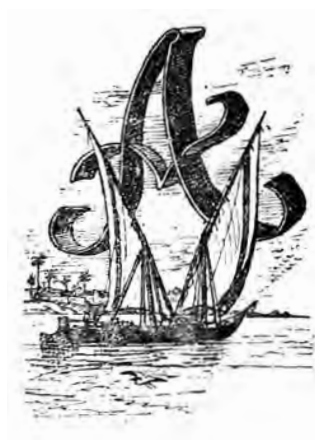


DIGITALIZACIÓN DE LOS CENTROS DEPORTIVOS Y SOCIOCULTURALES DE LA ARMADA, CUESTIÓN DE SUPERVIVENCIA

Jesús ABRAHAM FERNÁNDEZ



CTUALMENTE vivimos en una época de rápidos cambios, los cuales nos obligan a llevar paralelamente un proceso de adaptación y reinención simultáneo casi en tiempo real. No es una fase, o mejor dicho dos, que el ser humano esté acostumbrado a contemporizar. Hasta ahora estábamos habituados a inventar y, una vez desarrollado el invento, a adaptarnos al nuevo entorno.

Desde que comenzó la revolución digital, este proceso de cambio se ha acelerado de tal manera que ha desaparecido por completo la fase de adaptación. Así pues, nos encontramos en un nivel superior del darwinismo, en el que la supervivencia pasa por adaptarnos a un entorno de reinención constante y donde la aclimatación no es al último cambio, sino al siguiente. Se trata pues de adecuarse al paso siguiente.

Recordemos que, según Charles Darwin, «las especies que sobreviven no son las más fuertes ni las más inteligentes, sino aquellas que se adaptan mejor al cambio». Y este, en el siglo XXI, se produce sin lugar a dudas en el ciberespacio, en la gestión del conocimiento y en la digitalización.

Allí donde antes había varias personas para realizar un trabajo, ahora hay una máquina, es decir, un ordenador que controla una serie de procesos. Las actividades para las que antes necesitabas horas, si no días, y múltiples desplazamientos físicos hoy en día se pueden ejecutar y solucionar en cuestión de minutos a través de un ordenador conectado a Internet. Donde había un teléfo-

no y una libreta utilizada por una o varias personas, ahora hay una base de datos automatizada en la «nube», en la que los usuarios actualizan directamente estos sin necesidad de teleoperadores. Donde se requería un servicio postal permanente para informar al usuario o potenciales clientes, ahora existe un correo electrónico o una red social con la que se puede informar en tiempo real con una comunicación bidireccional.

Podemos entender pues la «digitalización» como el proceso de convertir información analógica en formato digital con el objetivo de mejorar el acceso a las referencias que pueden ser buscadas a través de bases de datos en Internet. Es, pues, la antesala de la cuarta revolución industrial, o la denominada «Industria 4.0». Una revolución que modificará el panorama productivo y laboral por completo.

No hace mucho tiempo escuchaba una entrevista del presidente de la CEOE, Juan Rosell, en la que con razón afirmaba lo siguiente: «La digitalización es un proceso que supone un reto político, económico y social ante el que solo caben dos opciones: mirarla absortos o aprovecharla».

Así pues, la digitalización ha permitido en los últimos años a empresas, instituciones y particulares que han apostado por ello un importante ahorro económico, mayor dinamismo en todos sus procesos y relaciones, mejor conocimiento de su área de interés, incremento de la competitividad y, por ende, el crecimiento de su beneficio neto.

Es, por tanto, el desafío del siglo XXI al que se enfrenta la sociedad en su conjunto y al que no se puede renunciar.

La industria es la que ha tomado la delantera en este proceso de digitalización, los particulares le «siguen aguas» y es la Administración Pública la que en su conjunto va más rezagada en este aspecto.

En el ámbito de este último caso, podemos incluir a los CDSCA, los centros deportivos y socioculturales de la Armada, repartidos en las localidades de Cartagena, San Fernando y Ferrol, y cuya finalidad es facilitar a sus miembros y a los integrantes de los cuerpos comunes adscritos a ella la preparación física y la práctica de distintos deportes, así como fomentar las relaciones sociales, las actividades recreativas y culturales y estrechar los lazos de amistad y compañerismo entre ellos y sus familiares.

Estos centros, que desde su creación han sido lugar de encuentro de los miembros de la Armada y sus familiares, y donde se fomentan y potencian los valores que cimentan los pilares de la Institución, están perdiendo la virada de la digitalización y se arriesgan a una reducción del número de usuarios, algo que afectaría negativamente a su mayor activo, su personal.

Para entender este fenómeno es preceptivo contextualizar la situación de los CDSCA y compararla con la coyuntura social en el momento de su creación. En estos años, la oferta deportiva, recreativa y cultural en los antiguos departamentos de la Armada era claramente inferior a la actual. No existían los grandes centros comerciales, ni los deportivos con sus múltiples activida-

des. Tampoco los vuelos de bajo coste ni la actual red de transporte. Las familias de los integrantes de la Armada, con la ausencia de los cabeza de familia durante varios meses, no tenían un lugar de encuentro donde poder apoyarse mutuamente durante esos duros y largos períodos de ausencia por navegaciones o maniobras. No existía Internet, y el *marketing* se limitaba al «buzoneo» de las mejores ofertas de las tiendas del barrio.

Era pues un momento propicio para la creación de esos centros en los que se fomentaban y arraigaban valores como el compañerismo, y donde las familias, que veían partir a sus padres hacia donde el deber les demandaba, suplían de alguna manera esa carencia familiar. Pocas opciones más existían.

Sin embargo, la situación actual es bien distinta. Existe un amplio abanico de ofertas de todo tipo y la posibilidad de tener una gran movilidad para realizarlas, tanto dentro como fuera de la localidad, provincia o del territorio nacional. La información inunda nuestras vidas a cada segundo. No paramos de recibir propaganda en nuestros teléfonos inteligentes, ordenadores, televisores, redes sociales, etc. Ya no es necesario buscar una actividad que nos guste o una solución a un problema que se nos plantee. Estamos tan digitalizados que Internet conoce nuestros gustos o las soluciones a nuestros problemas antes que nosotros. Tienen registrados nuestros patrones de búsqueda, nuestros estados emocionales, nuestros gustos... todo. Estamos tan controlados que al conectarnos a Internet «casualmente» nos aparece la información del viaje que estamos pensando realizar o la camisa que hemos estado mirando estos últimos días. Y «casualmente» está a la venta en un centro comercial cerca de casa y tiene una oferta inmejorable.

Estamos tan digitalizados que cada vez somos menos dueños de nuestras propias decisiones y vivimos más sugestionados por la información que recibimos. Y esto, sin lugar a dudas, tiene un efecto en nuestra conducta y en nuestras relaciones sociales. Así pues, la actual coyuntura social y tecnológica, en la que estamos plenamente inmersos, obliga a los CDSCA a adaptarse o de lo contrario sufrir el retrainamiento de sus usuarios, lo cual, dada la actual situación de austeridad económica que atravesamos, obligaría a replantearse su necesidad. Pero si algo tienen los CDSCA con lo que no puede competir ninguna otra iniciativa privada es que son un fiel reflejo de nuestra identidad y forma de vida. Y por ello siempre tendrán un plus de aceptación del que no gozan otras ofertas lúdico-culturales. Así que para invertir esa tendencia bajista y tratar de conseguir una oferta competitiva y que tenga buena aceptación, se debe tratar de emular a las compañías o centros privados que ofrecen servicios alternativos, estudiando como se relacionan con sus clientes actuales y potenciales. Y esto pasa indudablemente por la digitalización de los procesos.

Debemos comenzar por hacer viable la digitalización de todos los procesos administrativos de los CDSCA con los usuarios, que deben seguir al menos unos objetivos iniciales, tales como:

- Difusión de información relativa a novedades o actividades y eventos.
- Repositorio fotográfico del centro.
- Repositorio de información del centro.
- Solicitud de pistas polideportivas *on line*.
- Reserva de locales y actividades *on line*.
- Reserva de mesa en el comedor.
- Acceso a formularios digitalizados *on line*.
- Gestión multiadministrador de las reservas *on line*.
- Difusión de encuestas.

Otro de los aspectos importantes a considerar, antes de iniciar tal digitalización, es la elección de las plataformas que se van a utilizar, tanto para la gestión de los procesos por parte del centro como para la interacción de los usuarios. *A priori* pudiera considerarse la idea de desarrollar e implantar un sitio *web ad hoc*. Esto implicaría un desarrollo informático capaz de dar respuestas, con un diseño adaptativo para cualquier tipo de dispositivo, es decir, ordenadores, tabletas, teléfonos inteligentes, etc. Sería también necesario disponer de un servicio de mantenimiento que tuviera actualizado tanto el *software* como el *hardware* necesarios para ello. Todo esto implicaría un coste económico a lo largo de todo el ciclo de vida que habría que valorar antes de tomar la decisión final. Además, otro de los aspectos relevantes sería la formación de los administradores del sitio *web*, así como la adaptación del usuario al nuevo *software*. Sin embargo, todos estos inconvenientes iniciales pueden ser notablemente mitigados si se considera la utilización de una plataforma gratuita, ampliamente utilizada en nuestra sociedad y con capacidad para implementar una nueva interfaz de programación de aplicaciones (API).

Tras una prospección de mercado, la plataforma mejor valorada es *Facebook*. Esta red social es la más utilizada en la actualidad, con lo que desaparecería la barrera inicial de la adaptación, tanto para usuarios como para administradores; tiene servidores, desarrolladores y mantenimiento gratuito, con lo que no supondría un coste económico. Es un *software responsive* y que implementa nuevas herramientas digitales y, por último, acepta API de otro *software*.

Facebook proporciona múltiples herramientas sin necesidad de acceder a diferentes páginas *web*, desde repositorio de fotografías y vídeos hasta gestión de eventos, publicación de noticias, servicio de mensajería y estadísticas de la página. Para los procesos de gestión, la herramienta mejor valorada es *Google Drive*. Este *software* permite crear todo tipo de formularios en la nube vinculados a bases de datos en formato *Excel*, así como proporcionar un repositorio de información de cinco *gigabytes* de capacidad.

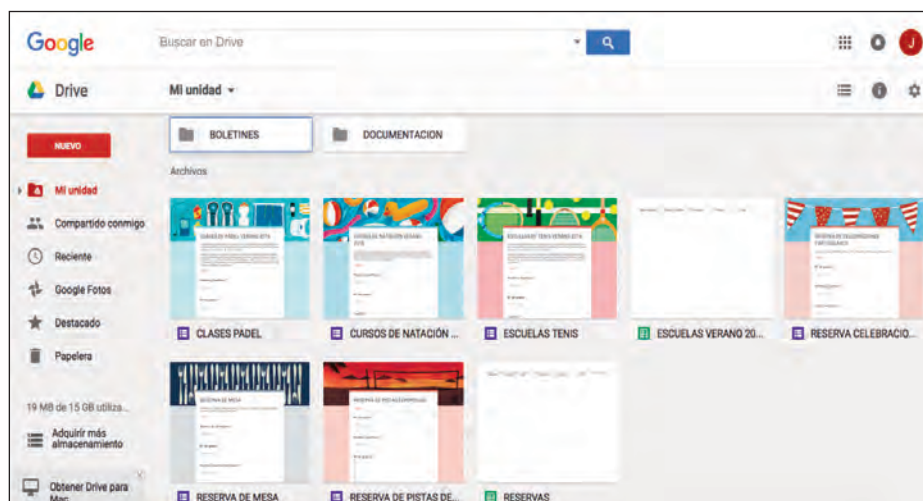
Con ambas herramientas se podrían satisfacer los objetivos iniciales sin necesidad de acudir a desarrollos *software ad hoc* ni servidores particulares, todo ello sin coste añadido.

Conclusiones

No cabe duda de que el uso de la informática e Internet ha contribuido en gran medida a modificar y acelerar nuestros hábitos diarios y la forma de comunicarnos. Un cambio que han sabido interpretar perfectamente la indus-



Fanpage del CDSCA El Montón, Ferrol, en Facebook.



Cuenta Google Drive del CDSCA El Montón, Ferrol.

tria privada y los grandes maestros del *marketing*, y que se ha ido desarrollando a través de la digitalización y la sincronización de múltiples procesos que han permitido la eficacia y eficiencia de estos.

Los CDSCA, a pesar de contar con algunas herramientas informáticas que han facilitado la digitalización de algunos de sus procesos, no han conseguido subirse al carro, lo que ha contribuido a una reducción en el uso de instalaciones y una menor participación de los usuarios de estos centros en las actividades de los mismos. Una reducción que, en caso de seguir con la misma tendencia, obligaría a un replanteamiento de su necesidad.

Los CDSCA han sido y siguen siendo unas instalaciones esenciales en la Armada española, ya que sirven para forjar y reforzar los valores más fundamentales de la Institución castrense, tanto en los propios militares como entre sus familiares.

Es, por tanto, indispensable hacer todo lo que esté en nuestras manos por mantener, fomentar y potenciar el uso de estos CDSCA, y para ello es imprescindible que se facilite el acceso a la información y la gestión del conocimiento entre todos los usuarios, especialmente entre los familiares del personal militar, y los centros. Y todo ello pasa, ineludiblemente, por una digitalización de los procesos que permita una gestión fácil, rápida, intuitiva, eficaz y eficiente no solamente de los usuarios, sino de los administradores y personal laboral de los centros. Y sin lugar a dudas, la red social *Facebook* y *Google Drive* se postulan como las plataformas digitales más apropiadas para ello.

Por último, cabe señalar que los CDSCA han sido, son y serán lo que sus propios usuarios deseen. Y para ello es necesario que, en mayor o menor medida, todos y cada uno en los diferentes CDSCA aporten lo mejor de sí mismos y participen activamente en un proceso de mejora permanente que busque como fin último servir de la mejor manera a la Armada y por ende a sus usuarios. Al fin y al cabo, a nosotros y a nuestras familias.

