Fitaverso, nueva oportunidad en el espacio digital



Actualmente escuchamos y leemos la palabra “Metaverso” continuamente, pero es muy probable que no tengamos muy claro su significado. El concepto de Metaverso se utiliza para describir una representación de la realidad llevada a cabo mediante programas de realidad virtual y ha sido uno de los conceptos estrella del año en el sector tecnológico. Es una adaptación válida del inglés “metaverse” formada por el elemento “meta-” y la terminación “-verso” de “universo”.

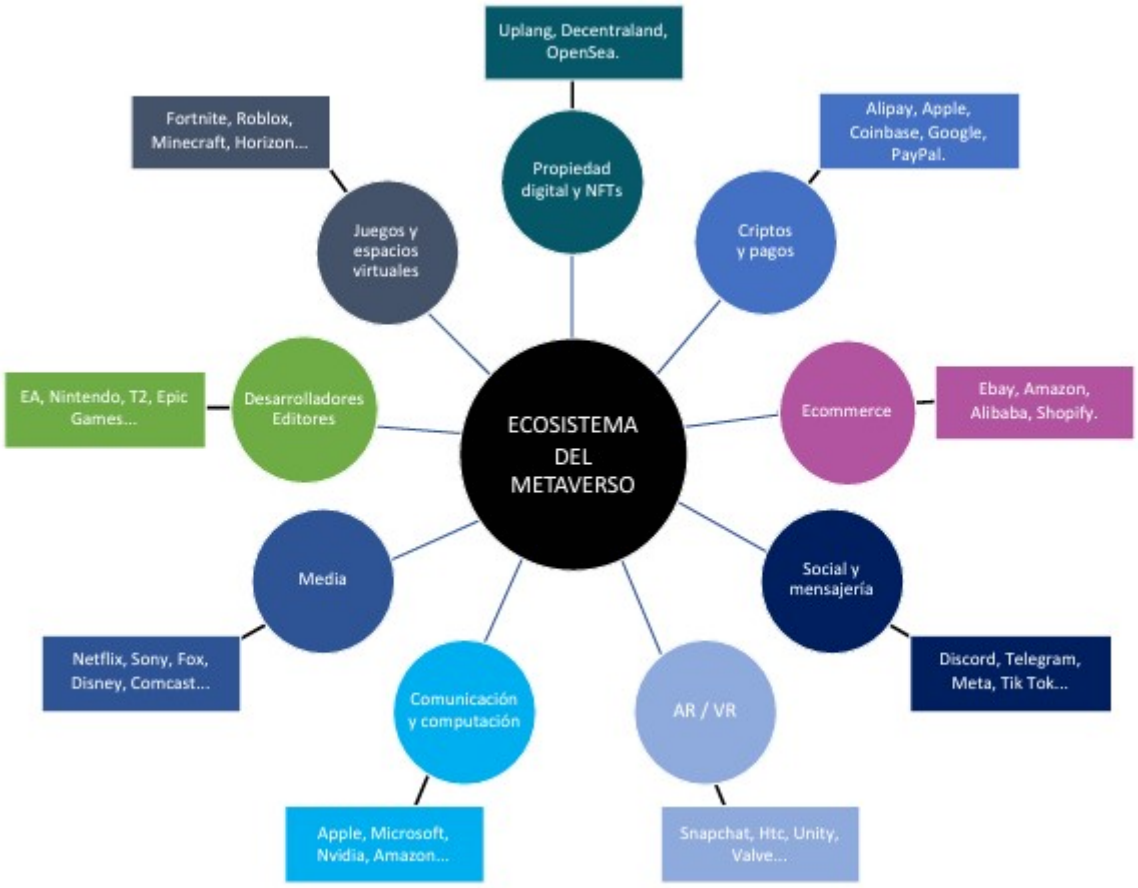
El Metaverso nos abre las puertas a un nuevo mundo o espacio virtual en el cual se pueden desarrollar las actividades más comunes que conocemos. Este término recoge todas aquellas experiencias digitales, en las que, a través de internet, podemos desenvolvernos con cotidianeidad. Su objetivo es crear un universo de realidad virtual, aumentada y/o experiencial en el cuál podremos ser capaces de vivir y disfrutar de costumbres o hábitos muy similares a los reales. Por ello, se dice que el metaverso es un universo de realidad mixta, con diversas capas, elementos, tecnologías y aplicaciones que mostramos a continuación.

Durante estos últimos años, las plataformas de juegos como Roblox, Fornite o League of Legends han sido los impulsores de este nuevo escenario, ofreciendo espacios virtuales donde el usuario puede caracterizar su avatar y desenvolverse por el espacio virtual. No

se puede hablar de metaverso sin mencionar la tecnología blockchain y el concepto NFT. Los NFT (Token no fungible) son activos digitales únicos que no pueden reemplazarse, están concebidos como una forma de arte digital, que puede ser distribuida y adquirida para el uso virtual. Los NFT son clave para el desarrollo del metaverso.

El eComerce y el marketing también se ha sumado al metaverso. Las empresas están buscando la manera de llegar al consumidor a través de este entorno virtual, ofreciendo una experiencia de compra más placentera y realista, pero desde una plataforma virtual. En este universo, podremos encontrar todo tipo de artículos, atuendos digitales, arte, moda, eventos, conciertos, etc, donde ya participan H&M, Zara, Gucci, Vans y por supuesto las comunidades digitales como Meta. El objetivo de las marcas, es tener presencia en este nuevo entorno y ofrecer mejores experiencias virtuales, mejorando su posicionamiento en el mercado virtual que se avecina.

En la figura 2 mostramos el ecosistema del metaverso que solo ha hecho que empezar a desarrollarse y captar todo tipo de empresas.



Ecosistema del Metaverso (adaptada de Wall Street Journal, 2021).

Al igual que sucede con el arte o el retail virtual, también otros sectores se han visto influenciados por la aparición del metaverso. Este es el caso del sector deportivo y del fitness, donde el metaverso puede ser una opción muy atractiva, divertida y motivante, de conectar con el usuario y crecer su interés por realizar ejercicio físico a través del juego.

Sin duda, la aparición del metaverso, vislumbra un impacto y evolución en el futuro también en el fitness, propiciando un espacio propio que podemos denominar “Fitaverso”, un mundo digital donde se fusionan aplicaciones fitness y no fitness, generando una

comunidad propia que incluya numerosos servicios y productos. En este espacio, por ejemplo, se podrán obtener ciertos objetivos, mediante la realización de ejercicio físico previamente, lo que fomentará la actividad física. Las grandes marcas como Nike ya han realizado los primeros movimientos, creando “Nikeland” en la plataforma Roblox, cuyo objetivo es competir en diversos juegos y escenarios propios personalizados.

Otra de las oportunidades del Fitaverso es la colaboración y cooperación con otros ecosistemas y empresas que están progresando en material deportivo, wearables, aplicaciones, etc. El Fitaverso tiende puentes a coexistir con otras industrias, que pueden complementarse, con el fin de satisfacer las necesidades de clientes y usuarios, ofreciendo servicios y productos más personalizado e individualizados, saliendo del espacio físico como único modelo de negocio.

Los centros deportivos, clubes o gimnasios, ya no sólo dependerán de instalaciones y equipamientos para relacionarse con sus usuarios. Podrán también disponer de su universo digital rompiendo barreras por tipo de cliente, edad o condición, ampliando sus servicios y productos e influyendo de forma integral por una sociedad más activa y más saludable.

Todavía es pronto para estimar los cambios que puede originar el Fitaverso, pero es innegable la repercusión actual del metaverso y su impacto en empresas y personas. Si nuestra industria sigue sus pasos, es evidente que las nuevas plataformas influirán e incentivarán la práctica deportiva, aumentando el grado de interés de la ciudadanía por el ejercicio físico y la salud.

Artículo de Manel Valcarce para la revista Deporcam nº56.

Link to Original article: https://www.manelvalcarce.com/blog/fitaverso-nueva-oportunidad-en-el-espacio-digital?elem=281581