

## FITNESS

# Adolfo Ruiz (Fneid): “Los gimnasios son ocio activo saludable, no centros de alto rendimiento ni cines”

El presidente de la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (Fneid) afronta una nueva negociación del convenio colectivo del fitness, mientras intenta que el sector llegue al público sedentario.

P. López  
7 nov 2019 - 04:57



*Adolfo Ruiz, presidente de Fneid, junto a Toni Brocal, presidente de la asociación de gestores de instalaciones deportivas de Cataluña.*

El fitness español está en fase de transformación de su oferta con vistas a hacerla más atractiva para atraer a más clientes. En paralelo, las reivindicaciones de los trabajadores han provocado la denuncia del convenio colectivo, que obligará a los sindicatos y a la patronal a sentarse a negociar en las próximas semanas. Y en ese proceso jugará un papel fundamental Adolfo Ruiz, presidente de la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (Fneid). “No puede ser que el empresario esté ahogado ni que el trabajador esté insatisfecho”, asegura.

Pregunta: Los sindicatos denunciarán el convenio colectivo de los centros deportivos. ¿La patronal está preparada para afrontar esta situación?

Respuesta: La repentina subida del salario mínimo interprofesional (SMI) provocó en todos los convenios colectivos una reducción de las diferencias salariales entre los diferentes grupos profesionales. En su momento ya mantuvimos reuniones con los sindicatos para tratar este asunto y sus posibles consecuencias, y nuestra postura fue muy clara desde el principio: cada empresa tiene una situación diferente, y por lo tanto serían ellas las que internamente gestionaran esta situación y no colectivamente. Como siempre hemos dicho, representamos a todas las empresas del sector y no habría sido razonable por nuestra parte adoptar cualquier otra decisión.

P.: ¿Se puede encontrar un punto de equilibrio entre las reivindicaciones de los trabajadores y las de los gestores de instalaciones?

R.: La negociación de un convenio colectivo contiene muchos puntos a tener en cuenta. Debemos intentar que exista un equilibrio para beneficio de todos, ya que los empresarios queremos que nuestros trabajadores tengan las mejores condiciones posibles y se sientan a gusto, al mismo tiempo que debemos mantener la productividad de la empresa y su crecimiento para poder mantener esas condiciones laborales. No puede ser que el empresario esté ahogado ni que el trabajador esté insatisfecho.

P.: Más allá del tema salarial, ¿qué cree la patronal que debería mejorar el futuro convenio del sector?

R.: Entre los temas a mejorar están aspectos como la conciliación, la jornada laboral, los permisos retribuidos, la productividad, o la compensación y absorción. De cualquier forma, antes de iniciar las negociaciones convocaremos a nuestros asociados para conocer sus impresiones.

## **Adolfo Ruiz: “No puede ser que el empresario esté ahogado ni que el trabajador esté insatisfecho”**

P.: La patronal asegura el aumento del IVA supuso el cierre de 800 gimnasios. ¿Cuándo estima que el sector habrá dejado atrás los efectos del aumento de este impuesto y la crisis económica?

R.: Los efectos de ese incremento impositivo van a estar presentes hasta que regresemos al IVA que merecen las personas que reciben nuestros servicios. Todavía hoy hay muchas empresas pasándolo mal. Si a esto le sumamos la necesidad de incrementar el número de personas activas, esta rebaja impositiva es una herramienta

imprescindible.

P.: ¿Cómo puede Fneid, junto a España Activa, asumir un papel influyente en las instituciones que toman decisiones?

R.: La vía para lograr alcanzar nuestros objetivos pasa por la comunicación, la representatividad del sector ante instituciones y partidos políticos, la promoción a través de actividades, y la difusión de la evidencia científica de los alarmantes datos del sedentarismo y sus consecuencias.

P.: ¿Con qué sectores cree que podrían colaborar los gimnasios para acelerar el crecimiento de la base de abonados?

R.: No creo que se trate de sectores, es una cuestión de concienciar a la sociedad. Las administraciones públicas pueden contar con nuestro apoyo y seguro que con el de otros interesados en la promoción de la actividad física, como hoteles, la industria de la alimentación, restauración, ropa deportiva, los centros educativos, el turismo, la cultura, etcétera. Siempre hemos dicho que el deporte es una herramienta transversal para toda la sociedad, ya que está presente en muchos ámbitos de la vida. Es imprescindible para mejorar la calidad de vida, ahora que la esperanza media de vida se ha incrementado. ¿De qué sirve vivir más, si no vives mejor?

**Adolfo Ruiz: “La sociedad tiene que saber que el gimnasio hace tiempo que dejó de ser un espacio en el que sólo se levantan pesas, la oferta es muy variada”**

P.: El ámbito sanitario podría ser un buen aliado para crecer...

R.: El ámbito sanitario influye, ya que los costes sanitarios derivados del sedentarismo en España alcanzan el 10% del total de la inversión, lo que supone más de 7.500 millones de euros, además del absentismo laboral, y lo que esto impacta en la economía. Pero el deporte también tiene influencia directa en la educación, ya que ayuda a difundir valores como la superación, el compañerismo o el trabajo en equipo.

P.: Captada ya la ciudadanía a la que le gusta hacer deporte, ¿qué debe cambiar en la oferta de gimnasios para motivar al resto de la población?

R.: Llegar a la mayoría de la población es algo que no podemos hacer solos, por eso necesitamos el apoyo de las instituciones para poner en marcha una campaña de concienciación a nivel nacional.

P.: Y particularmente los centros deportivos, ¿qué pueden hacer para ampliar su público?

R.: Tenemos una muy buena oferta para las personas ya activas y tenemos que mejorar la propuesta para los que no lo son tanto y sobre todo aprender a llegar a ellos. Debemos tener propuestas para cada segmento de la sociedad y que las conozcan. Nuestras instalaciones y profesionales están preparados para dar servicio a cualquier persona independientemente de sus necesidades, y esta capacidad de adaptarnos a cada usuario es necesario saber comunicarla. La sociedad tiene que saber que el gimnasio hace tiempo que dejó de ser un espacio en el que sólo se levantan pesas, la oferta es muy variada y tenemos la capacidad para adaptarnos a cualquier necesidad.

P.: ¿Vamos hacia una oferta más experiencial y enfocada al entretenimiento y el ocio? ¿O la oferta de los gimnasios va a estar volcada en el deporte y el componente de diversión va a ser secundario?

R.: La palabra deporte es muy amplia. En nuestro caso engloba principalmente actividad física, y nuestra oferta tiene que ser atractiva; eso incluye el factor experiencial, la diversión, el aspecto social y todo vinculado al ejercicio físico, que es la base de nuestra actividad. Hacer ejercicio divirtiéndonos, socializándonos, alcanzando objetivos, mejorando nuestra salud; en definitiva, siendo más felices.

## **Adolfo Ruiz: “Proponemos un cheque gimnasio para atraer al público corporativo; sería 100% deducible del impuesto de sociedades y quedaría en parte exento de Irpf”**

P.: ¿El ocio y el entretenimiento en qué lugar del mapa los sitúa?

R.: Es que está todo vinculado, es un todo. Nosotros somos ocio activo saludable. No somos centros de alto rendimiento ni tampoco cines. Nuestro objetivo no es preparar a deportistas olímpicos; nuestro servicio va dirigido a la sociedad en general, a todas las personas, de todas las edades. Estas personas vienen a nuestras instalaciones a hacer ejercicio para encontrarse mejor, para estar más sanos, para divertirse y para alcanzar objetivos personales, todo va unido.

P.: Algunos operadores aseguran que las plataformas de intermediación hacen un flaco favor a la hora de conseguir y mantener clientes. ¿Coincide?

R.: Yo he tenido la experiencia personal con estas plataformas y estoy de acuerdo con estos operadores. Ya ha quedado claro lo que pretenden estas plataformas y creo que desde Fneid hemos hecho un gran trabajo para que los operadores tuvieran toda la información para poder elegir libremente y así lo han hecho.

P.: ¿Qué vías puede explorar un gimnasio o cadena para atraer al cliente corporativo?

R.: Una de las vías sería el cheque gimnasio, en la que ya hemos establecido algún contacto. Es un proceso que llevará tiempo porque requiere de mucho consenso, pero sería un beneficio social muy valorado por los empleados, supondría una ventaja económica tanto para empresas como para trabajadores, sería 100% deducible del Impuesto de Sociedades y habría un importe que quedaría exento de Irpf, lo que provocaría un ahorro. Este tipo de cheques ya existe para los restaurantes, las guarderías y sería una forma de llegar al cliente corporativo.

## **Adolfo Ruiz: “Los gimnasios solos no podemos llegar a la mayoría de la población”**

P.: En cuanto a la formación de los técnicos, ¿los gimnasios están contratando al perfil empleado que necesitan? ¿O hay una falta de formación y de técnicos con las capacidades que piden los empresarios?

R.: El nivel de nuestros profesionales es altísimo, lo que nos permite prestar un servicio excelente. El problema puede venir al no coincidir la formación que se imparte a los futuros profesionales con las necesidades del mercado laboral.

P.: ¿Y existe ese problema?

R.: Hasta ahora la formación no reglada cubría algunas de estas necesidades que se completaban con la formación continua que los propios empresarios ofrecen a sus empleados, pero también se debe revisar y actualizar el plan de estudios cuando sea necesario para adaptarse a las necesidades, ya que las leyes de profesiones del deporte establecen una serie de obligaciones que, de no hacerse así, dificultaría la contratación. En muchas ocasiones, detectamos que la persona que tiene la formación exigida rechaza la oferta porque considera que no se ha formado para lo que ofrece el mercado. Como en todas las organizaciones, no todos los trabajadores tienen las mismas responsabilidades, y se debe exigir a cada cual la formación que requiera su puesto.