

La otra CARA de la TECNOLOGÍA

Uno de los aspectos de los que más se está hablando últimamente en nuestro sector es de la tecnología y del impacto que tendrá en el negocio. Normalmente, cuando hablamos de tecnología hacemos referencia a diferentes tipos de gadgets y wearables que van a mejorar la experiencia del cliente en nuestras instalaciones.

Gran parte de estas tecnologías van destinadas a mejorar los sistemas de feedback y de información al cliente sobre sus entrenamientos y sobre sus progresos. Otras permiten mejorar algunos procesos y que el cliente pueda hacerlos desde cualquier tipo de terminal, en cualquier lugar y en cualquier momento. Y otras permiten potenciar la relación social, la competitividad o la diversión.

Creo que todo eso es muy positivo y estoy convencido de que seguirá evolucionando y cobrará cada vez más protagonismo en la prestación del servicio. Sin embargo, en este artículo quiero analizar la tecnología desde otro punto de vista. Quiero reflexionar en cómo la tecnología va a afectar a los actuales puestos de trabajo y al actual modelo de negocio que tienen los clubes de fitness.

Hay 3 importantes repercusiones que la tecnología va a tener sobre nuestro trabajo, y son: la deshumanización, el auto-servicio y el entrenamiento online.

1. LA DESHUMANIZACIÓN: la tecnología avanza a una velocidad nunca vista, y las ciencias que más rápido se están desarrollando en este momento son la nanotecnología, la robótica y la inteligencia artificial. Estos avances permiten logros increíbles, como que los coches no necesiten conductor, que un robot pueda manipular objetos con una precisión superior a la humana, que los robots puedan aprender unos de otros o que se pueda mantener una conversación medianamente compleja con una máquina.

Los expertos ya no discuten que la tecnología va a sustituir a las personas. Todos están de acuerdo en que todo aquello que se pueda hacer con tecnología, acabará haciéndolo una



máquina. Principalmente por dos motivos, porque es mucho más barata y porque es mucho más consistente. Cuando das al botón de "on", sabes exactamente lo que va a pasar, mientras que las personas somos tremendamente inconsistentes, tenemos días buenos, días regulares y días malos. Y no olvidemos que la consistencia en el servicio es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción del cliente.

En definitiva, la tecnología va a provocar un cambio nunca visto antes en el sector servicios, y va a hacer que las personas se queden únicamente con puestos de trabajo complejos. De hecho esa es la principal preocupación de los expertos, que los puestos de trabajo poco cualificados van a desaparecer. Se crearán nuevos puestos de trabajo, pero serán puestos para los cuáles hará falta una mayor cualificación, ya que serán puestos de trabajo mucho más complejos.

Teniendo eso en cuenta, ¿qué es un puesto de trabajo cualificado en un club de fitness? Nuestro negocio es un negocio de personas, por lo que un puesto de trabajo cualificado es aquel en el que se genera una relación compleja con otras personas,

“El avance tecnológico nos enfrenta a nuevos retos. Como empresa tenemos el gran reto de decidir en qué procesos de la cadena de valor apostamos por la tecnología y la automatización y en qué procesos apostamos por las personas y humanizamos a tope.”

principalmente con el cliente. Una relación compleja no tiene que ser problemática o negativa, sino una relación cuya gestión no es sencilla y por lo tanto no puede realizarla una máquina. Nos referimos a situaciones como conseguir que un potencial cliente que tiene muchas dudas acabe apuntándose, o la gestión de una baja hasta conseguir salvarla, o detectar un cliente insatisfecho y mejorar su satisfacción o darse cuenta de que un cliente nuevo está perdido y ayudarlo en su orientación o cualquiera de las muchas situaciones que si queremos, podemos enfrentar cada día en el club.

Las preguntas clave son ¿tenemos el personal preparado para gestionar estas situaciones? ¿Tienen la formación adecuada? ¿Entienden que es parte de su trabajo? ¿Reconocen que enfrentarse a esas situaciones es lo que les diferencia de una máquina?

2. EL AUTOSERVICIO: hace tiempo que convivimos sin darnos cuenta con el autoservicio. Está en la banca que operamos por Internet o cajeros automáticos, en restaurantes, en gasolineras, en compra y facturación de vuelos, en grandes superficies con la desapa-



rición de las cajeras y en la compra de la mayoría de productos y servicios como lo demuestra el crecimiento de empresas de venta por internet como Amazon.

El autoservicio va a tener una importante repercusión, a parte de la deshumanización, y es que en aquellos momentos en los que intervengan personas, el nivel de exigencia va a aumentar enormemente. Debido a que la tecnología puede y va a poder hacer cada vez más cosas, cuando en lugar de una máquina haya una persona, el cliente va a querer sentir la diferencia y el valor añadido que aporta dicha persona. Por lo tanto, va a ser más exigente.

En un entorno así no podemos fallar, ya no vale estar a medio gas o con mala cara. Antes que una mala cara o una actitud mediocre, todos vamos a preferir la consistencia de una máquina. Cuando el servicio lo da una persona, tiene que ser excelente, tiene que sentirse la diferencia. La actitud lo es todo, y en un mundo hipertecnológico todavía más.

3. EL ENTRENAMIENTO ONLINE: estamos viviendo también el crecimiento de algunas plataformas que ofrecen entrenamiento online apoyadas en tecnologías cada vez más avanzadas e interconectadas. El cliente tiene cada vez más opciones de entrenamiento desde su propia casa, con un alto nivel de calidad y a bajo coste.

Ante la irrupción de estas tecnologías debemos preguntarnos, ¿por qué el cliente va a querer des-

“Como trabajadores tenemos el gran reto de obsesionarnos por hacer cada día cosas que una máquina no pueda hacer. Y algunas de estas cosas son muy básicas, como rebosar alegría y sonreír de forma sincera o desbordar pasión por lo que hacemos.”

plazarse a un centro deportivo, compartir la sala y el vestuario con otras personas, perder más tiempo y pagar más?

El entrenamiento online va a convertirse en un importante competidor de los centros de fitness, y debemos tener claros los valores diferenciadores que ofrecemos. Y estas diferencias van a pasar en gran medida por las personas, van a pasar por humanizar y por sofisticar las relaciones entre empleados y clientes, así como potenciar las relaciones entre clientes.

Desde otro punto de vista, el entrenamiento online también puede ser un aliado de los clubes y ser un servicio más que se ofrece al cliente en momentos y condiciones concretas.

Mi objetivo no es ni mucho menos demonizar a la tecnología, que creo que es muy beneficiosa, necesaria e imparable. Simplemente pretendo llamar la atención sobre algunas repercusiones que va a tener la implantación de la tecnología para que abramos la mente y seamos ágiles en adaptarnos a este gran cambio.

El avance tecnológico nos enfrenta a nuevos retos. Como empresa tenemos el gran reto de decidir en qué procesos de la cadena de valor apostamos por la tecnología y la automatización y en qué procesos apostamos por las personas y humanizamos a tope.

Como trabajadores tenemos el gran reto de obsesionarnos por hacer cada día cosas que una máquina no pueda hacer. Y algunas de estas cosas son muy básicas, como rebosar alegría y sonreír de forma sincera o desbordar pasión por lo que hacemos.



Pablo López de Viñaspre

Gerente de Wellness
& Sport Consulting (W.S.C.)
Director de la Fitness
Management School (FMS)