

# La Revolución Digital: retos para el sector deportivo



Desde 2013 en que Alemania establece en su agenda de gobierno la **estrategia de alta tecnología**, se considera que da inicio la **Cuarta Revolución Industrial**. Una revolución tecnológica que tiene como meta la automatización, el internet de las cosas, la nube y la robótica, y que abarca a todos los ámbitos industriales, científicos o sociales. Ésta se basa en la digitalización y de ahí su denominación como revolución digital. En el Foro Económico Mundial de Davos de 2016, Klaus Schwab, afirmaba que este nuevo cambio de era será la transición hacia nuevos sistemas que están contruidos sobre la infraestructura digital y que la velocidad de su avance no tiene precedentes en la historia.

En la industria deportiva, la transferencia de estos conceptos y de la cuarta revolución citada ya se están percibiendo. Desde la incorporación de la tecnología a la sociedad y el acceso a internet para todas las personas el entorno de desarrollo para los productos y servicios ha cambiado y es necesario adaptarse a este escenario. Interpretar a la tecnología como una amenaza se convierte en una barrera clara de diferenciación frente a la competencia y a productos sustitutos, es por tanto acertado y necesario contemplarla como una oportunidad clara para llegar a ser una **entidad digital** con todos los beneficios que supone tanto a gestores, entrenadores como a clientes.

A nivel general destacamos los siguientes beneficios y oportunidades:

1. Accesibilidad a todos los usuarios a través de cualquier dispositivo.
2. Mayor interacción, control y supervisión.
3. Posibilidad de compartir la información, según sus intereses y necesidades.
4. Optimización de los recursos siendo más eficientes y sostenibles.
5. Mayor preocupación social global disponiendo de un consumo energético más responsable.

A nivel específico citamos también:

1. Incrementa la interacción y comunicación entre clientes y personal de la organización.
2. Mayor presencia en internet y redes sociales, genera más notoriedad.
3. Optimiza y mejora los recursos siendo más productivos, reduciendo costes y generando más ingresos.
4. Mayor eficiencia pudiendo atender a nuestros clientes en menor tiempo.
5. Permite elaborar un seguimiento personalizado de los usuarios mejorando su fidelización.
6. Permite conocer el estado y funcionamiento de nuestro centro en tiempo real con indicadores específicos.

La aplicación práctica de la revolución digital en las organizaciones deportivas abarca las diferentes áreas de desarrollo y gestión. A continuación agrupamos dichas áreas de trabajo, indicando los usos tecnológicos más representativos.

1. **Gestión y Análisis:** software ERP, análisis de datos e indicadores, pudiendo controlar y supervisar de forma global todos los parámetros, en tiempo real y en la nube.
2. **Marketing y Comunicación:** marketing digital, redes sociales, aplicaciones móviles, mejorando la captación de nuevos clientes así como la fidelización, disminuyendo las bajas y rotación de clientes. Las áreas comercial y técnica se aúnan para mejorar y desarrollar todo su potencial, una demanda clara en nuestro sector.
3. **Gestión del Cliente:** CRM, Gamificación, instalaciones inteligentes, aplicaciones móviles, pudiendo disponer de una herramienta que te mantenga conectado de forma constante y en cualquier situación a la organización y a aquella información que interese y se necesite.
4. **Actividad Física y Entrenamiento:** sensores, monitorización, wearables, tecnología y entrenamiento a través de la nube, de forma más organizada pudiendo atender más rápido y mejor las necesidades de los clientes, y disponiendo de una mayor interacción con ellos. Se amplía además la capacidad de seguimiento mediante análisis y valoraciones de forma continua con el fin de hacer realidad el objetivo definido por nuestros usuarios.

Una vez conocidos los beneficios y las oportunidades que nos ofrece la tecnología, la cuarta revolución digital también nos induce a nuevos retos sectoriales que ya estamos viendo aparecer en otras industrias. El principal reto será responder a la pregunta:

**¿Quién es y dónde está nuestro cliente?**

La innovación y la digitalización también ha afectado al propio usuario y sus formas de consumir. La inteligencia artificial, el consumo a demanda y la apertura del espacio físico se postulan como próximos desafíos que debemos afrontar para adaptarnos a las nuevas demandas sociales. Las instalaciones también reclaman una evolución inteligente tanto en su oferta como en su propia gestión y relación con los clientes.

Finalmente han aparecido nuevas herramientas como el análisis de datos (*small data*), las aplicaciones y software específicos, la realidad virtual y la tecnología portátil vestible (*wearables*), que aún teniendo una escasa penetración actualmente, se convertirán en los próximos años, en una opción imprescindible que alterarán la prestación de nuestros servicios, la relación con los usuarios y los modelos de negocio.

Image not found or type unknown

Con la transformación digital, las organizaciones deportivas deben replantearse sus prácticas de gestión y cómo están organizadas. Hay que adaptarse a nuevas reglas de organización y gestión para seguir siendo competitivas. El uso de programas específicos e integrales, la adquisición de aplicaciones personalizadas, el trabajo en redes sociales, segmentar nuestra audiencia o trabajar de forma omnicanal son elementos clave.

*Texto publicado en la edición Nr. 43 de la revista Deporcam – Año 2019, Mayo-Junio.  
Autor: Manel Valcarce.*

**Link to Original article:** <https://www.manelvalcarce.com/blog/la-revolucion-digital-retos-para-el-sector-deportivo?elem=90287>