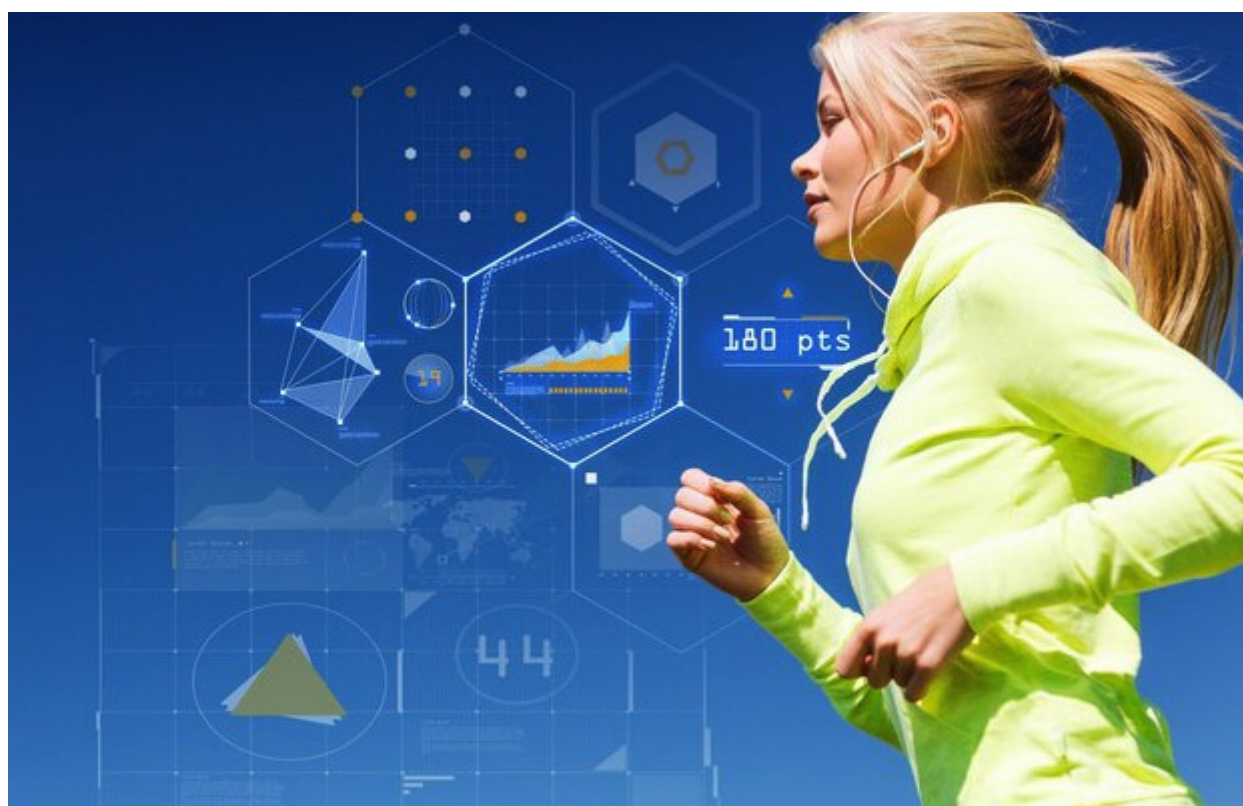


## Valgo - Blog

<https://www.valgo.es/>

# El Futuro de los Centros Deportivos: Innovación y Tecnología como clave para la supervivencia



En el cambiante mundo de los centros deportivos y la industria del ejercicio físico, la voz de Fernando Casillas Díaz, Director del Centro Deportivo Amorós de Gimnasiarca y Director de Proyecto de DeporteMBA, se alza como una guía fundamental. Su experiencia como Licenciado en Educación Física por el INEF de Madrid y su perspicacia en el sector nos revelan un panorama en constante evolución. En su visión, la última temporada deportiva ha mantenido ciertas similitudes con las pre pandémicas, pero existe un cambio constante y acelerado que ha llegado para quedarse. En este blog, se resume la entrevista en la cual Fernando Casillas destaca las claves para sobrevivir y prosperar en este nuevo mundo.

### 1. Segmentos de Clientes Rentables:

Uno de los pilares de la ventaja competitiva, según Casillas, radica en identificar, enfocarse y explotar segmentos específicos de la población a los que se puede brindar un valor diferenciado. Esto significa que las organizaciones que logran destacar en este aspecto tienen un potencial significativo de crecimiento. Un ejemplo concreto es el éxito de aplicaciones como Strava, que se centran en agregar valor a personas interesadas en entrenar y competir. Otra iniciativa destacable es Traïnsplant de Sonsoles Hernández, que ofrece servicios de ejercicio físico tanto presenciales como en línea, enfocados en personas con problemas renales. En ambos casos, la clave es entender y satisfacer las necesidades de segmentos específicos de la población.

## **2. Innovación como Modelo de Negocio:**

Casillas subraya la importancia de la innovación como elemento fundamental de un negocio. No se trata simplemente de innovar en un producto o servicio puntual, sino de incorporar la innovación en el núcleo del negocio. Ejemplos como Slowfit, que ha democratizado el entrenamiento de la fuerza al utilizar tecnología de vanguardia, o Fitoken Move, que ha revolucionado la relación de los clientes con el ejercicio físico mediante la gamificación y la fidelización digital, demuestran cómo la innovación puede redefinir un mercado.

## **3. Digitalización Integral:**

Junto con la innovación, la digitalización integral es otro elemento crucial. La digitalización debe entenderse como una parte esencial e integral del negocio, no solo como una adición superficial. Ejemplos destacados incluyen Fitness Kpi, que utiliza la inteligencia artificial en su CRM para mejorar la captación, retención y ventas de manera efectiva. Trainnigym, por su parte, digitaliza la gestión de los centros de fitness, optimizando la operación y la experiencia del cliente.

## **4. El Cambio en el Sector:**

Según Casillas, el sector deportivo está experimentando un cambio significativo, y los protagonistas tradicionales, como los inversores en grandes equipamientos y maquinaria, están cediendo terreno ante nuevos jugadores que apuestan por la innovación tecnológica como elemento estratégico para el futuro. Esto subraya la necesidad de adaptarse y abrazar la tecnología en todas las áreas de negocio.

## **5. El Trilema Tradicional:**

Casillas introduce un concepto interesante en el mundo de los centros deportivos: el Trilema. Este concepto se basa en la idea de que cualquier sistema solo puede crecer coherentemente en dos de tres objetivos principales. En este caso, se aplica a tres dimensiones esenciales para los centros deportivos: el número de personas, los ingresos por unidad y la frecuencia de las transacciones.

Los enfoques Low Cost buscan maximizar el número de personas y la frecuencia de las transacciones a expensas de los ingresos por unidad. Por otro lado, los enfoques Premium buscan incrementar los ingresos por unidad, sacrificando la frecuencia de las transacciones o el número de personas.

## **6. Una Propuesta de Cambio del Trilema:**

Fernando Casillas sugiere un enfoque innovador para el sector en 2024: colocar la innovación en el núcleo del negocio y abrazar la tecnología como un elemento fundamental. La tecnología debe ser el corazón de los servicios, y se debe aceptar que los servicios serán tecnológicos y digitales o no tendrán cabida en el mercado en constante evolución.

En la base de este nuevo enfoque se encuentran dos extremos interconectados. Por un lado, se busca aportar un valor personalizado a los clientes, respondiendo a sus necesidades individuales. Por otro lado, se aspira a aportar valor a la sociedad en su conjunto. Este enfoque se traduce en la hiper personalización en el caso de servicios como Fitness Kpi, Traïnsplant y Nexa, mientras que servicios como Trainnigym, Strava y Fittoken Move aportan valor a grandes segmentos de la población de manera escalable.

## **7. Flexibilidad y Adaptación:**

En un mundo en constante cambio, Casillas enfatiza la importancia de la flexibilidad en el diseño de modelos de negocio. Los centros deportivos deben ser capaces de pivotar ágilmente entre las múltiples variables para seguir aportando valor a su entorno.

En resumen, la visión de Fernando Casillas Díaz destaca la necesidad de abrazar la innovación, la digitalización y la tecnología como elementos fundamentales en el mundo de los centros deportivos. Adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes y la sociedad es esencial para sobrevivir y prosperar en este nuevo paisaje. En un mundo donde el cambio es constante, la clave es mantenerse ágil y estar dispuesto a evolucionar con el mercado.

Fuente: [CMDSport](#)

**Link to Original article:** <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=307819>