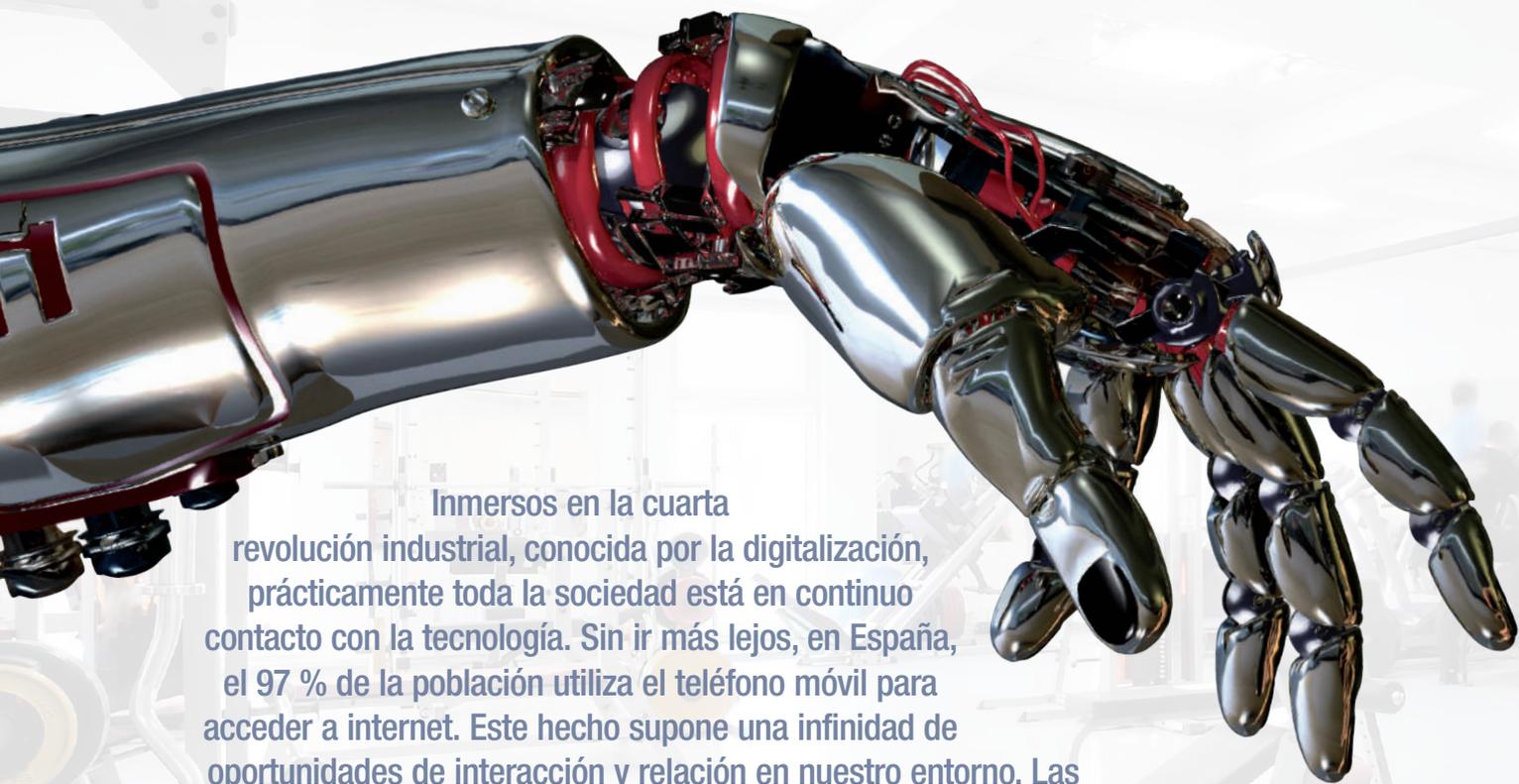


Instalaciones inteligentes, nuevas oportunidades de futuro



Inmersos en la cuarta revolución industrial, conocida por la digitalización, prácticamente toda la sociedad está en continuo contacto con la tecnología. Sin ir más lejos, en España, el 97 % de la población utiliza el teléfono móvil para acceder a internet. Este hecho supone una infinidad de oportunidades de interacción y relación en nuestro entorno. Las instalaciones deportivas no deben ser ajenas a este cambio de era, y aprovechar también las facilidades que nos aporta los nuevos retos tecnológicos, adaptándonos a las actuales demandas y necesidades de nuestros usuarios o consumidores.

A MEDIDA QUE nuestros teléfonos móviles evolucionan y se vuelven más inteligentes y funcionales, se amplían las posibilidades para poder abordar la mejora de la experiencia del cliente, un área de desarrollo a la que se debe prestar especial atención en el sector deportivo y de fitness.

Existen dos aspectos vinculados a la digitalización, que deberían implementarse en la gestión de las instalaciones deportivas (Martín, y Parga, 2018):

- Por un lado, la monitorización de los usuarios e influencia sobre ellos a través del análisis de datos (big data), el ticketing o las redes sociales, ya que la información generada a raíz del uso de la instalación bien sea como cliente, como aficionado a la práctica deportiva o como asistente a un evento o

competición, nos permite obtener una gran cantidad de informes y resultados.

- Por otro lado, la información producida por la propia instalación, si somos capaces de recogerla y ordenarla, nos servirá para mejorar el rendimiento y relación con los propios usuarios, aficionados o profesionales.

A continuación, reflejamos los retos a los que se deben enfrentar las instalaciones deportivas del futuro para garantizarse una adecuada adaptación al desarrollo de la tecnología con el fin de mejorar la experiencia del cliente y los usuarios:

- 1. Utilización de las aplicaciones.** A día de hoy, este es un aspecto muy importante, ya que prácticamente toda la población dispone de teléfono móvil,

y está permanentemente conectado a las marcas a través de él. En este contexto, las aplicaciones móviles juegan un papel fundamental, ya que permiten mejorar la experiencia de nuestros clientes gracias a la posibilidad de realizar reservas online, visualizar contenido exclusivo y en directo, gamificar, realizar compras en un solo click, o simplemente estar informado de todas las novedades y actividades. Todo esto facilita la relación e interacción con el usuario, y mejora ampliamente la calidad del servicio.

2. Ubicación por geolocalización. El uso de la ubicación vía GPS proporcionada por el uso del smartphone, permite orientar a nuestros clientes en cualquier parte de la instalación deportiva, ya sea un gimnasio, un estadio o un polideportivo, así como ofrecernos la información de cuáles son sus movimientos y qué zonas más frecuente. Además permite facilitarle la visualización de los servicios que se ofertan a su alrededor en la propia instalación, orientarse mejor y poder decidir aquello que más le interesa consumir.

3. Interacción con los usuarios. Las nuevas tecnologías basadas en la conectividad y los servicios en la nube, permiten interactuar con nuestros usuarios de forma más rápida, en tiempo real y que sea efectiva. Podremos realizar sorteos, enviar notificaciones, promociones, así como ofrecer retos o juegos mediante la gamificación, desarrollando una experiencia única.

4. Fomentar la creación de comunidad. Si entendemos la interacción y la comunicación con clientes y usuarios, como una fórmula de mejorar y generar

una experiencia única y exclusiva, deberemos concebir las instalaciones del futuro con ese objetivo. La posibilidad de conexión a la red, el uso de salas específicas de descanso, restaurantes o cafeterías, así como puntos de venta con productos o servicios exclusivos, deben de ser algunos de los espacios a tener en cuenta y que permitan generar una sensación de pertenencia.

5. Instalaciones sostenibles. Finalmente, la sostenibilidad como aspecto esencial a trabajar por las instalaciones en los próximos años. Cualquier nueva estructura se deberá focalizar en la eficiencia energética, construyendo y manteniendo todo equipamiento con bajas emisiones y menos contaminantes, que conducirán a importantes ahorros de costes. Los materiales de los que estarán echas estas instalaciones serán renovables, y podrán aportar energía con las que se enciendan las luces o se muevan las escaleras mecánicas, por ejemplo.

Finalmente, destacar que toda infraestructura deportiva, produce una serie de datos e información que la tecnología nos permite recoger y organizar, de tal modo que supone un valor añadido relevante tanto para las marcas, los usuarios, los deportistas o los aficionados. Para desarrollar una buena gestión de futuro, será fundamental alinearse con aquellos proveedores tecnológicos que permitan recoger, gestionar y analizar todos los datos e información que se produzca. (Martín, y Parga, 2018).



Manel Valcarce

*Máster en Administración y Dirección del Deporte.
Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte.
Colegiado 8709. Diplomado en Ciencias
Empresariales. Director Gerente Valgo Investment.
manelv@valgo.es / www.manelvalcarce.com*



Luis Flores

*Máster en Dirección de Organizaciones e
Instalaciones de la Actividad Física y del Deporte.
Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte.
Consultor Valgo.
luisf@valgo.es*