

RECUPERACIÓN ECONÓMICA

● Algunos centros de entrenamiento aún permanecen cerrados y otros han decidido ofrecer servicios 'on line'

El coronavirus: una prueba de resistencia para los gimnasios



Las mascarillas ya forman parte del paisaje habitual de cualquier gimnasio de Sevilla.

JUAN CARLOS VÁZQUEZ

Álvaro Ochoa

El final de las vacaciones de verano, al igual que el de la Navidad, es momento para nuevos propósitos. Uno habitual es mejorar la forma física de cara al nuevo curso. Una tendencia muy necesaria para los gimnasios, a los que la pandemia ha afectado de una manera importante. Según un estudio de la asociación europea del sector Europe Active y la consultora Deloitte, el impacto del coronavirus ha supuesto que más de un millón de personas en España se dieran de baja de sus gimnasios. Es decir, un 21,7% de los usuarios de los centros deportivos, donde ha descendido la factura-

ción un 43,4%, pasando de 2.350 millones en 2019 a 1.340 millones en 2020. Sevilla no es una excepción y sus gimnasios han tenido que acogerse a Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) y adoptar nuevas medidas para capear el temporal epidemiológico.

Un ejemplo de adaptación a la nueva realidad es Go Fit, gimnasio ubicado en la confluencia de las avenidas de José Laguillo y Pablo Iglesias. Su sistema de ventilación hace que haya un 99% de aire puro libre de virus, bacterias y contaminación, renovándose por completo cada siete minutos. Han duplicado recursos e invertido para aumentar su seguridad, creando espacios de entrena-

miento individualizado. Según el Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias (CCAES) del Ministerio de Sanidad, el contagio por coronavirus en los gimnasios ha sido sólo del 0,28%. Además, defienden que "el ejercicio refuerza nuestro sistema inmunológico y nos ayuda a prevenir el Covid-19". A ello le suman una batería de medidas para animar a sus clientes a acudir a sus centros durante la pandemia: sistema de reservas y control de aforo a través de una aplicación móvil, huella deshabilitada en los tornos de acceso al centro, balizas que ordenan la circulación de sentido único en todas las circulaciones, garantía de hasta 9 metros cua-



Los parques han aumentado su uso como lugares para hacer deporte a diario.

JUAN CARLOS VÁZQUEZ

drados de distancia interpersonal en las actividades dirigidas o el uso obligatorio de mascarillas de protección individual en zonas comunes.

Ana es una de las habituales en este popular gimnasio. Ya iba antes de la pandemia y agradece la transformación que ha sufrido: “Hay geles por todos lados y me gusta que se hayan parcelado los espacios en las clases”. Ella afirma sentirse “segura” al acudir a sus entrenamientos, los cuales considera “esenciales” en su vida diaria. Incluso cree que algunas medidas son beneficiosas y deberían quedarse: “Tener tu propio espacio está muy bien, porque te puedes mover durante la clase con soltura y colocar bien tu material”.

A pesar de los esfuerzos de numerosos gimnasios de la ciudad por extremar las medidas sanitarias, es patente que la llegada del coronavirus a nuestras vidas ha modificado los hábitos deportivos. Aparte del *boom* de productos para hacer ejercicio ocurrido durante el confinamiento, meses en los que las páginas web especializadas en *fitness* no daban abasto a los pedidos, muchos deportistas han optado por realizar sus actividad física en las calles. Los espacios al aire libre no sólo han ganado peso en bares o conciertos. En el terreno

deportivo, lugares como el entorno de la dársena del Gualdalquivir o los principales parques de Sevilla han visto aumentada su afluencia desde la primavera del año pasado.

La tercera vía, alternativa al tradicional gimnasio o el deporte en la calle, es la hogareña. El confinamiento ha significado redescubrir espacios dentro de pisos y casas, creando rutinas de entrenamiento que antes ni se planteaban. Esto, unido a la

El equipamiento 'cardio', las bandas elásticas o las pesas son los productos más vendidos

rapidez de los envíos por la ausencia de tráfico en las carreteras durante el estado de alarma, aumentó las ventas de material deportivo. Leandro Fernández-Aramburu, CEO de la empresa sevillana Iberian Sport Tech, recuerda que “las empresas de la distribución deportiva no fuimos las que más sufrimos”, aludiendo al mencionado crecimiento del deporte en casa durante los primeros meses del estado de alarma. Aunque son una compañía orientada al deporte profesional, cuenta que “se abrió un mercado de públi-

co home”. Eso les invitó a adaptarse a las nuevas necesidades, que demandaban productos *low cost*. Aparte, “surgió la necesidad de crear gimnasios en casas”, relata, asegurando que ahora “es muy difícil ir a una vivienda en el que no te encuentres algún material de entrenamiento”. El equipamiento para ejercicios cardiovasculares (cintas para correr, bicicletas estáticas y elípticas), las bandas elásticas o las pesas son los productos más vendidos durante este periodo.

Estos productos se han unido a las iniciativas de muchos gimnasios de pasarse al modo telemático. La pandemia ha sido vista como una oportunidad por parte del sector, que ha apostado por las clases *on line*. Es el caso de la empresa aljarafeña Brookyn Energy. Lo que comenzó como entrenamientos colectivos a través de redes sociales, acabó desembocando en una plataforma con más de 500 entrenamientos que permite recibir clases “donde quieras y cuando quieras”, tal como reza su lema. Este modo de entrenamiento a distancia no entiende de horarios ni ubicaciones, puesto que las clases están disponibles a cualquier hora y se dividen por niveles y objetivos como perder peso, ganar fuerza, eliminar dolores o mejorar la movilidad articular.