

Claves de la Tecnología aplicada al Fitness

En los últimos años el uso de internet a nivel mundial sigue creciendo y en especial su acceso a través del teléfono móvil que alcanzó los 7,9 mil millones de dispositivos en 2015, suponiendo una penetración del 97% en el mundo (Ditrendia, 2016). En España, el 93,9% de la población utiliza el teléfono móvil para acceder a la red.

Software
Integration

Desde la incorporación de la tecnología a la sociedad y el acceso a internet para todas las personas, el entorno de desarrollo para los productos y servicios ha cambiado y es necesario adaptarse a este escenario. Interpretar a la tecnología como una amenaza, se convierte en una barrera clara de diferenciación frente a la competencia y a productos sustitutos.

En la industria del fitness, la transferencia de estos conceptos ya se está contemplando y la transformación digital nos aporta también numerosos beneficios y oportunidades, de los que destacamos los siguientes a nivel general:

- Accesibilidad a todos los usuarios a través de cualquier dispositivo (móvil, Tablet, TV o PC).
- Mayor interacción, control y supervisión.
- Posibilidad de compartir la información, según los intereses y necesidades del usuario.
- Optimización de los recursos siendo más eficientes y sostenibles.
- Mayor preocupación social global

disponiendo de un consumo energético más responsable.

A nivel específico citamos también:

- Incrementa la interacción y comunicación entre clientes y personal de la instalación.
- Mayor presencia en internet y redes sociales, genera más notoriedad.
- Optimiza y mejora tus recursos siendo más productivos, reduce costes y genera más ingresos.
- Mayor eficiencia pudiendo atender a nuestros clientes en menor tiempo.
- Permite elaborar un seguimiento personalizado de nuestros clientes mejorando su fidelización.
- Permite conocer el estado y funcionamiento de nuestro centro en tiempo real con indicadores específicos.

Como se puede comprobar, los beneficios de la tecnología y los efectos de su transformación son muy amplios, pudiendo mejorar la gestión y rendimiento de las instalaciones deportivas a todos los niveles.

¿Qué tecnología podemos utilizar en el fitness?

Aplicaciones

Las aplicaciones móviles (app) son una herramienta promocional que pueden generar visibilidad, obtener una imagen positiva de marca y obtener información de productos y servicios. En el caso de aplicaciones relacionadas con la salud, actualmente hay más de 31.000 (Lister, C., West, J. H., Cannon, B., Sax, T., y Brodegard, D., 2014). Precisamente el deporte es considerado como una industria inserta en el sector de la salud, y el crecimiento de dicha aplicación es exponencial (Sañudo, 2016).

Por estas razones, los centros fitness están apostando fuerte en implementar el uso de aplicaciones móviles, notando un gran incremento el número de apps. Convirtiéndose en una realidad, los profesionales del fitness deben formarse y prepararse tecnológicamente para satisfacer las necesidades de sus clientes. Es de gran importancia conocer cuál es el objetivo de nuestro cliente, orientando nuestra app a ese objetivo.

Hay que destacar, que el uso de las aplicaciones móviles fitness por parte de los usuarios, ayuda a una mayor fidelización. La utilización de las apps mejora la experiencia del usuario y ayuda a mejorar las tasas de fidelización.

Wearables

Las tecnologías *wearables* se han posicionado en los dos últimos años como la principal tendencia a nivel mundial para la ACSM (2017). Tres factores son los que apoyan un mayor uso de las *wearables* (Canhoto, A. I. y Sabrina, A., 2017):

- El contexto de uso de estas tecnologías, haciendo hincapié en que su aumento depende de las expectativas sociales que genere la *wearables*.
- Las características de cada usuario, la experiencia previa con la tecnología y los hábitos comportamentales cumplen un rol destacado para un mayor uso.
- Las características de la propia tecnología y la utilidad que disponga (beneficios esperados, cambios esperados y características más útiles).

Por todo ello, si bien las *wearables* propician la visualización de los resultados deportivos y por tanto los clientes pueden observar y seguir la evolución de





Figura. Proceso de mejora continua a través del software

su progreso, los gerentes de los centros de fitness deben establecer estrategias para aumentar su uso, y por tanto, potenciar que los clientes puedan observar sus avances.

Software

Actualmente las herramientas de software tienen como objetivo facilitar y mejorar tanto el control como los procesos de gestión de una instalación deportiva. La tendencia es proporcionar una herramienta todo en uno y en la nube. Un instrumento que permita gestionar los diferentes elementos del negocio como los clientes (CRM), facturación y gestión económica (ERP), el entrenamiento y las actividades, horarios, rutinas, etc., así como otros módulos que faciliten el desarrollo y control de reservas, dietas y nutrición, compra online, y disponer de una APP personalizada.

Su objetivo final, por tanto, será el de recoger y proporcionar información para un proceso constante de mejora continua que permita analizar los datos y tomar las decisiones adecuadas, simulando y prediciendo resultados futuros.

Para nuestro sector, un nuevo reto se plantea en la gestión del cliente y la utilización de módulos de software específicos es determinante. Los módulos de *Customer Relationship Management* (CRM) nos ayudan a analizar la información de los clientes y proponer acciones de mejora, consiguiendo una gestión eficiente y óptima de los recursos. Sus características esenciales son:

- Facilidad en el acceso a las plataformas informáticas.
- Control de las personas que acceden al sistema informático.

“Su objetivo final, por tanto, será el de recoger y proporcionar información para un proceso constante de mejora continua que permita analizar los datos y tomar las decisiones adecuadas, simulando y prediciendo resultados futuros”

- Capacidad del sistema para proporcionar información útil para la gestión.
- Capacidad para producir informes profesionales.

Destacan, sobre todo, por su versatilidad e interconectividad con los usuarios.

En conclusión, podemos afirmar que la tecnología y su desarrollo constante nos aporta un amplio abanico de oportunidades que no podemos obviar y que sin duda nos ayudan a mejorar la gestión de nuestra instalación en todas sus áreas, y sobre todo beneficia a nuestros clientes que pueden comprobar como mejoran y consiguen sus objetivos, incrementando su índice de recomendación a familiares y amigos aumentando, por tanto, nuestro número de abonados.

Hay que adaptarse a nuevas reglas de organización y gestión para seguir siendo competitivos. La adquisición de apps personalizadas, el trabajo en Redes Sociales, segmentar nuestra audiencia o trabajar de forma omnicanal son elementos clave.

No solo basta con la adquisición de tecnología, también la filosofía y los recursos humanos de la empresa deberán adaptarse. La mentalidad digital, una formación específica mediante un plan que identifique las carencias de conocimiento, y un liderazgo proactivo facilitará este proceso de cambio. □



Manel Valcarce

Máster en Administración y Dirección del Deporte.

Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte. Colegiado 8709.

Diplomado en Ciencias Empresariales.
manelv@valgo.es