PALCO23

FITNESS

Los gimnasios virtuales abren mercado con la gamificación y personalización

Guillermo G. Recio
26 abr 2016 - 05:00

Entrenamientos personalizados a cualquier hora y a bajo precio. Eso es lo que buscan los usuarios de las cientos de aplicaciones y páginas web que compiten hoy en día por ofrecer sus servicios de gimnasio virtual. Pero no todas ellas tienen el mismo modelo de negocio y funcionan igual. Lo que nació como una alternativa al gimnasio tradicional con clases de aeróbic televisadas de Jane Fonda, ahora es ya un fenómeno social que gracias a las nuevas tecnologías ha ido creando comunidades. Además, como si de un centro deportivo se tratara existen opciones *premium* y de muy bajo coste o gratis.

Ejemplo de la importancia de este tipo de entrenamiento es la apuesta decidida realizada por FitBit en este segmento, con la adquisición de la plataforma FitStar, que combina clases de yoga con ejercicios de alta intensidad, tanto cardiovasculares como de tonificación. Ahora, la compañía, que ha querido integrar sus pulseras con este sistema de vídeos, ha lanzado sus versiones en español, francés, alemán y portugués con el objetivo de "hacer aún más fácil para los usuarios de todo el mundo alcanzar sus objetivos de *fitness"*.

Aunque la presencia de este *player* en España llegue en 2016, uno de los primeros en poner en práctica este formato en España fue Telegim, que también cuenta con una línea de negocio especializada para proporcionar clases virtuales de *spinning* en instalaciones deportivas. Su director comercial, José González, explica que cuando lanzaron sus vídeos en 2008 estaban prácticamente solos en el sector, pero en ocho años han surgido muchas herramientas con la misma finalidad.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.



Las clases televisivas de Jane Fonda se convirtieron en un fenómeno de masas.

González comenta que sus clases funcionan como un videoclub donde aquellos que no tienen tiempo pagan por hacer ese ejercicio concreto o se suscriben con cuotas mensuales, trimestrales o anuales a las diferentes clases dirigidas. En su caso, el principal mercado es España, aunque con una fuerte implantación en Latinoamérica, ya que únicamente cuentan con ejercicios en español.

Desde Estados Unidos, uno de los cofundadores de Sworkit, Ryan Hanna, asegura que la clave está en "la personalización y la variedad de los entrenamientos para asegurar una perfecta actividad física que los usuarios realicen de manera diferente cada vez para hacerlo siempre interesante". Su aplicación permite crear una propia rutina de ejercicios que ya ha cautivado a 10 millones de usuarios.

La misma línea de segmentación sigue la plataforma Ictiva, que permite llegar a cada uno de los más de 600 vídeos según distintas preguntas previas al entrenamiento. Uno de sus fundadores, Orlando Pérez, explica que incluso se tiene en cuenta el estado de ánimo, por lo que si la jornada laboral no ha sido muy buena "el entrenamiento será más suave y si estás por las nubes entonces será un entrenamiento más exigente".

Pérez comenta que cuentan con 21 disciplinas y que cada semana suben vídeos nuevos. "Nuestros usuarios nos han ido pidiendo ejercicios más cañeros" y eso permite que su abanico de clases vaya desde los niveles principiantes hasta los más expertos, lo que también permite atraer a un público novel.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.



Captura de pantalla de Ictiva.

Videogym, una página web con sede en Sevilla, apuesta por poner a disposición del usuario un asistente personal al que preguntarle dudas y consejos al más puro estilo de banco electrónico, al igual que Sworkit. Pero uno de sus fundadores, Blas Herrador, destaca que también le dan importancia a la gamificación para motivar a los deportistas con un sistema de puntos que da descuentos en su plataforma *freemium*.

Otro sistema de motivación es el que lleva a cabo la bloguera Patry Jordan, que ha puesto en marcha la web *Yo puedo con todo* en forma de comunidad para que sus usuarios compartan sus avances. La página actúa como una red social, y es que el modelo de Gym Virtual es totalmente diferente, ya que no cobra por ninguno de los vídeos de clases dirigidas porque cuenta con más de un millón de seguidores en Youtube, conjuntamente con sus otros canales de belleza y peinados.

En su lugar, el negocio está en los ingresos que se obtienen a través de publicidad. Jordan explica que, aunque sus entrenamientos son completamente gratuitos, cuentan con una gran profesionalización porque ella trabajaba como entrenadora personal en centros deportivos y reivindica que "algunos usuarios creen que si se paga es mejor".

¿Competencia con los centros deportivos?

No todos los deportistas buscan lo mismo. Esa es la premisa que repiten una y otra vez los directivos de estas herramientas de *fitness*. Aún ofreciendo un servicio más exclusivo, Hanna explica que prefieren "que los usuarios alternen algunos días en el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

gimnasio y otros días en casa con la aplicación". Por su parte, Herrador también declara que Videogym tiene algunos acuerdos con gimnasios para fortalecer los entrenamientos.

Una de las claves por las que se puede combinar con la asistencia a un gimnasio son las cuotas de estas plataformas, que oscilan entre los seis y los 12 euros al mes. Este precio disminuye al contratar un trimestre, un semestre o un año por un perfil que suele ser más femenino y adulto.

Este es un concepto que también aplica Mammoth Hunters, que ofrecen clases virtuales de entrenamientos para complementar la oferta de los centros PaleoTraining. Varios de los fundadores de este sistema también son los creadores de esta aplicación, con la que quieren promover una rutina similar de ejercicios con tan sólo 15 minutos de alta intensidad y con dietas de la época.

Este factor de la falta de tiempo también lo comparte la cofundadora de Gym In, Arantxa Ezcurra, que explica que tienen clases de estiramientos de diez minutos en la oficina, un entrenamiento perfecto para aquellos que están pegados a la pantalla del ordenador todo el día.

Pérez comenta que desde Ictiva cuentan con una opción de entrenamiento en casa, en el parque o en el gimnasio. En este caso, "los usuarios pueden ir a un centro *low cost* donde apenas hay personal y poder hacer una rutina con vídeos que explican cómo hacer un press de banca perfecto". Aunque en esta ocasión es necesario contar con una opción para el teléfono inteligente, la mayoría de plataformas utiliza el formato de página web.

Ezcurra comenta que en Gym In consideran que se busca la pantalla grande para poder seguir las clases más fácilmente, por lo que una aplicación solamente tiene sentido en una tableta. Desde esta herramienta tienen claro que su próximo paso será crear una *app* exclusiva para televisiones inteligentes, "desde donde muchos ya conectan su ordenador", asegura.

De momento, lo que es evidente es que las barreras de tiempo, dinero y pereza por salir de casa no son una excusa para hacer ejercicio, pero si todavía hay quien no se ha convencido es porque falta una apuesta más fuerte por nuevas aportaciones como la personalización y la gamificación.

https://www.palco23.com/fitness/los-gimnasios-virtuales-abren-mercado-con-la-gamificacion-y-personalizacion

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.