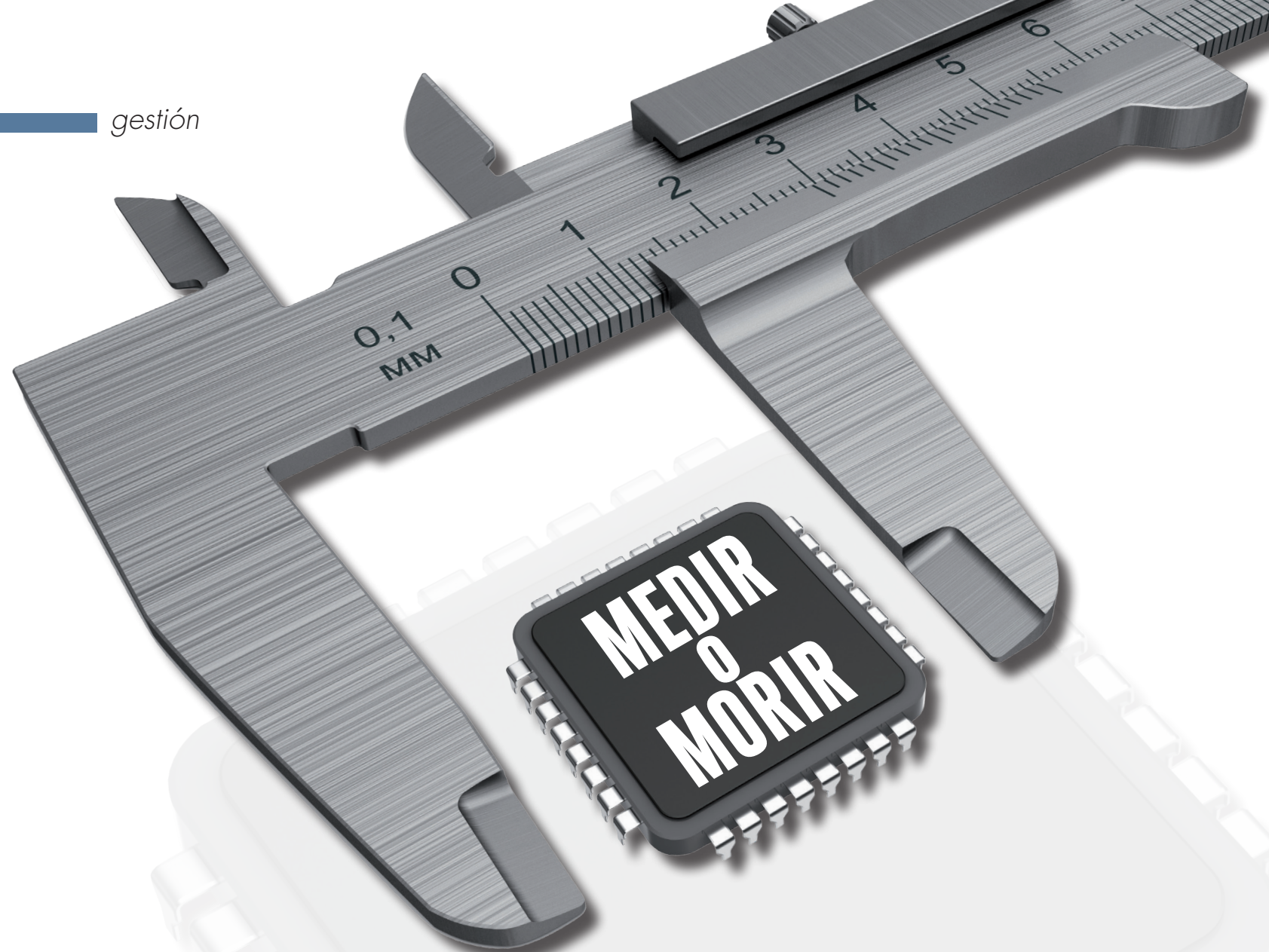




EL TAMAÑO SÍ QUE IMPORTA cuando hablamos de información. Alguien dijo eso de “la información es poder”, y la verdad es que no le faltó razón. En nuestros centros deportivos también es recomendable que obtengamos información y la manejemos adecuadamente. Normalmente, cuantos más datos tenemos de algo, más seguros nos mostramos y más acertadas suelen ser las decisiones que tomamos.

El propietario o el gestor de cualquier tipo de organización, empresa o centro deportivo, ha de conocer el estado de ciertos parámetros para poder planificar, establecer objetivos, controlar resultados o tomar decisiones. En definitiva, para gestionar es necesario medir. Podríamos afirmar que “lo que no se mide no existe”. Medir nos aporta información clave para el funcionamiento de nuestros centros deportivos. Además, todo lo que se puede medir, se puede mejorar. Alguien una vez recomendó “hacer como el carpintero: medir dos veces, para cortar una vez.”

Pero la información obtenida no puede quedar olvidada en un cajón. Para ello hay que establecer a priori los objetivos planteados y las acciones a realizar para poder alcanzarlos. Objetivos que deben ser medibles, específicos, temporales y alcanzables. Hemos de saber qué información necesitamos y qué utilidad le vamos a dar. Tan negativo es no medir aquello que debe parametrizarse, como medir procesos o acciones que no van a aportar valor a la organización.

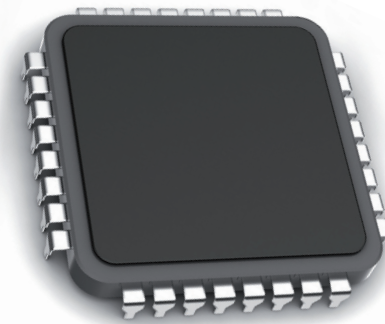
La razón de medir, no es sólo detectar a tiempo aquellos fallos en los procesos, sino también mejorar aquellos que marchan bien. Pero además es poder ofrecer un servicio personalizado a nuestros clientes. Se

trata de hacer las cosas mejor para que nuestro negocio siga siendo competitivo y pueda ofertar servicios de valor para los clientes y, por tanto, generar más ventas.

Hoy en día las personas queremos estar informadas y necesitamos que nos aporten el feedback sobre aquello que estamos realizando. Y lo mismo sucede en los centros deportivos. Ya no es suficiente simplemente con poder acceder a practicar actividad física, los clientes se han vuelto más exigentes y quieren que le demos información de lo que hacen, de sus progresos y grado de cumplimiento de objetivos. Algunos estudios realizados en los últimos años en nuestros centros fitness reflejan que en el 50% de los casos, los clientes no estaban informados o estaban muy mal informados, sobre los resultados obtenidos, sus progresos y mejoras con el entrenamiento/actividades que realizaban. Y esta situación provocaba en muchos supuestos que se dieran de baja.

En esta importante tarea de medir e informar es necesario el esfuerzo y la colaboración de los trabajadores, que generalmente son quienes obtienen la información, la procesan y facilitan a la empresa y/o al cliente. No obstante, cualquier forma de ayuda a nuestros empleados que les libere del trabajo manual de registrar constantemente mediciones, será bienvenida.

Lo cierto es que la ausencia de sistemas de información compuestos por indicadores relevantes está excesivamente generalizada. Pero existen aplicaciones tecnológicas y herramientas que nos permiten monitorizar y dar soluciones digitales a la medición. Aplicaciones que, por ejemplo, miden los pasos que damos al día, las calorías que



En esta importante tarea de medir e informar es necesario el esfuerzo y la colaboración de los trabajadores, que generalmente son quienes obtienen la información, la procesan y facilitan a la empresa y/o al cliente. No obstante, cualquier forma de ayuda a nuestros empleados que les libere del trabajo manual de registrar constantemente mediciones, será bienvenida.

quemamos, el tiempo que hacemos deporte, la intensidad, comparativo histórico y evolución, comparativa con otros clientes (gamificación), etc. Los gestores estamos incorporando estas herramientas a nuestros centros, pero falta dar un paso en la interpretación y en la adecuada presentación de resultados, por ejemplo, a nuestros clientes.

La medición nos dará información sobre:

- Nivel de desarrollo o cumplimiento de un determinado proceso respecto a el objetivo marcado.
- Situación respecto a la competencia.
- Conocer el nivel y calidad de servicio que se ofrece dentro de la organización y a los clientes.
- La evolución de sugerencias, quejas y reclamaciones.
- La satisfacción de los clientes.
- Las incidencias y grado de satisfacción de los trabajadores.
- Saber si nuestro centro evoluciona positivamente.

La calidad de la toma de decisiones va a depender de la calidad de las mediciones y del análisis de las mismas. Si dichas mediciones son inexactas, las decisiones serán, necesariamente, erróneas. Diversos autores señalan que el sistema de medición de una empresa viene a ser los ojos a través de los cuales se observa la calidad. La recomendación es clara: medir, analizar, valorar, comunicar y mejorar.

En conclusión:

- Medir es seguridad, porque nos aporta información y permite desarrollar proyectos y acciones más acertados.
- Medir es eficiencia, porque evitan costes innecesarios.
- Medir es innovación, porque nos permite estar atentos y activados ante los cambios.
- Medir es fidelización, porque nos ayuda a satisfacer mejor las necesidades de los clientes y refuerza los vínculos.
- Medir es vender, porque nos hace más competitivos y permite ofertar servicios de más valor para los clientes.



Vicente Javaloyes Sanchis
Profesor titular INEFC.
GISEAFE - Grupo de Investigación Social y Educativa de la Actividad Física y el Deporte.