

## REFLEXIONES EN EL GIMNASIO

Resulta curioso observar los diferentes comportamientos que desde la posición de técnico deportivo te puedes encontrar entre los usuarios de una instalación deportiva, gimnasio o club.

A parte de planificar y elaborar entrenamientos o impartir una clase dirigida, existe un aspecto de no menor importancia que es determinante a la hora de apreciar la calidad de un servicio. Me refiero al trato humano con el cliente.

Después de varios años trabajando en el ámbito deportivo y en contacto directo con la gente, te das cuenta de cuan importante es tu labor y donde radica la importancia.

La diversidad de clientes es tan grande en número como la de caracteres, por lo que te ves en la circunstancia de desarrollar tu lado más autodidacta en el campo de la psicología.

Aunque por otra parte, el comportamiento de la gente dentro de un gimnasio, tanto del que comienza como el del más experimentado, posee un carácter cíclico, ya que muchas situaciones se repiten o se suceden en circunstancias muy similares. Debo reconocer que este hecho a veces te facilita la labor.

Sin ánimo de crear “etiquetas” y con la única intención de informar anecdóticamente, describiré algunos perfiles de clientes que suelen presentarse durante el desarrollo de la labor profesional del técnico deportivo.

El **cliente nuevo**: acudir a un centro deportivo por primera vez puede suponer dar un gran paso hacia lo desconocido, por lo que es apreciable cierta actitud temerosa y confusa, como si de un sitio hostil se tratara. De ahí que el trato inicial del técnico con el cliente nuevo sea importantísimo de cara a familiarizarle lo antes posible con la dinámica, y propiciando que su primer contacto con el gimnasio no le suponga una mala experiencia que genere un precedente para la inconstancia o en el peor de los casos, desistir y aborrecer la actividad física.

Se suele mostrar disciplinado y atento con las normas e indicaciones sobre el entrenamiento, por lo que esta actitud positiva unida al trabajo del técnico deportivo, facilita la consecución de los objetivos del cliente.

El **cliente joven**: generalmente tiene buenos antecedentes deportivos y acude a entrenar “súper motivado”, pero este exceso de intenciones se suele convertir en su peor enemigo, debido a que quiere hacerlo todo rápido y lograr resultados en tiempo record, a veces incluso pretendiendo adelantarse a la maduración fisiológica de su organismo.

Sin duda, advertir de esta inconsciencia es una complicada labor para el técnico deportivo, pues frecuentemente cae en el error de copiar o entrenar por imitación de otros más experimentados y de heterogéneas condiciones.

El **culturista o “machaca”**: al contrario de lo que muchos puedan pensar enjuiciándolos por su apariencia física, éste tipo de deportistas se caracterizan por su forma de ser humilde, discreta y ordenada a la hora de entrenar. Buen conocedor del funcionamiento de una sala de musculación, finalmente su principal virtud es la de saber pasar desapercibido.

Hoy en día esta aceptado socialmente el concepto de “metrosexual”, entendiéndose tal como la dedicación extrema por parte del hombre al cuidado de la estética. Sin duda alguna, los gimnasios no han sido ajenos al paso de esta moda masculina. Se caracterizan por sus ganas de llamar la atención, ya sea a base del lucimiento de las licras, peinados o cualquier otro motivo decorativo en su vestimenta. Su objetivo primordial en el centro deportivo es el de acaparar protagonismo, y en su versión mas extrema aparece el alborotador.

No hay que olvidar que una de las funciones u objetivos que nos hacen acudir al gimnasio es simplemente la de relacionarse, y en este campo es donde estos destacan.

El **cliente adoctrinado**: es aquel capaz de pasar tantas horas al día y tantos días a la semana en el centro deportivo como un trabajador, sin llegar a serlo. Está en total conexión con el programa de servicios, y su planificación semanal gira en torno a las horas del día que pasara en el mismo. Estamos hablando de alguien que modifica o adquiere un estilo de vida, alguien que quizás ha encontrado mucho más que un gimnasio al pagar la matrícula. En cualquier caso me permitiré el lujo de hacer mía la frase “in medio virtus” (la virtud está en el término medio).

Después de este breve recorrido anecdótico por el gimnasio visto por un técnico deportivo, no quiero dejar pasar la oportunidad de decir a todos aquellos usuarios o clientes de instalaciones deportivas que se dejen asesorar por el técnico en cuestión, pues es sin duda el único profesional que en sintonía con el cliente garantizará la correcta elaboración y aplicación de los programas de entrenamiento.

“Hay dos formas de estar en el gimnasio, una de ellas es entrenando, la otra...la decides tú”