Revolución en la industria del fitness: el futuro híbrido

En un artículo publicado en la web de **FIBO**, **Herman Rutgers** analiza los cambios de tendencia en la industria del fitness, así como la creciente digitalización del sector, y los nuevos retos a los que se enfrentan los propietarios de los gimnasios.

La industria mundial del fitness, que ya supone un total de 94.000 millones de dólares, está experimentando una gran transformación digital, y se cree que para el año 2022 el sector del **fitness digital** alcanzará los 27.400 millones de dólares. Por eso las grandes compañías tecnológicas están aprovechando las nuevas oportunidades, como Apple, que ha introducido Fitness +, o empresas propias de fitness como Peloton, Mirror, Tempo y Tonal.

Cada vez es mayor el interés de los consumidores por los entrenamientos transmitidos en vivo, las aplicaciones de fitness y la tecnología portátil, especialmente desde el comienzo

de la pandemia de COVID-19. Por ejemplo, el 85% de los consumidores en Mindbody han asistido a sesiones online, en comparación con el 7% que asistió en 2019. Además, el 46% de los participantes tienen intención de seguir acudiendo a clases virtuales incluso después de que acabe la pandemia.

Por tanto, en este nuevo mundo híbrido, los profesionales del fitness y propietarios de gimnasios deben tener una parte virtual en su negocio, que complemente la experiencia del usuario. Así se podrá tanto ayudar a retener a los miembros actuales, como a producir un crecimiento del negocio. Según otra encuesta de Mindbody, el 40% de los usuarios están reservando entrenamientos virtuales en gimnasios que nunca han visitado, por lo que tener dichas aptitudes virtuales ofrece grandes ventajas de crecimiento.

Pero para que estas herramientas digitales sean verdaderamente útiles, se deben crear experiencias digitales con el mismo valor que las clases presenciales. Además, en estos meses ha crecido mucho la tendencia del fitness al aire libre, en concreto ha aumentado un 400% según Class Pass, por lo que se prevé que se mantenga como un servicio importante.

Sin embargo, no hay que olvidar la importancia del espacio físico del gimnasio, puesto que es muy posible que cuando acabe la pandemia, los usuarios busquen experiencias de fitness relacionadas con el ámbito social, de conocer gente nueva y de tener un sentimiento de pertenencia y comunidad en las sesiones presenciales. Por tanto, y como cada club de fitness depende de la zona local y la demanda existente en donde esté situado, hay que saber buscar un modelo híbrido equilibrado entre las dos modalidades.

A todo esto, y debido a su enorme crecimiento, se une la irrupción en la industria del fitness de grandes compañías tecnológicas como Apple (Fitness +), Amazon (HALO), Google (Fitbit), etc. Aunque la parte positiva de esto es que agregan credibilidad al sector del fitness y la salud, y tienen mucha capacidad de crear conciencia sobre los beneficios del ejercicio.

Por tanto y, como conclusión, el autor del artículo Herman Rutgers ofrece **tres claves para impulsar el éxito de los modelos híbridos:**

1. Ofrecer experiencias de coaching virtual que cumpla con las mismas expectativas que tendría el consumidor en una clase presencial. Es decir, que aunque sea virtual, el entrenador debe aportar energía, motivación y monitoreo del progreso de los usuarios. Deben dominar la transmisión en vivo, y que aunque sea virtual sea cercano y responsable.
2. Perfeccionar las transmisiones en vivo, cuidando todos los detalles relacionados, como ubicaciones y fondos, iluminación, música o niveles de transmisión de audio. En general, que los usuarios se sientan como si de verdad estuvieran en una clase presencial en el gimnasio.
3. Aprovechar la inteligencia artificial para simular experiencias de fitness presenciales, y mejorar su capacidad para conectarse con la comunidad. Las herramientas de inteligencia artificial pueden ayudar a mejorar el monitoreo del progreso de los usuarios, ayudar en el feedback o incluso ayudar con el conteo automático de repeticiones y las correcciones técnicas en tiempo real.

En definitiva, los entrenadores y clubes de fitness que más prosperarán en el nuevo

mundo del fitness, serán aquellos que utilicen y aprovechen debidamente todas las herramientas a su disposición. Eso permitirá fortalecer las comunidades de fitness y mejorar la experiencia virtual, lo que significa tener un negocio fuerte y en crecimiento.

Fuente: www.fibo.com

Fecha de publicación: 13 de abril de 2021

Acceder al artículo original >>>

Link to Original article: https://www.valgo.es/blog/revolucion-en-la-industria-del-fitness-el-futuro-hibrido?elem=261825