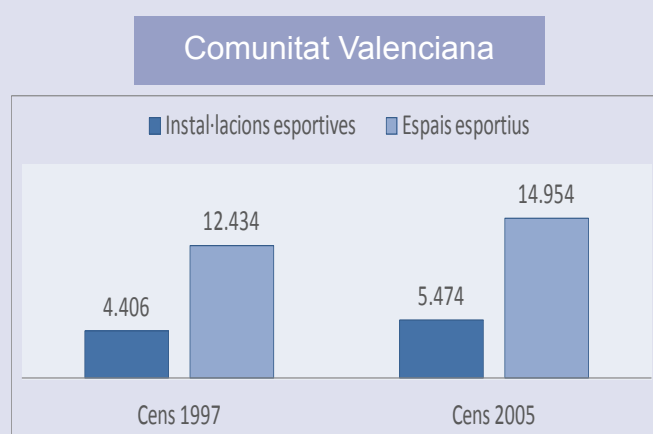
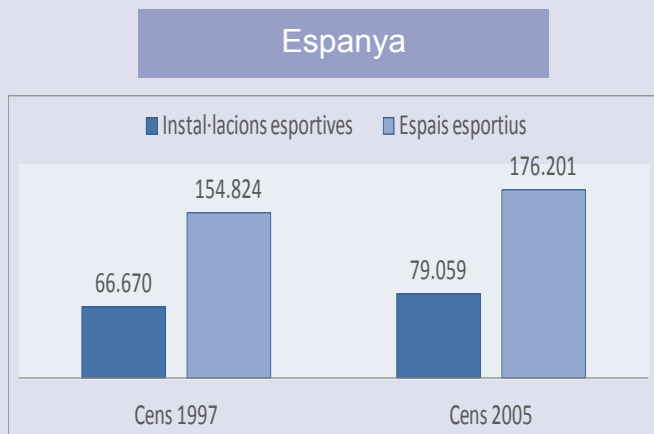


CONTEXT SECTORIAL

A la Comunitat Valenciana s'ha produït un augment del nombre d'instal·lacions i espais esportius, amb una oferta d'instal·lacions de 5.474 i d'espais esportius de 14.954. L'oferta pública aglutinava el 52,2% dels espais esportius, de manera que la privada arribava a la Comunitat Valenciana al 47,8% dels espais esportius totals.



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
- Existència d'una fort competència de l'oferta pública - Dificultat per a obtenir préstecs bancaris - Inadequada regulació de l'activitat - Creació de gimnasos «domèstics» - Descens del nivell de renda	- Creixent interès per l'esport com a mitjà de preservar la salut i l'estètica - Augment del temps lliure - Saturació a les instal·lacions de caràcter públic
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
- Alta formació tècnica del professorat - Vocació esportiva de l'emprenedor - Fidelitat de l'usuari al monitor - Tracte personalitzat al client	- Elevades inversions - Escassa o nul·la formació empresarial - Falta d'instal·lacions condicionades adequadament i dificultat per a trobar locals amb les dimensions adequades

ANÀLISI DE LA DEMANDA

Dimensions del mercat

A Espanya, segons l'enquesta d'ocupació del temps, el 39,8% dels ciutadans dediquen el seu temps a activitats esportives i a l'aire lliure, cosa que dota este sector d'un mercat potencial de 2.034.456 persones a la Comunitat Valenciana i de 18.714.370 persones a tot el país.

Clients

El 60% de la clientela són homes amb edats compreses entre els 20 i els 40 anys i de nivell econòmic i cultural mitjà. Entre les seues principals motivacions apareix el desig de mantindre's sa, tot i que la recerca de relaxació i diversió, juntament amb la possibilitat de relacionar-se amb altres persones, són també factors d'importància.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

La major part dels gimnasos estan ubicats als principals nuclis de població: Alacant, València, Castelló, La Vall d'Uixó, etc. El més habitual és que hi haja gimnasos establits a poblacions de més de 10.000 habitants.

Quant a províncies, existeix un cert equilibri entre el percentatge de població i el percentatge d'espais esportius. Així, València disposa del 52,29% dels espais esportius, amb un pes demogràfic del 50,5%, Alacant compta amb el 33,9% dels espais, per a un 37,6% de la població, i Castelló té el 13,7% dels espais, per a una població de l'11,8%.

QUINS PRODUCTES I SERVICIS PUC OFERIR ALS MEUS CLIENTS?

PRODUCTES BÀSICS	SERVICIS COMPLEMENTARIS
Existeixen tres activitats pràcticament universals a la majoria de gimnasos: -Fitness -Musculació-cardiovascular -Aeròbic i arts marcial-esports de contacte	Activitats complementàries com ara: balls de saló, tècniques de relaxació i servicis relacionats amb la bellesa i salut (sauna, massatge, jacuzzi, solàrium, etc.) A més d'altres esports de raqueta, piscina, botiga d'esports i alimentació esportiva, cafeteria, perruqueria o assessorament nutricional.

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DEL COMERÇ DE PROXIMITAT TIPUS

CNAE 2009	9311
IAE	9672
Condició jurídica	Autònom, Societat Limitada
Facturació	167.473,37 €
Localització	Centres urbans
Personal i estructura organitzativa	Emprenedor, de dos a quatre empleats: un recepcionista i tres monitors
Dimensions de les instal·lacions	1.280 m2
Clients	Majoritàriament treballadors d'entre 20 i 40 anys, xiquets i estudiants, en funció de l'horari
Ferramentes de promoció	Boca en boca, fullets, ràdio i premsa local
Valor de l'immobilitzat/inversió	538.945,10 €
Import despeses	118.094,18 €
Resultat brut (%)	29,48%

RECOMANACIONS

A l'hora d'avaluar l'activitat és molt important identificar a l'àrea d'influència prevista: l'oferta privada i pública existent i futura, els servicis actuals i previstos, el grau d'ocupació i el grau de satisfacció dels clients.

Introduir noves modalitats esportives és una ferramenta per a fer clients molt efectiva, ja que a través d'ells aconseguiràs diferenciar-te dels teus competidors.

Ofereix al client un tracte personalitzat i professional: planifica l'entrenament de cada client en funció de les seues necessitats, realitza un seguiment del seu progrés, etc.

Estableix un ampli horari d'obertura (més de 12 hores i caps de setmana) per tal d'adaptar-te a les necessitats dels diferents segments de clients.

No tanques l'oferta a un únic col·lectiu: has de valorar la possibilitat d'obrir-te a altres col·lectius de clients, com per exemple les empreses que estiguen ubicades a la zona, els col·legis o fins i tot el grup de la tercera edat. Per tal de captar-los hauràs d'adaptar la teua oferta a les seues necessitats específiques.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.gva.es
www.cierval.es

www.cult.gva.es/dgd
www.cev.es

www.csd.mec.es
www.ine.es