

El gimnasio, ante la encrucijada de hacer negocio en mundo digital

Palco23
24 nov 2016 - 04:57

El entorno digital es el futuro, pero a las cadenas de gimnasios en España les ha cogido en plena expansión de su negocio y el desafío al que se enfrentan no es menor: abrir mercado en un ámbito donde cada vez hay más usuarios y donde grandes marcas como Fitbit, Under Armour o Nike están intentando quedarse una parte del pastel con sus propias aplicaciones.

José Antonio Sevilla, consejero delegado de Altafit, confirmó ayer en un evento organizado por la Fundación Vida Activa Saludable (FVAS) que es un proyecto en el que están trabajando, aunque en su opinión lo óptimo no es una única aplicación que concentre todos sus servicios. "Hay que buscar un ecosistema", indicó, en referencia a que haya distintas opciones, en función de si es para la reserva de salas, la gestión de los datos, etcétera. La compañía, además, tiene su propia plataforma de vídeos bajo demanda para entrenar en casa.

El director de CET10, Pedro Villarroya, por su parte, avanzó que ellos estrenarán próximamente una *app* con la que quieren cubrir cuestiones básicas que afectan al usuario, como el acceso de entrada a los centros, la gestión de colectivos y el control del entrenamiento, consciente de la importancia del seguimiento en las primeras semanas para fidelizar. "A partir de ahí lo que venga: sistemas de pago, promociones...", se aventuró.



La jornada, promovida por la Fundación VAS, se celebró ayer en el Museo Olímpico de Barcelona.

La importancia de tener herramientas de este tipo son vitales, en un momento en el que el *smartphone* se ha convertido en un elemento cotidiano de todos los usuarios. De hecho, el informe *La tecnología en los centros deportivos*, elaborado por el grupo de investigación Igoid y la consultora Optimización de Costes, revela que actualmente el 24% de los usuarios utilizan una aplicación en sus actividades en recintos cerrados, porcentaje que sube al 55% en *outdoor*.

En la investigación, en la que han participado 19.911 usuarios, se indica, eso sí, que difícilmente será una fuente de ingresos adicional, ya que sólo el 18% utiliza versiones de pago. Son muchas las empresas que se han lanzado a ofrecer servicios de este tipo, de ahí que Altafit decidiera crear un departamento de I+D "para integrarnos con todo lo que hay, no puedes empezar de cero", argumentó.

Anselmo Méndez, director general de Duet Fit, asumió que siempre habrá un segmento de la población al que las cadenas de gimnasios no podrán llegar, un mercado que será cubierto por estos gimnasios virtuales. No obstante, sí se mostró convencido de la importancia de explotar la ingente cantidad de datos que tienen de sus clientes, ya sea para lanzar campañas promocionales o captar antiguos clientes. "Tenemos que hacer algo que nos de captación a los clientes que no estén dentro", valoró.

En la actualidad son muchos entrenadores personales los que utilizan *app* específicas para esta monitorización, ya que el 43% de los encuestados utiliza estos sistemas para registrar su evolución y un 21% para mejorar su rendimiento. De hecho, Go Fit es de las pocas que ha optado por lanzar su propio sistema al mercado, con la intención de

acompañar a sus abonados más allá del centro y convertirse en una pieza básica en el cuidado de su salud.

Está por ver cuáles serán los próximos pasos de las cadenas, que en algunos casos, y de momento, están optando por aliarse con tecnológicas como MyVitale o Trainingym. Del estudio, patrocinado por Matrix, se desprende que el 68% considera que no existe una conectividad real entre los programas que utilizan y su centro, pese a que "los clientes quieren escuchar su lista de música, registrar su entrenamiento, consultar sus recomendaciones nutricionales, etcétera". De hecho, su grado de satisfacción en este sentido es un 4,59.

Lucas Peña, de Optimización de Costes, indicó que "las aplicaciones nos ayudan a comunicar y concienciar a los clientes, sobre la importancia del hábito de la actividad física", además de "claves para que el cliente repita o abandone su uso". Es el gran desafío en lo que algunos operadores consideran como la tercera fase de la implantación de la tecnología en el *fitness*, después de su uso en busca de la eficiencia de costes de mantenimiento y como herramienta de gestión.