

Tecnologías en centros de fitness: El caso concreto de las Aplicaciones



Las tecnologías han demostrado ser una realidad en la industria del fitness. Sin embargo, la pandemia de Covid-19 y el hecho de que el sector haya tenido que adaptarse a la práctica a distancia ha puesto aún más de relieve su importancia. Los centros de fitness se vieron "obligados" a recurrir a su uso para satisfacer las expectativas de los miembros y evitar cancelaciones. Para crear una ventaja competitiva, los centros de fitness han apostado en servicios tecnológicos innovadores como las clases virtuales (a través de internet, redes sociales, por ejemplo), *Wearable Fitness Technologies* (WFT) (Polar, Apple Watch, Fitbit Activity Trackers, Myzone), los servicios *on demand* (*Les Mills on demand*) y el uso de aplicaciones. Las WFT, como *Polar, Apple Watch, Fitbit Activity Trackers, Myzone*, son dispositivos electrónicos que pueden ser utilizados como accesorios para usos prácticos de fitness, tales como: monitorización de la actividad física, recuento de pasos dados, recuento de calorías, intensidad de entrenamiento, entre

otros usos (Lunney et al., 2016), con el fin de proporcionar información sobre la actividad física de los usuarios. Al integrar las WFT, los centros de fitness pueden desarrollar estrategias para mejorar la experiencia de servicio de sus miembros y alcanzar sus objetivos empresariales (Baker et al., 2017; Pizzo et al., 2020). Las WFT mejoran la experiencia de servicio a través de una mayor interacción social, gamificación y responsabilidad. Así, mediante el uso de las WFT en los centros de fitness, los miembros pueden satisfacer sus necesidades personales de fitness (Pizzo et al., 2020). El servicio *on demand* ofrece varios servicios de fitness en línea desde casa. Uno de los proveedores de esta tecnología es *Les Mills International*, con sede en Nueva Zelanda. *Les Mills International* ha empezado a ofrecer sus clases *on demand* a través de servicios de *streaming* (Andersson & Andreasson, 2021) con un coste asociado. Algunas aplicaciones para centros de fitness, como la portuguesa *Regibox*, también permiten impartir clases grabadas y, lo que es muy importante, con los instructores a los que están acostumbrados los miembros y sin costes asociados, aparte de la cuota mensual del centro de fitness. Sin embargo, la literatura sobre este tema sigue siendo escasa. Las aplicaciones de los centros de fitness suelen estar integradas en el *software* de gestión que utilizan. Estas aplicaciones resultan ser una herramienta cómoda y de fácil acceso que permite a los centros de fitness estar constantemente conectados con sus miembros, motivarlos (Feld, 2018) y pueden contribuir a aumentar la adherencia al ejercicio y el compromiso social de los usuarios (Hu & He, 2020). El uso de estas aplicaciones tiene varias ventajas, no sólo para los miembros sino también para el propio centro. Dentro de las ventajas de su uso para los miembros, se pueden destacar (Ferreira Barbosa & Pedragosa, 2021):

1. Realizar el *check-in* en el acceso al centro de fitness.
2. Comprobar el horario del centro de fitness, los horarios de las clases, hacer preguntas, comunicar problemas y emitir opinión sobre diversas situaciones, como por ejemplo, el rendimiento del personal.
3. Permitir/facilitar la reserva de clases en grupo, la compra de servicios como los de entrenamiento personal, spa u otros productos.
4. Gamificación: otorgar premios o puntos a los miembros por el uso de la aplicación, por ejemplo, por los entrenamientos que realizan, por alcanzar objetivos o por las opiniones aportadas, que luego pueden canjearse por productos o servicios.

El uso de estas aplicaciones también resulta beneficioso para los centros de fitness, y se pueden destacar las siguientes ventajas (Ferreira Barbosa & Pedragosa, 2021):

1. Reducción de los costes administrativos y laborales: mediante la impresión de materiales de marketing (horarios de clase, por ejemplo) y mediante la comunicación facilitada a través de la aplicación. La automatización de los servicios, como el registro de entrada con la función de código QR, puede ayudar a reducir los costes de la empresa por la impresión o la compra de tarjetas de miembro, pero también por la contratación de más recepcionistas.
2. Comunicarse con los miembros: a través de notificaciones y comunicaciones *push*.
3. Organizar y evaluar los retos: los miembros se conectan a la aplicación, comprueban los retos, los llevan a cabo y registran su resultado. Sin necesidad de que el personal trabaje más.

Todos estos aspectos ayudan a tomar mejores decisiones comerciales, a ofrecer productos y servicios con mayor precisión. Las aplicaciones más utilizadas en Portugal son *Regybox*, *OnVirtualGym*, *Trainingym* y *myHut* (aplicación propia del centro de fitness) (Ferreira Barbosa et al., 2021). Un estudio reciente realizado entre 1.668 miembros de

centros de fitness en Portugal indica que estas aplicaciones son muy utilizadas por los miembros (84%) y que su uso está relacionado con la satisfacción general del miembro con el centro de fitness. Un indicador importante si tenemos en cuenta que la satisfacción es un antecedente de la retención (Bodet, 2006), uno de los mayores problemas del sector del fitness (Clavel San Emeterio et al., 2017). Los miembros indican que utilizan la aplicación más por sus características de funcionamiento (por ejemplo, que la aplicación sea útil y beneficiosa) y por el hábito de uso (por ejemplo, adicción, necesidad de uso). Las características más valoradas por los afiliados en cuanto al uso de la aplicación son la claridad, la facilidad de uso y el hecho de que la aplicación sea divertida. A la luz de los resultados más recientes sobre el uso de las aplicaciones de los centros de fitness, se sugiere que los gestores inviertan en la adquisición de una buena aplicación, ya que su uso está relacionado con una reducción de los costes laborales y administrativos y, sobre todo, con la satisfacción y retención de los miembros. Al utilizar la aplicación, el centro de fitness mejora la interacción con el miembro y viceversa, el miembro crea una relación más fuerte con el centro de fitness y la marca. Helena Ferreira Barbosa Instituto Politécnico de Beja (Portugal)

Referencias Andersson, K. & Andreasson, J. (2021). Being a group fitness instructor during the covid-19 crisis: Navigating professional identity, social distancing, and community. Em *Social Sciences* (Vol. 10, Número 4). <https://doi.org/10.3390/socsci10040118>

Baker, B. J., Zhou, X., Pizzo, A. D., Du, J. & Funk, D. C. (2017). Collaborative self-study: Lessons from a study of wearable fitness technology and physical activity. *Sport Management Review*, 20(1), 114–127. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.10.008>

Bodet, G. (2006). Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclasse model. *European Sport Management Quarterly*, 6(2), 149–165.

Clavel San Emeterio, I., Iglesias-Soler, E., Gallardo, L., Rodriguez-Cañamero, S. & García-Unanue, J. (2017). A prediction model of retention in a Spanish fitness centre. *Managing Sport and Leisure*, 21. <https://doi.org/10.1080/23750472.2016.1274675>

Feld, J. (2018). *Cloud-Connected Sensors Are Helping Gyms Track Equipment Use*. <https://www.ihrsa.org/improve-your-club/cloud-connected-sensors-are-helping-gyms-track-weight-and-cardio-equipment-use/>

Ferreira Barbosa, H., García-Fernández, J., Pedragosa, V., & Cepeda-Carrion, G. (2021). The use of fitness centre apps and its relation to customer satisfaction: a UTAUT2 perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2021-0010>

Ferreira Barbosa, H. & Pedragosa, V. (2021, Setembro). As aplicações (Apps) de fitness dos ginásios: características, vantagens de utilização e o comportamento dos membros. *Revista Portugal Activo*, 34–35.

Lunney, A., Cunningham, N. R., & Eastin, M. S. (2016). Wearable fitness technology: A structural investigation into acceptance and perceived fitness outcomes. *Computers in Human Behavior*, 65, 114-120.

Pizzo, A., Baker, B., Jones, G. & Funk, D. (2020). Sport Experience Design: Wearable Fitness Technology in the Health and Fitness Industry. *Journal of Sport Management*, 1–14. <https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0150>

Thompson, W. R. (2021). Worldwide Survey of Fitness Trends for 2021. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 25(1). https://journals.lww.com/acsm-healthfitness/Fulltext/2021/01000/Worldwide_Survey_of_Fitness_Trends_for_2021.6.aspx

Link to Original article: <https://www.seed-deporte.es/noticias/tecnologias-en-centros-de-fitness-el-caso-concreto-de-las-aplicaciones?elem=295502>