

Manel Valcarce - Blog

<https://www.manelvalcarce.com/>

Entrevista a Manel Valcarce, director del Sport Business Symposium



“La crisis ha favorecido el ingenio, la creatividad y el desarrollo de nuevas propuestas y mejoras”. Entrevista realizada por Javier García: Pese a su buena imagen y aceptación social, el sector del fitness en

nuestro país vive hoy sus peores momentos. Las razones: la crisis generalizada y una subida de 13 puntos en el IVA que grava esta actividad, aprobada por el Gobierno el pasado mes de septiembre.

FUENTE: <http://www.interempresas.net/Instalaciones-deportivas-ocio/Articulos/105716-Entrevista-a-Manel-Valcarce-director-del-Sport-Business-Symposium.html>

Pese a su buena imagen y aceptación social, el sector del fitness en nuestro país vive hoy sus peores momentos. Las razones: la crisis generalizada y una subida de 13 puntos en el IVA que grava esta actividad, aprobada por el Gobierno el pasado mes de septiembre. Las secuelas de esta decisión no se han hecho esperar: una reducción de puestos de trabajo del 3,32% y una caída del 14% en la facturación. Además, desde su entrada en vigor, el 65% de los empresarios no ha realizado ningún tipo de inversión. Manel Valcarce, director del Sport Business Symposium, que se celebrará en Lleida entre el 3 y el 4 de mayo, explica los retos del sector en la actualidad y las claves para generar negocio y mejorar la gestión de los centros deportivos y de fitness de nuestro país.
Javier García



Manel Valcarce, director gerente de Valgo Investment, coorganizadora del Sport Business Symposium junto a Deporte y Ocio, es licenciado en Ciencias Actividad Física y el Deporte, máster en Administración y Dirección del Deporte y diplomado en Ciencias Empresariales.

¿Cuál es el estado de salud del sector en nuestro país? ¿En qué medida le ha afectado la crisis?

El sector deportivo y, en concreto, el del fitness y la actividad física saludable, quizás el que tiene más concepto empresarial, goza de muy buena aceptación social, principalmente por los servicios que ofrece a sus clientes vinculados con objetivos de salud, integración, autoestima o estética, tan necesarios en estos momentos.

Evidentemente la crisis está afectando a nuestro sector, y se nota, sobre todo, en el nivel de inversiones y de aperturas. Éstas, en proporción, han disminuido, excepto en el caso del fenómeno Low Cost, basado en cubrir la demanda a bajo coste.

¿Algo positivo?

Sí, se hace necesaria la diferenciación entre la competencia, y esto ha favorecido el ingenio, la creatividad y el desarrollo de nuevas propuestas y mejoras.

¿De qué manera cree que ha repercutido el incremento del IVA al 21% en gimnasios y centros de fitness?

Según los datos poco halagüeños del I Observatorio Trimestral que evalúa el impacto de la subida del IVA en el sector del fitness, elaborado por La Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (FNEID), el sector experimenta una caída del empleo y la facturación.

¿Hasta qué punto?

Durante el primer trimestre de vigencia desde que entrara en vigor la subida del IVA (septiembre-noviembre), se han destruido un 3,32% de los puestos de trabajo por cuenta propia y un 7% de los empleos por cuenta ajena. Pero esta medida trae más efectos consigo.

¿Cuáles?

Una disminución de facturación y de clientes: la facturación de los centros de fitness ha caído un 14% comparando con el período anterior. Esto se explica porque se ha perdido un 8% de clientes y porque algunos centros han asumido directamente la subida del IVA, bien en su totalidad o en una parte.

Preocupante...

Sí, además, según se desprende de este I Observatorio Trimestral, el 82% de los encuestados han repercutido la subida del IVA a sus clientes, sin embargo, la aplicación

ha sido desigual, ya que no todos los centros han aplicado los 13 puntos y algunos sólo han repercutido esta subida en determinados servicios, como los de estética, natación o spa.

¿Más consecuencias?

Uno de los aspectos a mi entender más preocupantes, es que un 65% de los empresarios no han realizado ninguna inversión y esto no favorece la innovación y la mejora competitiva.

Uno de los objetivos del simposio es mejorar el negocio del fitness y del deporte. ¿Cómo se puede lograr este cometido en la actual situación de crisis?

La clave para la mejora de cualquier negocio es, por un lado, la innovación y la diferenciación, y por otro, la optimización de costes. En el Sport Business Symposium, nos centramos en aportar recursos y experiencias que mejoren y fomenten la innovación y la diferenciación, a todos los niveles, ya sea en servicios técnicos como en gestión de recursos humanos, del marketing o simplemente mejorar la motivación del equipo.

¿Cuáles son los aspectos más conflictivos e importantes en la gestión de una instalación deportiva? ¿Por qué?

Sin duda, podemos encontrar dos aspectos complejos en su gestión. Por un lado, el control de los costes con dos partidas muy destacadas: la de personal y la de costes fijos energéticos.

En estos casos deberemos implementar herramientas que mejoren estos costes, optimizando los recursos y proponiendo puestos de empleo estables con personal cualificado que pueda desarrollar diversas tareas dentro de la empresa.

¿Cuál es el segundo aspecto?

La atención al cliente. Más del 60% de los usuarios que se dan de baja es por falta de atención. Este aspecto debe mejorarse y cuidarse con acciones de fidelización, planes personalizados y con claras políticas de empresa orientadas a la atención y cuidado del cliente.

Afirma que la partida costes fijos energéticos es uno de los aspectos más decisivos en la gestión de un centro deportivo...

Sí, es un aspecto fundamental, ya que una de las partidas de gastos más importantes para un gimnasio o centro deportivo son los suministros energéticos. Es por ello que se están desarrollando numerosos planes y acciones para poder reducir estos costes y hacerlos más sostenibles. El ahorro energético es una medida que se está implantando

en la gestión eficiente de los centros y a todos los niveles —luz, agua, gas, gasoil, teléfono...—, dando paso a propuestas más eficientes y ecológicas.



¿Cuál cree que es el nivel de formación de los directivos y el personal de los centros de fitness y de deporte españoles?

Esta es una cuestión delicada. Actualmente, en nuestro país, excepto en Cataluña, no existe una regulación para las profesiones del deporte. Es decir, cualquier persona con cualquier tipo de formación o sin ella, puede ser entrenador personal. Éste es un ejemplo claro de la situación.

¿No están preparados entonces?

La verdad es que, en general, los profesionales del sector están altamente cualificados para el desempeño de sus funciones, y existe un interés en la mayoría por seguir mejorando y ampliando sus conocimientos.

¿Y en el caso de los directivos, los gestores de esos centros?

Desde un punto de vista directivo, cada vez son más las personas que acceden a estos puestos y tienen una formación académica relacionada con la gestión deportiva, sin embargo, siempre es necesario mejorar los conocimientos y adaptarse a las nuevas tendencias, por ejemplo en áreas como las ventas y el marketing, la gestión de recursos o la atención al cliente.

Valore el nivel de equipamiento y tecnología de nuestros centros de fitness y de deporte. Sitúenos en el contexto europeo.

El equipamiento de nuestros centros españoles es muy similar al del contexto europeo. Las firmas internacionales y españolas ofrecen conceptos similares en sus propuestas aunque con diferencias de calidad y diseño.

¿Y en cuanto a los servicios?

Nuestro país es considerado como un punto innovador, donde se desarrollan nuevas propuestas técnicas, a pesar de la gran influencia norteamericana, alemana o italiana.

¿Qué puede decir de nuestra tecnología?

España está a la cabeza en desarrollo de software y propuestas vinculadas a los centros deportivos. Actualmente, encontramos aplicaciones completas de gestión de clientes no sólo económicamente hablando sino también en el ámbito de entrenamiento, marketing relacional, etc. Estas aplicaciones ya se encuentran disponibles a través del móvil del usuario, de Internet e, incluso, son interactivas en el propio centro. La tecnología avanza y el sector deportivo y de fitness no es una excepción.

El tema principal de esta edición de Sport Business Symposium son los nuevos retos en la gestión deportiva. ¿Cuáles son?

Seguramente, los retos son los mismos que para cualquier ciudadano de nuestro país o para cualquier empresa de los sectores productivos: confianza y motivación para seguir trabajando y superar estos momentos. Ese reto es uno de los pilares destacados de este evento, pero lógicamente hay más, y éstos son más prácticos y relacionados con los ámbitos de la gestión.

¿Cuáles son?

El marketing, los recursos humanos, los servicios técnicos, la atención al cliente y el posicionamiento y la diferenciación.

Dada la actual situación del sector que describe, ¿qué cree que le puede aportar a esta industria la celebración de este evento?

El objetivo es aportar optimismo y confianza en estos momentos. Dar herramientas, el consejo y la experiencia de grandes ponentes que cada día tratan con situaciones de crisis y de empuje con sus clientes y en sus empresas. También pretender ser un punto de encuentro para el sector, para debatir y compartir sensaciones, experiencia y desarrollar negocio.

Link to Original article: <https://www.manelvalcarce.com/blog/entrevista-a-manel-valcarce-director-del-sport-business-symposium?elem=90573>