

## Las cadenas ‘se suben al ring’: el boxeo gana presencia en los gimnasios tradicionales

El boxeo se ha convertido en una moda vinculada al *fitness* y las cadenas la han incorporado como parte de su estrategia de captación y fidelización.

Patricia López

28 ago 2017 - 04:59

Atrás quedaron los años en que el *cycling* y el aeróbic protagonizaban la parrilla de clases dirigidas del gimnasio. La práctica del boxeo se ha universalizado, ha acentuado la proliferación de estudios especializados en esta disciplina, y se ha convertido en un *gancho* para las cadenas de gimnasios. Ahora, los centros no quieren quedarse atrás y están dispuestos a hacer negocio incorporando este deporte a su oferta de entrenamiento de alta intensidad

DiR incorporó el ring y los sacos de boxeo en algunos de sus centros hace un año y medio “porque detectamos cierto interés entre la ciudadanía”, comenta una portavoz de la cadena catalana. Ahora, la cadena catalana ha ido más allá y ha lanzado la marca Jambox, que aunque está pensada para operar en clubes independientes, ya se ha estrenado en DiR Claris con la inauguración de un córner.

Con el objetivo de no limitar su *target* y aumentar la cifra de clientes, la empresa indica que se trata de “un proyecto en el que todo el mundo tiene su espacio, desde el que lleva tiempo boxeando hasta el que nunca se ha puesto unos guantes”. De ahí que la enseña haya optado por crear cuatro sesiones diferentes para que el abonado elija la que más le convenga, de modo que tiene la opción de asistir a una clase basada en un circuito de ejercicios sin contacto, a otra en la que se enseña la técnica, una tercera que se basa en la condición física y la cuarta, que prioriza el *sparring*.

Image not found or type unknown



DiR ha creado la marca JamBox con el objetivo de abrir una nueva cadena de centros especializados en boxeo.

Brooklyn Fitboxing también ha hecho negocio en este campo. Empezó a operar en 2014 y en 2015 pasó a estar gestionada por Fitness19, que apostó por explotar las sinergias derivadas de la adquisición de la masterfranquicia al incluir su sistema de entrenamiento en sus gimnasios *low cost*. A día de hoy, Brooklyn Fitboxing, que ya no está asociada con Fitness19, cuenta con 31 centros asociados.

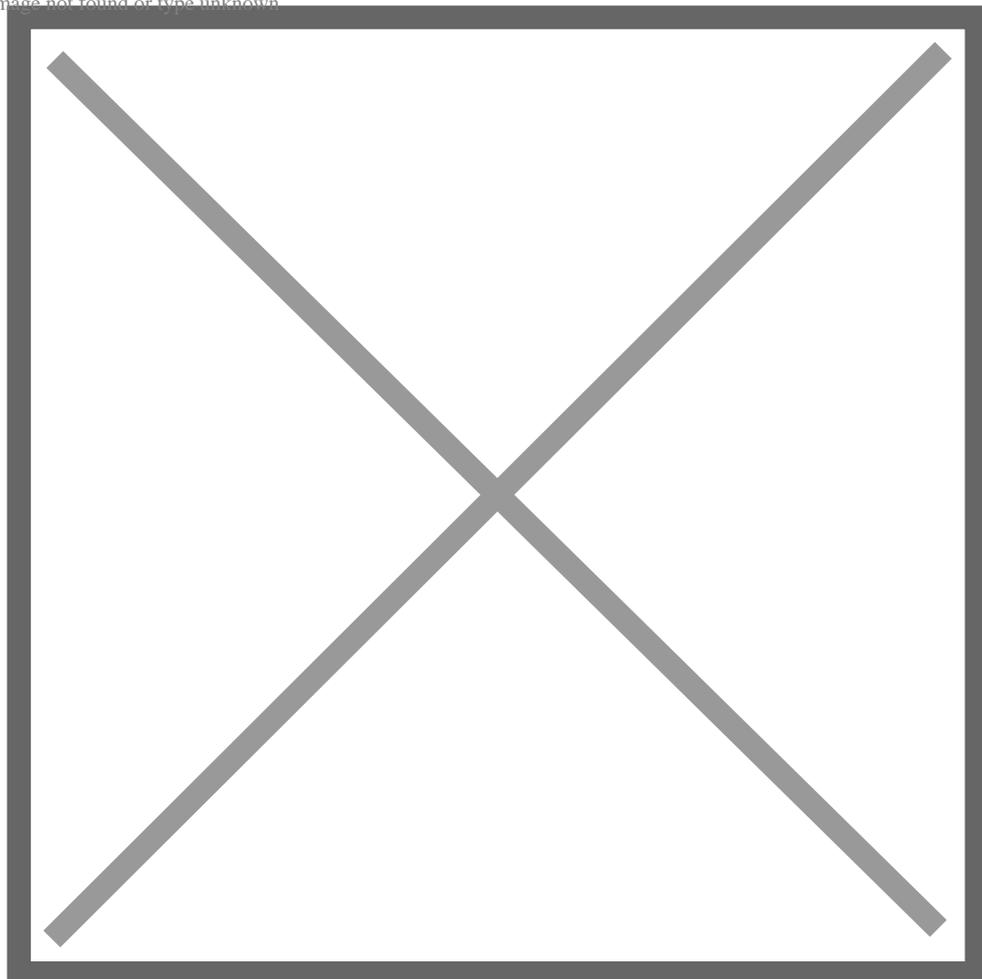
DreamFit, por su parte, es una de las cadenas que desde su fundación en 2010 ha optado por centrarse en ofrecer aquellas clases dirigidas que más triunfan entre sus abonados, como Zumba, Bodypump o *spinning*. Desde la cadena admiten que revisan

la parrilla cada trimestre para incorporar, reforzar o eliminar sesiones en función de la demanda. Fruto de estudio, la enseña ha optado por invertir en la ampliación de sus clubes con vistas a incorporar una zona de boxeo “porque los clientes nos lo han pedido y queremos ver cómo funciona”, explica el presidente, Rafa Cecilio.

“El boxeo es una moda en la que creemos por sus características de entrenamiento y porque ofrece una preparación física muy completa. La mejora a nivel cardiovascular, de fuerza explosiva o la velocidad de reacción, nos hizo tomar esta decisión”, añade Gisel Swedzky, directora técnica.

DreamFit no es la única cadena que habilitado un espacio especial para colocar sacos de boxeo. Otras, como Duet Fit y AltaFit, han incorporado esta disciplina en algunos de sus clubes coincidiendo el alza que ha experimentado el entrenamiento funcional.

Image not found or type unknown



Algunos centros AltaFit han aprovechado el auge del boxeo y del entrenamiento funcional para habilitar un espacio compartido entre estas dos disciplinas.

Holiday Gym también ha sido una de las empresas que se han subido al *ring*. La enseñanza creada por Luis Guerra en 1984 ha creado Holiday Boxing, una clase dirigida de hora y media de duración al calor de una de las tendencias del *fitness*: los deportes de contacto. “El concepto busca adaptar el deporte a todos los niveles y públicos. Lo hemos incorporado porque es uno de los entrenamientos más completos que existe. Es una actividad que está muy de moda y que cada vez más personas la demandan”, explica una portavoz de la compañía, que además del boxeo ha incorporado otras disciplinas como la defensa personal, el *Kick Boxing* y el *Muay Thai*.

¿Pueden las cadenas tradicionales competir con los estudios especializados en boxeo? Diversos directivos del sector admiten que aunque sus instalaciones son más amplias e cuentan con una oferta de *fitness* amplia, rivalizar no es su intención. “No queremos competir ni mermar a los centros de boxeo, puesto que nosotros ofrecemos polivalencia y ellos especialidad”, apunta Swedzky. Lo que parece claro es que la irrupción de este deporte en los gimnasios multiservicio persigue dar respuesta a una demanda creciente y, en definitiva, fidelizar a los clientes.

Los estudios de boxeo se acercan el *fitness*

Son varios los boxeadores, retirados o en activo, que han apostado por hacer negocio en esta industria con la creación de una cadena de gimnasios. Floyd Mayweather y Mike Tyson son dos ejemplos y, en ambos casos, han decidido dotar sus instalaciones de una amplia oferta de *fitness*.

Mayweather Boxing & Fitness es el proyecto del púgil estadounidense, que abrirá su buque insignia en el sur de California en noviembre y ya cuenta con un plan de crecimiento que contempla inaugurar nuevos centros tanto en EEUU como en Reino Unido, Australia y Oriente Medio de la mano de franquiciados.

“Toda mi vida ha girado en torno al boxeo y al buen acondicionamiento físico. Ahora voy a utilizar todo lo que ha aprendido para llevarlo al mercado de *fitness*”, ha detallado Mayweather sobre un proyecto que pretende ir más allá de la instalación centrada en el ring, el sacos y el *punching ball*.

Mike Tyson, por su parte, ha presentado su academia, que verá la luz en los próximos meses en Dubái. El objetivo del exboxeador es contar con instalación multiservicio, con sala de entrenamiento equipada por máquinas de cardio y musculación Matrix, sala de *cycling*, zona para entrenamiento funcional y un espacio para boxear, que será la seña de identidad de la cadena.