

“La disrupción tecnológica es una realidad y el operador que no sea capaz de entender esta tendencia global se quedará atrás”

JORDI MALLOFRÉ

“Cualquier tecnología proporciona grandes oportunidades, pero también costes que deben ser considerados”

ALAN RAMOS

El reto de implementar con éxito el fitness interconectado en gimnasios

Sacar partido a la tecnología

Internet está evolucionando hacia una nueva era donde estamos conectando el mundo físico a la red. El llamado ‘Internet of Things’ ha provocado que los productos se diseñen pensando en la conectividad. El sector del fitness no se ha quedado atrás y la implantación de tecnología en este ámbito es un hecho, aunque todavía no avance tan rápidamente como ocurre en otros sectores.

Olimpio Valls

Molins de Rei

Todavía es demasiado arriesgado hablar de plena consolidación de la tecnología aplicada al mundo del fitness. Aunque en los últimos años ha habido un incremento progresivo en la adopción de nuevas herramientas por parte de los centros de fitness y usuarios finales, este año 2016 vendrá marcado por importantes retos.

“Estamos ante un nuevo escenario”, afirma Jordi Mallofré, Network Specialist de Technogym Iberia, “la disrupción tecnológica es una realidad y el usuario ha cambiado definitivamente los hábitos de consumo. Aquel operador que no sea capaz de entender esta tendencia global, seguirá haciendo lo mismo y se quedará atrás en innovación”.

Una opinión que corrobora Juan Cuesta, Technology Solutions Manager de Life Fitness Iberia: “Aquellos clubs que no contemplan incorporar aspectos tecnológicos en sus actividades, estarán en clara desventaja aunque tam-

Necesidad

Crece la demanda de tecnología por parte de usuarios de gimnasios

Implantación

Marcas alertan de la complicación de implementar la tecnología

bién hay que decir que dependerá de la tipología del centro ya que, por ejemplo, los gimnasios que presten servicios básicos, seguirán sin ofrecer tecnología”.

Para Kirsty Matthews, directora de marketing y ventas de Matrix, los próximos meses de 2016 serán claves e importantes “para conocer cuáles son las necesidades que tienen los centros fitness en cuestión tecnológica”. Por su parte, Alan Ramos, especialista del sistema Preva de Precor Iberia, va más allá y considera que la tecnología “seguirá siendo un recurso cuya implantación debe ali-



GIMNASIOS INTELIGENTES Se prevé un auge en el número de centros que implementarán tecnología en sus actividades

nearse con las ventajas estratégicas proporcionadas a nivel corporativo, de negocio y operativo. Cualquier tecnología, si bien puede proporcionar grandes oportunidades, los costes y los medios necesarios para su implantación deben ser considerados”.

Problemas de implantación

El proceso de implementación de nueva tecnología en cualquier empresa no es una tarea sencilla. El proceso de desarrollar un sistema digital interconectado genera no sólo trabajo sino que necesita también de la labor conjunta del equipo humano.

Una opinión bastante generalizada entre las empresas proveedoras es que todavía los gimnasios tienen ciertos problemas de base en ese sentido. Para Kirsty Matthews, de Matrix, “los centros deportivos todavía no tienen claro quién debe ser el empujador de la implantación

de tecnología. ¿Cuál es el perfil? ¿Tiene que ser técnico o comercial?”.

Para Jordi Mallofré de Technogym también es fundamental este aspecto. “Un equipo formado y multidisciplinar es la clave del éxito en este ámbito. Es más, el primer ejercicio que un operador debe realizar es definir los objetivos que se quieren alcanzar para luego poderlos medir y llevar el control”.

El reto de la formación

No todo se limita a implantar nueva tecnología para que el usuario pueda disfrutar de sus prestaciones. El factor formación sigue siendo básico para poder ofrecer un servicio adecuado. Como se apunta desde LifeFitness, “los centros que la incorporen deben siempre contemplar de sus proveedores la correcta formación a nivel técnico y coordinar las mejores prácticas para generar experiencias digitales”. En ese sentido, el rol del entrenador personal

es fundamental ya que deberá conocer la tecnología que use el centro y mantenerse al día con lo que piden los usuarios. Para Alan Ramos, de Precor Iberia, “la formación de los profesionales es fundamental, al menos hasta la maduración de este nuevo recurso en fase de crecimiento. Una vez llegados a la fase de maduración, volveremos a ver como las cualidades personales del profesional seguirán siendo igual de importantes para mejorar la retención del usuario”.

Desde Technogym consideran que también es importante que se tome conciencia en este sentido. “Está demostrado que las acciones de seguimiento y formación continua ayudan a una mejora en la productividad”.

Un usuario más exigente

Uno de los hechos evidentes es que el usuario está cada vez más familiarizado con las nuevas tecnologías que se aplican en el mundo del fitness y, en ese sentido, se vuelve exigente a la hora de encontrar soluciones que permitan una monitorización de su actividad física diaria o la creación de un entrenamiento virtual adaptado a sus necesidades. Si 2015 ya marcó un punto de inflexión, 2016 lo confirma. Como comenta Juan Cuesta de LifeFitness, “el usuario valora la capacidad de poder llevar el tracking de su actividad física

“Los centros deportivos aún no tienen claro quién debe ser el embajador de la implantación de la tecnología en sus clubs”

KIRSTY MATTHEWS

y el poder compartirlo entre sus amigos. Aquellas personas que explotan la información que brinda la tecnología sin duda verán una mejora en su rendimiento. Sin embargo, recordemos que la tecnología es sólo un instrumento para facilitar el acceso a la información, divertir y motivar. Pero el usuario tendrá que seguir ejercitándose para conseguir su objetivo”.

Pero no sólo el usuario aprecia tener un mayor control o monitorización de la actividad que realiza. Como comenta el especialista de Technogym, “también se valora tener un vínculo más cercano con la instalación. Es por eso que el registro de la actividad física indoor-outdoor es clave para los gimnasios porque les permite mejorar el servicio y atención personalizados e idear nuevos servicios para incrementar los ingresos atípicos”.

La visión de los centros

Para determinados centros deportivos, la tecnología aplicada al ámbito del fitness empieza a verse como una necesidad ya que la demanda empieza a ser cada vez mayor. “Nuestros clientes”, afirma Anselmo Méndez, director del Grupo Duet, “nos piden más opciones de integración e interacción con las nuevas tecnologías. Por tanto, además de ofrecer una buena atención y trato personal offline, nos vemos obligados también a ofrecerle un servicio personalizado on-line. El cliente nos pide profesionalidad, experiencia y cercanía, pero a su vez inmediatez, libertad y acceso multicanal a todo lo que hace”. De la misma opinión es Orlando Pérez,

Costes

Las actualizaciones de las tecnologías añaden costes no previstos

16 semanas

Es lo que se estima que se tarda en abandonar el uso de wearables

responsable de marketing de Ictiva, que afirma que al cliente “tenemos que darle herramientas constantes y un servicio que le permita en cualquier lugar con conexión a Internet crear un plan de entrenamiento personalizado y poder realizarlo en el gimnasio, en casa o donde se quiera, con o sin material”.

Para Sascha Rado, gerente de Active-8, en cambio, las tecnologías aplicadas al ámbito del fitness generan determinados problemas y también demasiados costes. “El principal inconveniente es que las nuevas versiones o actualizaciones que obliga a hacer esta tecnología en ocasiones muestran incompatibilidad con los sistemas que ya están implantados y eso implica que los costes muchas veces se disparen más de lo habitual. Son costes operativos añadidos y, por eso, muchos centros no acaban de subirse al carro tecnológico básicamente porque el retorno de la inversión es inapreciable. Podemos tener muchos usuarios, pero no cubrir con los gastos”.

Tecnologías incorporadas

Entre las tecnologías que los centros han incorporado

“La tecnología es una oportunidad para iniciar en la actividad física a gente que no le gusta el gimnasio”

SASCHA RADO



Nº 373 | 2ª quincena de Enero de 2016

El boom del wearable

Si hay una tecnología que ha despuntado en el último año y que seguirá siendo tendencia durante 2016 es la wearable. “Sólo hace falta mirar las cifras de ventas de este tipo de productos para darnos cuenta que está en auge y continuará estándolo”, afirma Kirsty Matthews de Matrix. “No obstante, tendremos que ver si logra aguantar ya que a partir de la decimosexta semana de uso empezamos a ver un abandono y una menor utilización por parte del usuario”.

Para el experto de Lifefitness, “la gran oferta de pulsómetros, relojes GPS para correr, aplicaciones para móviles, etc., han permitido que cada vez más usuarios utilicen este tipo de herramientas para su práctica deportiva. Además, esto ha logrado que el usuario sea más conocedor de su rendimiento y se interese más por la consecución de objetivos, sin olvidar el componente social que hay detrás de compartir las experiencias con los demás”.



Recientes estudios muestran que el wearable seguirá estando en cabeza en los próximos meses junto a las aplicaciones para dispositivos móviles. Cada vez con mayor frecuencia empezarán a verse dispositivos que podrán colocarse en diferentes partes del cuerpo, desde la cabeza a los pies, para monitorizar y hacer un tracking de la actividad deportiva que se realice ■

recientemente destacan sobre todo las que tienen como finalidad crear entrenamientos personalizados on-line y monitorizar la actividad física realizada.

En el caso de los gimnasios online, la apuesta generalizada es la creación de la figura del entrenador personal virtual, que cree planes de entrenamiento personalizados y seguimientos periódicos. De esta manera se suple la falta de un entrenador físico.

Respuesta del usuario

Aunque para los centros, todavía es pronto para emitir una valoración, hay coincidencia a la hora de pronosticar buenos resultados. Desde

el Grupo Duet, la opinión al respecto es que son tecnologías “cuyos resultados los tendremos a medio plazo”. En el caso de Ictiva, la opinión es que: “Al incorporar el servicio de entrenador personal en la plataforma tuvimos una gran aceptación por parte de nuestros abonados, crecimos en nuevos usuarios y fidelizamos a los que teníamos al ofrecer en la plataforma un servicio que suele ser presencial y que ahora lo encuentran en un entorno online”.

Tendencia de futuro

Una opinión generalizada es que la tecnología aplicada al ámbito del fitness puede

convertirse en una excelente propulsora a la hora de iniciarse en la práctica deportiva. Para Sascha Rado, de Active-8, “es una oportunidad para que la persona a la que no le gusta ir al gimnasio y cuente con un dispositivo, por ejemplo wearable, pueda iniciar su actividad física. En ese sentido, la tecnología siempre será positiva”. Su opinión también coincide con la de Anselmo Méndez, del Grupo Duet, que considera que los nuevos programas y planes de entrenamiento online “consiguen una mayor motivación de los usuarios en el seguimiento, progresión y consecución de sus objetivos ■