferente al

Una persona agradecida se centra en lo que tiene y no en lo que te falta. Ese simple hecho te hace una persona mucho más feliz. Y amigos, no tengo duda que la felicidad es el camino al éxito.

económico. El dinero no da la felicidad. Por lo tanto, las estrategias a implementar no pasan por grandes gastos ni por ofrecer beneficios/premios económicos. Es una cuestión de convicción, de orientación de toda la empresa/personal al agradecimiento sin condiciones. Nuestros clientes deben respirar continuamente ese ambiente de gratitud.

Decálogo del Centro Deportivo Agradecido (CDA)

- 1.** Dar lo mejor de cada uno, es la mejor forma de agradecer.
- 2.** Sé agradecido ahora (en cada momento) pero pensando a largo plazo.

- 3.** Escuchar y ser paciente con nuestro cliente es una forma de gratitud.
- 4.** Agradece sin esperar nada a cambio. Cultiva el agradecimiento gratuito.
- 5.** Las notas de agradecimiento funcionan.
- 6.** Potencia los recuerdos agradables.
- 7.** Hazlo por convicción, no por compromiso.
- 8.** No esperes que pase algo excepcional para agradecer. La sorpresa es más valorada.
- 9.** Hay que hacer del agradecimiento una actitud y un hábito de vida.
- 10.** La amabilidad trae felicidad y éxito.

Tener preparada una lista de las personas, acciones o logros que merecen ser aplaudidas, nos ayudará a ir cultivando esa actitud orientada a nuestro cliente y a su felicidad. Incluye entre tus prioridades esta estrategia, dedicándole unos minutos cada día a afianzarla. Apunta las reacciones y respuestas de los clientes.

Por lo tanto, si el agradecimiento en nuestro centro deportivo no es "por compromiso", estoy convencido que lograremos comprometer a nuestros clientes, fidelizándolos y reforzando el sentimiento de pertenencia a nuestra instalación. No lo dudes, el agradecimiento conduce al compromiso.

Dos últimas recomendaciones:

- "Cuando bebas agua, recuerda la fuente" (proverbio chino).
- No olvides: "Más vale un hecho que mil palabras".



Vicente Javaloyes

Profesor titular INEFC
GISEAFE - Grupo de Investigación Social y Educativa de la Actividad Física y el Deporte