

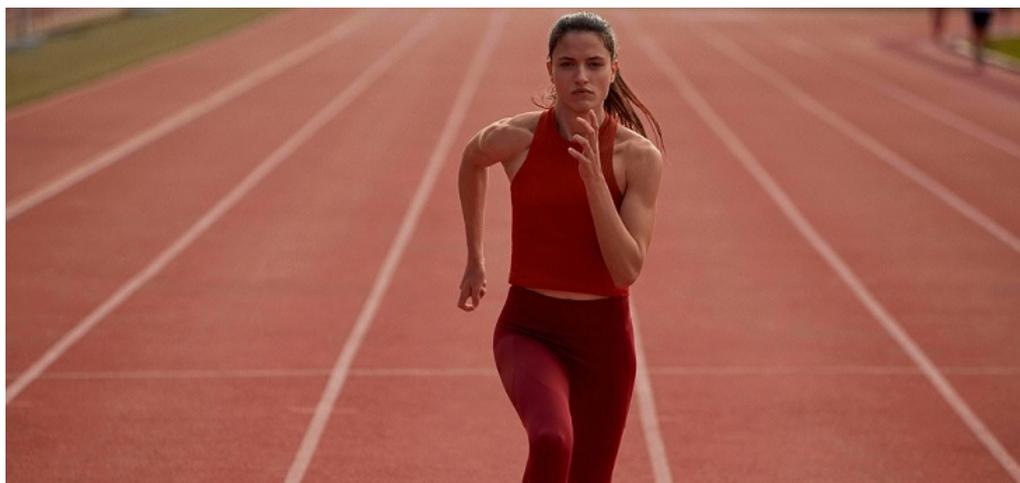
## EQUIPAMIENTO

# Oysho irrumpe también en el 'home fitness' con entrenamientos a través de Youtube

La compañía lanzará el próximo sábado el proyecto Sport Hub, con el que retransmitirá entrenamientos de yoga y *functional training* para todos los niveles a través de la Red.

---

Palco23  
29 dic 2020 - 11:53



Nike, Adidas, Under Armour y ahora también Oysho. La cadena de Inditex, que en los últimos años ha acelerado su apuesta por el deporte, sigue los pasos de los gigantes del sector y lanza su propia plataforma de entrenamientos en casa.

La empresa impulsará el próximo sábado el proyecto Sport Hub, con el que retransmitirá entrenamientos de yoga y *functional training* para todos los niveles a través de su canal de Youtube.

Para dar el pistoletazo de salida al proyecto, la empresa organizará el sábado una jornada dedicada íntegramente al deporte, que se extenderá desde las nueve de la mañana hasta las siete y media de la tarde.

La agenda del día cuenta con varias sesiones de Vinyasa dirigidas por Kino MacGregor y Riva G desde Estados Unidos, Sjana Elise desde Australia y Hannah Barrett desde Reino Unido. Para la parte de entrenamiento funcional, Patry Jordán y la campeona de boxeo Joana Pastrana serán las encargadas de conducir la sesión.

## Oysho organizará entrenamientos en ‘streaming’ a través de su canal de Youtube

La cadena de Inditex se suma así a los proyectos impulsados por los líderes del deporte como Nike, que cuenta con su propia aplicación de entrenamientos que, desde el confinamiento, es gratuita para cualquier usuario.

Además de un canal de comunicación y marketing, este tipo de plataformas sirven a los grandes grupos para captar información sobre sus usuarios y reforzar la fidelización.

El *home fitness* ha sido uno de los grandes ganadores de la pandemia. Durante el confinamiento, y también una vez retomada la actividad, la práctica del deporte en casa se ha disparado, captando nuevos públicos que se resisten a regresar al gimnasio o que lo combinan ahora con la práctica en el hogar.

Compañías como Peloton, especializada en bicicletas y contenidos audiovisuales para la práctica del ciclismo en casa, han más que duplicado su facturación durante el año, y marcas de ropa deportiva como Lululemon han acelerado en este segmento mediante compras.