



# THINK TANK

# LA FUERZA TOMA FUERZA

LOS USUARIOS MÁS JÓVENES HAN ABARROTADO LAS SALAS DE MUSCULACIÓN EN LOS GIMNASIOS. EL USO DE EQUIPOS CARDIOVASCULARES HA DISMINUIDO Y ALGO SIMILAR OCURRE CON LA PARTICIPACIÓN EN CLASES COLECTIVAS TRADICIONALES. MIENTRAS TANTO, LOS ESTUDIOS BOUTIQUE PONEN LA VARA CADA VEZ MÁS ALTA A LA HORA DE PENSAR Y CREAR UNA EXPERIENCIA GRUPAL DE ENTRENAMIENTO.

POWERED BY:

**mercado**  
**fitness**

# Construyendo **IDEAS**

La traducción literal del inglés de **Think Tank** es “tanque de pensamientos”. Pero el concepto tiene un origen militar: durante la Segunda Guerra Mundial, hacía alusión a un recinto cerrado en el que científicos y militares se reunían para debatir asuntos estratégicos. En su acepción moderna, se refiere a un comité de expertos o a una usina de ideas.



Guille Vélez | TheNetworKING

Cuando en **Mercado Fitness** elegimos ese nombre, lo imaginamos como un espacio en el que diferentes actores del sector, con probada trayectoria y reconocimiento, pudieran encontrarse con un doble fin: primero, conocerse y relacionarse; segundo, reflexionar juntos sobre algún tema relevante y construir conocimientos de manera colectiva.

La inteligencia colectiva solo es posible a partir de la colaboración de muchos individuos. El filósofo y sociólogo **Pierre Levy** asegura que “es

una inteligencia repartida en todas partes (...) cuyo objetivo es el enriquecimiento mutuo de las personas”. Una de sus mayores ventajas es permitirnos superar nuestros sesgos cognitivos individuales.

En este primer **Think Tank** de Mercado Fitness abordamos una temática que puso sobre la mesa mi amigo Toni Brocal, de ESHI: la actualidad y futuro de las actividades colectivas dirigidas, así como las características del consumidor actual y sus nuevas preferencias. Para reflexionar al respecto, contamos con la participación de los siguientes invitados:

Noemí Pena, Salvador Cereceda, Manel Mazaira, Francisco Cortegoso, Raziel Villasana, Albert Villon, Maria González, Álvaro Barrio, Paulo Akiaw, Gabriel Domingo, Jorge Villa, Yeison Cubides, Gisel Swedzky, Mathías Lego, Gabriela Retamar, César Navarro, Laura Santín, Julián Rud, Jorge Rodríguez Prado y Javier Blanco.

A todos ellos, muchas gracias por haber contribuido con la creación de este documento que resume las ideas principales volcadas en ese primer encuentro. Y a ustedes, nuestros lectores, los animamos a transitar este texto con la mente abierta y pensamiento crítico, y los desafiamos también a cuestionar sus creencias antes de tomar sus próximas decisiones.

COMPARTIENDO EXPERIENCIAS, IDEAS Y CONOCIMIENTO.

Gracias a estas empresas por el apoyo a Mercado Fitness:

**BH**FITNESS

*Fitness*  
**BRAIN** 

**ELEIKO**

**evergy**

**AB**  
EVO

**fitcode.**  
CONSULTORA

**G** *G-FITNESS*

 **GLUTEBUILDER®**

  
**HEXFIT**

**im** *impulse*

*innovaFIT*

*IVOLUTION®*

*LifeFitness*

  
mis actividades

**PRECOR®**

  
**PROGym**  
CLOUD

**RADICAL**  
*FITNESS*

**SportsArt**  
THE GREEN FITNESS COMPANY

**STARKE**  
MACHINES

**TECHNOGYM®**

**'trainingym**



**GLUTEBUILDER®**

# EQUIPAMIENTOS MULTIFUNCIONALES ESPECIALIZADOS EN ENTRENAMIENTO DE GLÚTEOS



LA SOLUCIÓN DEFINITIVA PARA IMPLEMENTAR Y REALIZAR LOS EJERCICIOS PARA GLÚTEOS DE PESO LIBRE MÁS EFECTIVOS, DE UNA FORMA CÓMODA, SEGURA Y EFICAZ.



**GLUTEBUILDER BOX**



**GLUTEBUILDER V2**



**INTEGRACIÓN RACK DE SENTADILLAS**

[www.glute-builder.com](http://www.glute-builder.com)  
[info@glute-builder.com](mailto:info@glute-builder.com)

+1 (786) 347-8734  
[@glutebuilder.official](https://www.instagram.com/glutebuilder.official)

# LAS 2 FORMAS

## de leer este texto



**8 MINUTOS**  
 DE LECTURA

La parte central de este artículo -de las páginas 14 a la 27 - tiene **1964 palabras**. Leer el **documento completo** te llevará poco menos de **8 minutos**.



**3 MINUTOS**  
 DE LECTURA

Pero si quieres, te dejamos en las páginas 7 a 12, un resumen de **642 palabras**, con las **10 ideas principales** y las **19 citas destacadas**. Leer esa versión reducida del texto, te llevará solo **3 minutos**.

# 10 Ideas PRINCIPALES

**1** La caída en la participación de usuarios en actividades grupales dirigidas es un fenómeno evidente, que afecta a muchos, pero no a todos los gimnasios por igual.

**2** Es el modelo tradicional de clases colectivas el que está en jaque, pero las actividades grupales con *engagement* -hiit, funcional, circuitos, etc.-, siguen siendo requeridas.

**3** Muchos de los mejores monitores han dejado los gimnasios, llevándose a sus clientes a estudios boutique o bien para iniciar sus propios emprendimientos.

**4** La escasez de instructores en el mercado dificulta a los gimnasios el proceso de reclutamiento y produjo un aumento en el costo por hora de los técnicos.

COMPARTIENDO EXPERIENCIAS, IDEAS Y CONOCIMIENTO.

5

Los estudios *boutique* ofrecen una experiencia colectiva que supera la media de la oferta tradicional de clases en gimnasios y, por lo tanto, representan una competencia importante.

6

Así como cayó la participación en clases colectivas, ha disminuido también el uso de equipamiento cardiovascular y aumentó la predilección por el área de musculación.

7

Los usuarios más jóvenes eligen el entrenamiento de fuerza -sobre todo el de peso libre- y no siguen las instrucciones de los entrenadores de piso, sino de *influencers* en sus móviles.

8

La gestión del área de musculación es más simple que la de fitness grupal, donde hay que elegir instructores, definir contenido, manejar horarios, optimizar el uso del espacio, etc.

9

Es necesario un nuevo modelo de instructor, menos preocupado por aspectos técnicos del entrenamiento, y más enfocado en lograr conectar con sus clientes.

10

Los gimnasios que quieran tener una oferta de actividades colectivas competitiva deberán adecuar sus salas a las tendencias actuales, creando espacios inmersivos.

YOU CAN'T CONTROL YOUR LIFE, BUT YOU CAN  
CONTROL YOUR FITNESS



Cardio • Studio • Functional • Fitboxing

**evergy**

[evergyfitness.com](https://www.evergyfitness.com)

# 19 Citas

# DESTACADAS

1

*"El usuario es el mismo, pero hoy tiene más ofertas. Si no nos adaptamos, puede elegir otro lugar",*

*Salvador Cereceda,  
CEM Joan Miró.*

2

*"Hay que evaluar si las necesidades de los usuarios han cambiado para definir si debemos modificar nuestra forma de concebir las clases y al propio técnico",*

*Manel Mazaira, DiR.*

3

*"Hemos notado una caída en la oferta de formación en clases dirigidas, lo cual nos dificulta encontrar técnicos",*

*Francisco Cortegoso,  
Más Que Auga.*

4

*"Muchos instructores iniciaron sus propios negocios y eso nos obligó a un recambio generacional",*

*Raziel Villasana,  
Sports World.*

5

*"Notamos cambios en el tipo de actividades que la gente está buscando",*

*Albert Villón,  
Sintagma.*

6

*"Hemos visto un incremento en los grupos pequeños de entrenamiento personal",*

*Maria González,  
ClubFitness Gressboro.*

7

*"La gente se enfoca mucho en las clases de tonificación, de fuerza, y también en las de entrenamiento funcional",*

*Álvaro Barrio,  
Fitness Park.*

8

*"Hoy existe dentro de los gimnasios una competencia muy grande por la atención de los clientes",*

*Paulo Akiav,  
EVO.*

9

*"Los más jóvenes eligen el área de fuerza, mientras que el cardio, que antes era nuestro punto crítico, lo tenemos semi vacío",*

*Gabriel Domingo,  
Claror.*

10

*"Hay una caída en la participación en clases grupales",*

*Jorge Villa,  
Bodytech.*

11

*"Los jóvenes no tienen ningún tipo de interés en que un instructor les diga lo que tienen que hacer",*

*Gisel Swedzky,  
Dreamfit.*

12

*"Hoy con el 80% de la oferta de clases que teníamos antes atendemos la demanda actual",*

*Yeison Cubides,  
Sportlife.*

13

*"Muchos instructores se van de los grandes gimnasios a trabajar en los estudios boutique y se están llevando mucha gente",*

*Mathías Lego,  
The Six Elements.*

14

*"Si el instructor no es abrazado por la cultura organizacional de la empresa, terminará trabajando por su cuenta",*

*Gabriela Retamar,  
EVO.*

15

*"El instructor debe aprender a crear emociones y los gimnasios deben mejorar la ambientación de sus salas",*

*César Navarro,  
AEFA Les Mills.*

16

*"Quienes sigan ofreciendo clases grupales como en los '90, seguirán con sus salas vacías",*

*Laura Santin,  
Body Systems.*

17

*"Es necesario mejorar la formación de quienes tienen que entregar el servicio",*

*Julián Rud,  
Fitcode.*

18

*"Buscamos técnicos que presten mayor atención a la emocionalidad de sus clientes",*

*Jorge Rodríguez Prado,  
Body Shop.*

19

*"Hoy se busca que los monitores sean excelentes comunicadores para poder conectar con sus clientes",*

*Toni Brocal, ESHI.*

*LifeFitness*

# ASPIRE CARDIO

SIMPLICIDAD,  
REDEFINIDA

Life Fitness, líder en equipos y soluciones fitness, ofrece un amplio portafolio para brindar una experiencia de entrenamiento única.

Por más de 50 años inspirando vidas más saludables por medio de tecnología, innovación, design premium, calidad y durabilidad, presenta ahora su nueva línea: **ASPIRE**.

Una línea completa de equipos de cardio que cuenta con design inteligente y moderno brindando una sensación cómoda y una experiencia intuitiva.

¡**ASPIRE** fue desarrollada para atender tus necesidades con máxima eficiencia!



@lifefitnesslatinoamerica



Life Fitness Latinoamérica

*LifeFitness*

# Adiós a las clases

# TRADICIONALES

Lo que comenzó como un rumor de pasillo, hoy es un fenómeno cada vez más comentado y que preocupa a muchos. Varios operadores de cadenas de gimnasios reconocen una **notoria caída en la participación** de clientes en actividades grupales dirigidas tradicionales. Y el adjetivo “tradicional” no es menor a la hora de interpretar y de entender lo que sucede.

Una sala pintada de blanco, iluminada con tubos fluorescentes, rodeada de espejos, con una tarima al frente y con un instructor enfocado exclusivamente en respetar una coreografía es cosa del pasado. Y los operadores de gimnasios que entendieron esto a tiempo, e hicieron las adecuaciones pertinentes, tienen aún hoy sus salas colectivas con una buena ocupación.

## ¿Qué adecuaciones hicieron? Principalmente dos:

**1)** Cambiaron el perfil del monitor, por uno menos preocupado solo por aspectos técnicos y más dotado de habilidades blandas que le permitan **conectar, emocionar, motivar**, etc.

2) *Boutiquizaron* sus salas colectivas. En otras palabras, **cambiaron radicalmente su ambientación** apalancados en la tecnología para lograr espacios inmersivos que ayuden a los monitores a crear experiencias memorables, que inviten al usuario a repetir.

## Adaptarse a las **NUEVAS DEMANDAS**

“El mercado se ha ampliado con franjas de edades que hasta ahora no teníamos. Hoy hay usuarios de 14 años, con nuevas necesidades y otros gustos”, dice **Toni Brocal**, de ESHI. Para **Salvador Cereceda**, del CEM Joan Miró, “el usuario es el mismo de antes, pero hoy tiene más ofertas diferentes, de modo que, **si no nos adaptamos, puede elegir otro lugar**”.

Y sin dudas el CEM Joan Miro, de Barcelona, España, es un buen ejemplo de adaptación. “A partir de las seis de la tarde, tenemos clases con 80 personas y un solo técnico”, dice Cereceda. ¿Cómo? “La inversión que hubiéramos hecho antes en cardio, la hemos hecho en *boutiquizar* los espacios de clases para convertirlos en salas inmersivas”, dice.



App clientes (reservas, acceso código QR, pago en línea, rutinas)



Punto de venta



Autoinscripción desde tu página web



Notificaciones automatizadas



**PROGym**  
CLOUD

## SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL DE ACCESO PARA CENTROS FITNESS



Control acceso facial, palma, proximidad, huella y código QR



CRM



Débito automático (domiciliación)



Gestión de redes sociales



 +52 4442147206

 @PROGYMSOFTWARE

 PROGYMBSD

 CONTACTO@PROGYMCLOUD.COM

 Download on the  
**App Store**

GET IT ON  
 **Google Play**

En Clubs DiR “no tenemos problemas con el fitness grupal, nuestras salas están llenas”, asegura **Manel Mazaira**, gerente de desarrollo de Negocios de esta cadena catalana. No obstante, reconoce que hay que “evaluar si las necesidades de los usuarios han cambiado para definir si debemos modificar nuestra forma de concebir las clases y al propio técnico”.

En Más Que Auga, de Vigo, la situación es similar. “Las clases colectivas están en su mayoría llenas, pero aún no alcanzamos los mismos aforos que antes de la pandemia”, dice su director General, **Francisco Cortegoso**. Sin embargo, alerta: “Hemos notado una **caída en la oferta de formación** en clases dirigidas, lo cual nos dificulta encontrar técnicos”.

En Sports World, de México, han tenido un aumento en el aforo de las clases colectivas y “se lo atribuimos a la gestión del contenido”, explica **Raziel Villasana**, subdirector Deportivo. “Renovamos la oferta de clases constantemente, porque muchos instructores iniciaron sus propios negocios y eso nos obligó a un **recambio generacional**”, dice.

En Body Shop, de República Dominicana, también hay una tendencia en alza dentro de las clases grupales, “pero con un cambio interesante en lo que la gente está buscando”, alerta **Jorge Rodríguez Prado**, director General de la cadena. “Estamos migrando hacia **actividades que generen engagement e interacción** entre los participantes”, explica.

En la misma línea, **Albert Villón**, de SINTAGMIA, España, destaca: “No notamos cambios en la asistencia a clases dirigidas, pero sí en el tipo de actividades grupales que la gente está buscando”. En su opinión, “las que tienen más *engagement* son **entrenamiento funcional, HIIT** y también la **sala de musculación**, que coge más fuerza que nunca”.

Por su parte, el consultor **Mathias Lego**, confirma que en Alemania está ocurriendo un fenómeno similar con los usuarios. “El entrenamiento de fuerza está ganando terreno y lo mismo sucede con las **clases en circuito**, que se realizan **en grupos reducidos**, permiten una mayor interacción entre los participantes y suelen ser más lúdicas”, explica.

Desde Carolina del Norte, en Estados Unidos, la colombiana **Maria González**, CEO de ClubFitness Greensboro, abona la misma teoría: “Hemos visto un **incremento en los grupos pequeños de entrenamiento personal**. La gente nueva que llega a los gimnasios elige esa opción más que las clases de fitness grupal”.

En Fitness Park, de España, sí han notado “un pequeño descenso” de asistencia en clases dirigidas y una caída grande en la participación de ciclo indoor. Según **Álvaro Barrio**, gerente de Operaciones de la cadena, “la gente se enfoca mucho en las clases de tonificación, de fuerza, y también en las de entrenamiento funcional”.

Clases **ONLINE** para que los socios de tu gimnasio puedan entrenar desde sus casas las 24 horas del día, los 365 días del año utilizando computadoras, smartphones o tablets.



- Área exclusiva para subir las clases online de tus profesores, charlas informativas y anuncios publicitarios.
- Transmisión de clases en VIVO / Live streaming.
- Logo de tu gimnasio en acceso web para fortalecer tu marca y dar sentido de pertenencia.
- Acceso exclusivo con contraseña personalizada para cada socio.
- Panel de administración y reportes online.
- Intranet para realizar comunicados en video a tus socios.
- Librería con las clases de Radical Fitness.



Experimenta gratis durante un mes la potencia de esta plataforma que mejora notablemente la calidad de tu servicio y fortalece la fidelización y retención de tus socios.



En el caso del Grupo Claror, de España, “el descenso de participación en las actividades colectivas es **notorio**”, según su director, **Gabriel Domingo**. En Dreamfit “aunque tenemos algunas clases llenas, eso solo ocurre en horas punta; en general, hemos tenido un **descenso importantísimo**”, asegura **Gisel Swedzky**, directora de Producto e Innovación.

## ¿Y POR QUÉ SERÁ?

Sin duda alguna, este fenómeno es multicausal. Pero lo más evidente de todo lo saca a relucir **Paulo Akiav**, cofundador de Body Systems en los ‘90 y actual presidente de la plataforma EVO: “Hoy existe dentro de los gimnasios una **competencia muy grande por la atención** de los clientes, que tienen una oferta mucho más variada, que antes no existía”.

Y en los últimos tiempos, gran parte de esa atención -especialmente entre los más jóvenes- parece haberla captado el entrenamiento de fuerza, y en particular la **zona de pesos libres**. “Los menores de 25 años eligen la sala de musculación, donde también han aparecido chicas jóvenes para entrenar fuerza”, destaca Albert Villón.

En coincidencia, **Gabriel Domingo** dice: “Los más jóvenes están ocupando el área de fuerza, mientras que el cardio, que antes era nuestro punto crítico, lo tenemos semi vacío, motivo por el cual hemos decidido cambiar máquinas de cardio por estaciones de fuerza”. Mientras que en Dreamfit, que ahora acepta jóvenes desde los 14 años, ocurre lo mismo.

A más de 8 mil kilómetros de la Península Ibérica, en Colombia, el panorama no parece ser muy diferente. “Notamos una **mayor propensión al uso de la sala de musculación**, así como una caída en el uso de equipos cardiovasculares y en la participación en clases grupales”, confirma **Jorge Villa**, director de Operaciones de Bodytech.

Para Akiaw, este fenómeno se explica en parte porque “las salas de fitness grupal requieren del gerente del gimnasio una mayor capacidad de gestión para elegir instructores, manejar horarios, optimizar el uso del espacio, etc. Mientras que, **en la sala de musculación, el cliente tiene mayor autonomía** para ejercitarse por su cuenta”.

“Los jóvenes no tienen ningún tipo de interés en que un instructor les diga lo que tienen que hacer”, resalta **Gisel Swedzky**, de Dreamfit. “Esos usuarios -agrega **César Navarro**, CEO de AEFA Les Mills (España)- llegan al gimnasio con su móvil, van a la sala de fuerza y **hacen el ejercicio que su influencer preferido les muestra**”.

**SportsArt**

AQUÍ HAY  
ALGO QUE SU  
TROTADORA NO  
PUEDE HACER.



Trotadora G660

## LA TROTADORA G660 ECO-POWR™ NO ES SOLO GENERADORA DE ENERGÍA, ES CARBONO NEGATIVO.

Hace más de una década, SportsArt mostró nuestro compromiso con los clientes, las comunidades y nuestro mundo compartido con ECO-POWR™. Ahora añadimos otra innovación en la industria. Durante su ciclo de vida esperado en una instalación comercial típica, la G660 producirá suficiente energía limpia para compensar más carbono que su huella certificada.



Descubra cómo el ejercicio cardiovascular con emisiones de carbono negativas tiene un impacto positivo para usted y sus miembros.



Comunidad SportsArt



@ComunidadSportsArt



Comunidad SportsArt



Latam@gosportsart.com

Desde Chile, **Yeison Cubides**, director de Operaciones de la cadena Sportlife, confirma el descenso en participación en las clases grupales: “En 2016 abrimos dos gimnasios, con cinco salas para clases grupales en cada uno. Hoy, con la caída en la participación que vemos, estamos remodelando esos gimnasios dejando solo 2 o 3 salas grupales”.

En esta línea, el colombiano radicado en Santiago de Chile dice: “La falta de instructores tras la pandemia produjo un aumento en el costo por hora del pago de las clases, lo cual nos obligó a reducir la oferta. Hoy, aunque recuperamos el nivel de ingresos, no necesitamos volver a las parrillas de antes: **con un 80% de la oferta atendemos la demanda actual**”.

Y la carencia de instructores de clases colectivas no afecta solo a Chile. “En Brasil -agrega Akiau- es un gran desafío encontrar instructores. Muchos gimnasios tienen la demanda, pero **no tienen técnicos para conducir las clases**”. ¿Y dónde están los instructores? En la pandemia, muchos comprobaron que trabajar por su cuenta les era más redituable.

“La mayoría prefiere ocupar sus agendas con sesiones personalizadas o de pequeños grupos porque perciben una mejor remuneración por hora”, explica Akiau. En Alemania, según el consultor **Mathías Lego**, “muchos instructores se van de los grandes gimnasios a trabajar a los estudios *boutique* y se están llevando a mucha gente”.

En esta línea, Lego, quien además es propietario del estudio Six Elements en Colonia, Alemania, remarca: **“Algunos monitores tienen de rehenes a los gimnasios**, que no cuentan con la suficiente cantidad de personas en la clase como para pagarle al técnico lo que éste pretende cobrar. Pero si lo sacan, terminan perdiendo un montón de clientes”.

Para **Gabriela Retamar**, cofundadora de Body Systems y una voz muy autorizada en materia de fitness grupal en América Latina, la explicación es simple: **“El instructor tiene un poder de conexión con los clientes inigualable** para el gimnasio. Y si lo dejamos solo, sin un liderazgo claro que le diga hacia dónde vamos, terminará trabajando por su cuenta”.

Ese poder de conexión se pone de manifiesto en este ejemplo que comparte **Javier Blanco**, director General de EBONE. “Un profesor de pádel tenía sus clases llenas, se especializó en HIIT y decidió dejar de dar pádel para dar HIIT. El 90% de sus alumnos cambió de disciplina para seguir con él. Esto confirma la afinidad de los clientes con su técnico”, dice.

Por su parte, **Toni Brocal**, director de ESHI y dedicado al campo de la educación hace más de 20 años, señala: “Formar equipos hoy es todo un desafío porque está costando bastante encontrar a personas implicadas. Muchos de los buenos técnicos ya no están con nosotros, sino que trabajan por su cuenta y, en algunos casos, **hoy son nuestra competencia**”.

**FITNANCIAR**

# RENOVA TU

## GIMNASIO EN 48 CUOTAS

**STARKE**  
MACHINES



FUERZA



CARDIO



PESO LIBRE



SOLICITA TU PRESUPUESTO AHORA



+54 9 11 5859-8240



[www.fitnanciar.com.ar](http://www.fitnanciar.com.ar)

Al respecto, Gisel Swedzky, de Dreamfit, es categórica: “Ni los técnicos quieren hoy formarse en clases dirigidas, porque no están de moda. La mayoría son halterófilos, prefieren trabajar la fuerza. Entonces, **nosotros tenemos que cambiar el foco** en lugar de esperar que lo cambien nuestros 100 mil clientes”.

Para César Navarro es responsabilidad de los gimnasios encontrar una solución a esta problemática. “La solución tiene dos ejes: el instructor debe aprender a crear emociones porque el 60% de su trabajo es motivación; y hay que mejorar la ambientación de las salas para que despierten el interés de esta nueva generación de usuarios”, explica.

En la misma línea, **Laura Santin**, de Body Systems México, opina: “La fórmula del éxito es contar con el cronograma de clases indicado, con los mejores instructores y con instalaciones fantásticas”. Y en este sentido asegura sin dudar: “Aquellos que sigan ofreciendo las clases grupales como en los años noventa, seguirán con sus salas vacías”.

En la opinión de **Julián Rud**, de la consultora Fitcode, de Argentina, “la solución no es simple, pero se necesita un rediseño de la oferta, mejorar la comunicación y también la formación de quienes tienen que entregar el servicio”. En este sentido, la mayoría coincide en la **necesidad de transformar el modelo de monitor** (instructor).

# Hacia un **NUEVO MONITOR**

“El entrenamiento es una excusa para que nuestros clientes socialicen. No necesitamos instructores que hagan todo técnicamente perfecto, sino **que sepan dinamizar una clase**”, opina Domingo. En coincidencia Rodríguez Prado agrega: “Buscamos técnicos que presten mayor **atención a la emocionalidad** de sus clientes que a su rango de frecuencia cardíaca”.

Al respecto, Toni Brocal remarca: “Nunca como ahora había variado tanto el tipo de formación que hoy nos solicitan para **transmitir nuevas competencias a los monitores**. Además de ser buenos técnicamente, hoy se busca que los monitores sean excelentes comunicadores para poder conectar con sus clientes y lograr emocionarlos”.

El por qué, para Villón, es simple: “Las emociones que despertamos en nuestros clientes son la clave y los responsables de hacerlo son los miembros de nuestro equipo. Entonces, habrá que definir cuál es la propuesta de valor que les haremos a nuestros colaboradores. El resto son solo adornos que usamos para lograr que los clientes compren nuestros servicios”.

# ·trainingym

## SOFTWARE PARA GIMNASIOS Y NEGOCIOS FITNESS

**Mejora tus KPIs:** menos rotación, más ticket medio,  
más clientes... **Integramos Inteligencia Artificial**

**SOLICITA YA TU  
ASESORÍA GRATUITA**



GIMNASIOS QUE YA ESTÁN TRIUNFANDO CON ·trainingym

