

# ACTINA SPORT, S.L.

"A idea xurdíume sendo usuario"

Alberto Lorenzo Jiménez



## Datos básicos

<b>Actividade:</b>	Ximnasio
<b>Sector de actividade</b>	Servizos de ocio, diversión e cultura
<b>Nº empregados</b>	5
<b>Inversión inicial</b>	240.000 €
<b>Financiamento inicial:</b>	O investimento inicialmente previsto ascendía a 240.000 €, no entanto o primeiro día tiñamos acadado xa os 380.000 €. Todo elo foi financiado con fondos propios e un préstamo hipotecario con 2 anos de carencia. A campaña de preapertura para captar clientes tamén xogou un papel moi importante no financiamento do investimento. Durante dous meses, ofertamos un bono anual a un prezo moi baixo. Antes de abrir, contábamos con 17 millóns das antigas pesetas para afrontar os gastos do primeiro ano.
<b>Web:</b>	
<b>Municipio:</b>	Santiago de Compostela, A Coruña
<b>Ano creación:</b>	2001

## Descrición do proxecto

Trátase dun ximnasio no que ofrecemos entreno personalizado. No futuro, contemplamos o proxecto de dedicarnos ademais á xestión de instalacións deportivas.

Tratamos de flexibilizar ao máximo a nosa oferta, e de rendibilizar todas as franxas horarias do día. Abrimos a diario de 8 da mañá a 11 da noite, excepto os sábados, que temos un horario de 10 a 14 horas, e ofrecemos un total de 46 horas de entreno personalizado á semana. Hai que ter en conta que se trata dun negocio marcado pola estacionalidade. En verán por exemplo, se reduce de forma sensible a afluencia de clientes e, polo tanto, adaptamos o noso horario.

Entre os servizos que ofrecemos, destacan pilates, electroestimulación, entreno personalizado e servizos de estética e masaxes. Ademais ofrecemos todo tipo de artigos cosméticos e deportivos que, en forma de venda cruzada, axudan a rendibilizar o investimento aportando aproximadamente un 10% da facturación do ximnasio.

Nun ximnasio, a venda é maioritariamente intuitiva. Ao noso cliente potencial inflúelle moito o atractivo visual, por elo temos posto o máximo coidado nos aspectos cosméticos, eliminando barreiras e convertendo o local nun lugar atractivo. Unha sala de pesas, por exemplo, pode ser unha sala de tortura ou un lugar moi atractivo.



## Datos empresa

### Claves do éxito

Unha das chaves máis importantes é o entorno familiar e a axuda do meu pai, quen leva 45 anos exercendo como empresario, e do meu irmán. Eles me ofreceron un asesoramento empresarial rigoroso, sincero, e moi realista. Tamén ten xogado un papel fundamental a perseveranza. Todos os días tes problemas e dificultades, e só aprendes a dominalas có tempo.

Por último, temos traballado sempre buscando formación e información sobre as novas tendencias para ser os pioneiros na súa introducción. En todo caso, hai que ser prudentes e contrastar de antemán o valor engadido que aportan, xa que tan negativo é anticiparse e introducir unha nova actividade que non foi suficientemente probada, como quedarse atrás cunha oferta obsoleta.

### Situación actual

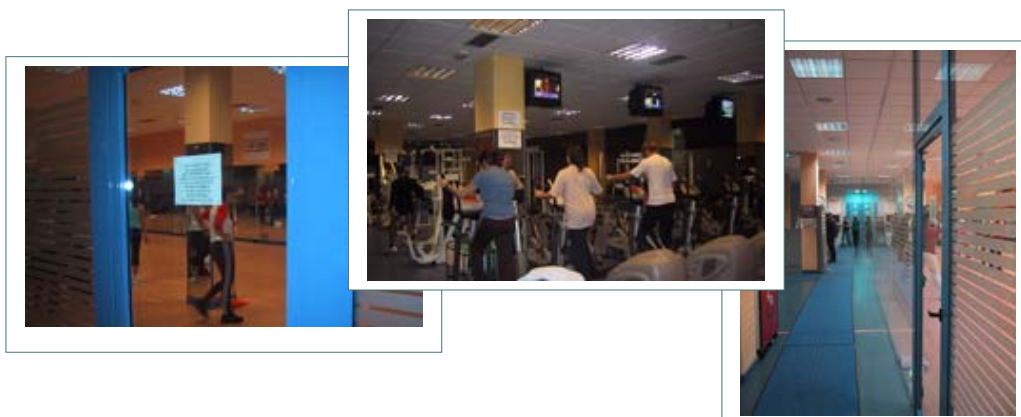
Temos conseguido amortizar anticipadamente o préstamo, o cal é un bo sintoma e significa que temos superado as nosas expectativas.

Ademais, temos o proxecto de redimensionar este negocio, e de feito, contamos cun local en Milladoiro; pero ata o 2010 non afrontaremos o cambio.

### Perfil cliente

Os clientes adoitan ser xente nova, polo xeral menores de 30 anos e con poder adquisitivo limitado. Moitos deles son estudantes, e cando rematan a carreira, saen a vivir fora. Necesitamos por elo ofrecer bos servizos a un prezo moi competitivo.

Temos en Milladoiro un local de 1.600m<sup>2</sup> cunha zona de aparcamento de 4.000 m<sup>2</sup>. Pero temos feito un estudio de mercado e, en función do perfil de clientes que temos, creemos que se hai que engadir o gasto do desprazamento, resultaría complicado rendibilizar o investimento.



## Idea inicial

A idea xurdíame sendo usuario. A partires dos Xogos Olímpicos, o negocio despegou e se convertiu nunha estupenda oportunidade de mercado. No ano 1988 existían 4.000 instalacións deportivas en España, e na actualidade, este número triplicouse. A principios dos anos 90, cando non existía a competencia dos grandes centros públicos, o negocio tiña unha enorme marxe de beneficio (arredor dun 30%), aínda que na actualidade, o panorama cambiou radicalmente.

A miña idea inicial era non arriscarme e buscar un traspaso ou un centro piloto, no que ofertar ao propietario dun ximnasio levarlle a xestión do mesmo e cobrar unha parte dos beneficios, é dicir; optimizar a empresa dun terceiro e cobrar por elo. E de feito, fixemos un proxecto que, por temas de distancia, non fructificou. Finalmente montamos un ximnasio en réxime de franquía e, posteriormente, nos independizamos.

## Principales dificultades y amenazas futuras

Unha das principais dificultades foi o financiamento. O investimento é considerable e, no meu caso, a miña familia asumiu un risco moi importante xa que avalou o préstamo que solicitei.

A captación e mantemento de clientes tamén resultou laboriosa. Tivemos que identificar os aspectos que deciden a compra e a fidelización do cliente. Temos dous sistemas de cobro: domiciliación mensual e cobro do bono anual con tarifa plana. Polo xeral, cando un cliente domiciliado acude 2 ou 3 veces por semana, mantense no tempo. Aínda así, tratamos de vender o bono anual, ofrecendo a posibilidade de que, ante unha lesión, o cliente poda presentar un parte médico e o bono se interrompe para retomar a súa validez coa alta médica.

Un fenómeno actual ao que estamos sometidos en xeral todos os empresarios é a dificultade para rentabilizar os investimentos en formación de persoal. Hoxe valórase máis a calidade de vida que o diñeiro. Nós destinamos a formación moitos recursos que non sempre podemos rendibilizar, xa que parte dos nosos empregados se van, non para cobrar máis senón para traballar menos.

Canto ás ameazas que afectan a este mercado, a máis importante é a competencia de instalacións públicas que ofrecen os seus servizos a prezos moi reducidos (por debaixo do custo). En Santiago, temos a maior competencia de toda España, con dous ximnasios públicos de gran envergadura. Este feito ten desencadeado unha guerra de prezos no sector que non fai máis que ameazar a supervivencia dos centros deportivos privados. Como exemplo, no ano 1991 a mensuralidade media dun ximnasio en Santiago eran 7.000 das antigas pesetas. Na actualidade estamos cobrando 22 euros.

## Perfil promotores

O promotor ten estudos de maxisterio con especialidade en educación física. É ademais especialista universitario e máster en psicoloxía do deporte.

Aporta 10 anos de experiencia profesional no sector, en distintas áreas xeográficas e en mercados moi diferenciados.



## Aptitudes necesarias

Ter moitas ganas de traballar e de sacar a empresa adiante. Todos os días xorden problemas que non tiñas previsto e necesitas tenacidade e empuxe.

## Guía de Actividad

**Centros deportivos privados** ([www.guias.bicgalicia.es](http://www.guias.bicgalicia.es))

## Motivacións

**Dedicarme ao que me gusta**  
**Saír do desemprego**

## Formación

### **¿Recibiui información específica sobre a creación de empresas?**

Si, fixen o Seminario de Xestión Empresarial do IGAPE, que se corresponde có antigo programa Lanza.

### **¿Considera importante recibir formación específica sobre creación de empresas para desenvolver con éxito un proxecto empresarial?**

A xestión diaria dunha empresa absorbe moitísimo tempo, e non sempre é posible dedicar unha parte a formación. Pero creo que é moi importante.

## Anecdotario

Cando o local estaba en obras, viña a miúdo un señor maior e me dicía que esto non ía a ser un ximnasio, que tal e como estaba distribuído ía a ser unha tenda de mobles.

