

FITNESS

Innovación y 'gamificación', la ruta de los gimnasios para reimpulsar el 'cycling'

Los operadores están invirtiendo en renovar sus salas de *ciclo-indoor* para modernizar una de las clases dirigidas de mayor éxito en el sector.

P. López

20 mar 2018 - 04:56



Luces, música y acción. Estos son los ingredientes que han convertido las salas de *cycling* en la punta de lanza experiencial de los gimnasios, que buscan hacer confluir la práctica deportiva con la diversión. El *ciclo-indoor* es, desde hace diez años, la actividad de moda en los clubes, y fenómenos estadounidenses como Soulcycle así lo certifican. Sin embargo, los operadores españoles defienden su papel como principales propulsores de esta actividad en un país donde el 52% de los abonados que asisten a clases dirigidas practican *cycling*, según un estudio de la Universidad de Sevilla.

Los directivos aseguran que al grado de madurez que ha asumido esta actividad desde los años noventa le sigue un salto cualitativo en digitalización, profesionalización y experiencia. De ahí que numerosas cadenas estén invirtiendo en poner a punto sus salas de *ciclo-indoor*. En un contexto de creciente interés por el ciclismo y el triatlón, y en que *players* como Peloton han llevado el entrenamiento virtual al salón de casa, las cadenas reivindican su función de prescriptoras de ejercicio. Así se desprende de las

valoraciones recogidas por *Palco23* para la serie de reportajes sobre el presente y futuro del gimnasio, patrocinada por el fabricante nacional de equipamiento BH.

Las compañías defienden que el componente de la espectacularidad que aportan cadenas como Soulcycle y Flyweel, y que ha servido de inspiración a la catalana Lovecycle, no es nuevo en el sector. “El show de música y luces lleva años asentado, pero sí que se ha apostado por la tematización de las salas porque el 80% de los abonados busca vivir una experiencia”, recalca Daniel Serrano, director técnico de Duet.

“La bicicletas destinadas a las actividades dirigidas representan entre 73% y 80% de la inversión total en material destinado a las sesiones grupales”

No es para menos. Se trata de la actividad dirigida más demandada en un mercado donde el 40% de la facturación está generada por las sesiones grupales, y en el que el 58% de los abonados se daría de baja de su gimnasio si dejara de ofrecer clases, según el estudio *Actividades dirigidas. Su inversión e impacto en el centro deportivo*, elaborado por la Agencia de gestión, investigación e innovación en servicios deportivos (Agiisd).

Tanto es así que la sala de *ciclo* recibe buena parte de la inversión que los operadores realizan en equipamiento. Los centros de bajo coste invierten una media de 60.182 euros en la compra de bicicletas estáticas, mientras que los gimnasios de gestión indirecta destinan una media de 56.083 euros y los clubes propios del segmento medio y alto 28.670 euros. Según Marta Pérez, investigadora de la Agiisd, “la bicicletas destinadas a las actividades dirigidas representan entre 73% y 80% de la inversión total en material destinado a las sesiones grupales”.

En algunos casos, como Supera la inversión asciende a 80.000 euros, mientras que desde BeOne admiten que “una sala de ciclo de última generación puede costar 200.000 euros debido a la compra de equipamiento, la insonorización, la iluminación y el uso de proyectores”, comenta Alejandro Espinosa, director técnico del grupo Serviocio.



Soulcycle organiza sesiones de *cycling* con djs para amenizar las clases.

Santagadea, por su parte, está en pleno proceso de cambio de sus salas de *cycling* con el objetivo de “conceptualizar un nuevo espacio, ofrecer un sistema de cuantificación, *gamificación* y control por vatios”. De ahí que haya proyectado una inversión de 100.000 euros por sala. La entrada en escena del entrenamiento virtual ha permitido a los operadores complementar la presencia del técnico con la de pantallas y proyecciones que buscan fomentar la *jugabilidad* sobre la bicicleta con vistas a mejorar la experiencia y favorecer el control de la sesión.

“Antes estaba muy enfocado a la diversión y la música. Se llevaban a cabo técnicas un poco lesivas e inadecuadas, pero ahora tenemos más información sobre esta actividad, y las cadenas la hemos enfocado más al entrenamiento más controlado”, admite Roberto Vidal responsable del desarrollo de Adaptiv Bike, el programa de *cycling* de Go Fit.

Los directivos consultados coinciden en que, a diferencia de otras disciplinas como el entrenamiento funcional, no han reforzado su plantilla de técnicos para ofrecer este tipo de clases. “Es una sesión que ofrecemos desde hace muchos años y que es muy madura”, argumentan desde Supera. Con todo, numerosas compañías han promovido la formación de los instructores para que aprendan a utilizar los nuevos sistemas de *gamificación* y el entrenamiento por potencia, considerado el presente y el futuro del *ciclo-indoor*, según los directivos consultados.

“Tiene influencia del *outdoor* y ayuda a atraer a los atletas y ciclistas que antes sólo entrenaban al aire libre”, explica Alberto Suárez, director técnico de AltaFit. “La actividad se ha adaptado a los nuevos tiempos y ha dejado ser un concepto lúdico

PALCO23

| para convertirse en un concepto de entrenamiento”, asegura.