

FITNESS

Sin contacto e interactivo: la estrategia del boxeo para subirse al ring del club de 'fitness'

Las cadenas de gimnasios que han incorporado esta disciplina a su oferta admiten que es una actividad que genera *engagement* en los abonados y especialmente entre el público femenino, además de tener costes bajos de implantación.

Patricia López
30 abr 2018 - 04:57



Si hay una disciplina que ha *peleado* contra su mala prensa, esa es la del boxeo. Este deporte, tradicionalmente ligado a los centros especializados orientados a la competición, ha conseguido colarse en el gimnasio convencional, desarrollar una modalidad que huye del contacto físico, y atraer al público femenino. El boxeo sea ha *subido al ring* del club de *fitness*, y las cadenas aseguran que ha llegado para quedarse.

Así lo confirman los directivos consultados por *Palco23* para la serie de reportajes sobre el presente y futuro del gimnasio, patrocinada por el fabricante nacional de equipamiento BH, y centrada en las clases dirigidas. "Actualmente tiene un pequeño peso dentro de nuestra oferta, pero genera mucho *engagement* entre un perfil definido

de nuestros abonados”, explica Alex Clavijo responsable de innovación y desarrollo producto de CET10, cadena que ofrece esta disciplina desde 2011.

La mayoría de centros deportivos que han optado por impartirla han invertido en reubicar espacios y comprar equipamiento. El coste del material como sacos, *punching* o combas puede estar entre 3.000 euros y 6.000 euros, pero si el club apuesta por trabajar el concepto de escuela, al material anterior hay que incluirle manoplas, correctores de boxeo e incluso un ring. En ese caso, la inversión se dispara hasta 12.000 euros si el estudio es *amateur*, o 20.000 euros si es semiprofesional.

Los gimnasios invierten en torno a 6.000 euros para crear zonas de boxeo, aunque del gasto puede acceder a 20.000 euros si se habilita una escuela neoprofesional

El capital requerido aún es mayor en los centros especializados, como Brooklyn Fitboxing o Figland. Mientras que en primero el franquiciado debe invertir entre 80.000 euros y 120.000 euros para abrir estudios de hasta 170 metros cuadrados, en el segundo gasto asciende a 300.000 euros. César Barbosa, cofundador de esta cadena, admite que se optó por el concepto de boxeo sin contacto para atraer a un público más amplio. “Más de la mitad de nuestros clientes son mujeres”, señala.

La corriente de estudios *boutique* empujó los gimnasios tradicionales a incorporar esta disciplina, y en este contexto DiR optó por lanzar la marca Jambox, orientada a abrir centros especializados con una inversión mínima de 155.000 euros en locales de hasta 300 metros cuadrados. “Lo ofrecemos desde 2015 porque detectamos interés en la ciudadanía. La idea era llegar tanto al público que lleva tiempo boxeando como al que nunca se ha puesto unos guantes”, explica una portavoz de la cadena catalana.

Desde DreamFit también se han adaptado espacios para ofrecer este deporte sin ánimo de “competir ni mermar a los centros especializados, ya que nosotros ofrecemos polivalencia y ellos especialidad”, considera Gisel Swedzky, directora técnica. Según el presidente, Rafael Cecilio, lo incorporamos “porque los clientes nos lo han pedido y queremos ver cómo funciona”.



Brooklyn Fitboxing ha organizado dos campeonatos mundiales y una liga intercentro para que los usuarios puedan competir mientras se ejercitan.

Los directivos aseguran que el valor añadido que aporta el boxeo respecto a otras clases dirigidas es que es “una actividad muy completa para el acondicionamiento físico”, según Clavijo. Desde Más que Auga admiten que la clave está había una “alta demanda que pedía un tipo de en la que poder descargar adrenalina, ponerse en forma y además aprender defensa personal”.

Duet también la imparte en los centros municipales, y desde la cadena admiten que decidieron ofrecerlo “porque los deportes de contacto estaban resurgiendo, y optamos por innovar lanzando una actividad dirigida sin contacto. Ahora la ofrecemos seis veces por semana”, explica Manu Carrillo, responsable de procesos deportivos del grupo.

Por el momento, las cadenas no se han aventurado a cobrar un precio adicional por el uso de este espacio. Tampoco DiR, que en uno de sus gimnasios de Barcelona ha abierto un córner de Jambox, ofrece este servicio con un recargo en la cuota. La excepción es CET10, que lo ofrece como un curso semi-privado en sus salas de actividades dirigidas, por lo que no ha tenido que invertir en habilitar un espacio.

Sin embargo, aún queda un largo recorrido para que el boxeo se convierta en una actividad con tanta presencia en los gimnasios como el entrenamiento funcional o el *cycling*. Es el caso de Supera o Forus, que no la ofrecen porque “creemos que hay mucho recorrido en las actividades de mayor demanda, por eso hemos focalizado los esfuerzos en dar muy buen servicio en aquellas actividades que tienen más adeptos”, explica Gustavo Rodríguez, director técnico de Forus.

¿Hacia a dónde va el futuro del boxeo en el gimnasio? En Brooklyn Fitboxing lo tienen claro: hacia la *gamificación*. La compañía ha organizado dos campeonatos mundiales y una liga intercentro para que los usuarios puedan competir mientras se ejercitan. “Los sacos cuentan con sensores que otorgan una puntuación a tiempo real en función de dónde golpeas con respecto a la música musicales, y la potencia”, explica Nicolás Ramo, director de expansión.