

tradebike & tri

bike & triathlon community

#59

**Informe Anual
Sector Bike 2020**

**Entrevistamos al
CEO de Cannondale**

**Análisis del ciclismo
femenino**

Todo sobre el mercado actual

A Fondo

**Nutrición deportiva
Mujer y ciclismo**

Nutrición Deportiva y Mujer

sumario

4 Informe Anual Sector Bike 2020

Una muestra del estudio de imagen de marca

10 Eugene Fierkens

Entrevista al CEO de Cannondale y GT

12 Especial Mujer

A Fondo: sigue el crecimiento

16 Caricia Mondragón

Entrevista a la CEO de Karikrea SL (Ossby)

18 El Sector Opina

Las marcas opinan sobre el sector mujer - bike

44 Marta Torres

Entrevista a la Sales Coordinator de Ocisport

50 Especial Nutrición

A Fondo: Nutrición Deportiva 2020 y 2021
El Sector Opina: la nutrición vista por las marcas

76 Hiperpersonalización

Artículo de opinión de Ricard Pérez

80 Bikes

La nueva Spark de Scott y la Kekyll de Cannondale

84 Complementos

Novedades de Etnies, PowerRace, Spiuk...

90 Componentes

Novedades de Zéfal, Goodyear, MagicShine...

102 Bikecracia

Dos nuevas incorporaciones a AMBE

104 Empresa

Últimas noticias de la industria del ciclismo

tradebike & tri

bike & triathlon community
Nº59 - 2021

PORTADA
Foto: SIS/Shimano

EDITA:
Sport Panel, S. A.
c/ Camp, nº 56 - 08022 Barcelona
Tel: 93 253 03 11

EDITOR:
Jaume Ferrer
jferrer@tradebike.es

DIRECTOR:
Toni Amat
toni@tradebike.es

REDACCIÓN:
Albert Puyuelo
albert@tradebike.es

Kevin López
redaccion@outdooractual.com

Toni Amat
toni@tradebike.es

MAQUETACIÓN:
Albert Puyuelo
albert@tradebike.es

Anuncios: Gaizka Ubiergo

ESTUDIOS DE MERCADO:
Laura Planagumà
estudios@sportpanel.es

COLABORADORES:
Raúl Bernat, Pancho Pi-Suñer

ADMINISTRACIÓN:
Isabel Bové
isabel@sportpanel.es

PROCESO DE DATOS:
Gescode, s.l.
gescode@gescode.es

INTERNET:
www.tradebike.es
Depósito legal: B-14427-2013

IMPRESIÓN:
Gráficas Gómez Boj

PROVEEDOR TECNOLÓGICO:
Revolumedia S. L.



@tradebike

editorial



Jaume Ferrer
Editor
jferrer@tradebike.es

La irresistible atracción del ciclismo

Todos los indicadores que se van publicando sitúan al ciclismo como la práctica deportiva activa más importante para los españoles. Y para los que no es su deporte principal, sí es el segundo. Es muy importante destacar el importante crecimiento de la práctica deportiva entre los españoles en esta última década, con un incremento por encima del 15%.

La Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2020, estadística oficial de periodicidad quinquenal incluida en el Plan Estadístico Nacional, es una investigación realizada por la División de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura y Deporte junto al Consejo Superior de Deportes dirigida a una muestra de personas de 15 años en adelante. Su finalidad es proporcionar los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas deportivas de los españoles.

Las bicicletas también son el equipamiento deportivo más presente en los hogares de la población española, seguido por los aparatos de ejercitación y musculación

Los resultados nos indican que 6 de cada 10 personas de más de 15 años practicaron deporte en el último año, ya sea de forma periódica u ocasional, cifra que supone un incremento de 6,1 puntos porcentuales respecto a 2015. El análisis de las tasas de práctica deportiva pone de manifiesto que aquellos que hacen deporte suelen hacerlo con gran frecuencia: el 27,1% de la población diariamente y el 54,8% al menos una vez por semana. El 58,1% de la población practica al menos una vez al mes y el 58,6% al menos una vez al trimestre.

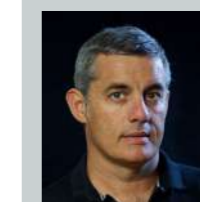
Por sexo se observan diferencias que muestran que la práctica deportiva continúa siendo superior en los hombres que en las mujeres, independientemente de la frecuencia, situándose en términos anuales en un 65,5% y 53,9% respectivamente. Estas cifras suponen incrementos respecto a 2015, de mayor intensidad en las mujeres, por lo que se ha producido un ligero descenso en la brecha observada en las tasas anuales, que continúa siendo alta (11,6 puntos porcentuales).

En 2020, a pesar de estar dos meses confinados, el ciclismo fue el segundo deporte más practicado, después de la gimnasia, y el primero entre los hombres, con el 47,1% de la población (24,4% entre las mujeres). Un estudio presentado por la Red de Ciudades por la Bicicleta indica que la postpandemia ha incrementado en 700.000 la cifra de nuevos ciclistas.

Las bicicletas también son el equipamiento deportivo más presente en los hogares de la población española, seguido por los aparatos de ejercitación y musculación, los balones, las raquetas, el equipamiento de montaña, y los tableros de ajedrez. Concretamente, por lo que respecta a las bicicletas, en los hogares de un 49,8% de la población se dispone de al menos una bici (un 45,8% de bicicletas de adulto y un 16,1% de bicicletas de niño).

Y un último dato demoledor: a lo largo del último año, más de un millón de personas han apostado por el cambio de hábitos hacia medios de movilidad sostenibles e individuales. Y esto es solo el principio...

opinión



Toni Amat
Director
toni@tradebike.es

Las especies que sobreviven son las que mejor se adaptan

Un año más, presentamos el Estudio Anual el Sector del Bike, como podréis ver en este número. Un informe que realizamos mediante un panel a los propietarios de las tiendas de ciclismo de España. Recordemos que en ciclismo la capacidad prescriptora de la tienda es muy importante y, por tanto, la capacidad de influir en la decisión de compra del cliente.

Dicho informe nos permite conocer la imagen de marca de las 27 categorías de producto principales del bike (Bicicletas, Componentes y Accesorios) realizando un análisis de cuáles son las marcas más reconocidas por categoría y como las cataloga la tienda (1º, 2º o 3º marca), así como sus evolutivos de los últimos 5 años.

El informe también evalúa las 47 empresas más importantes del sector y nos da la imagen corporativa de los principales proveedores, mediante la puntuación (de 0 al 10) que otorgan a 5 variables tan importantes como son: la red comercial, puntualidad de los pedidos, corrección de los pedidos, servicio post-venta y relación general con la empresa.

Incluye rentabilidades y perspectivas de futuro -entre otras informaciones-, y cada año lo vamos actualizando con nuevas categorías o empresas que ganan protagonismo en el sector. En este último informe, por ejemplo, hemos incorporado la categoría "motores eléctricos". El panel se realiza a finales de temporada y durante los primeros meses del año siguiente se prepara el Estudio.

Pues bien, en este año atípico, después de la crisis del COVID-19, el gran incremento de la demanda en el sector y las consiguientes roturas de stocks, creaba un interés especial por conocer los resultados del estudio, sobre todo conocer el índice de participación y todo el apartado de imagen corporativa, donde las tiendas valoran a sus proveedores.

La mayoría de los proveedores han reaccionado intentando ofrecer respuestas y soluciones en la medida de lo posible

El primer dato muy positivo es que, a pesar de la situación de estrés en el sector, con mucho trabajo de taller y falta de material y bicis, el número de respuestas que hemos recibido es muy similar al año anterior (2019), una muestra muy representativa. Lo cual nos indica que hay una parte de las tiendas de ciclismo que valora de forma importante contar con información de mercado y por ello participan, hecho que demuestra su profesionalidad.

Un segundo dato importante es ver que, a pesar de la situación de falta de material, ya sean bicis o componentes, la mayoría de los proveedores han reaccionado intentando ofrecer respuestas y soluciones en la medida de lo posible, pues las entregas no dependen solamente de ellos. Se ha mejorado sobre todo la comunicación con los comercios, y ello se ve en los resultados del apartado de imagen corporativa, donde el comercio no penaliza de forma contundente a sus proveedores como quizás en primera instancia pudiéramos pensar. Si es verdad que los resultados de la imagen de la red comercial baja unas décimas en algunos casos, pero recordemos que son el enlace entre empresa y tienda, la primera línea de fuego. Por el contrario, vemos que el servicio postventa en muchos casos sube, denotado un interés especial por parte de las marcas en dar servicio.

Una tercera conclusión sería el hecho de que el sector -en general- se ha mentalizado de la situación actual, ha aceptado que es una problemática mundial donde la demanda supera ampliamente la oferta, una situación con la que habrá que convivir e intenta adaptarse a los nuevos tiempos para sobrevivir, para no morir de éxito... o de pena.



Informe Anual Sector Bike 2020

Orbea en bicis, Shimano en componentes y Bontrager en accesorios: las marcas con mejores perspectivas de crecimiento

La pandemia afecta levemente a la imagen de los proveedores. La imagen de marca y la imagen de empresa en el sector del ciclismo es una de las cuestiones fundamentales que Sport Panel analiza en el Informe Anual del Bike por sexto año consecutivo. Este informe se viene realizando de forma anual en el sector multideporte desde 1990. A continuación, presentamos una pequeña muestra de lo que incluye el Estudio Anual de Imagen del Sector.

El estudio de imagen de marca pretende facilitar cada año a las empresas un análisis evolutivo de la notoriedad de las marcas por cada uno de los 27 productos principales del sector y un ranking de las cuatro grandes categorías (bicicletas, componentes, electrónica y complementos/accesorios). El estudio de imagen corporativa, analiza a través de 5 variables estudiadas, las relaciones comerciales entre tiendas y las 47 principales empresas proveedoras del sector Bike.

Para la obtención de los datos cualitativos de la imagen de marca y de empresa se realizó una encuesta a partir de mediados de 2020, de la que se obtuvieron respuestas de una muestra (aleatoria y estratificada) que corresponde a la opinión de propietarios de 1.078 comercios (puntos de venta) lo que representa el 36,53% del total de comercios, incluido las Grandes Superficies de deporte y responsables de compra de las principales cadenas.

Esta muestra se pondera al total del universo de comercios deportivos de ciclismo (2.981 a día uno de enero de 2021). El informe se realiza siguiendo el método Panel sobre una muestra estadísticamente representativa, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del +/-3,2% en variables cualitativas. Está incluida la venta a través de comercios especializados en Bike, y también tiendas multideporte, cadenas y grandes almacenes que también comercializan ciclismo.

1.-Estudio de Imagen de Marca por líneas de producto

Este estudio tiene como finalidad analizar la evolución de la imagen de marca utilizando para ello el análisis en profundidad de los 27 productos considerados básicos dentro del sector del Bike. Para obtener la imagen de marca se preguntó al comercio: "Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres mejores marcas para usted, independientemente de si trabaja o no con ellos, de su volumen de ventas o rentabilidad".

BICICLETA	COMPONENTES	ELECTRÓNICA	COMPLEMENTOS - ACCESORIOS
BICICLETAS DE MONTAÑA	CUADROS	CICLOCOMPUTADORES	MOCHILAS HIDRATACIÓN - ALFORJAS
BICICLETAS DE CARRETERA	LLANTAS - RUEDAS	PULSÓMETROS	HERRAMIENTAS Y BOMBAS
BICICLETAS DE TRIATLÓN	CUBIERTAS - NEUMÁTICOS	GPS	CASCOS
BICICLETAS URBANAS	AMORTIGUACIONES		GAFAS
BICICLETAS ELÉCTRICAS	GRUPOS		TEXTIL
BICICLETAS INFANTILES	FRENOS		CALZADO
BICICLETAS GRAVEL	SILLINES		NUTRICIÓN
	MANILLAR - TIJA - POTENCIA		LUCES
	MOTORES ELÉCTRICOS		

En las tablas que se facilitan a continuación se indica la marca líder resultante por cada categoría.

1.1.-Imagen de Marca por categoría: Bicicletas

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de bicicletas (montaña, carretera, triatlón, urbanas, eléctricas, infantiles y gravel). En el estudio se incluye para cada categoría el ranking de marcas, las veces que ha sido mencionada y en qué posición (1ª, 2ª o 3ª), dato que nos permite conocer como han sido catalogadas las marcas por los puntos de venta. El estudio cuenta con el análisis de 94 marcas de bicis de montaña, 57 de Gravel, 75 de carretera, 44 de triatlón, 79 de urbanas, 81 de eléctricas y 63 de infantiles. A parte, también se obtuvo un ranking global con las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS DE MONTAÑA	SCOTT	554	7,26	19,81
BICICLETAS DE CARRETERA	ORBEA	472	6,88	17,32
BICICLETAS DE TRIATLÓN	ORBEA	416	9,47	20,37
BICICLETAS URBANAS	CONOR	695	12,89	29,04
BICICLETAS ELÉCTRICAS	SPECIALIZED	523	7,85	19,15
BICICLETAS GRAVEL	GIANT	373	6,81	17,18
BICICLETAS INFANTILES	CONOR	943	16,63	36,88

1.2.-Imagen de Marca por categoría: Componentes

Este cuadro como el anterior muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de componentes. El estudio cuenta con el análisis de 69 marcas de cuadros, 55 de llantas, 39 de neumáticos, 17 de amortiguaciones, 10 de grupos, 24 de frenos, 40 de sillines y 55 de manillares, tijas y potencias. También se obtuvo el ranking global de componentes, las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías. Y este año por primera vez motores eléctricos con un total de 12 marcas diferentes.

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
CUADROS	SPECIALIZED	445	9,12	20,71
MOTORES ELÉCTRICOS	BOSCH	1.785	31,29	74,47
LLANTAS - RUEDAS	MAVIC	940	16,5	38,04
CUBIERTAS - NEUMÁTICOS	MAXXIS	1.451	22,1	54,43
AMORTIGUACIONES	FOX	2.073	38,53	86,48
GRUPOS	SHIMANO	2.381	41,78	91,65
FRENOS	SHIMANO	2.421	43,54	90,84
SILLINES	SELLE ITALIA	1.357	24,13	55,07
MANILLAR - TIJA - POTENCIA	RITEHEY	662	13,08	28,41

PEDALEEMOS JUNTOS POR UN MISMO OBJETIVO

En Cetelem queremos acompañar a tu empresa para hacerla crecer como se merece.



HAZ QUE TUS VENTAS AUMENTEN,
FINANCIA CON CETELEM.

www.cetelem.es/comercios

1.3.-Imagen de Marca por categoría: Electrónica

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
CICLOCOMPUTADORES	CATEYE	1.195	24,33	47,70
PULSÓMETROS	GARMIN	1.076	29,46	53,35
GPS	GARMIN	1.720	42,75	78,97

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de electrónica. El estudio cuenta con el análisis de 27 marcas de ciclocomputadores, 14 de pulsómetros y 14 de GPS. A parte, también se obtuvo un ranking global de las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.4.-Imagen de Marca por categoría: Accesorios

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
MOCHILAS DE HIDRATACIÓN - ALFORJAS	CAMELBAK	1.289	30,01	58,64
HERRAMIENTAS	GIYO	685	12,61	29,65
CASCOS	SPIUK	568	8,74	21,85
GAFAS	OAKLEY	685	13,51	27,65
TEXTIL	GOBIK	550	9,19	19,91
CALZADO	SHIMANO	1.141	19,36	46,95
NUTRICIÓN	NAMED	586	11,56	25,83
LUCES	CATEYE	714	15,42	33,43

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de accesorios. El estudio cuenta con el análisis de 44 marcas de mochilas de hidratación y alforjas, 48 de herramientas y bombas, 39 de luces, 66 de cascos, 45 de gafas, 81 de textil, 32 de calzado y 50 de nutrición. También se obtuvo el global de accesorios y las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.5.-Otros análisis realizados por categorías (marcas más rentables y mejores perspectivas de crecimiento a medio plazo)

Por cada una de las tres grandes categorías mencionadas anteriormente (bicicletas, componentes y accesorios) se han realizado otros análisis como el de rentabilidad y proyección de futuro (a medio plazo). Estableciendo rankings de las 50 primeras marcas por cada categoría, información que permite ver con qué proyección de futuro ven los comerciantes cada marca. Estos análisis se han realizado preguntando al punto de venta:

1.-"Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres marcas más rentables para su negocio".

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS	CONOR	773	9,36	27,49
COMPONENTES	SHIMANO	2.188	27,93	77,81
ACCESORIOS	GES	407	5,34	14,47

2.-"Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres marcas con mejores perspectivas de crecimiento en los próximos años".

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS	ORBEA	777	10,73	27,63
COMPONENTES	SHIMANO	1.863	28,57	66,25
ACCESORIOS	BONTRAGER	303	4,86	10,78

Los cuadros muestran las marcas líderes (más nombradas) en cada una de las diferentes categorías.

Nota: El "%" indica la cuota de citaciones de la marca sobre el total de respuestas. El "% cobertura" indica el porcentaje de citaciones sobre el total de comercios (puntos de venta).

2.-Estudio de Imagen Corporativa

La imagen corporativa de las empresas se obtiene mediante el mismo cuestionario de la encuesta de la imagen de marcas.

En este caso se preguntó a los propietarios o responsables de compras de los comercios y responsables de grupos de compra y cadenas que nos indicaran con qué empresas trabajan (de un listado de 50 empresas). Seguidamente se les preguntó, para cada una de las empresas proveedoras con las que nos indicó que trabajaba:

"Puntúe de 0 (muy malo) a 10 (muy bueno) los siguientes aspectos:"

A- Red de Ventas (Representante o responsables de ventas con las que trata)

B- Puntualidad en la recepción de los pedidos

C- Corrección entre los pedidos comprados y servidos

D- Servicio técnico y postventa (reclamaciones, cambios de género, ayuda técnica, merchandasing...)

E- Su relación comercial en general (facturación, formas de pago, administración, atención telefónica...)

EMPRESA	PUNTUACIÓN
BLUE FACTORY TEAM, S.L.U.	8,6374

En este cuadro se indica la empresa que ha obtenido la mejor nota media, con una valoración de 8,6374 sobre 10. En este mismo estudio se analiza la cobertura de las 50 principales empresas proveedoras, el ranking de estas y el análisis de cada una de las cinco variables analizadas, pudiendo llegar al detalle de las puntuaciones obtenidas en cada una de ellas y su significación.

Comercialización del Estudio Anual de Imagen Corporativa e Imagen de Marca del Bike

Sport Panel comercializa el Estudio completo, realizando una personalización para cada marca y analizando sus resultados en una presentación ad-hoc, más de 150 páginas de información que permiten conocer con detalle la percepción de cada una de las diferentes 50 principales empresas proveedoras del sector del ciclismo en España. También llega al máximo detalle de todas las marcas que se comercializan en nuestro país por categorías.

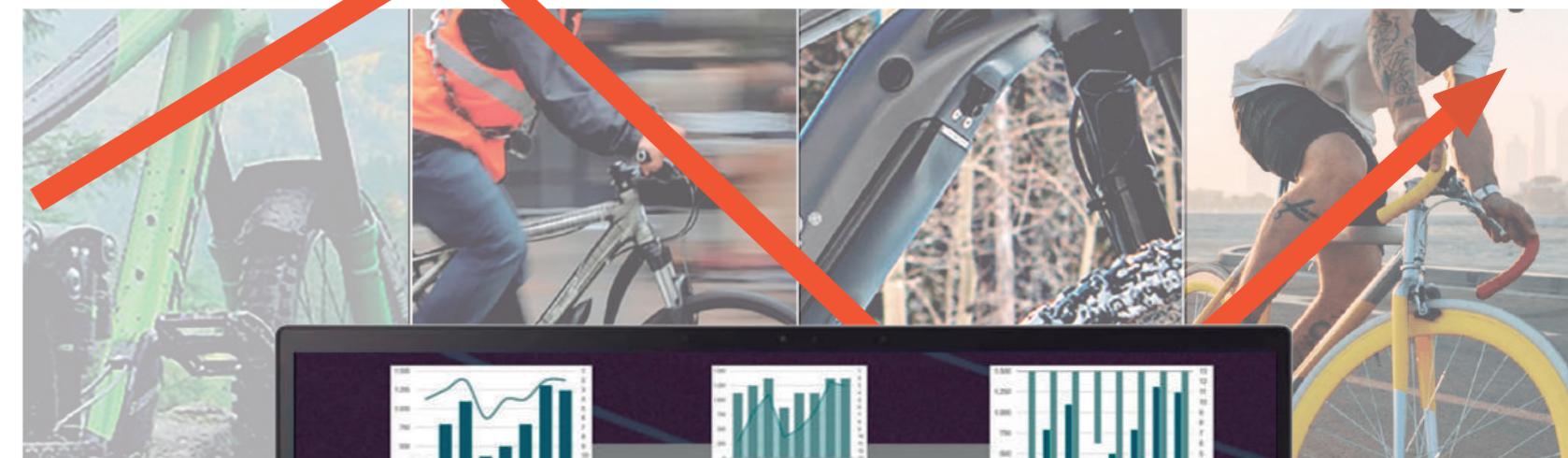
La innovadora Plataforma on-line de seguimiento de ventas nacionales Sell-In del sector del bike

DataBike



-Información actualizada trimestralmente de la evolución del mercado total, por categorías (5), sub-categorías (25) y franjas de precios (4).

-La herramienta analítica imprescindible de la industria del Bike, información personalizada para cada marca.



Para más información contacta con SPORT PANEL (telf.93 2530311, mail: toni@tradebike.es)



Surgen 700.000 nuevos ciclistas durante la pandemia

El estudio presentado por la Red de Ciudades por la Bicicleta (RCxB) pone las cifras que muchos estaban esperando.



Según un estudio presentado por la Red de Ciudades por la Bicicleta (RCxB), la pandemia "ha creado" muchos ciclistas nuevos. Los resultados del estudio "La bicicleta y el patinete en tiempos de pandemia en las zonas urbanas", realizado en abril del 2021, lo presentó la RCxB junto con la GESOP y la DGT.

Durante la pandemia de la Covid-19 y en ese contexto específico de baja movilidad, más de 700.000 personas de toda España se han incorporado al uso de la bicicleta y más de 370.000 personas se han iniciado con el patinete. En total, a lo largo del último año, más de un millón de personas del país han apostado por el cambio de hábitos hacia medios de movilidad sostenibles e individuales. Este es uno de los grandes resultados del estudio, realizado por la Red de Ciudades por la Bicicleta (RCxB), a través de GESOP.

Entre los objetivos del estudio, en el que se han realizado 1.500 encuestas telefónicas durante el mes de abril del 2021, han analizado el cambio de movilidad durante la pandemia hacia medios más sostenibles (específicamente, hacia la bicicleta y el patinete), para conocer el perfil de los nuevos usuarios y averiguar las expectativas de su uso en futuro cercano. También se buscaba conocer los tipos de uso que se da a cada vehículo y cómo valoran los usuarios las infraestructuras existentes.

"El estudio nos ha revelado que, en un marco general de baja movilidad a consecuencia de la pandemia causada por la Covid-19, muchas personas se han acercado al uso de la bicicleta y el patinete, especialmente en las grandes ciudades. Han surgido miles de nuevos usuarios. Otros se lo han planteado y muchos piensan que lo utilizarán en el futuro. En este sentido, también hemos descubierto que tenemos más de 2 millones de futuros usuarios potenciales", explica, a grandes rasgos, el presidente de la RCxB y vicepresidente de Movilidad, Transporte y Sostenibilidad del AMB, Antoni Poveda.

"Estos resultados que hoy presentamos nos confirman que todas administraciones, instituciones y asociaciones, con consenso e independientemente del color político, debemos seguir mejorando e incrementando las políticas a favor de la bicicleta, para convertirla en un verdadero medio de transporte diario. Ante el crecimiento de su uso, es nuestra obligación seguir mejorando y ampliando infraestructuras y servicios. Era una necesidad ya anterior a la pandemia y ésta solo ha hecho que acelerarla y ratificarla. Tenemos que mejorar los servicios e infraestructuras. Favorecerá a los usuarios habituales y facilitará su

uso entre los nuevos usuarios y, sobre todo, entre los potenciales", ha añadido Poveda.

Múltiples usos

Según la encuesta, los usuarios de la bicicleta asignan a este medio de transporte más usos que al patinete. Un 25% de los usuarios de bicicleta la han utilizado para ir a trabajar o al centro de estudios. Esta cifra baja al 22,4% en el caso de los nuevos usuarios de bicicleta. Por otro lado, un 34,3% de los usuarios de la bicicleta indican que la usan regularmente para hacer desplazamientos cotidianos. No obstante, la mitad o más de los ciclistas dicen utilizar la bicicleta para pasear (50,6%) o hacer deporte (55,6%). En cambio, el uso del patinete está más ligado a la movilidad obligada.

Reducción de la brecha de género entre ciclistas

El estudio concluye que en este último año las personas que se han incorporado al uso de la bicicleta durante la pandemia han contribuido a reducir la brecha de género entre los ciclistas. Se ha pasado de un 63% de usuarios hombres a un 60,1% y de un 37% de usuarios mujeres a un casi 40%. Por otro lado, el estudio apunta que no parece existir brecha de género entre las personas usuarias de patinete, aunque durante la pandemia el uso del patinete ha crecido entre las mujeres.

Cambios de hábitos durante la pandemia

El estudio de la RCxB y GESOP también ha analizado qué medios de transporte han sido sustituidos por la bicicleta y el patinete. En primer lugar del ranking, la bicicleta ha sustituido al vehículo privado motorizado. Un 31,2% de los nuevos usuarios han cambiado el vehículo motorizado por la bicicleta. Además, en segundo lugar también se destaca que un 41,5% de los nuevos usuarios de bicicleta han cambiado el caminar por el ir en bicicleta.

En el caso del patinete, éste ha sustituido, en primer lugar, a caminar, y, en segundo lugar, al uso del transporte público. Concretamente, el 33,9% de los nuevos usuarios del patinete lo han cambiado por caminar. Y el 40,2% han optado por el patinete frente al transporte público.

Uso homogéneo en todo el país

Una de las grandes conclusiones del estudio realizado por la RCxB y GESOP es que los usuarios de la bicicleta se reparten de forma más homogénea en todo el país, tanto en ciudades grandes como pequeñas, mientras que los usuarios del patinete se concentran mayoritariamente en las grandes ciudades, y todavía más entre los que se han incorporado más recientemente. Más del 80% de los nuevos usuarios de patinete se concentran en las ciudades de más de 100.000 habitantes. Concretamente, el 36,9% de los nuevos usuarios de patinete se encuentran en ciudades de 100.000 a 500.000 habitantes, y el 43,6% de los nuevos usuarios se concentran en ciudades de más de 500.000 habitantes.

Infraestructuras mejoradas

Según los datos del estudio, en las grandes ciudades se considera que las infraestructuras están más preparadas, especialmente para las bicicletas. En las ciudades de más de 500.000 habitantes, un 70,5% de los usuarios consideran que están muy o bastante preparadas. En el caso de las ciudades de 100.000 a 500.000 habitantes, un 54,1% de los usuarios lo consideran. En el resto de ciudades de menor tamaño, esta opinión favorable se queda en menos del 50% de los entrevistados.

A diferencia de la bicicleta, las infraestructuras se perciben menos preparadas para los patinetes. En general, un 40% de los usuarios de patinete indica que las infraestructuras están muy o bastante bien para el patinete, frente al casi 60% restante que indica que están poco o nada bien.

2 millones de usuarios potenciales

Según el estudio y las entrevistas realizadas, se concluye que hay más de 2 millones de personas que se plantean utilizar la bici a lo largo del próximo año y casi 1 millón y medio se plantea el uso del patinete. De los más de 20 millones de personas que hay en España entre 16 y 65 años, más de 2,3 millones (10,9%) se plantean utilizar la bicicleta el próximo año. Y cerca de 1,4 millones (7%), se plantean optar por el patinete.

Huelga decir que estos potenciales usuarios se concentran, sobre todo, en las ciudades de más de 100.000 habitantes. Por comunidades autónomas, Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía son las comunidades donde la bicicleta y el patinete despiertan mayor interés.

Y como resumen a todo lo observado gracias al informe de la Red de Ciudades por la Bicicleta, cerramos con la conclusión sobre si la bicicleta y el patinete han llegado para quedarse, la respuesta es un sí contundente. En el caso de la bicicleta, un 79,5% confirma que seguro, y un 17,5% dice que probablemente. En el caso del patinete, un 72,7% expone que seguro, y un 24,1% indica que probablemente.

NO ESTÁS SOLO

Adhiérete a la Asociación Española del Comercio Minorista Especializado de la Bicicleta



Eugene Fierkens

CEO de
Cycling Sports Group

Nacido en los Países Bajos. 54 años y licenciado en finanzas. Trabajó como CFO y COO en otras empresas antes de incorporarse a Specialized Europe en 2004 como CFO y se convirtió en el MD en 2006, donde permaneció durante casi 14 años. En enero de 2019 comenzó como **General Manager CSG Europe, empresa internacional de marcas como Cannondale, GT, Charge y Fabric.**

-¿Quién es Eugene Fierkens, cómo fueron los inicios en CSG y como enfoca el trabajo con sus marcas?

Bueno, ahora estoy en mi 18º ciclo en nuestra hermosa industria. Personalmente me gusta construir marcas y realmente veo el potencial empresarial de marcas como Cannondale. Una gran marca, con un gran patrimonio y grandes posibilidades de futuro. Pero una marca no es más que la suma de su reputación. Por ello, he dedicado los primeros meses de 2019 a visitar a nuestros concesionarios de toda Europa y a escucharlos. Viajé a 10 países y me reuní con unos 100 concesionarios. De hecho, quería hablar con personas de todas las partes de nuestra empresa para escuchar sus historias, obtener una perspectiva interna y elaborar un plan para despertar al Gigante Dormido y estar "de vuelta en el juego", que es también el título del Plan Estratégico que hice en 2019. Cuando me incorporé a CSG no me dijeron lo que tenía que hacer, sino que dije lo que quería hacer. Lo mejor fue que a mediados de 2018 ya había un plan en marcha sobre la reinventión de la marca y el desarrollo y la producción de bicicletas innovadoras de primera clase. Las innovaciones están dando sus frutos de una manera enorme, ya que estamos ganando un tremendo número de premios a las mejores bicicletas en todo el mundo. Cuando empecé a trabajar en este puesto a principios de 2019 también vine con mis propias ideas de cómo recuperar las marcas Cannondale y GT, construir la marca y una visión del producto.

-Haz un balance de la temporada 2020 para Cannondale, tanto a nivel nacional como internacional.

El último año ha sido sin duda uno de los más interesantes y desafiantes que hemos visto en mucho tiempo en la industria de la bicicleta, en nuestra organización y en la

Hemos realizado grandes inversiones en un nuevo y exclusivo enfoque del modelo de negocio

vida privada. Afortunadamente, hemos realizado grandes inversiones en un nuevo y exclusivo enfoque del modelo de negocio que nos ha permitido cumplir las promesas clave que hicimos a nuestros minoristas desde julio de 2019, a pesar de muchos de los obstáculos a los que nos enfrentamos colectivamente.

En resumen, nuestro nuevo modelo consiste en reducir los riesgos de nuestros distribuidores. Un ejemplo de cómo hemos dado vida al modelo ha sido aumentando la calidad de nuestros productos y disminuyendo el tiempo de montaje que necesitan nuestros minoristas. El resultado es nuestra forma de entrega de bicicletas "Unpack & Ride", que incluye un embalaje 100% reciclable. Nuestra promesa es que cada bicicleta que montamos en Oldenzaal cumple con los estándares de alta calidad de nuestra marca y puede estar terminada en el taller del minorista en menos de 15 minutos, independientemente del modelo o del tipo. En el caso de la Supersix Evo, por ejemplo, el tiempo de montaje para el concesionario se ha reducido en un 83%, de 90 a 15 minutos, y el de la CAAD13, de 35 a 15 minutos. Esta es nuestra inversión para ser el mejor proveedor de los minoristas y les permite aumentar su atención a los consumidores y sus beneficios gracias al ahorro de tiempo de montaje.

Hemos cambiado el año del modelo (de julio a junio) para adaptarnos a la temporada de ventas de los distribuidores de enero a diciembre, lo que nos lleva a lanzar la mayoría de nuestras nuevas bicicletas innovadoras en la primera parte de la temporada. En CSG ya no trabajamos con modelos-año. Ese enfoque sólo crea lagunas en la disponibilidad y hace que las bicicletas en la caja o en el piso queden obsoletas en la temporada alta y conduce a descuentos innecesarios en el verano. En su lugar, añadimos colores a la línea para que el inventario del concesionario mantenga su valor durante la temporada y en el año siguiente.

Estas son sólo algunas de las iniciativas que hemos llevado a cabo para ser la marca elegida por nuestros minoristas y hemos recibido una gran respuesta hasta ahora. El año 2020 fue nuestro mejor año financiero y los compromisos de pedidos de ventas para 2021 y 2022 también están en niveles que nunca antes habíamos visto.

Mirando a nuestro mercado en Iberia también hemos hecho muchos cambios valiosos, incluyendo nuestro equipo de ventas completamente nuevo, dirigido por Ángel Cuenca. Ángel, líder de ventas en Iberia, ha hecho un gran trabajo desde el principio, creando un fuerte equipo de ventas y marketing en España y equipos de servicio en los Países Bajos. Los resultados han sido muy positivos y han contribuido claramente a nuestro éxito general.

- ¿Cómo cree que la crisis del COVID ha afectado al sector de la bicicleta? ¿Cómo ha cambiado el mercado?

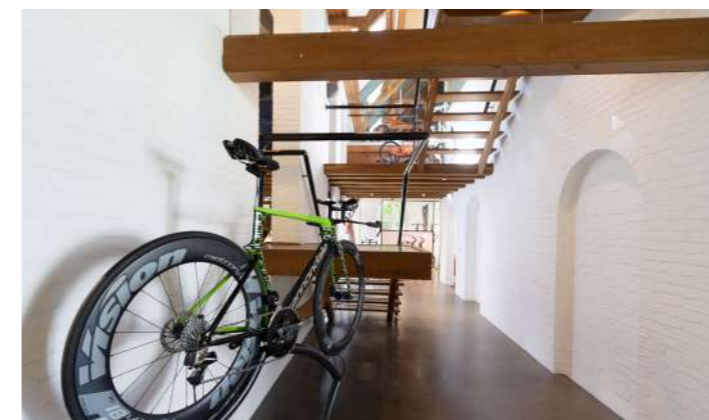
Empezamos a ver un aumento de la demanda de bicicletas en todo el mundo incluso antes del COVID, pero la pandemia lo ha acelerado enormemente. La gente quiere disfrutar del aire libre más que nunca y las bicicletas han sido la solución perfecta y una fuente de libertad durante la crisis. Además, hemos visto cómo los gobiernos han tenido más en cuenta las bicicletas como solución a problemas como el tráfico urbano y el calentamiento global. Todo esto ha tenido un claro impacto en nuestra industria.

- La temporada 2021 ya ha comenzado. ¿Ha arrancado según lo previsto por su empresa? ¿Cómo han sido estos primeros meses?

Se podría decir que 2021 ha comenzado para nosotros de la misma manera que ha terminado 2020: una gran demanda frente a una oferta difícil. Pero, gracias a nuestras inversiones y a nuestro modelo de negocio Fix-the-broken-System (FBS), hemos estado mejor preparados para este boom en comparación con la mayoría de nuestros competidores. Las cifras de ventas son muy positivas y nuestra oferta también parece prometedora.

- ¿Qué objetivos se han fijado para este año? ¿Cuáles son los principales cambios y retos?

Somos el proveedor con el que es más fácil trabajar, esa es una de nuestras promesas. Escuchamos, mejoramos y ajustamos. Hacia delante y hacia arriba. Queremos convertirnos en la marca elegida tanto por nuestro cliente como por el ciclista. Todos nosotros nos enfrentamos a circunstancias sin precedentes dentro de nuestra industria, pero gracias a nuestras inversiones - en combinación con nuestro nuevo programa comercial centrado en los concesionarios - tanto Cannondale como GT están "de vuelta en el juego" y en camino de convertirse en una marca líder de primera calidad.



- ¿Y las principales novedades y cambios? ¿Puede adelantarnos algo?

hemos hecho algunas inversiones importantes para trabajar en una base sin complicaciones, como parte de nuestra filosofía de ser "fáciles de trabajar". Cerramos y fusionamos las funciones de back-office que se realizaban en las oficinas de Basilea/CH y Oldenzaal/NL en la nueva sede, situada en Woudenberg, en el centro verde de los Países Bajos, con 70 km de senderos y aún más carriles bici.

Algunas de nuestras inversiones van hacia arriba, es decir, hacia la integración vertical. Estamos construyendo una nueva "Fábrica del Futuro" en los Países Bajos. La planta de montaje más moderna y de última generación, que incluye un edificio dedicado a las ruedas y mucho más. Estaremos en funcionamiento a finales de 2021. No invertimos a la baja como hacen algunas grandes marcas, comprando tiendas para competir con los IBD. ¿Cuál es el valor para los IBD's cuando las marcas invierten aguas abajo? Nosotros invertimos en sentido ascendente. Confiamos en que las ventajas de nuestro nuevo modelo de negocio en esta época covada serán aún más beneficiosas para nuestros distribuidores en cuanto la situación del mercado se estabilice en la "nueva normalidad". Por ejemplo, en la "nueva normalidad" nuestros concesionarios serán invitados a nuestra nueva sede para planificar su próxima temporada de ventas con nosotros. Para entonces, el concesionario conoce las tendencias de lo que se vende y conoce el inventario final. No sacamos a los concesionarios de sus tiendas en mayo o julio, en temporada alta, para que apuesten, adivinen y apuesten por lo que necesitan el año siguiente.

Desde el punto de vista de la marca, también estamos celebrando nuestro 50º aniversario, que es un gran acontecimiento para nosotros y para nuestros fans de Cannondale en todo el mundo. Nuestros equipos de marketing están planeando grandes activaciones en torno a este acontecimiento.

- La falta de stock de componentes para bicicletas está afectando fuertemente a la mayoría de las marcas. ¿Cómo está gestionando Cannondale esta situación?

Sin duda, también nos afecta el reto del suministro global. Pero como he expuesto anteriormente, estamos mejor preparados que otras marcas gracias a la mejora de los procesos que hemos iniciado en 2019. Estamos invirtiendo continuamente para asegurar el suministro, tanto con proveedores como con nuestras propias instalaciones. En base a esto tendremos algunas noticias interesantes que comunicar en los próximos meses

- La digitalización y el comercio electrónico han dado un gran salto impulsados por la nueva situación, ¿cómo lo enfoca Cannondale?

Para mí, el IBD es el principal canal de distribución. Tenemos objetivos e intereses comunes con ellos. Por lo tanto, en todo lo que estamos haciendo actualmente nos estamos comprometiendo con los minoristas. Ser el mejor proveedor para ellos. En los primeros meses de 2021 hemos visto un gran crecimiento de dos dígitos en los

ingresos en comparación con el año pasado y eso se debe a que estamos cumpliendo nuestras promesas a los distribuidores y a que estamos generando confianza en los minoristas. El comportamiento de los consumidores está cambiando, no lo podemos negar, pero yo veo que eso aporta ingresos adicionales por Internet en lugar de quitárselos a los minoristas."

-¿Cómo valora la situación de las tiendas y qué hay que mejorar?

La mayoría de los minoristas están más sanos que nunca desde el punto de vista comercial. Sus productos obsoletos se han agotado, no hay necesidad de ofrecer descuentos en los productos en tiempos de una demanda nunca vista en nuestra industria, es el mercado de los proveedores en este momento.

Pero los concesionarios deben prepararse para el periodo posterior a este enorme viento de cola y estar preparados para la "nueva normalidad". Los concesionarios tienen que votar con sus euros, para recompensar a estas marcas que invierten en la parte superior, disminuyendo sus riesgos y que son realmente socios para ellos.

También es el momento perfecto para que inviertan en su propio negocio para diferenciarse y hacer que las tiendas sean más atractivas para los corredores. Desde el año 2020 tenemos un departamento de Servicios al Minorista y podemos ayudar a nuestros socios en esta importante tarea.

- ¿Cómo ve el auge de las e-bikes?

Las bicicletas eléctricas se han convertido en la categoría de producto más dinámica dentro del sector. El crecimiento de las ventas en los últimos años es impresionante y no hay duda de que esta tendencia continuará en los próximos años. Estas bicicletas están permitiendo a los (nuevos) consumidores montar más y durante más tiempo. De eso se trata: queremos animar a todo el mundo a salir y disfrutar de la libertad y la diversión de un paseo en bicicleta.

- ¿Qué valoración haría del ciclismo urbano en España? ¿Cree que alcanzaremos el nivel de otros países europeos? ¿Qué hace falta para promover el "buen ciclismo urbano"? Es decir, que lo urbano sea algo generalizado y más natural...

El desarrollo del mercado del ciclismo urbano en España es más lento en comparación con otros países europeos. Pero también es cierto que es la primera vez que vemos signos claros de que la evolución está aquí. El interés de los gobiernos locales y de las grandes empresas es mayor que nunca y el clima y la cultura de la bicicleta están aquí. En nuestra opinión es cuestión de tiempo que el mercado del ciclismo urbano en España cambie. En CSG estamos totalmente preparados para este cambio, tenemos una de las líneas más completas de bicicletas de movilidad. Y, sea cual sea el tipo de bicicleta, minoristas y consumidores encontrarán una opción en nuestra oferta. Tenemos la bicicleta perfecta para el viaje perfecto para cada usuario.

-¿Por último, nos gustaría saber cómo definiría la filosofía de su empresa con una sola frase.

Objetivos comunes, sentido común. Estamos "de vuelta en el juego" y somos una marca premium líder que hace muchas cosas primero, no somos un seguidor. Reducimos los riesgos de nuestros clientes y trabajamos duro para ganarnos la confianza de los concesionarios y los pilotos cada día.



CICLISMO FEMENINO: SIGUE EL CRECIMIENTO

Gracias a las cifras que nos llegan de 2020, podemos ver los cambios más importantes relativos al ciclismo femenino y al mercado del bike específico para mujeres. Aquí analizamos los cambios en tendencias y también aquello que se mantiene.

La pandemia ha afectado positivamente a todos los usuarios y modalidades del bike, y el ciclismo femenino no ha sido una excepción. Ya estaba claramente en crecimiento, pero el COVID-19 ha potenciado todavía más esta tendencia. El confinamiento y las normas que ha regido han atraído cantidad de nuevos usuarios al ciclismo, la necesidad de movilidad urbana evitando el transporte público, disfrutar de una actividad outdoor individual tras meses de confinamiento y la mayor preocupación de la salud y el bienestar personal, han impulsado a muchos nuevos usuarios y, entre ellos, a muchas mujeres.

Si revisamos cifras de los estudios de práctica deportiva vemos que en las cifras relativas a la mujer ha aumentado en mayor porcentaje que el hombre hasta un 53,9% en la práctica deportiva. También vemos una mayor preferencia por los deportes individuales: un 72% los prefieren y todo ello afecta de lleno en el aumento de nuevas ciclistas.

Siguiendo con cifras más específicas, el informe anual de Strava de 2020 también

nos muestra un claro aumento de la actividad deportiva femenina, incrementándose mundialmente un 30% de media, mientras que el incremento masculino ha sido de un 12%. Strava también nos da una media de 30,3km y 1.38h por salida en bici. Y nos destaca que los desplazamientos en bici por partes de las féminas han aumentado un 24,8% versus un 13,5% en los hombres. En el ciclismo urbano las mujeres hace tiempo que van por delante.

Todo ello nos refleja claramente el aumento del ciclismo femenino en estos últimos años y especialmente en 2020.

Perfil

El perfil de la usuaria también ha cambiado con el aumento de practicantes. Antes había pocas mujeres ciclistas, muy entrenadas y la mayoría participaban en competiciones. Ahora, sin embargo, al aumentar el número de mujeres ciclista el perfil y las motivaciones han cambiado y han relajado el perfil.

Diversión, ocio, forma física, contacto con la naturaleza, salud o socialización ha pasado a

ser la principal motivación, a pesar de que la competición sigue estando allí.

También las e-bikes han contribuido a traer nuevas usuarias y usuarios dispuestas a realizar deporte, pero sin sufrir desmesuradamente. La edad o la forma física también han dejado de ser una barrera. Las salidas en pareja, en ocasiones combinando una e-bike con una bici muscular, o grupetas de parejas donde también existe la motivación de hacer vida social mientras se pasea en bici.

Una de las primeras disciplinas a destacar especialmente son las ciclistas de carretera. Cada vez hay más integradas en las grupetas, o con grupetas exclusivas femeninas, que en ocasiones provienen del triatlón y están haciendo crecer la visualización del sector muy positivamente; en este caso quizás sí que llegan con perfiles más competitivos.

También vemos una gran presencia de mujeres es en el ciclismo urbano, donde el uso de la bici es muchísimo mayor, llegando casi al 50%. En los dos últimos años vemos que el uso

“La edad o la forma física también han dejado de ser una barrera. Las salidas en pareja, en ocasiones combinando una e-bike con una bici muscular, o grupetas de parejas...”



de la bicicleta urbana por parte de las mujeres es superior a los hombres.

Hoy en día, las e-bikes y el ciclismo urbano han ayudado también a este cambio. Pero ya podemos decir que en todas las categorías (road, mtb, downhill, TRI, e-bike...) ya existe presencia femenina.

Interés

Este aumento de practicantes femeninas también ha llevado a un mayor número de consultas a través de Internet ya sea en webs o redes sociales sobre productos específicos para mujer en las diferentes marcas del sector, ya sea de bicis o accesorios. Público y cifras que hoy en día son fácilmente cuantificables y analizables por las marcas, y por tanto marcan unas tendencias unos intereses a nivel de usuario y una demanda a cubrir con nuevos productos.

Poco a poco, pero demasiado lentamente, la mujer se va incorporando al sector. En la medida en que cada vez hay más mujeres practicantes del ciclismo, también aumenta su interés y conocimiento en la industria, y se necesitan más mujeres en ella, que entiendan sus necesidades y particularidades.

Por tanto, poco a poco la mujer va ganando fuerza dentro del ciclismo y pasa a ser un público y un cliente potencial a ser tenido

en cuenta y potenciado, con todo lo que ello implica tanto a nivel de desarrollo de productos, como de comunicación, marketing

Hoy en día ya hay equipos de mujeres extremadamente profesionales, ya sea en Road o MTB y ya empezamos a ver más retrasmisiones UCI por televisión

y esponsorizaciones. Poco a poco, vemos como todas las marcas de ciclismo ya usan por igual tanto hombres como mujeres para presentar sus productos, imagen corporativa, o embajadoras. Esto es un paso muy importante. Hoy en día ya hay equipos de mujeres extremadamente profesionales, ya sea en Road o MTB y ya empezamos a ver más retrasmisiones UCI por televisión. Todo ello genera sinergias positivas para el deporte femenino, despertando mayor interés - ya sea por los practicantes, como por los

patrocinadores y las marcas. Pero todavía es algo que está evolucionando, no se puede dar por sentado que la situación actual es la misma que la futura.

También en las competiciones populares cada vez son más las mujeres inscritas, ya sean de MTB o Road.

Material

Por fin podemos decir que la mujer ya es tenida en cuenta en lo que a desarrollo de productos se refiere, y por tanto, ya casi todas las marcas disponen de ellos en sus catálogos.

En bicis encontramos marcas exclusivas para la mujer como Liv, o la Colección Contessa de Scott - focalizada en la mujer - ya sea de montaña o carretera. Pero también hay la tendencia de las chicas de nivel avanzando a usar bicicletas con geometrías neutras, no específicas de mujer, a lo que las marcas han respondido con una mayor oferta de tallas y colores. Colores donde la personalización que cada vez ofrecen más marcas también ha contribuido a tener diseños más exclusivos.

A nivel de producto de bicis, en carretera se demanda una bicicleta con cuadro rígido pero posturas menos agresivas, y en mountain, carbono y aluminio, pero la doble suspensión tiene mucha fuerza. Bicicletas específicas de mujer que incorporan puntos de contacto,



como los sillines y los manillares, con diseños específicos que ofrecen el mejor ajuste y sensaciones desde el primer momento.

En cuanto a componentes, se buscan productos técnicos y eficientes, pero muy cómodos. Componentes específicos, como por ejemplo, los sillines más cortos y anchos adaptados a la forma de la pelvis femenina, y

tamaños concretos, mangas y piernas más cortas, maillots, chalecos y chaquetas más entalladas; o culotes con badanas y sistema de tirantes especialmente diseñados para sus fisonomías y necesidades. También los colores y estampados son diferentes en algunos casos.

Lo mismo pasa con las equipaciones oficiales de los equipos femeninos, que también empiezan a tener una buena demanda entre las mujeres, como pasa con los hombres. Las zapatillas cuentan con diseños, colores, tallas y hormas especiales. El ajuste para el pie femenino es más cómodo, diseñado para tener una forma más cónica, proporcionalmente más estrecha en el metatarso. O las gafas, cascos y protecciones, más pequeños y en colores más - supuestamente - femeninos.

También hay una amplia gama de productos unisex que tanto pueden utilizar hombres como mujeres, con colores, tallas o patrones más neutros.

El ciclismo femenino es una realidad que sigue creciendo año tras año en nuestro país. Las marcas, cada vez más son más sensibles en tratarlo de forma específica y están predispuestas a aprovechar este nicho. El mercado dedicado a la mujer tiene mucho potencial y la demanda sube, y esto se percibe en todos los sentidos. Es una buena oportunidad para aprovechar, y la mayoría de marcas del sector del bike lo saben, pero queda mucho camino por recorrer: hay que seguir apostando con tener productos, stock y conocimientos para saber asesorar bien.

Cada vez más marcas diseñan y desarrollan productos específicos para mujeres ciclistas con características específicas

las suspensiones, con tarados ajustados a su medida y peso. O los grupos que se diseñan no especiales para la mujer, pero sí optimizado la ergonomía de las palancas de freno, totalmente ajustables para cualquier tamaño de mano o bielas y manillares de diferentes medidas para todas las alturas y fisonomías.

También en los complementos y accesorios hay colecciones para ellas. Evidentemente sí que hay productos que claramente se diferencian por sexo. Uno es la ropa: cada vez más marcas diseñan y desarrollan productos específicos para mujeres ciclistas con características específicas para ellas, con patronajes tallas



Foto: OSSBY



Foto: Prologo - COMET



Caricia Mondragón

CEO de Karikrea S.L

Licenciada en Publicidad y RRPP y con formación superior en diversas áreas de Marketing, comenzó trabajando en publicidad para posteriormente inclinarse más por el desarrollo y diseño de producto para diversas multinacionales. Fue gracias a esta experiencia como decidió crear su propia marca, algo que ya perseguía desde su tesina universitaria, y fabricar productos que tuvieran relación con el mundo del deporte, su otra pasión. Así comenzó su aventura con Ossby en 2012 compaginándola con otros proyectos de publicidad y marketing en los primeros años para autofinanciar el proyecto

-Para empezar, nos gustaría que nos introduzcas a la marca Ossby. Explícanos como nació, como se presenta al mercado. Si decimos que es una marca de bicicletas plegables con un diseño único y fabricadas en España... ¿la estamos definiendo bien?

Sí, efectivamente la definición es perfecta. Desde nuestro nacimiento siempre confiamos en un concepto de diseño muy diferente a las opciones de plegado que existían en el mercado. Comenzamos fabricando en Asia e importando las bicicletas, pero comprendimos pronto que no era el camino que queríamos seguir y que asumir el ensamblado nos permitiría un mayor control de calidad y lograr bicicletas más especiales.

Luego, año tras año, hemos tratado de asumir más fases de la producción y hemos hecho evolucionar nuestro modelo Curve. Tres años atrás decidimos realizar una apuesta importante y rediseñar todo el sistema de plegado y el manillar para lograr una bicicleta más ligera y que resultase una excelente alternativa para el nuevo concepto de movilidad urbana.

En la actualidad nuestras bicicletas se fabrican 100% en España, concretamente en Madrid, donde el proceso comienza con la soldadura y termina con el empaquetado de cada una de las bicicletas en nuestras instalaciones.

- Lo primero que nos llama la atención, como comentábamos, es el diseño tan peculiar de vuestras bicicletas. Nos vienen a la cabeza es una versión futurista

“Las nuevas generaciones están teniendo una relación más natural con el emprendimiento”

de esas antiguas bicicletas antiguas grandes cuadros, pero elegantes...háblanos de su diseño.

Cuando decidimos arrancar esta aventura teníamos claro que nuestro diseño debía ser diferente y como marca pequeña necesitábamos una seña de identidad clara. Desde el principio nos costó mucho el proceso por la peculiaridad del diseño, ya que nunca ha sido sencillo encontrar los componentes adecuados en el mercado. El rediseño que realizamos hace tres años ha sido todo un camino y hemos logrado mejorar todo los detalles que a lo largo de estos años hemos ido detectando como puntos a mejorar. Hemos patentado los desarrollos necesarios y estamos muy contentos con el resultado final ya que no hemos perdido identidad.

- Y ahora acabáis de lanzar al mercado vuestra primera e-bike, con una batería “invisible”...

En el ADN de la marca siempre ha sido innovar y cuidar mucho el diseño minimalista de nuestra bicicleta. Por ello, cuando afrontamos el desarrollo del nuevo modelo eléctrico, queríamos ofrecer algo diferente y que sorprendiera a nuestros usuarios. El reto ha sido lograr instalar el sistema “All In One”. Este sistema cuenta con el motor, los sensores y la batería alojados en la rueda trasera de 14”. Se controla mediante Bluetooth evitando que ningún cable tenga que recorrer la bicicleta, siendo la alternativa estética perfecta para la Ossby curve. Este sistema, además, nos permite ofrecer una autonomía de 70 Km en una bicicleta de tan solo 13,5kg de peso.



- Habéis estado en puntos de venta diferenciales donde otros no llegan, como Decathlon o El Corte Inglés. Actualmente, ¿cuál es vuestra estrategia?

Para nosotros lo más importante es cuidar nuestros puntos de venta ya sean más grandes o independientes. Decathlon llegó en un momento muy importante para nosotros en unos inicios muy complicados y cuando pensábamos tirar la toalla. Por ello, siempre les estaremos muy agradecidos, aunque posteriormente nuestra estrategia comercial nos alejó. En la actualidad el nuevo modelo ya se encuentra en El Corte Inglés. Con ellos sí que hemos tenido una relación de años y estamos muy alegres de poder continuar trabajando con ellos en esta nueva etapa.

En cuanto estrategia, siempre hemos confiado en los puntos de venta independientes donde miman a nuestro producto, entienden todo lo que hay detrás y lo aprecian. Por lo que continuaremos enfocándonos en aumentar nuestra red de puntos de venta por todo el territorio nacional y pronto esperamos poder hacer lo mismo en Europa.

- ¿Estáis buscando nuevos puntos de venta y mantenimiento, que formula/os ofrecéis y que requisitos?

Solo hay un requisito, que les guste y confíen en nuestro producto. Para nosotros lo importante es que sepan transmitir al consumidor final nuestro concepto de bicicleta. Ofrecemos dos fórmulas para unirse a nuestra red de distribución: El punto de venta

tradicional y el Punto de Recogida. Respecto al punto de venta trabajamos de forma tradicional ofreciendo un margen de venta y no exigimos cantidades mínimas de implantación.

La otra opción que creemos que es muy interesante para los puntos de venta es formar parte de nuestros puntos de recogida. Como marca pagamos el servicio de recepción y entrega de producto al cliente y también abonamos la posterior revisión de cortesía que ofrecemos a nuestros clientes. Además de poder formar parte de nuestra red de mantenimiento. Esta fórmula permite a las tiendas recibir ingresos sin realizar ninguna inversión previa y poder aumentar su cartera de clientes.



- Y en cuanto a diversificación de productos, actualmente tenéis accesorios para vuestras bicicletas, pero también – en algún momento – habéis tenido productos para running. ¿Tenéis previsto ampliar y diversificar vuestra oferta o preferís centraros en el bike?

A lo largo de estos años, desde el nacimiento de Ossby como empresa, hemos tenido que buscar ayuda y apoyo para poder seguir haciendo crecer la inversión que requiere poner en marcha la fabricación de nuestras bicicletas. Por ello durante años hemos distribuido otras marcas sobre todo del sector Running en nuestro país y nos resultó de gran ayuda para poder continuar creciendo.



En la actualidad gracias al apoyo de nuestros inversores trabajamos únicamente con nuestra propia marca Ossby y estamos muy contentos de poder hacerlo finalmente.

- Este último año, y estos últimos meses, han sido diferentes para todas las empresas. En vuestro caso, ¿cómo os ha afectado la pandemia?

Para nosotros fue complicado porque todo comenzó cuando afrontábamos una ampliación de capital para la producción de nuevo modelo. Las primeras semanas fueron muy duras y con la gran incertidumbre de que pararía si perdiéramos la temporada de primavera y cómo podríamos mantener la estructura.

Afortunadamente, como ya sabéis, muy pronto el sector de la bicicleta comenzó a experimentar un gran crecimiento y eso nos permitió poder llevar a cabo todo lo que teníamos planeado inicialmente.

- ¿Tenéis stock de bicicletas y buena previsión para el futuro?

En este sentido, tras unos meses muy complicado para poder poner en marcha la fabricación del nuevo modelo y poder acceder a los componentes necesarios, en estos momentos contamos con un gran stock y nuestra línea de producción está trabajando a muy buen ritmo.

- Tenemos entendido que Ossby participará en Eurobike. ¿Hay previsión de apertura de nuevos mercados?

Estamos muy contentos de poder llevar finalmente nuestra marca a Eurobike. Siempre ha sido nuestro objetivo, poder abrir mercado a Europa, pero hasta ahora nuestras limitaciones productivas no nos lo permitían.

Así que ya estamos trabajando para tratar de sorprender con nuestras bicicletas en Friedrichshafen y no dejar a nadie indiferente que sin duda es la principal cualidad de nuestras bicicletas.

- Según datos recién publicados, la brecha de género entre ciclistas se redujo este 2020, con casi un 40% de mujeres ciclistas.

Creo que es una excelente noticia y es algo que veo personalmente, tanto cuando utilizo mi Ossby por Madrid, como cuando salgo los fines de semana a realizar rutas en MTB, cada vez me cruzo con más mujeres y creo además que llegan para quedarse y acabar con muchos mitos.

- Ahora hablemos de ti misma, ¿A qué retos te has enfrentado en tu trayectoria como emprendedora y cómo los has superado?

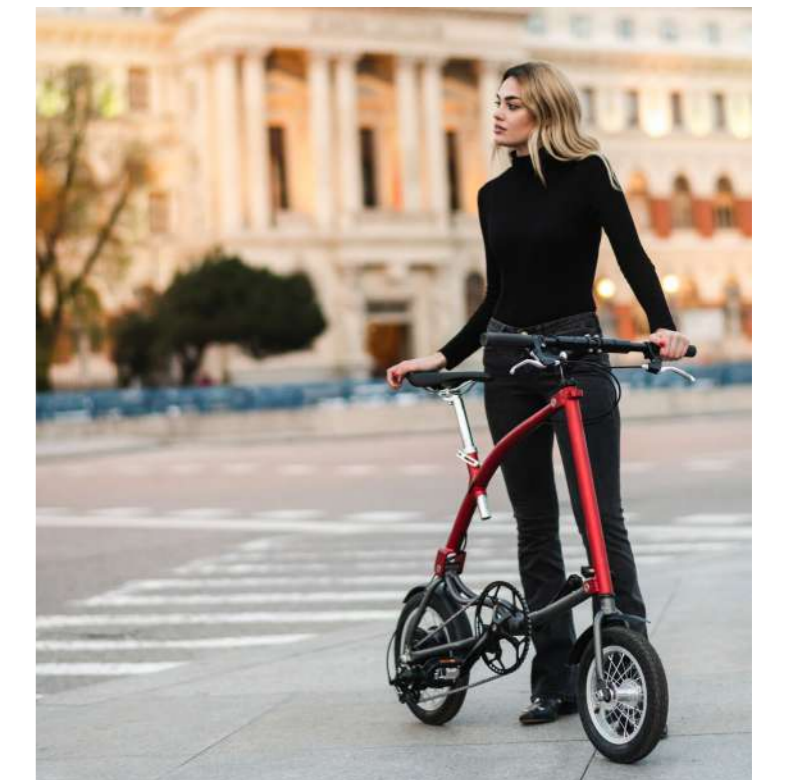
Ser emprendedor, más allá de lo romántico que pueda parecer, es un camino muy duro y para el que es necesario mucha determinación. Javier Megías, uno de los grandes referentes en el universo del emprendimiento en nuestro país, lo define como “la montaña rusa del emprendedor” en la que te enfrentas a continuas subidas bajadas de ánimo. Desde mi punto de vista, no se puede definir mejor y personalmente me sentí aliviada al comprobar que lo que sentía en mi día a sí era un sentimiento generalizado entre todos los que afrontamos esta clase de reto.

¡Pero no todo es negativo! Pese a la dureza, también son muchas las recompensas que vas encontrando por el comido y que te dan la energía para subirte a esa montaña rusa una y otra vez.

- Por último, ¿qué consejos les darías a otras mujeres que están empezando con sus proyectos?

Mi principal consejo es tener muy claras la base del proyecto y a partir de ahí no rendirse, pelear cada pequeño avance y disfrutarlo. Creo además que las nuevas generaciones están teniendo una relación más natural con el emprendimiento y con las herramientas de apoyo que están surgiendo y que resultan tan necesarias ante las continuas faltas de apoyo institucional.

Así que confío mucho en las nuevas generaciones porque creo que España es un país lleno de talento, solo tenemos que creérselo y ojalá nuestros políticos sean capaces también de entender esto y apoyar, pero de verdad, a todas estas nuevas iniciativas.



El sector opina...

La mujer en el ciclismo... según las firmas del sector

Destacadas marcas del sector de la bicicleta responden nuestras 4 preguntas sobre la actualidad y las novedades del ciclismo en clave femenina.

1. ¿Como crees que ha afectado el COVID-19 a la práctica del ciclismo femenino en España? ¿Qué potencial de crecimiento crees que tiene?
2. ¿Cres que la mujer va ganando protagonismo en la industria del bike?
3. ¿Cuál es el perfil de la mujer ciclista? ¿ Cuáles son las últimas tendencias?
4. ¿Cuáles son las novedades de tu marca para este año?



MIRIAM ABAD
CORPORATE MANAGER

1. La práctica del ciclismo entre las mujeres sigue dándonos buenas noticias y en los últimos años no ha dejado de crecer; tanto a nivel ocio deportivo como en el número de licencias de competición.

Vivimos los mejores años de su historia y durante la pandemia el sector tampoco ha perdido pedaleada. A nivel competición, ISB cada año patrocina a más chicas en las diferentes disciplinas.

2. Sin duda, el crecimiento del ciclismo femenino conlleva que más mujeres deseen aportar su experiencia en el sector. Es una rueda que no solo se está haciendo más grande, también le queda mucho por recorrer.

3. Si hablamos de una segmentación más depurada, hay diferencias evidentes según el tipo de ciclismo que practican; ya sea urbano, ocio, deportivo o competición. Pero a nivel general, vemos a una mujer que cuida su alimentación y le preocupa el medio ambiente. Para nosotras la bicicleta se ha convertido en algo más que un medio de transporte, es un estilo de vida.

4. ISB ha alcanzado un nivel de calidad muy alto y actualmente nuestro foco se centra en la segmentación de nuestros rodamientos para que respondan a la perfección en cada una de las disciplinas. De esta forma, presentamos un portfolio con rodamientos específicos para MTB, carretera, gravel o enduro.





MURIEL BOUHET
BRAND MARKETING
MANAGER

1. La pandemia ha cambiado nuestra vida y el deporte ha sido clave a la hora de afrontar mejor esta situación excepcional. Lo que ha creado un nuevo tipo de deportista aficionado que se supone un revulsivo para toda la industria de la bicicleta. Según un informe elaborado por Strava, refleja que la práctica del ciclismo femenino incrementó de forma exponencial. Cada vez más mujeres apuestan por ir a la bicicleta como una forma de hacer deporte y disfrutar del air libre.

2. Cada vez más somos más mujeres trabajando en el sector ciclismo, pero todavía faltan más. Para cubrir algunos puestos, tienen que pelear más por si quieren destacar dentro un sector dominado por los hombres. Sin embargo, el ciclismo profesional femenino está teniendo una mayor resonancia y esto seguramente influirá en la industria en el futuro. La televisión y las revistas dan cada vez más espacio a las atletas de estos deportes, dando más visibilidad a las marcas patrocinadoras.

3. Hoy en día, el perfil de la mujer ciclista está cada vez más variado que antes. Hay mujeres de todas las edades, todo tipo de práctica (ocio, medio de transporte, deporte diario...) usando todo tipo de bicis. Esto han cambiado los conceptos que para disfrutar de la bici no hace falta un dorsal, ni un entrenador. Que se entienda que es un estilo de vida que todas podemos acceder. Hay demanda en todos los segmentos desde las bicis eléctricas, bicis de carretera o de gravel hasta las bicis de montaña.

4. Lapierre tiene una línea específica para el público femenino tanto en el segmento de carretera como de montaña. Se ha trabajado en los colores y sobre todo pensando en adaptar componentes que se adaptan a la morfología femenina como sillín, puños, anchura de manillar, tallaje más pequeño o también los desarrollos en el caso de la carretera.

Por otro lado, GHOST Bikes tiene una estrecha relación con el ciclismo de montaña y patrocina a las corredoras más destacados del panorama internacional. Su apuesta por el ciclismo femenino desde hace mucho tiempo ha permitido de que se impliquen en el desarrollo de las bicis XC de alta competición. Y así ofrecer bicis con opción de 5 tallas desde XS hasta XL para todas las estaturas

LAPIERRE

Overvolt TR 5.6 Mujer

Pulsium 3.0 Disc Mujer



GHOST

Lector FS World Cup

Lector World Cup Replica

TANNUS

"airless tires"



@AROUNDSILVIA

@TANNUSTIRES

100% ANTIPINCHAZOS

DISTRIBUIDO POR





NOELIA GONZÁLEZ
RESPONSABLE DE
MARKETING

bicicleta, han descubierto el deporte gracias al pedaleo asistido. Si hablamos de tendencias, la E-Mobility viene pisando muy fuerte.

A nivel más deportivo, en LIV seguimos a tope en MTB y carretera. Contar con un equipo potente a nivel mundial con corredoras compitiendo en todas las disciplinas ciclistas, como es el Liv Racing, es el mejor catálogo para nosotras. Y a nivel nacional haber apostado por un equipo de MTB en el que de 4 integrantes 3 son mujeres, como es el X-Sauce Factory, quiere decir que vamos a por todas también en cuanto a competición se refiere.

4. Pues vienen muchas novedades, todavía no podemos desvelar secretos, pero te daré alguna pista: tecnología, tanto en bicis como accesorios, movilidad, y renovación de clásicos. Hemos presentado ya la nueva Langma, en el mercado desde 2017, es nuestra escaladora por excelencia. Este año se renueva totalmente para seguir dando guerra. Aunque es un modelo muy joven, puede presumir ya de 47 victorias World Tour en su haber.

1. Ha habido un boom de la bicicleta independientemente del género, y esto ha supuesto tal revuelo que ha servido para que todo el mundo hable de ciclismo. Nuevos usuarios, y en consecuencia también más público femenino.

Los últimos años, y un cambio de estilo de vida, ya habían propiciado que la práctica femenina no parara de aumentar. ¿Potencial de crecimiento? No creo que lo podamos medir, pero este cambio de roles socio-familiares de las últimas décadas, supone que más pronto que tarde nos situaremos en cifras cercanas a deportes en los que la práctica femenina ya iguala a la masculina, como puede ser el running, esquí, etc

En nuestro caso, tenemos de referente las cifras de las compañeras de LIV en EEUU, siempre un paso por delante, que nos muestran que las ventas femeninas ya suponen un 40% en el global del Grupo.

2. La brecha entre hombres y mujeres en el deporte se ha reducido notablemente en los últimos años. Los medios de comunicación, la televisión, revistas y sobre todo Internet, han acercado el ciclismo a muchas mujeres. Hacía falta un cambio de chip y creo que vamos por buen camino (aunque no debemos relajarnos).

Con el deporte, y el ciclismo en especial en la mente de muchas chicas, es fácil que decidan en un momento dado dirigir su carrera laboral a lo que más les gusta.

En unos años el panorama laboral en el sector de la bicicleta, probablemente será más diverso.

3. Normalmente las mujeres tienen otras motivaciones a la hora de coger la bicicleta: salud, movilidad, aliviar el estrés. Quizá es un público menos competitivo por naturaleza (y hablo en general) que el masculino, por eso lo que percibimos desde LIV es que la mujer utiliza la bici más que el hombre en lo que respecta a movilidad, y este año con nuestro nuevo modelo Liv Devote de gravel, nos hemos dado cuenta de que el concepto "aventura" cala muy fuerte en el público femenino.

Por supuesto, el crecimiento de la gama E-Bike es clave también. Muchas de las nuevas usuarias de la



AMITI E+ 2



ENVILIV ADVANCED PRO 0 DISC



DEVOTE ADVANCED 2



PIQUE ADVANCED PRO 29.1



CASCO MTB 8.0 DH

Calota de composite fabricada en tres medidas diferentes. Tecnología de reducción de lesiones cerebrales. Reduce las fuerzas asociadas con la conmoción cerebral. Tecnología de turbinas 360°. Reduce las fuerzas con riesgo de conmoción en un 30% y de un 40% de las fuerzas de rotación. Increíble comodidad gracias al revestimiento de confort Pro-FitTM modulante. Espuma absorbente de impactos en 4 densidades diferentes para reducir al máximo las fuerzas en la cabeza y el cerebro. Forro interior lavable, transpirable, antiolor y que absorbe la humedad. Máxima ventilación eficaz incluso a velocidades muy bajas. Visera separable para reducción rotacional en caso de accidente. Extracción de la almohadilla de las mejillas en caso de emergencia. Preinstalación para hidratación (con kit manos libres opcional). Homologación: ASTM F1952-10, EN1078, CPSC 1203, AS/NZS 2063:2008. Motorcycle ECE 22.05. Peso a partir de 1.120g.

THE SCIENCE OF THRILL

LEATT.COM

El Sector Opina - Especial Mujer

TREK



SUSANA TEIJELO
SOUTH WEST EUROPE
COMMUNICATION
MANAGER

Todavía hay muchas cosas por hacer para que la mujer alcance el mismo protagonismo que los hombres en la industria del ciclismo, pero ¡vamos por el buen camino!

3. No creo que una mujer ciclista tenga un perfil específico. Simplemente es alguien que le gusta el deporte al aire libre, que se divierte montando en bicicleta, que le gusta competir y busca nuevas sensaciones y aventuras encima de la bicicleta.

Hemos detectado, hace algunos años, la tendencia de las chicas de nivel avanzando a tener bicicletas con geometrías neutras, no específicas. Así, como parte de nuestro mantra, "More women - more bikes - More often", Trek está ampliando las tallas en todos los puntos de precio y en todas nuestras gamas para que las mujeres tengan las mismas opciones que los hombres. El objetivo de ofrecer las mismas opciones tanto a las mujeres como a los hombres.

4. Desde Trek partimos de la base de que "una bicicleta de mujer es cualquier bicicleta que monte una mujer". No hay dos ciclistas iguales, sin embargo, todos los ciclistas merecen disfrutar de una bicicleta que ofrezca el mejor ajuste y las mejores sensaciones, independientemente del género, la complejidad física, el estilo o el nivel de experiencia. Por eso, una de las novedades más importantes de Trek es que nuestras bicicletas están disponibles en un amplio rango de tallas y colores. Porque no importa si buscas una bicicleta urbana que sea rápida, una bicicleta de montaña que domine los senderos, o una bicicleta de carretera preparada para competición; lo que nosotros queremos es que el usuario disfrute al máximo de cada aventura en bici, independientemente del género.

Un ejemplo de ello, en cuanto a producto, es la pintura oficial de las bicicletas del equipo femenino de Trek. Este diseño ha sido uno de nuestros modelos de customización más exitosos, no solo por las mujeres sino también por los hombres. Lo mismo pasa con la ropa oficial del equipo femenino que también ha tenido una gran demanda tanto en hombres como mujeres. Esto se traduce y es un signo de aceptación y de reconocimiento y estamos contentos por ello.



1. El ciclismo y, el deporte en general, tienen un importante papel que jugar en una recuperación que no deje a nadie atrás, ni a hombres ni a mujeres. Una vez que se relajen las medidas de distanciamiento social, el mundo necesitará herramientas para que las personas se reconecten y se vuelvan a unir. En mi opinión, el ciclismo y los eventos deportivos son ocasiones perfectas para ello y creo que va a afectar positivamente en la práctica del ciclismo femenino en España.

Además, durante el COVID hemos podido ver el potencial de crecimiento de las mujeres en números. Desde que empezó la pandemia, los usuarios masculinos que visitaron la web de Trek aumentó un 70%. En el caso de las mujeres, este crecimiento fue de un 150%.

Sabemos que la consecuencia del coronavirus supone que más gente haga deporte al aire libre, en este caso ciclismo, pero es en las mujeres donde encontramos el mayor crecimiento.

2. En años recientes se ha registrado una tendencia positiva entre diversas marcas del ciclismo que han comenzado a patrocinar a mujeres atletas y a compartir mensajes positivos sobre la igualdad de género a través de su publicidad. Trek apoya a deportistas como María Herrera, la única mujer compitiendo en Supersport 600 y MotoE con una moto eléctrica, Marta Álvarez, ciclista, triatleta y entrenadora personal y Sara Carmona, entrenadora, directora y profesora en un centro de enseñanza deportiva centrada en potenciar el deporte femenino a través de sus redes sociales.

Estamos avanzando mucho y esto es muy positivo, pero tenemos que seguir insistiendo en que los gobiernos ofrezcan en las escuelas una educación física de calidad para todos, hombres y mujeres, que apoyen a las Organizaciones Deportivas de forma que amplíen su oferta de actividades deportivas incluyendo la bicicleta para todos, hombres y mujeres, y que continúen invirtiendo en programas deportivos enfocados a jóvenes y niñas. También es importante que las marcas y patrocinadores continúen apoyando a equipos profesionales femeninos, como es el caso del equipo femenino Trek Segafredo, y aumenten los patrocinios de mujeres ciclistas. Por otro lado, los medios de comunicación también tienen que realizar esfuerzos para alcanzar un equilibrio en la cobertura y el tiempo de emisión de deportes femeninos. Cuando das cobertura al deporte femenino, como por ejemplo la Copa del Mundo o competiciones de ciclismo de carretera, su efecto siempre es positivo. Cada vez hay más seguidores que sienten admiración y respeto por las mujeres ciclistas.



TODOS LOS DÍAS.

ESCAPA.

DIMANCHE 28.5

{MOUSTACHE
BIKES

www.moustachebikes.com

powered by
BOSCH



talio



MIREIA BOSCÀ
SALES MANAGER

1. El Covid-19 evidentemente ha afectado durante todo este tiempo de restricciones. Pero gracias a la desescalada progresiva el mundo del ciclismo a recibido con los brazos abiertos a todos estos usuarios, tanto mujeres como hombres, que han descubierto nuestro mundo. En cuanto al potencial, tenemos que aprovechar este crecimiento. Pero es importante poder convencer al ciclista que la situación de crecimiento esta siendo complicado por la falta de estoc. Entre todo tenemos que informar, educar, etc.. a este nuevo usuario que es un deporte con muchos beneficios y posibilidades
2. A poco a poco el sector esta abriendo las puertas al sector femenino, tanto dentro de la industria del ciclismo como a nivel usuarias. Pero queda mucho por recorrer. Las mujeres que llevamos muchos años dentro del sector sabemos que a poco a poco vamos cogiendo aire junto al resto de profesionales.
3. La mujer se está profesionalizando dentro del sector. Gracias al incremento del interés y por otro lado la ampliación de gama de bicicletas y complementos estamos animando a la mujer, tanto de nivel iniciación como nivel avanzado, a disfrutar de la bicicleta. Creemos que hay una tendencia muy clara de usuarias de carretera que están haciendo crecer la visualización del sector muy positivamente.
4. Desde LEATT estamos apostando por la ampliación de la gama de protecciones y textil para la mujer que practica modalidades de montaña. Dichos productos van a dar que hablar ya que la próxima temporada tenemos previsto el lanzamiento de protecciones de máxima homologación y alta comodidad. También quiero destacar la nueva gama textil que creemos que va a ser una gran oportunidad para seguir creciendo dentro de nuestro catálogo.

Ossby



CLAIRE LE FICHOUX
P & C MANAGEMENT

1. El ciclismo urbano siempre ha evolucionado de forma distinta a otros segmentos dentro del sector. En cierto modo, es un mundo aparte, y la práctica es muy similar entre hombre y mujer. Al menos en Ossby no distinguimos tanto por sexo sino por los diferentes usos que se pueda hacer de la bicicleta. El COVID-19 ha acelerado la transición del uso de la bici como medio de transporte. Algo que, desgraciadamente para el medio ambiente y niveles de contaminación, iba muy lento en España. Apreciamos especialmente que el usuario se esté concienciando de no usar el coche en trayectos cortos, a la hora de hacer recados... Para Ossby es, sin duda, muy positivo porque nuestras bicicletas se prestan perfectamente a este uso.
2. Si, va ganando protagonismo, pero de una forma tan lenta que es difícil de apreciar. Creo que en Ossby somos la excepción del mercado, con dos mujeres directivas, y nos alegramos poder romper con la tendencia. Vemos mujeres al mando de tiendas de bicicletas de reciente creación y es una gran novedad que nos alegra mucho. No obstante, las marcas del mercado siguen representadas en su gran mayoría por hombres. A ver si conseguimos más diversidad en los próximos años, ¡seguro que la industria se verá reforzada!
3. La mujer ciclista urbana, que es la que conocemos y con la que nos comunicamos a diario, es una mujer que vive en ciudades grandes o limítrofes, independiente y utiliza la bicicleta como medio de transporte a diario. Las clientas Ossby tienen también una especial sensibilidad al diseño. Las principales tendencias son desde luego la busca de soluciones de asistencias al pedaleo. Son ya mayoritarias las que buscan bicicletas eléctricas. Notamos más interés y conocimientos por las características del sistema eléctrico, con alto nivel de exigencia y búsqueda de calidad para la compra de un producto duradero.
4. Ossby ha lanzado dos nuevos modelos de su versión Curve. El modelo Electric con asistencia al pedaleo y el modelo Eco sin asistencia. Estamos muy orgulloso de haber logrado un modelo eléctrico de 13.5 kg, con un peso muy por debajo de la media del mercado. El modelo Electric lleva el sistema "All In One" que permite integrar todo el sistema eléctrico en la rueda trasera: ¡incluye batería, motor y sensores! El manejo, como el cambio de los 3 niveles de asistencia, se hace vía Bluetooth a través de una App que se puede descargar en cualquier teléfono. Aparte de su alto rendimiento, conseguimos gracias al "All In One" conservar uno de los aspectos más importantes y representativos de la marca Ossby, su diseño.



MET



JO MCALEER
BUSINESS DEVELOPMENT
MANAGER MET SPA

1. El ciclismo femenino en España, al igual que en otros mercados, ha ido creciendo en los últimos años. Las restricciones impuestas por el COVID-19 de reducir la accesibilidad a los gimnasios y a las clases de fitness ha supuesto una importante afluencia de mujeres ciclistas. También ha puesto de relieve que la bicicleta es la mejor opción para ir al trabajo frente a un autobús o un tren abarrotados. También estamos viendo en diferentes mercados que el principal crecimiento de las suscripciones a asociaciones ciclistas procede de mujeres de entre 25 y 45 años. Esta tendencia también se refleja en aplicaciones como Strava.

España es uno de los principales países que está invirtiendo en una mejor infraestructura para una movilidad más segura. Esta es la clave para un mayor desarrollo de nuestro deporte, ya que más mujeres, y hombres, irían en bicicleta si se sintieran más seguros en ella. Con la inversión global que están haciendo los diferentes gobiernos, hemos ganado entre 5 y 10 años en cambios de legislación.

2. En comparación con cuando empecé, hace veinte años, ha sido estupendo ver el desarrollo de más mujeres en puestos variados en la industria de la bicicleta. Siempre se puede mejorar para que una industria sea más accesible en general.

Formar parte del equipo de MET ha sido realmente gratificante en este sentido. Somos una empresa familiar y tenemos muchas mujeres en buenos puestos en diferentes departamentos de nuestra empresa, incluido nuestro director general.

Del mismo modo, nuestro socio español, Comet, también tiene una buena representación dentro de la empresa y del grupo Accell.

3. Hay muchos perfiles diferentes de mujeres ciclistas, al igual que en el caso de los hombres. Lo importante como marca es entender esto y ofrecer el mejor producto y no sólo "encogerlo y rosarlo". Estamos viendo una tendencia representativa de mujeres que siguen las tendencias al alza del sector: grava, carretera de nivel básico a medio y bicicletas eléctricas para desplazamientos.

4. Lanzamos 9 nuevos modelos para esta temporada en diferentes categorías, además de una gran selección de nuevas gráficas. Los nuevos modelos van desde modelos de carretera de alto rendimiento como las icónicas Manta Mips y Rivale Mips, hasta nuevos modelos urbanos con la gama Mobilite y por último nuestros nuevos modelos de nivel deportivo, las Downtown y Miles. Tenemos algo en nuestra gama para cada tipo de ciclista y precio.

CASCO MET MOBILITE MIPS GRIS MATE

Especial en todos los sentidos. Así es el nuevo MET Mobilite, con un diseño contemporáneo y un look casual que está hecho para dejar atrás las convenciones.

El MET Mobilite es excepcionalmente seguro y cuenta con todas las características necesarias para la ciudad. Trae novedades como su luz trasera integrada o el cierre magnético Fidlock, además del sistema de protección de cerebro MIPS-C2®. Su carcasa protege la cabeza extendida. Dispone de sistema de ajuste con sujeción 360°, acolchado para la cabeza, ajuste de correas, visera frontal desmontable, rejilla anti-insectos y cómodas almohadillas lavables a mano.

Disponible en varios colores.

Tallas: S / M / L



REF: 730202 (talla S)
PVR: 100,00 €

SIDI



GIULIA COLLAVO
MARKETING MANAGER
DE SIDI

1. Con la pandemia, hemos tenido un aumento generalizado de la demanda. La necesidad general de pasar tiempo al aire libre y hacer deporte por el propio bienestar ha acercado a mucha gente al ciclismo. Esto se ha visto en Italia, pero en general en todos los países más desarrollados.

2. A nivel de la industria del ciclismo, todavía no hay una alta presencia de la mujer ciclista. Algo se está moviendo y las empresas están produciendo líneas femeninas pero el mercado es todavía incierto y es difícil que una empresa dedique una producción intensiva a los productos femeninos. En cuanto a la venta de zapatillas Sidi para mujeres ciclistas, hemos notado un aumento considerable en los dos últimos años. Especialmente este año, la demanda de Sidi en calzado de ciclismo femenino ha aumentado mucho.

Sin embargo, el ciclismo profesional femenino está teniendo una mayor resonancia y esto seguramente influirá en la industria en el futuro. La televisión y las revistas dan cada vez más espacio a las atletas de estos deportes, dando más visibilidad a las marcas patrocinadoras.

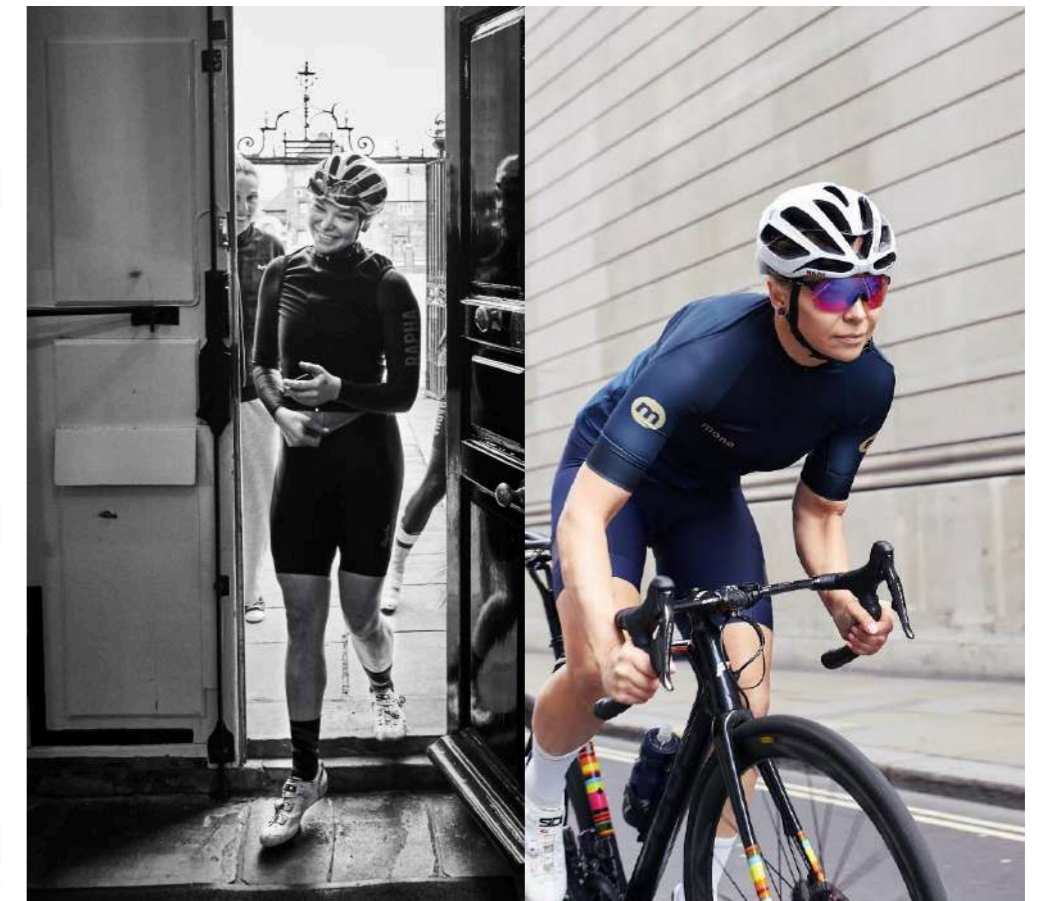
3. El perfil de la ciclista ha cambiado considerablemente en el último periodo. Considerando el ciclismo a 360 grados, luego con todas sus especialidades como el mundo del gravel y el e-bike, se han abierto muchas nuevas oportunidades para las mujeres ciclistas.

Antes había pocas mujeres ciclistas y muy entrenadas, ahora, sin embargo, el marco es generalmente menos competitivo y está más ligado a la diversión y al amor propio, ya que el ciclismo se considera un deporte para mantenerse en forma y para permanecer en la sociedad. También hay una nueva forma de montar en bicicleta en "pareja" o en grupo. Estar con otra persona ha hecho que más mujeres se acerquen al ciclismo.

La mujer ciclista es muy consciente de las últimas tendencias y busca marcas que puedan satisfacer sus necesidades. Esto lo podemos ver fácilmente gracias al aumento de la audiencia femenina en nuestras redes sociales, aunque la mayoría sigue estando formada por hombres.

4. Con el aumento del número de mujeres en bicicleta, el mercado también aumenta la necesidad de crear colecciones de ropa con un ajuste específico y accesorios estética y anatómicamente diseñados para ellas, así como bicicletas geométricamente diseñadas según las proporciones del físico femenino. Desde hace algún tiempo, también existen organizaciones turísticas que organizan recorridos en bicicleta femeninos. Sidi también está al lado de las mujeres, ofreciendo un ajuste diseñado para ellas. El ajuste para mujeres envuelve el pie femenino aportando comodidad. Está diseñado para tener una forma más cónica, proporcionalmente más estrecha en el metatarso. Sin embargo, para dar más opciones a la mujer que monta en bicicleta, nuestro ajuste estándar puede ser adecuado tanto para hombres como para mujeres.

Dada la tendencia al aire libre y el auge del gravel y las bicicletas eléctricas, la colección 2021-2022 introduce algunos productos adecuados para los senderos de tierra y las e-bikes. Productos sencillos pero de gran calidad, perfectos incluso para nuestras ciclistas.





prologo



VALERIA BORSELLINO
CONTABILIDAD & RR.SS.

1. Después del Covid19, el ciclismo tuvo un crecimiento increíble. Fue una especie de bendición disfrazada que la gente redescubriera la belleza del ciclismo durante la pandemia. Ahora necesitamos más datos para entender en qué medida este crecimiento se dividió entre hombres y mujeres.

Ciertamente, no es nuevo que cada vez más mujeres entren en el mundo del ciclismo, y lo mismo ocurre en España.

Por ejemplo, comparando el 2019 con el 2017, mientras que para los hombres hubo un pequeño aumento de usuarios, para las mujeres el crecimiento fue mucho más importante (del 37% al 43%)... es obvio que en los últimos 2 años, esta tendencia se incrementa aún más.

Lo único que podemos esperar es que, independientemente del género, cada vez más personas se acerquen a la bicicleta tanto por una búsqueda de bienestar personal como de protección del medio ambiente.

2. Absolutamente sí.

Es un tema en el que se lleva insistiendo con razón desde hace varios años, tanto en el ámbito profesional como en el no profesional, y por fin estamos viendo resultados.

Prologo fue pionero en el apoyo a las mujeres ciclistas, para nosotros es fundamental que todos disfruten de la belleza del ciclismo, sin importar el género. Por ejemplo, llevamos 13 años apoyando a Tibco.

También se puede ver que cada vez más marcas (de bicicletas y componentes) trabajan para desarrollar una gama de productos no sólo unisex, sino también estrictamente dedicada a las mujeres.

3. Las mujeres se acercan al ciclismo en sus diferentes formatos. Hay algunas que buscan la competitividad y la parte agonística de este deporte y otras que simplemente disfrutan estando al aire libre, pedaleando con la familia. Es estupendo saber que hay diferentes perfiles. Esto es un reto y una oportunidad.

Hoy en día, la tendencia en el mercado de los sillines es sin duda el sillín corto, con una ergonomía muy diferente respecto al estándar y que puede aportar numerosas ventajas tanto para la comodidad como para el rendimiento.

Un aspecto muy importante de nuestros sillines cortos (Scratch M5, Dimension, Akero...) es que son sillines unisex, por lo tanto ideales para hombres y mujeres. Eso es porque son más anchos, más cortos y con la disponibilidad del recorte y de la forma adecuada para el hueso de la cadera femenina.

Este año Prologo cuenta con 7 equipos femeninos: podemos decir que con el sillín corto, cubrimos más del 90% de nuestras chicas.

4. Como todo el mundo sabe, la industria de la bicicleta se enfrenta a un periodo positivo pero al mismo tiempo muy complicado, enfrentándose a plazos de entrega muy largos, seguramente debido a la enorme demanda y al mismo tiempo a la falta de materias primas.

Como Prologo tenemos obviamente algunos nuevos proyectos en desarrollo, pero hoy la prioridad es sin duda dar el máximo apoyo a nuestros socios con la gama 2021. Pero estén atentos, estamos trabajando en nuevos proyectos. Un poco de paciencia...

SILLIN PROLOGO SCRATCH-M5 CPC

Gracias al nuevo diseño, tamaño y ergonomía de "T SHAPE", el sillín Scratch M5 CPC de Prologo se adapta a la morfología de hombre y mujer. El nuevo Sistema Multisectorial MSS ayuda a mejorar la comodidad y el rendimiento.

El sistema Active Base ofrece una comodidad excelente ya que reparte mejor el peso y libera los puntos de presión en la zona perineal. Su forma redondeada permite a la pelvis una rotación natural, creando estabilidad y soporte para las áreas lumbares y repartiendo en una gran superficie la presión generada durante el pedaleo.

Disponible en varios colores
Disponible en rail Neck

Medidas: 250 x 140 mm.
Raíl: Tirox
Peso: 196 gr.



REF: 709031
PVR: 167 €

ISB
SPORT BEARINGS

Patrocinador
Oficial

La Rioja
BIKE RACE
PRESENTED BY
IRELLI
LOGROÑO
25-26-27 Jun 2021

ESPECIALISTAS EN RODAMIENTOS



RODAMIENTOS ISB PARA RUEDA Y EJE PEDALIER

Rodamientos de acero (Cromo / Inoxidables)
Rodamientos cerámicos (híbridos / Full Ceramic)
Rodamientos XForce Endurance (Nanotech Cycling Bearings)
Rodamientos XForce Ceramic (Nanotech Cycling Ceramic Bearings)



RODAMIENTOS ISB PARA SUSPENSIÓN / BASCULANTE

Rodamientos VMax



RODAMIENTOS ISB PARA DIRECCIÓN

Rodamientos de acero (Cromo / Inoxidables)

- DISPONIBLE EN TIENDAS ESPECIALIZADAS -

Distribuido por:



Vic Sports

www.isbsport.com



DIANA VITORIA
CEO



NYXTRALIGHT EXPLORER...

ULTIMATE PRO DISC

1. La pandemia ha afectado positivamente a todos los usuarios y modalidades de ciclismo. El ciclismo femenino ya estaba claramente en crecimiento, y el COVID-19 ha potenciado esta tendencia.

Causas como la necesidad de movilidad urbana en bici evitando el transporte público, disfrutar de una actividad outdoor individual tras meses de confinamiento y la mayor preocupación de la salud y el bienestar personal, han impulsado a que muchas mujeres se sumen a la bicicleta.

2. Si. En la medida en que cada vez hay más mujeres practicantes del ciclismo, también aumenta su interés y conocimiento en la industria, y viceversa, conforme hay más mujeres ciclistas, se necesitan más mujeres en la industria, que entiendan las necesidades particulares.

Para nosotras, personalmente la diferencia ha sido notable en los últimos años. Recuerdo allá por el 2013, llamaba la atención que una mujer estuviera metida en "cosas de bicis", ahora podemos decir que esto ya no ocurre, afortunadamente. Cada vez hay más, y en todos los ámbitos (ventas, diseño de producto, marketing, estrategias, etc.).

3. En la medida en que el ciclismo es un deporte totalmente independiente, que no requiere de alguien más para practicarlo, la mujer ciclista es un perfil de persona activa, independiente, avanzada, con cierto nivel de educación y poder adquisitivo, ya que la práctica requiere de un desembolso inicial y coste de mantenimiento relativamente altos.

Se ha visto cómo en los últimos 4/5 años, la mujer cada vez más se acerca a los niveles de gasto en bicicleta, ropa, accesorios, etc., al del hombre ciclista; no obstante, aún queda mucho por recorrer para igualar los datos. Por ende, el potencial de crecimiento del ciclismo femenino es grande. A esto le añadimos, que cada vez más la sociedad prioriza el cuidado personal y la salud.

4. Las novedades que se presentarán próximamente, se focalizan principalmente en la e-bike. Lanzaremos para 2022 un total de 4 modelos, en las modalidades carretera, gravel, mountainbike y urban. Nos hemos centrado en priorizar la durabilidad de las baterías, la estética práctica y limpia de la bicicleta, y la ligereza del conjunto de la bicicleta. En julio 2021, ya estará disponible en el mercado el primer modelo de e-road: Nixtralight Hybrid, en aleación de aluminio ligero.

También seguiremos apostando fuertemente por el gravel y el cicloturismo, modalidades que están teniendo un aumento importante de usuarios.



PATAGONIA EXPLORER RIVAL



BORJA ANDREU
BRAND MANAGER



1. Considero que tenemos una oportunidad muy importante ante la entrada de nuevos practicantes en general y de las mujeres en particular. Debemos concentrar esfuerzos en mantener en el sector a esta nueva generación de ciclistas para que desarrollen su vida deportiva entorno al ciclismo.

La tendencia de crecimiento en los últimos años ha sido constante, sin grandes saltos, pero constante. Debemos seguir trabajando en esa línea, cuestionándonos si existen barreras que limiten su entrada y facilitando su entrada y evolución como practicantes de ciclismo.

2. Creo que la presencia en la industria es cada vez mayor y va en paralelo al número de practicantes. Cada vez son más las marcas que se involucran con la mujer y generan una línea específica.

Castelli es muy consciente de ello y, por ello, en 1996 lanzó la primera colección específica para mujer. Actualmente las prendas específicas de mujer suponen en torno al 45% de las referencias, con prendas, tecnologías y patronajes desarrollados según a las necesidades específicas de las ciclistas y triatletas que demandan un rendimiento superior.

3. Es un consumidor muy exigente con el material, tanto a nivel técnico como de diseño, por ello en Castelli se trabaja como una colección aparte, compartiendo algunos modelos, pero partiendo de cero, con un patronaje base específico para ellas, así como badanas y materiales exclusivos.

Cada vez vemos que hay más público que demanda niveles más altos de tecnicidad y gamas amplias que den respuesta ante situaciones que requieren un rendimiento mayor, estamos viendo como las ventas de los productos de gamas superiores están aumentando significativamente entre el segmento de mujeres, buscando siempre esos pequeños, o grandes detalles, que marquen la diferencia en la comodidad y rendimiento en sus entrenamientos y competiciones.

4. Destacaría el nuevo culotte Premio Black, diseñado para garantizar la máxima comodidad en entrenamientos largos y exigentes, con un diseño minimalista, un tejido que permite niveles de transpirabilidad excepcionales, incluso en temperaturas muy altas, que incluye la última versión de nuestra badana específica para mujer, Progetto X2 Donna, con nuevas modificaciones para hacerla aún más comfortable. Está disponible en versión con y sin tirantes.

También el nuevo maillott Climber's 2.0 W, que ha sido diseñado específicamente para responder en entornos exigentes con altas temperaturas mejorando el rendimiento a través de una ventilación, transpirabilidad, ligereza y aerodinámica superiores.

En cuanto al triatlón, en los JJ.OO. de Tokio veremos al equipo alemán competir con el SD W Team Race Suit, un tritraje desarrollado con las atletas de más alto nivel olímpico para responder en carreras como la de Tokio, donde se nadará sin neopreno, por lo que se ha buscado que sea un traje excepcionalmente rápido en el agua, trabajando cada detalle hidrodinámico y los tejidos hidrofóbicos para arañar cada valioso segundo en el agua. Los tejidos de altas prestaciones y el patronaje específico le permiten el máximo confort y rendimiento desde salida hasta meta, sin importar la disciplina.



Bella y brutal: la Sting de Cube está lista para bajar por cualquier sitio



La Sting WS 120 EXC es mucho más que una bonita bicicleta de montaña. Su elegante aspecto oculta una máquina de trail cómoda y potente, dirigida a ciclistas con un espíritu aventurero. La horquilla de aire Suntour XCR34 y el amortiguador Edge R proporcionan respectivamente 130 y 120 mm de suave recorrido de suspensión. La suave y sencilla transmisión Sram 1x12 pone siempre la marcha adecuada al alcance de un clic. También hemos incluido una tija telescópica para aumentar la confianza durante el recorrido. Y sus potentes frenos de disco hidráulicos Shimano con cubiertas Schwalbe de gran agarre te permiten un control absoluto, allá donde te lleve tu curiosidad.



Especificaciones:

- CUADRO: HPA, High Performance Aluminium
- TALLA: Size Split: 27.5: XS // 29: S, M, L
- HORQUILLA: SR Suntour XCR34 Air Boost, 130mm
- AMORTIGUADOR: Suntour Edge R 190x45mm
- JUEGO DE FRENOS: Shimano BR-MT400
- CAMBIO TRASERO: Sram SX Eagle™, 11-50T, 1x12
- BIELAS: Sram X1 1000 Eagle™ DUB 30T
- PESO: 13,9 kg
- COLOR: smokylilac n' black
- NÚMERO DE ARTÍCULO: 427100
- PRECIO: 1.699 EUR



Littium Ibiza Dogma 03: una cómoda y ágil e-bike urbana plegable

Ibiza Dogma 03 es una bicicleta eléctrica diseñada y desarrollada para moverse por la ciudad que aporta una experiencia única de conducción. Plegable y de gran versatilidad, cuenta con las mejores prestaciones del mercado y un motor de 250W que no deja indiferente. Manejable, ágil y cómoda, Ibiza es perfecta para el día a día en la ciudad. Con los mejores acabados y accesorios, Ibiza es una bicicleta eléctrica plegable pensada para disfrutar, ya sea de camino al trabajo, al gimnasio o simplemente de paseo.



IBIZA DOGMA



Características:

- Pantalla LCD
- Batería extraíble Samsung 36V 10.4A o 14A de 40 celdas de litio
- Motor BRUSHLESS 250W marca Littium (IP65)
- Frenos de disco hidráulicos (Littium)
- Suspensión delantera ZOOM ARIA
- Neumáticos Maxxis Grifter PRO 20" x 2.15
- Cintas de agarre especiales que sujetan la e-bike cuando está plegada
- Asiento ergonómico Selle Royal modelo Viento/Essenza
- Luz LED trasera por carga solar integrada en asiento
- Luz LED delantera integrada en chasis (IP65)
- Cambio Shimano 7 velocidades REVO SHIFT con patilla Shimano altus + protector de cambio
- Cargador de carga ultra rápida (3A). Cargas en 3 horas la batería de 10.4 amperios y en 4,5 horas la batería de 14 amperios
- Incluye candado seguridad nivel 8 y llavero
- Peso total 21kg
- Medidas: 156cm x 64cm x 114cm
- Medidas plegada: 90cm x 70cm x 38cm



Más escaladora que nunca: así es la nueva Langma Disc de LIV



Llega la nueva versión de la bicicleta escaladora que más éxitos y alegrías está dando a la marca LIV. Se trata de la bicicleta que utilizan cracks como Marianne Vos, Ashley Moolman-Pasio, Coryn Rivera o Lotte Kopecky. Ahora es más ligera, más rígida y más rápida que nunca.

La nueva gama Langma Disc ofrece a las ciclistas de carretera una bicicleta que supera a la competencia. Desde amantes del asfalto, hasta corredoras del UCI WorldTour, la serie Langma Disc se posiciona como la primera elección para aquellas que buscan liderar el pelotón o simplemente, un rendimiento sin igual.

Con su nombre derivado de "Chomolungma", el nombre tibetano para el Monte Everest, la Langma está diseñada como una bicicleta de rendimiento integral que sobresale en las subidas. La Langma Disc presenta la última evolución de tubos aerodinámicos y puntos de contacto personalizados que ofrecen un ajuste óptimo y un rendimiento potente desde el primer viaje. La nueva Langma Disc fue desarrollada por las ingenieras de Liv, diseñadoras de producto, atletas profesionales y en colaboración con los principales expertos aerodinámicos. El resultado es la bicicleta de carretera más rápida y sensible de Liv.

Las series Langma Advanced Pro Disc 2022 de Liv y Langma Advanced Disc cuentan con tecnología de Carbono de grado Advanced, tubos en forma de elipse truncada y una horquilla aerodinámica compuesta simétrica rediseñada con integración de frenos de disco y mayor holgura para neumáticos de hasta 32 mm. Equipadas con el manillar totalmente nuevo de Liv, sillines Liv, tija de sillín Variant y un WheelSystem tubeless (modelos selectos), estas series proporcionan el máximo rendimiento y ajuste.

La Langma está probada en carreras en el WorldTour con 47 primeros puestos y seis campeonatos nacionales desde su introducción

hace cuatro años. Coryn Rivera se llevó la victoria en el Campeonato Nacional de Estados Unidos 2018 a bordo del Langma, y en sus dos años en el CCC-Liv Team, Marianne Vos obtuvo 23 victorias de etapa y generales con la Langma, incluida La Course by Tour de France, el título WorldTour Femenino y muchos otros. Después de trabajar con las ciclistas del CCC-Liv (ahora Liv Racing WorldTeam) en la fase de pruebas de prototipos, la nueva Liv Langma Advanced SL Disc es la bicicleta oficial para su temporada de carreras 2021.

"La Langma Advanced SL es una bici increíble, es rápida y eficiente", dijo Lotte Kopecky, ciclista del Liv Racing WorldTeam que recientemente montó la nueva Langma en su victoria en marzo en la carrera Le Samyn des Dames. "Tiene un poder y una capacidad de respuesta fantásticos, lo que inspira confianza cuando voy a por la victoria". Liv diseñó tres series Langma Disc para un total de once modelos en toda la gama, incluyendo la serie Langma Advanced SL Disc (un modelo), la serie Langma Advanced Pro Disc (tres modelos) y la serie Langma Advanced Disc (siete modelos). En la parte superior de la gama, Langma Advanced SL Disc, incluye los siguientes factores clave de rendimiento:

Eficiencia del peso pluma

El corazón de la Langma es un conjunto de cuadros de carbono Advanced de grado SL ultraligeros, que se reconstruyó con piezas de fibra de carbono más largas y continuas para una bicicleta más rígida que es 60 gramos más ligera que la Langma Advanced SL de primera generación. Esto les da a las ciclistas un bici muy receptiva, que acelera inmediatamente, se desliza por las carreteras más difíciles y conquista cualquier ascenso.

Manejo intuitivo

Liv re-diseñó la horquilla Langma para obtener un 50% más de rigidez lateral que la primera

generación de la Langma Advanced SL, y para proporcionar un manejo y una capacidad de respuesta más precisos. El nuevo manillar Liv Contact SLR aumenta el control sin sacrificar la aerodinámica, mientras que los frenos de disco integrados de montaje plano ofrecen confianza de frenado en condiciones variadas. El nuevo diseño también acomoda neumáticos de hasta 32mm para un agarre adicional en curva y adoquines.

Ventaja aerodinámica

El tubo en forma de elipse truncada actualizado reduce la resistencia del viento ganando segundos preciosos en llano, descensos y vientos en contra. Las incansables pruebas y refinamientos de la Liv también han inspirado el desarrollo de la nueva tija variant SLR totalmente carbono. Los tamaños de los cuadros van desde XXS-L en todos los modelos. Algunos modelos de la nueva gama Langma Disc 2022 ya están disponibles.



La distribuidora Top Fun selecciona cuatro variados productos para mujer

CAMISETA MANGA CORTA RIDAY MUJER

RIDAY® nace de una necesidad: proteger la piel tanto del calor tórrido como del frío intenso y de la humedad. De ahí que proponga una completa línea de capa base y calcetines técnicos, estudiada para el ciclista y el motociclista para cada temporada.

RIDAY® hace uso de la tecnología sin costuras más ventajosa, utilizando materia prima de alta calidad. Propone prendas deportivas desarrolladas con tecnología 3D y tejido de punto tridimensional y ergonómico. Gracias a la estructura de malla, con una combinación de diferentes tejidos y elasticidad, RIDAY® garantiza un alto rendimiento para actividades deportivas: resistencia a los accidentes, elasticidad y libertad de movimiento.



CASCO BOLLE TRACKDOWN MIPS (PURPLE GRADIENT MATTE)



El Trackdown es un casco All Mountain diseñado para funcionar en cualquier sendero.

Se trata de un casco de mountain bike con un conjunto de características únicas. Un sistema de retención de 360° para mayor estabilidad y ajuste total. Tecnología AVID de EPS progresivo para combinar canales de ventilación optimizada con absorción progresiva de impactos. Espacio para ubicar las gafas y visera de 3 posiciones permitiendo también espacio para máscara. Un innovador kit para invierno que contiene tapas para la ventilación y un forro interior. Disponible con tecnología MIPS.



SILLÍN ERGON SR PRO MUJER

De la mano del equipo de la campeona del mundo Pauline Ferrand Prévot, y con la ayuda de muchos talleres y campos de entrenamiento, en Ergon han desarrollado una nueva generación de sillines que combinan la máxima comodidad con ser 100% idóneos para competir.

El sillín de Pauline Ferrand es plano pero cómodamente acolchado, y su forma y relieve se ajustan exactamente a la anatomía femenina en la típica posición de sentado en competición. Las incrustaciones OrthoCell® en el área genital y de asiento proporcionan una distribución de presión óptima: el innovador material OrthoCell® garantiza la máxima fuerza de reinicio y también es más duradero y ligero que el gel. Los flancos deslizantes ayudan a reducir la fricción al pedalear.



CREMA ANTI-IRRITACIÓN CHAMOIS BUTT'R HER



Todos los productos Chamois Butt'r son seguros para mujeres y hombres, pero el PH de la crema Her ha sido desarrollado específicamente para el pH de la piel más neutro de las mujeres por una doctora especializada en medicina deportiva en cooperación con ciclistas profesionales. Las mujeres con piel más sensible se benefician al usar productos desarrollados teniendo en cuenta la química natural del cuerpo, por eso utilizamos ingredientes de primera calidad que incluyen aloe vera, extracto de hoja de té verde, aceite del árbol del té, manteca de karité y aceite de lavanda, por sus propiedades beneficiosas naturales.



Santini se rinde ante la campeona Lizzie Deignan con una colección única



Santini acaba de crear una colección única con un nombre único: Lizzie Deignan. La ciclista tiene una gran carrera a sus espaldas, pero para ella, la que más importancia tiene es su medalla de oro en los Campeonatos Mundiales de Carretera de la UCI 2015 en Richmond, EUA. Su victoria ese día la situó entre el grupo muy especial de riders féminas campeonas del mundo.

La colección textil se llama Lizzie's Lovers Kit e incluye un maillot, un culote corto, unos guantes, una braga, una camiseta interior y unos calcetines.

El diseño de la nueva colección de Santini se inspira en la icónica frase "Virginia is For Lovers", el símbolo de los Campeonatos Mundiales de Carretera de la UCI 2015 en Richmond, y rinde homenaje a esta increíble mujer que sigue inspirando a las generaciones más jóvenes que quieren convertir sus sueños en realidad.



Completa tu equipación con los productos para mujer de Comercial POUS

CALCETINES SURAL

Uno de los complementos que más destacan en la imagen de las corredoras son los calcetines sublimados de 17cm de Sural. La vistosa grafica de colores y la calidad de las especificaciones hacen la combinación perfecta para ellas.



Características

- Tejido termorregulador.
- Combinación de propiedades: bacterio-estático, antibacteriano y bacteriológico. Evita la proliferación de las bacterias, los olores y las alergias.
- Microfibra de poliamida Soft Air®, ofrecen una excelente evacuación del sudor y confort térmico.
- Diseño anatómico que diferencia pierna izquierda y derecha.
- Usos: ciclismo, Spinning, triathlon.
- Pvp 18€



Características

- Incorpora, en la zona de la cintura, bandas de tejido con silicona elástica, cortada a láser.
- Las mangas incorporan corte láser sin costuras, que se ajustan perfectamente a los brazos.
- 4 bolsillos en la zona posterior. Uno de estos bolsillos está cerrado con una cremallera.
- El cuello disminuye en la parte frontal central.
- Usos: MTB, ciclismo o spinning, combinable con el culote RACE.
- PVP 69€



MAILLOT RACE

Maillot de manga corta, fabricado con dos tejidos multifilamento que evita las rozaduras y le brinda un gran confort:

- Aporta ligereza y transpiración gracias a sus biocerámicas de carbono.
- Aporta elasticidad gracias a que contiene elastómero, ligereza y transpiración por su composición en fibras de Coolmax®.

**GALFER
BIKE**

**OVERSIZE
YOUR FUN**



OVERSIZE BRAKE ROTOR ø223mm

DISC WAVE® DESIGN

2,0MM THICKNESS

G1652 BRAKE PADS COMPOUND

E-BIKE SPECIFIC

ECE-R90 CERTIFIED

WWW.GALFERBIKE.COM

GAFAS POWER RACE 15TH



La 15TH es el tope de gama creado para celebrar el decimoquinto aniversario de la marca. Diseñada en Cremona, Italia, son unas gafas de sol técnicas con un look muy moderno y contemporáneo con un marco plegable en Grilamid TR90™: un material de alto rendimiento que se dobla en lugar de romperse. Hay tres juegos de lentes intercambiables para hacer frente a cualquier condición de luz y clima.



PVP 89€

GAFAS POWER RACE PREDATOR

Gafas de montura abierta con patillas plegables de Grilamid TR90™. La almohadilla nasal intercambiable tiene ranuras especiales para la salida del sudor, por lo que no permite que las gafas de sol se resbalen sobre su nariz. También es ajustable en ancho para un ajuste perfecto. Montada sobre una lente fija no intercambiable FullRevo™ totalmente monocromática espejada y también cilíndrica; enfoca la luz que refleja la imagen en una línea vertical en lugar de en un solo punto como lo hacen las lentes esféricas ordinarias. Estuche rígido a prueba de golpes. Especialmente indicado para aquellos ciclistas que quieren llamar la atención y les encanta personalizar sus propias gafas de sol.



PVP 79€



Disfruta de tus salidas con estos cinco maillots y culotes de Gobik

MAILOT MUJER MANGA CORTA STARK MALDIVES

Maillot versátil que, aún manteniéndose ajustado, se adapta a cualquier tipo de complejiones. Mangas de longitud ampliada, con tejido muy ligero y acabado final en puño cosido. Los 3 bolsillos traseros, empleando un nuevo tejido gofrado, incorporan corte angular reforzado y ofrecen el innovador sistema patentado GRS - Gobik Retention System - GRS se encargará de cuidar tus pertenencias más preciadas aportando un extra de seguridad. Combinación con prendas complementarias como nuestras camisetas interiores Second Skin. Ideal para todo tipo de usuarias.



- Propiedades: Regular Fit
- Rango de Uso: 22°C a 30°C
- GRS: Gobik Retention System
- Tallas: desde 2XS a 2XL



- Propiedades: Intense Trainings, Compressive
- Rango de uso: 17°C a 35°C
- Badana: K9 con tejido E.I.T carbonium flash. Rendimiento de 8 horas.
- Tallas: desde 2XS a 2XL



CULOTTE MUJER CORTO ABSOLUTE 4.0 K9 DEEP BLUE

Prenda de altas prestaciones, para un rendimiento profesional en las salidas y competiciones más largas y exigentes. Mejor ajuste y estabilidad gracias a sus nuevos tirantes, más elásticos y compresivos. Ligeramente desplazados al interior para optimizar la ergonomía del ciclista, en conjunción con el cambio de patrón y cinta elástica. Este culotte Absolute 4.0 incorpora la nueva badana K9 de diseño exclusivo para Gobik de Elastic Interface® con tejido E.I.T carbonium flash antiestático, ultratranspirable y antibacteriano gracias al uso de hilos de carbono. Además, sus dos densidades distintas se adaptan perfectamente a la anatomía de la ciclista. Es apropiado para competición y largos entrenamientos para usuarios de complejión media o delgada.

CULOTTE MUJER CORTO LIMITED 4.1 K9 SIN TIRANTES

Nuevo concepto sin tirantes con cintura ampliada para asegurar la comodidad y evitar molestos desplazamientos del culotte. Versátil y sencillo con un largo estándar y compresión media. Su diseño específico y corte ergonómico hacen un culotte de altas prestaciones, combinando en su confección la doble costura plana y su tejido sólido de compresión media. Además, está acabado con una suave cinta elástica LaserPro de 52 mm. micro-siliconada, que le aporta un look atemporal con el máximo confort y ajuste. Una prenda con comportamiento destacado en largas distancias gracias a la badana femenina K9, con hilo en carbono para propiedades antiestáticas y bacteriostáticas naturales. Desarrollada por el fabricante italiano Elastic Interface, integra una zona amplia y plana específicamente desarrollada para la anatomía femenina. Ideal para usuarias avanzadas de complejión delgada.

- Propiedades: Comfort, Perfect fit
- Rango de uso: 17°C a 35°C
- Badana: K9
- Tallas: desde 2XS a 2XL



- Propiedades: Windproof, Superlight
- Rango de Uso: 10°C a 18°C
- Tallas: desde 2XS a 2XL



CHALECO MUJER PLUS 2.0 ICEBERG

Complemento femenino ultraligero ideal para los maillots de manga larga. Nueva versión que incorpora un fitting y cuello optimizados anatómicamente que mejora la adaptabilidad y el ajuste. Con tejido frontal texturizado que favorece la disipación del aire y también un tejido ultra elástico en la parte posterior del cuello. Su nueva cremallera YKK de doble cursor te permitirá optimizar el flujo de aire y tu temperatura corporal. Tan ligero que podrás plegarlo y guardarlo en su propio bolsillo interior. Duradero, transpirable e ideal como complemento a maillots cortos y manguitos.

CAMISETA INTERIOR MUJER SECOND SKIN ANTARTICA

Camiseta técnica interior ultraligera confeccionada en SILKY, un tejido 3D muy confortable y transpirable que favorece la transferencia de humedad corporal hacia el exterior. Diseñada para rendir al máximo en condiciones de calor y humedad.

- Rango de Uso: 15°C a 30°C
- Tallas: desde 2XS a XL



Ideal para usuarios medios y avanzados de cualquier complejión.

La oferta más extensa en zapatillas para todas las disciplinas es de Shimano

SH-XC501 WOMEN



Zapatillas XC de rango medio, ligeras y de gran rendimiento.

SH-ET500 WOMEN



Zapatillas para trekking y cicloturismo. Perfectas para e-bike con pedales planos. Gran confort.

GAMA MTB

SH-XC300 WOMEN



Zapatillas de competición para MTB XC de alto rendimiento con tecnologías avanzadas de ajuste y pedaleo.

SH-XC100 WOMEN



Zapatillas para MTB performance con calidad y diseño Shimano.



SH-RC902 WOMEN



Para competición road con un ajuste perfecto y una transferencia de potencia óptima

SH-RC500 WOMEN



Zapatillas de mujer para carretera de rango medio, ligeras y de gran rendimiento.

SH-RC100 WOMEN



Zapatillas para road con estilo y características inspiradas en la competición

GAMA ROAD

SH-RC300 WOMEN

Para ciclismo de carretera de alto rendimiento con tecnologías avanzadas de ajuste y pedaleo.



SH-IC300 WOMEN



Zapatillas para ciclismo SPD para interiores. Cómodas y con el estilo de unas deportivas.

GAMA INDOOR

SH-IC500 WOMEN



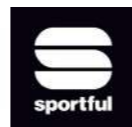
Zapatillas de mujer para carretera de rango medio, ligeras y de gran rendimiento.



SH-IC200

Para ciclismo SPD indoor con un ajuste envolvente y con la máxima transpirabilidad.





Indispensables: así son los culotes y maillots de Sportful para verano

MAILLOT EVO W JERSEY

Para la mujer ciclista que busca rendimiento y comodidad. El nuevo maillot EVO W Jersey es la mejor opción: corte ceñido, tallaje adaptado a la anatomía femenina, paleta de colores propia. Un maillot de gama alta a precio contenido. Tejido de poliéster elástico microperforado de gran transpirabilidad. Panel de tres bolsillos traseros con fuelle para mayor capacidad si es necesario.



- Tejido de poliéster elástico en la parte delantera con estructura microperforada
- Tejido de microrejilla y borde en corte vivo en la terminación de la manga
- Tres bolsillos con fuelle para mayor capacidad
- Impresión full print



KELLY W JERSEY

Maillot disponible con o sin manga. Un modelo de gran éxito en la gama de Sportful convenientemente actualizado: Gran relación calidad-precio para un maillot que prioriza la comodidad y el diseño atractivo para un ciclismo de ocio y aventura. Disponible en una amplia paleta de colores.

- Banda elástica plana en la sisa y tejido cortado con láser en el cuello
- Cremallera YKK® Vislon® de longitud integral
- Banda elástica con silicona en la cintura
- Tres bolsillos en la parte trasera

MONOCROM W JERSEY

Un maillot especial por su modo de fabricación y diseño. La aparente sencillez y minimalismo en el aspecto esconden un estudiado sistema de producción, especialmente en lo que corresponde al baño de color. Un maillot muy cómodo y fresco, de corte ceñido pero no súper ajustado y muy ligero. La cremallera YKK de cuatro agujas es cómoda y muy fácil de accionar en marcha. Disponible en cinco opciones de color.



- El tejido principal tiene un diseño microperforado y está fabricado con un hilo ultraligero.
- Borde en corte vivo en la terminación de la manga
- Banda antideslizante en la parte inferior de la prenda con borde en corte vivo.



CULOTE SUPERGIARA W CON TIRANTES

Un culote para la mujer ciclista de gran éxito en las últimas temporadas de Sportful. Cuenta con un tejido elástico y a la vez resistente a las abrasiones, y es que el Supergiara es el culote de gama alta propio para el ciclismo gravel. En todo caso, se trata de una prenda de muy buenos acabados, gran durabilidad y que cuenta con los inconfundibles bolsillos de rejilla integrados en la pernera y en la parte trasera. Ahora disponible en tres colores: negro, granate o marrón.

- Tejido altamente elástico resistente a las abrasiones.
- Bolsillos de gran capacidad en la pierna izquierda y dos en la parte trasera.
- Bandas reflectantes en la parte inferior de la pierna
- Tirantes anatómicos en tejido de rejilla.

CULOTE NEO W CON TIRANTES

El culote corto de Sportful específico para la mujer ciclista de mejor calidad-precio. Tejido elástico, costuras planas y badana Comfort Pro W para favorecer el las largas pedaladas. Además, tiene una alta capacidad de ventilación en la entrepierna. Es un culote de grandes prestaciones a un precio contenido.



- Tejido Elast-X 210 g que ayuda a prevenir la fatiga muscular.
- Tirantes en tejido suave en contacto con la piel.
- Costuras planas en puntos estratégicos.

Cuatro prendas esenciales de POC para mujer completan una gama de primera

W'S MANTLE THERMAL HOODIE

Esencial MTB

A veces una chaqueta es demasiado, y un jersey no es suficiente. Esos son los momentos en los que hay que recurrir a la Mantle. Fabricada con una poliamida térmica de doble capa, elástica y aislante, la sudadera cuenta con un exterior duradero para una mayor protección contra los obstáculos del camino. Un tratamiento DWR sin fluorocarbono y las propiedades de resistencia al viento proporcionan protección contra el clima en condiciones cambiantes. Con una capucha que puede llevarse bajo el casco y puños de lycra, la sudadera puede llevarse de múltiples maneras. Una cremallera de un cuarto de longitud facilita el ponerse y quitarse la capucha, y da la opción de una mayor ventilación mientras se conduce. Además, cuenta con un soporte para gafas en el pecho, un bolsillo con cremallera en la parte trasera y el logotipo de POC en la parte delantera.



Mantle abrigada sin temor a pasar demasiado calor con el duradero y protector Mantle.

W'S SIGNA L JACKET

Esencial Road

Permeabilidad a la humedad y la sudoración de 20 000 g/m2 cada 24 horas



La aventura exige flexibilidad y adaptabilidad. La chaqueta W's Signal All-Weather Jacket, optimizada para rutas más largas, ofrece durabilidad, libertad de movimiento y protección integrada. Características como el reflector RECCO® y un chip de identificación médica por NFC integrado proporcionan un nivel superior de seguridad en plena naturaleza, mientras que las innovadoras soluciones de almacenamiento permiten que la chaqueta se pueda guardar fácilmente en su propio bolsillo y engancharse en la bicicleta. Todo esto, unido a los materiales transpirables e impermeables con tratamiento antidesgarro y a una capucha ajustable que se puede llevar debajo del casco, proporciona un nivel de funcionalidad y protección contra los elementos en el que se puede confiar.

W'S ARDOUR ALL-WEATHER PANTS

Esencial MTB



La elección ideal para los cambios de estación, el pantalón Ardur proporciona libertad, flexibilidad y protección perfectamente adaptadas a las imprevisibles condiciones meteorológicas. Altamente transpirable, el pantalón te mantiene seco desde el interior. En la parte delantera de los muslos y detrás de las rodillas se utiliza un ligero material de tejido elástico para mayor comodidad. Junto con diferentes materiales de 3 capas altamente impermeables y duraderos sobre las pantorrillas, la rodilla, el asiento y la parte trasera garantizan la sequedad cuando se circula por senderos húmedos. Los puños elásticos en el tobillo proporcionan un ajuste seguro. Muy duradero, el pantalón está reforzado con Cordura® alrededor del asiento y debajo de la rodilla. Se incluye un pequeño bolsillo para tarjetas con cremallera en la cintura para mayor funcionalidad.

WOMEN'S ULTIMATE VPDS BIB SHORTS

Diseñado por mujeres ciclistas para mujeres ciclistas: el culotte con tirantes W's Ultimate VPDS proporciona una mayor funcionalidad tanto durante la marcha como en las imprescindibles paradas para ir al baño.



Esencial Road



Marta Torres

Sales Coordinator de Ocisport

Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (UPF). Empecé haciendo las prácticas curriculares en Ocisport. Le gusta la combinación de organización de eventos y deporte.

Su primer evento fue la UCI Mountain Bike World Cup Andorra-Vallnord en el 2013. Quedó fascinada y pensó que, si todos eran así, firmaba aquel día para siempre.

Albert Balcells, director de Ocisport, le presentó la Sea Otter Europe. Por entonces desconocida, era un formato de festival con sede en California (Laguna Seca) con un estilo muy yankee. Por aquel entonces tenía 23 años y se enamoró del festival.

Cinco años más tarde, sigue realizando tareas comerciales para Sea Otter Europe, y poco a poco, empieza a coordinar el proyecto. Su objetivo es - algún día - dirigir el festival.

- ¿A cuatro meses de la realización de la feria, con qué nivel de ocupación se encuentra actualmente la Sea Otter Europe?

Ahora ya contamos con 160 expositores y un 70% de la Zona Expo ocupada. Muchas marcas hicieron una apuesta temprana para el festival, reservando en cuando se abrieron las inscripciones. Otras trasladaron la reserva de la edición pasada cuando se canceló la zona expo, y algunas cancelaron su presencia por miedo, pero ahora vuelven más entusiasmadas que nunca. Finalmente hay marcas nuevas que se suman al evento por primera vez y también sabemos de unas cuantas que tomarán la decisión a última hora. Este año, la reserva se puede hacer fácilmente a través de la nueva plataforma de contratación que facilita la compra y la gestión del espacio. Se realiza a través de la página web de Sea Otter Europe y permite seleccionar el emplazamiento deseado y añadir todos los servicios al momento.

- ¿Comparativamente con la edición de 2019, se ha producido un mayor interés de marcas o empresas vinculadas a la bicicleta?

Tenemos más marcas vinculadas con a la movilidad urbana y más marcas

“Sea Otter es un punto de encuentro entre profesionales del sector y con el usuario final”

eléctricas (cada vez hay más industria entorno a la movilidad sostenible). Además, seguimos con las marcas top de bicicleta, accesorios y componentes, y servicios de gran atractivo para el visitante.

También hay un alto interés entorno al programa de test de bicicleta, aunque algunas marcas ya nos anticipan problemas de stock.

La celebración del Mobile World Congress, que tendrá lugar este fin de semana del 28 al 1 de julio en Barcelona, es una gran noticia porque da sensación de normalidad y de reactivación de los eventos feriales (b2b y b2c). Hay ganas de ganas de volver a la celebración de grandes eventos ciclistas y festivos.

- ¿Cuántas nuevas marcas se han incorporado a la feria hasta el momento?

De momento tenemos identificadas un total de 30 marcas nuevas. Hay algunos expositores que aun deben completar su perfil en web por lo que nos faltan aún saber la lista total de marcas presentes. En los próximos meses esta lista se irá completando.

Siguen con una apuesta clara las administraciones: Diputación de Girona, Patronat de Turisme Costa Brava-Girona, Ajuntament de Girona y Turisme Catalunya.

Además del apoyo incondicional de Continental y Canyon como patrocinadores principales. Y siempre de la mano de Cetelem, Wear Design y Abus con un compromiso firme con el festival desde prácticamente los inicios.

Destacamos como incorporación nueva a nivel de patrocinador: Garmin como marca tecnológica del festival, juntamente con su marca de rodillos de entrenamiento Tacx. Goufone como marca Telecom oficial del festival, y Wikiloc como marca de mapping oficial. Se suma también Littium by Kaos



como marca urbana y su activación mediante su actividad: Littium Girona Urban Ride.

- ¿Cómo está afectando al bike-boom en la organización de la feria más importante del sur de Europa?

Hay una fiebre entorno al ciclismo a nivel de usuario final con más práctica ciclista que nunca. El volumen de perfil cicloturista que se une al sector mediante el ciclismo como práctica deportiva y de salud ha incrementado. Ha habido un reencuentro con la bicicleta.

También vemos que las ciudades se ponen en marcha para la transición hacia la movilidad urbana y sostenible. El parón del covid deja entrever lo importante que es darle un respiro al medio-ambiente. El ciclismo es el mejor aliado, y esto hace crecer el sector de forma directa.

Todo lo relativo a la tecnología y el gaming con plataformas online e interactivas para la práctica ciclista también ha tenido su boom y les ha funcionado muy bien debido a las restricciones de movilidad. Es un gran complemento y con un largo camino.

Todo ello se traduce en nuevos expositores de perfiles más variados que contratan su espacio en la zona expo.

- ¿Qué razones destacarías para que una marca que todavía no se ha inscrito lo haga?

Si estás vinculado con el sector ciclista de forma directa o indirecta Sea Otter



Europe es el festival que no te puedes perder.

En el festival hay oportunidades de negocio, contacto directo con el público final y es el lugar ideal para seguir posicionando tu marca. Es un punto de encuentro entre profesionales del sector y con el usuario final. Tenemos un visitante usuario de la bicicleta, de alta práctica ciclista y muy comprometido con este deporte.

Es el evento de referencia en Europa en formato festival, en la ciudad Girona Costa Brava, considerado el paraíso ciclista.

Ofrecemos volumen 60.000 visitantes de más de 50 nacionalidades y creciendo. 6.500 participantes en las pruebas, un programa deportivo con todas las modalidades representadas (carretera, mountain bike, gravel, ebike urbana e infantil). Y el mayor programa de test de bicicleta de Europa.

- ¿Hasta qué punto esperáis que las marcas de bicicleta presenten novedades relevantes en la feria?

La Sea Otter Europe siempre es un buen sitio para el lanzamiento de producto, porque tienes al público, a la prensa y al corredor final reunido gracias al poder de convocatoria del festival (a través de sus canales locales, nacionales e internacionales).

Además, siempre es de gran atractivo presentar un lanzamiento de producto en una destinación como Girona-Costa Brava con tanta historia entorno al



ciclismo y con tanto atractivo de visita para convocado.

Las marcas deben hacerse suyo el momento y captar la atención de todos. La presentación o lanzamiento de producto es una forma de activación de la marca, y en un espacio como Sea Otter Europe se puede hacer de una forma muy cercana al participante e hiper-creativa.

- ¿Cómo se gestionará la entrada del consumidor final a la feria? ¿En qué protocolos estáis trabajando?

Se implementa el acceso por entrada (gratuita). La adquisición será a través de la web Sea Otter Europe. El festival contará con 3 entradas y en cada una se escaneará el código QR de la entrada. Con doble finalidad: control aforamiento y el tracking del visitante en caso que haya brote covid. Además, nos ofrece información cuantitativa-qualitativa de gran interés para realizar un buen análisis post evento.

Las medidas Covid estamos pendientes de si seguirán vigentes. Parece ser que Setiembre ya no iremos con mascarilla. En cualquier caso (de momento) seguimos con un protocolo entorno al control del aforamiento, control de temperatura, mascarilla, distancia social y lavado de manos.

Las mismas medidas se aplicarán para el participante en la recogida de dorsal, y para los expositores y medios de comunicación durante la recogida de acreditación.

- ¿Queda alguna novedad del programa deportivo por presentar?

De momento se ha presentado ya la World ebike Series, la Copa del Mundo ebike, como gran novedad para el 2021. Además, con doblete en tanto a una competición durante el viernes y una segunda el sábado.

También se suma al programa deportivo una actividad urbana: la Littium Girona Urban Ride. Una salida urbana de bicicleta eléctrica en el centro de la ciudad de Girona (en formato tour) y una parada con tentempié.

Sigue adelante la Canyon emtb experience con un nuevo formato más cicloturista, con parada en una masía a medio recorrido para un desayuno contundente, y un recorrido espectacular en bosque y sendero típico de la Costa Brava.

Seguimos con la Continental Ciclobrava (la prueba en el 2020 enamoró), la Girona Gravel Ride (en modalidad gravel), la aventura de la Canyon Pirienxus Challenge (modalidad gravel también) y la Scott Marathon Cup (del circuito UCI Marathon Series).

Se suma al programa nuevamente la Enduro Sea Otter Europe en Riudarenes, una enduro de 37km que se organizará también dentro del programa de Sea Otter Europe. Con su ubicación a 20min en coche del festival.





COMET nos trae la mejor equipación y accesorios pensados para la mujer ciclista

ARMADURA BLUEGRASS SEAMLESS LITE D30

Protector dorsal de MTB unisex para Enduro, Trail, E-MTB y BMX. Gracias a la construcción de una sola pieza, se ha conseguido el ajuste más cómodo y ergonómico. Es como una segunda piel, el ajuste es unisex y se adapta a todas las formas corporales. Su microfibra Dryarn® regula la temperatura corporal, expulsando el sudor y manteniendo la piel fresca y seca. Su tecnología D30® ofrece la protección más fina y avanzada frente al impacto. Dispone de dos bolsillos traseros. La parte inferior de la armadura es más larga que los maillots convencionales lo que permite introducirla dentro de los pantalones para maximizar la estabilidad durante el pedaleo.

Tallas: S/M y L/XL.
Peso (talla M): 360g

REF: 708521 (talla S/M)
PVR: 190 €



REF: 702702
PVR: 99,99 €

ALFORJA BASIL SOHO 17L

Alforja Basil Soho Nordlicht con luz LED integrada con diseño de inspiración nórdica. Elegante y moderna está fabricada en un nuevo material impermeable con aspecto de cuero y tacto agradable. Sus 17 litros de capacidad la hacen muy útil para llevar las pertenencias. Dispone de un organizador de neopreno extraíble perfecto para guardar un portátil o una tablet. El sistema Hook-On permite sujetar y desenganchar fácilmente la alforja del portabicicletas. Se puede llevar cómodamente como mochila gracias a sus correas acolchadas de la espalda y los hombros.

Disponible en alforja doble 41 l.
Disponible en varios colores: negro y verde oliva.

CREMA MUC-OFF BADANA ANTES DEL ESFUERZO MUJER 100 ML

La crema de badana Muc-Off de 100 ml para mujer ha sido específicamente formulada para que las mujeres hidraten profundamente su piel para una total comodidad y protección durante largas distancias, en todas las condiciones. Utiliza ingredientes y fragancias naturales. Es antibacteriana y está libre de parabenos. Tiene un pH equilibrado, enriquecido con aloe vera natural, manteca de karité y aceites de girasol. Adecuada para pieles sensibles.

REF: 329041
PVR: 16,99 €



REF: 653416 talla 38
PVR: 169 €

ZAPATILLAS MUJER SIDI ALBA 2 BLANCO

Las zapatillas Sidi Alba 2 están diseñadas ergonómicamente para el pie de mujer y son específicas para el ciclismo de carretera con pedales automáticos. La suela es de carbono tipo Millenium 4 que aporta rigidez y ligereza. Cuenta con el sistema de cierre superior de ajuste milimétrico Tecno-3 system que se complementa con dos cierres de velcro inferiores. Dispone de talón antideslizante el cual es reemplazable.

Disponible en varios colores
Tallas: de la 37 a la 41.

SUSCRÍBETE A tradebike



Estudios de mercado



Noticias de última hora



Newsletter semanal



Ropa para disfrutar del verano y rendir al máximo: estas son las propuestas de Sural

MAILLOT CY-1305W ICON PRO WOMAN + CULOTE CY-1125D CULOTTE DELUXE WOMAN

Maillot de manga corta para ciclismo Icon Pro Woman. El maillot con mangas al hombro de rendimiento total para competiciones y entrenamientos. Los tejidos suaves, resistentes y texturizados, para darte una ventaja aerodinámica. Y diseños actuales y elegantes.

Culote Perfecto para largas salidas y competición. Con tirantes cortados a laser y preformados. Un culote corto Ligero, aerodinámico, resistente y compresivo con acabados LASER e el tirante y en el bajo de la pierna además de su Badana Elastic interface® especialmente diseñada para mujer.



MAILLOT RACE CY-1105W + CULOTE RACE CY-1125P

Maillot de manga corta de alta calidad con una muy buena relación calidad/precio. Adecuado para cada tipo de variante de la modalidad del ciclismo. Fabricados con un tejido capaz de aportar la combinación perfecta de suavidad al tacto, ligereza y resistencia. Te sorprenderá por su alta calidad y gran comodidad con los diseños coloridos y divertidos que necesitas. Para ROAD & MTB.

Culote corto perfecto para cada tipo de variante de la modalidad del ciclismo. Están confeccionados con un tejido capaz de aportar la combinación perfecta de suavidad al tacto, matizado, compresión muscular y resistencia. Con la badana CARBON RACE PORON® con ERGONOMIC SYSTEM.

MAILLOT ICON CY-1305W + CULOTTE ICON CY-1125F

El maillot de manga corta Icon tiene una construcción muy similar al Deluxe Pro, pero con una patronaje distinto en la manga cortada al hombro. Una última tendencia en ciclismo. Es muy ligero y entallado; ideal para largas distancias. Con bonitos diseños, buscando la esencia pura del ciclismo. Tallaje Pro- Race fitting, para una aerodinámica perfecta.

Culotte corto de alta gama para cada tipo de variante de la modalidad del ciclismo. Fabricado en tejido altamente transpirable y confortable, gracias al uso de fibras multi-filamento, elásticas en las cuatro direcciones y con costuras tipo "Flat-lock" para minimizar las rozaduras. Con badana CARBON RACE GEL FOAM COOLMAX®@Woman con ERGONOMIC SYSTEM. Creados con un tejido capaz de aportar la combinación perfecta de suavidad al tacto, matizado, compresión muscular y resistencia.



E-MISION 0 de Sural

Es el plan de la compañía para una menor utilización y una mayor recuperación y desaparición del plástico dentro de lo productivamente posible en todas sus creaciones de productos y producciones.

- Tejidos: el 90% de tejidos ya están producidos con tejido "ECO", que forma parte de entre el 95-98% de la composición global total de la prenda.
- Packaging: Todas sus etiquetas son de Cartón reciclado y reciclable. Todas las bolsas son de Plástico reciclado y reciclable. Los sobres de envío o cajas experienciales están adaptados a sobres de papel cartón.



CAMISETA AC-11 WOMAN SURAL TEAM

Fabricada con Tejido coolplus, elastómeros, de fibras multifilamento. Camiseta ultracómoda y ultraligera. Con mucha elasticidad en las cuatro direcciones y costuras Flat-lock. Tan ligera y cómoda que te olvidarás que la llevas puesta. Con una capacidad de extraer el sudor hacia el exterior, inigualable. Tu compañera ideal para días calurosos.



CALCETINES ACS-SUB

Calcetines altos de caña sublimada y refuerzos en la parte delantera, la cala, talón. Aportan una perfecta sujeción del arco plantar y evitar el movimiento del calcetín, eliminando roces y ampollas. Con diseños actuales, bonitos y divertidos.



Odlo propone cinco productos con la gran calidad habitual de sus prendas textiles

WOMEN'S KINSHIP LIGHT

La camiseta KINSHIP LIGHT para mujer, que ayuda a controlar el clima en una amplia variedad de condiciones, ofrece una excelente gestión de la humedad, propiedades refrescantes naturales y es ligera. Con un elegante estampado inspirado en los diseños tradicionales noruegos, esta camiseta ajustada al cuerpo siempre se siente fresca y suave al tacto gracias a la mezcla de fibras TENCEL™ Lyocell de origen natural. La camiseta KINSHIP LIGHT es una de las capas básicas más versátiles y populares de ODLO, ya que se trata de una prenda cómoda para todas las estaciones del año.



59,95€

WOMEN'S DUAL DRY

El chaleco DUAL DRY para mujer, un elemento esencial para el ciclismo de primavera. Diseñado con la tecnología impermeable Dual Dry de ODLO, este chaleco ligero es una capa exterior repelente al agua. Altamente transpirable, el chaleco proporciona una termorregulación y una gestión de la humedad excepcionales, mientras que su ajuste atlético garantiza una gran amplitud de movimientos. Su ribete altamente reflectante te mantendrá visible en condiciones de poca luz y un bolsillo empacable que te permitirá llevar el chaleco DUAL DRY.



99,95€

CHAQUETA WOMEN'S ZEROWEIGHT DUAL-DRY

En el exterior, un tratamiento DWR (Durable Water Resistant) mantiene alejada la humedad ligera. En el interior, la gestión de la humedad aleja rápidamente el sudor de la piel al tiempo que proporciona una transpiración óptima. Cuando vuelve el buen tiempo, se guarda fácilmente en su propio bolsillo con cremallera para un almacenamiento súper compacto.



129,95€

PANTALONES CORTOS PARA MUJER ZEROWEIGHT



79,95€

Desplázate rápida y con ligereza en tu bicicleta este verano con las mallas cortas de ciclismo ZEROWEIGHT de ODLO. Proporcionan una gran durabilidad y un buen confort de estiramiento a tu ciclismo con estas mallas cortas de punto Tricot Power Stretch Active de gran elasticidad. Construido con el acolchado Silver de ODLO, experimentarás la mejor combinación de comodidad y soporte estable a través de una mayor ventilación y gestión de la humedad, lo que hace que estos pantalones cortos sean perfectos para el ciclismo de larga distancia.

MAILLOT PARA MUJER ZEROWEIGHT CERAMICOOOL



94,95€

Para este verano, encontramos el maillot de alto rendimiento de ciclismo ZEROWEIGHT CERAMICOOOL para mujer. La tecnología CERAMICOOOL DOTS permite que este maillot refresque activamente tu piel en las subidas más duras cuando hace calor. Las propiedades de secado rápido y la excelente gestión de la humedad te mantienen seca y cómoda en las salidas más largas. Cuando estés lista para el descenso, los dobladillos aerodinámicos de las mangas te ayudarán a deslizarte más suavemente a través de los vientos de cara, mientras que los elegantes bolsillos traseros te ofrecen la cantidad justa de almacenamiento para tu recorrido.

NUTRICIÓN DEPORTIVA 2020: UN AÑO PARA OLVIDAR

Una vez más, empezamos el A Fondo hablando del COVID-19, pero es que realmente en lo que a Nutrición Deportiva se refiere, ha tenido una afectación muy importante.

Como siempre que analizamos la nutrición deportiva, es especialmente importante tener en cuenta los deportes de larga duración - de más de una hora y media - donde el desgaste del organismo es mayor y necesita mantener sus niveles de energía y por tanto, ir reponiéndola.

Evidentemente, 2020 supuso una temporada nefasta, demasiados meses sin opción de salir a entrenar largas distancias y lo que es más importante, sin competiciones. Estas son clave para la nutrición deportiva, es el momento en que el atleta busca su mayor rendimiento y por ello cuida especialmente su nutrición antes, durante y después de la prueba. También es un momento clave para dar a conocer y promocionar las marcas de nutrición, ya sea patrocinando la prueba y por tanto, repartiendo miles de muestras a los atletas para que la conozca y la prueben, participando en las expos previas a la competición. También es un buen momento para "hacer trabajar" a los atletas patrocinados promocionando la marca, y en caso de victoria, aprovechar la comunicación de esta.

No hay ninguna duda de que 2020 ha sido un año francamente difícil en el aspecto de

competiciones, y la nutrición deportiva se ha visto afectada muy negativamente. Para las marcas, este fue un año para sobrevivir.

La única parte positiva ha sido que la sociedad en general ha tomado conciencia de la importancia de la salud, de una buena forma física y una buena alimentación. Muchos han empezado o recuperado el hábito de hacer deporte, de cuidarse; de todos ellos, seguro que muchos se quedarán y consumirán.

En cuanto a la suplementación, deberíamos destacar sobre todo los complejos vitamínicos y los productos que refuerzan el sistema inmune (vitamina C, L-Glutamina, 4Fuel, Omega 3, Double Plus+...) ha tenido un buen protagonismo durante la pandemia, el público se ha informado y ha consumido estos suplementos.

Y por último, y centrados en el ciclismo, es obligatorio destacar el gran boom que este ha tenido y todas las repercusiones que esto implica. Porque si hay más ciclistas, evidentemente se empezará a consumir muchos más productos de nutrición específicos. El ciclismo sí es una actividad de larga duración que implica una buena hidratación y nutrición

para no sufrir "la visita del hombre del mazo". Por lo que superado el confinamiento total, las marcas poco a poco han recuperado algunos consumidores.

2021 ha empezado con una tónica diferente, hay muchas ganas de competir y ya se han realizado las primeras competiciones, pero la segunda parte del año promete mucho, con un sinfín de eventos y carreras, y todo ello ayudará a la industria de la nutrición deportiva a recuperar sus antiguos niveles.

Tendencias

El conocimiento sobre la nutrición deportiva cada vez es más importante, las marcas están haciendo auténticos esfuerzos para formar a sus clientes y sobre todo a las tiendas para que actúen a modo de prescriptores. Ya sea con formaciones y cursos específicos o a través de sus webs donde cada vez toman más protagonismo los blocks, videos, y consultas referentes al tema de la formación.

Mayor conocimiento implica mayor exigencia a la hora de elegir los productos y a la hora de ver sus componentes y materias primas. La trazabilidad de los componentes empieza a tomar cada vez más importancia, y la

Los "chutes" de azúcar han pasado a la historia, e incluso se buscan productos de lenta asimilación y entrega energética lentas, estables y sostenidas, sin picos.



concienciación sobre la sostenibilidad también, ya sea a la hora de elegir productos veganos o envases reciclables.

El atleta ya no solo busca rendimiento si no también que los productos sean saludables. Los "chutes" de azúcar han pasado a la historia, e incluso se buscan productos de lenta asimilación y entrega energéticas lentas, estables y sostenidas, sin picos. Productos veganos, productos BIO y orgánicos, snacks saludables...son los protagonistas.

Los productos cada vez son más naturales, sin azúcares añadidos, ni conservantes incluso sin gluten, buscando fórmulas saludables y de fácil digestión que sean sanos y sienten bien.

Cada vez existe una mayor inquietud en cómo nos alimentamos. El conocimiento también lleva a la especialización y a la personalización en la nutrición. Dietas y planes de entrenamiento personalizados con objetivos concretos, y productos personalizados en la medida de lo posible, productos más técnicos. Los deportistas cada día son más exigentes, y en este escenario, los productos de más calidad son los más valorados y reconocidos.

La suplementación debe ser de calidad también y sobre todo ofrecer aquellas vitaminas, o minerales que no podemos encontrar con la alimentación tradicional o que son más

difíciles para el cuerpo de absorber o sintetizar. Los súper-alimentos siguen teniendo un importante protagonismo, así como los productos que refuercen el sistema inmune.

Los productos veganos ya no son una propuesta rara, son una tendencia consolidada y ya casi todas las marcas tienen propuesta para ellos

Los productos veganos ya no son una propuesta rara, son una tendencia consolidada y ya casi todas las marcas tienen propuesta para los veganos, ya sean barritas, geles o proteínas, y ha pasado a ser un símbolo de productos sanos, sostenibles y respetuosos con el entorno.

La mujer está ganando cada vez más protagonismo en el deporte, especialmente en el ciclismo o en el running, y también en la

nutrición deportiva se empezarán a desarrollar algunos productos especiales para ellas, pues existe un gran potencial de crecimiento, siguiendo con los cánones de las dietas personalizadas.

También están cogiendo protagonismo los Packs para pruebas de uno o varios días, donde la marca nos propone los diferentes productos necesarios para afrontar nutricionalmente una competición por etapas, con algunas barritas, geles, productos de hidratación y de recuperación, para una o varias jornadas.

Por último, mencionar los recuperadores, que cada vez son más conocidos, batidos que mezclan hidratos de carbono con proteína (del 30 al 50%) e incluso aminoácidos, ideales para ser consumidos durante los 40 minutos siguientes a la prueba y que ayudan al cuerpo a recuperar más rápidamente, y poder seguir entrenando o compitiendo al día siguiente. No son un producto nuevo, pero si poco a poco cada vez son más conocidos y valorados.

El canal

Ya son pocas las tiendas de ciclismo que no tienen la nutrición deportiva como uno más de los productos y servicios que ofrecen a sus clientes, además normalmente la oferta es de más de una marca, y variada en productos. La tienda física cada vez esta más informada y formada por las marcas y funciona como un buen prescriptor, con un trato personalizado



Foto: Gu

y cercano al cliente. Puede ser también una buena manera de fidelizar a los clientes.

La capacidad de comunicación del canal, sea del tipo que sea, es muy importante. Hay que facilitar al máximo el conocimiento, las características de cada producto, cuando utilizarlo, las cantidades, así como la manera de combinarlas. La digitalización es un hecho, pero la prescripción es imprescindible.

Muchos de los deportistas que compran a través de e-commerce llegan por prescripción de sus nutricionistas, médicos, entrenadores...

También es cierto que el poder picotear diferentes productos en una tienda física y probar diferentes sabores o marcas es uno de los alicientes, siempre y cuando esta ofrezca una buena variedad.

El canal online como ha sucedido en mucho otros sectores cada vez esta ganando más protagonismo, especialmente durante la pandemia, en que el usuario que antes le tenía respeto ahora ya se ha habituado. Muchos de los deportistas que compran a través de e-commerce llegan por prescripción de sus nutricionistas, médicos, entrenadores, que son quienes les resuelven las dudas sobre su

situación particular y así pueden ahorrar tiempo buscando los productos o marcas que les han recomendado.

En ocasiones, la obligación de comprar cajas enteras en algún e-commerce puede ser un freno, pero también es verdad que aquí no hay tallas y por tanto, si sabes el producto que te gusta y estás dispuesto a estocar un poco puedes encontrar buenas ofertas y packs.

Hoy en día, la convivencia entre el on y el off-line en la nutrición deportiva es un hecho, pues existen diferentes perfiles de usuarios y consumidores en ambos canales a los que llegar y ofrecerles lo que necesitan. Ambos canales deben tenerse en cuenta en la

estrategia de la empresa y no puede dejarse a nadie de lado.

A nivel de distribución, las marcas nacionales de nutrición deportiva suelen disponer de estructuras comerciales propias y en ocasiones el mismo comercial dispone de stocks y repone. Las marcas extranjeras, en su mayor parte, han optado por la comercialización a través de distribuidoras.

La nutrición deportiva es un sector en constante evolución y todavía con muchísimo camino por recorrer, pues a pesar de que cada día hay más información, todavía hay muchos deportistas que no conocen y cuidan esta faceta tan importante para rendir bien.



Foto: Lapierre

El sector opina...

La nutrición deportiva según las firmas del sector

Destacadas marcas del sector de la bicicleta responden nuestras preguntas sobre la actualidad y las novedades de la nutrición deportiva.

1. ¿Cómo ha afectado el COVID-19 a la temporada 2020 y a la nutrición deportiva? ¿Y cómo se presenta 2021?
2. ¿Cuáles son las últimas tendencias en nutrición deportiva? ¿Qué potencial de crecimiento cree que tiene?
3. ¿Qué papel juega el e-commerce en la comercialización de la nutrición deportiva?
4. ¿Cuáles son las novedades de tu marca para este año?



PACO BELLVER
BRAND MANAGER

1. A diferencia de la mayoría de las secciones de ciclismo que han experimentado un alto crecimiento en ventas desde junio del 2020, en el ámbito de la nutrición si se ha notado la bajada en las ventas relacionada a la falta de eventos, carreras y marchas ciclistas. Ahora, justo un año después es cuando comenzamos a recuperar todo este mercado, y las previsiones son bastantes buenas.

2. Pensamos que cada vez más el consumidor de nutrición desea más y mejor información nutricional a la hora de elegir su compra, ya no es solo el sabor lo más importante, si no que se mira y se valora la composición de los productos, y desde FullGas creemos que este es la dirección correcta para una nueva alimentación deportiva.

3. En general suele ser cada vez más importante, en particular para FullGas le damos mucha importancia a que nuestros productos estén bien representados y que el cliente final pueda tener el mejor servicio y atención nutricional.

4. Con la experiencia de Jose Antonio Hermida, 4 veces campeón mundial y medallista olímpico, hemos diseñado en FullGas tres packs para afrontar con garantías las distintas modalidades de competición que podremos disputar a lo largo de este año: Single day, 2-4 days y Training camp. Con un precio muy competitivo, los Packs Hermida de FullGas pretenden facilitar la venta de los productos en las tiendas, y a la vez ofrecer un asesoramiento de nutrición e hidratación para afrontar y recuperarse a la perfección ante los retos que el ciclista quiera afrontar, sea cual sea la distancia, ya que el ciclista tiene ya la selección de productos necesarios para que tanto en carreras exigentes de un día de duración, carreras por etapas de 2 a 4 días o carreras o competiciones de una semana o más, el ciclista no tenga que preocuparse de nada más que pedalear. También lanzamos a la venta este verano nuestras nuevas barritas Energy Bar en 3 sabores donde sus 30 gramos nos darán un gran aporte energético además de unos agradables sabores para nuestro paladar, gracias a su base de frutos secos.

¿Como son los packs FullGas de J.A. Hermida?



PACK 2-4 DÍAS

Existen los packs para un solo día, el de 2-4 etapas, y el de 6 días. En Tradebike hemos podido probar el pack 2-4 days, y el resultado ha sido fantástico. Es una idea genial para afrontar una prueba o salida de varios días sin tener que preocuparte demasiado por si nos falta algun complemento alimentario. Con esto nos aseguramos que nuestro cuerpo recibirá lo necesario. Es probable, sin embargo, que cada ciclista ya conozca su cuerpo y prefiera añadir otros productos que sepa que le sientan bien. Por ello, en este pack encontramos productos de todo tipo, y con una explicación muy concreta de cuando debemos usar cada uno (¿antes? ¿después? ¿durante?). Y no nos olvidemos del detalle de los dos bidones y la bolsa de ropa para llevar o guardar las provisiones.

Carbolider Xtreme: Se diluye en el bidón de agua de 750 ml. para consumirlo antes y durante la carrera. Aporta sales minerales y carbohidratos.

Barrita Flapjack: para tomar principalmente antes de la carrera como desayuno. Aporta hidratos de carbono de rápida y lenta absorción.

Barrita Long Energy: para consumir durante la carrera. Aporta carbohidratos de rápida y muy lenta asimilación. Ideal para consumir en dos partes con 30 minutos de diferencia.

Paleo bar: para consumir durante la carrera, es una barrita de asimilación rápida hecha a base de dátil, almendra y coco.

Gel Slow Assimilation: para consumir durante la carrera después de haber consumido las barritas a mediados de carrera. Aporta hidratos de carbono sin cafeína y aminoácidos.

Gel Fast Assimilation: para afrontar la última parte de la carrera. Es un gel con 37 mg de cafeína de rápida asimilación que reduce la fatiga y revitaliza el rendimiento.

Gummy bar: consumir para afrontar el final de la carrera.

Magnesio: para consumir después de la carrera para prevenir lesiones y/o daños musculares.

Full Recovery: suplemento para consumir una vez finalizada la carrera o entrenamiento.



El Sector Opina - Nutrición

SPORTMED



XAVIER LLOBET
MARKETING

1. Para SPORTMED supuso un cambio de ciclo ya que a finales de temporada entraron dos importantes marcas de nutrición como son GOLD NUTRITION y OVERSTIMS que confiaron en nuestro background, experiencia y rigor para potenciar el mercado español. En consecuencia, el 2020 fue nuestro año 0 en nutrición deportiva.

El 2021 se presenta muy positivo, por la reactivación de todo y por la recuperación general. Aunque esta tendencia positiva va poco a poco, estamos convencidos que es y será la rampa de lanzamiento definitiva de la firma portuguesa GOLD NUTRITION y la marca francesa OVERSTIMS. Creemos que por la calidad de sus productos y por sus amplias colecciones, ambas firmas tendrán muy buena aceptación entre los deportistas.

2. Hemos comprobado que se está potenciando mucho la nutrición deportiva de las especialidades endurance, sobre todo, con la aparición de productos BIO. Las marcas están creando productos muy técnicos, con sabores muy golosos y, sobre todo, que no afectan/estresan el sistema digestivo. Están creciendo sus catálogos para ofrecer un sinfín de sabores, formatos... Para todo tipo de especialidades deportivas y perfiles de deportistas. Al ser el primer año trabajando codo a codo con GOLD NUTRITION y OVERSTIMS creemos que su crecimiento será importante en el mercado español.

3. Sin duda, el e-commerce tiene un papel muy importante. No obstante, procuramos trabajar de manera ecuánime y coherente entre el retail físico y el e-commerce. Cuando se acabe normalizar la coyuntura, recuperaremos los tests y acciones con los deportistas para testar/catar los productos de las marcas en tiendas físicas o, en caso de proceder, en tiendas virtuales. Creemos que ahora más que nunca debemos apoyar a TODOS nuestros puntos de venta.

4. En el caso de GOLD NUTRITION sobresalen las nuevas barritas RAW, 100% naturales, veganas y sin gluten, con un exquisito sabor. La nueva fórmula y nuevos sabores del popular FAST RECOVERY, una excelente bebida de recuperación compuesta por proteínas de alto valor biológico y de rápida absorción, sin edulcorantes.

OVERSTIMS ha presentado tres productos BIO como la e-BAR ecológica muy buena y eficaz, las GATOSPORT muffins BIO que es una comida perfecta para antes de una competición o entrenamiento exigente al ser muy energética y de fácil digestión. Finalmente, ha aparecido el nuevo sabor, caramelo salado, de las golosas Energy Balls BIO, un riquísimo tentempié que está gustando mucho entre los deportistas.

GOLD DRINK LIME 1KG --- REF. G061144

Uno de los elementos fundamentales en los deportes de resistencia es la reposición de carbohidratos, agua y minerales. Gold Drink es una bebida isotónica extremadamente sabrosa e hidratante que combina 3 tipos de carbohidratos, previniendo así las molestias abdominales y garantizando el suministro de 217 mg (58% de VRN) de magnesio y otros minerales que perdemos abundantemente a través del sudor, como es el caso del sodio. Producto indicado para: maximizar el rendimiento, prevenir los calambres, prevenir la hiponatremia, evita la hipoglucemia durante el ejercicio físico intenso y evite la fatiga durante el ejercicio intenso. Modo de empleo: beber durante el ejercicio aproximadamente un bidón por hora en pequeños sorbos cada 15-20 minutos. Añadir 56 g (1,5 cazos) a 700 ml de agua mezclar bien y tomar.



FAST RECOVERY FRUTA DE LA PASIÓN 600G --- G061341

Fast Recovery combina proteína de alto valor biológico (en forma de concentrado de proteína de suero de leche) con hidratos de carbono de rápida absorción, para acelerar la reposición de glucógeno. El producto también contiene un total de 15 vitaminas y minerales que están involucrados en el proceso de recuperación así como aminoácidos para asegurar la recuperación muscular y antioxidantes como el extracto de semilla de uva y ácido alfa-lipoico que protegen al músculo de la oxidación extrema. Modo de empleo: beber un batido durante los 30 minutos después del ejercicio. Para preparar simplemente añadir dos cazos 78 gr (2 cazos) a 500 ml de agua. Mezclar bien y beber.



ENDURANCE SALT BAR CHOCO & HAZELNUT 40G [CAJA DE 15 UD] --- REF. EC8890

Barritas energéticas innovadoras que combinan el sabor dulce con la sal. Ideal para el consumo por los atletas de resistencia durante los entrenos y las pruebas. Con su nueva fórmula apta para vegetarianos en los sabores chocolate-avellana y chocolate-cacahuete. La característica distintiva es su sabor salado, proporcionando entre 195-197 mg de sodio por bar. Este reemplazo de sodio perdido durante la actividad física es extremadamente importante, la prevención de casos de hiponatremia (bajas concentraciones plasmáticas de sodio). Contiene lípidos, carbohidratos, fibra, proteína, sodio, tiamina, vitamina B6, la cafeína, taurina, glutamina, BCAA ... además las barritas son una fuente rápida de energía, previene la pérdida de masa muscular. Modo de empleo: consumir una o dos barritas durante el entrenamiento en función de la duración para conseguir una fuente inmediata de energía. Beber agua en abundancia.



EXTREME FLUID GEL STRAWBERRY BANANA 40G (CAJA DE 24 UD) ---- REF. G061288

Combinación de carbohidratos de rápida absorción, que están diseñados para mantener estables los niveles de azúcar en sangre y prevenir la fatiga temprana. Este gel combina Cafeína y Guaraná, potentes antioxidantes de gran importancia en deportes de larga duración y eventos de resistencia. La presencia de guaraná y cafeína ayuda a aumentar el estado de alerta, un efecto ventajoso para cualquier deportista. También se han atribuido al guaraná mejoras en el estado de ánimo y el rendimiento físico. Aunque se piensa que los efectos se deben principalmente a la cafeína, la evidencia también reporta efectos de otros constituyentes, como los taninos, flavonoides y saponinas que le confieren una capacidad antioxidante. Con respecto a la cafeína, también parece actuar a nivel del sustrato energético durante el ejercicio, ahorrando glucógeno y aumentando la movilización de ácidos grasos libres para ser utilizados como fuente de energía. En la fase de recuperación, puede favorecer la reposición de glucógeno. La mayor liberación de beta-endorfinas será otra forma en que la cafeína tiene una acción beneficiosa sobre el rendimiento. Extreme Fluid Gel destaca por su consistencia más fluida, facilitando así su ingestión.



SALT & ELECTROLYTES 60 CAP (1 UD) --- REF. 5001

Salt & Electrolytes, ideal durante los esfuerzos prolongados y en especial si hace calor. Contiene 4 electrolitos (sodio, potasio, calcio, magnesio) y vitamina B6. Cuando se practican deportes de resistencia (esfuerzos de más de 2 horas), en especial si hace calor, se pueden necesitar complementos de vitaminas y minerales. El complemento alimenticio Salt & Electrolytes OVERSTIMS garantiza numerosas funciones, porque contiene: sodio, potasio, magnesio (contribuye al equilibrio electrolítico), calcio, (contribuye al buen funcionamiento muscular) y vitamina B6 (ayuda a reducir el cansancio).



COUP DE FOUET LIQUIDO LIMON 30G (CAJA DE 36 UD) --- REF. 3067

Verdadero concentrado de energía instantánea, se ha forjado una extraordinaria reputación en todas las pruebas difíciles. Es tu aliado ideal para hacer frente a los retos.

El gel energético COUP DE FOUET se utiliza en cualquier momento de una prueba para evitar bajones durante las etapas de esfuerzo intenso (dificultades, ascensos, etc.) y al final del recorrido. Tiene una textura líquida que resulta práctica y agradable durante el ejercicio.

Aporta: energía instantánea, jalea real, acerola y bayas de acaí, vitamina B1 y vitamina B6, que ayuda a reducir el cansancio, es un gel sin conservantes ni colorantes.

HYDRIXIR AOX LIMON - LIMON VERDE 600G (1 UD) --- REF. 1120EX

Fórmula específica a base de carbohidratos y electrolitos aporta una hidratación óptima y permite mantener la eficacia durante todo el esfuerzo(3). Hydrixir antioxidante(2) es una bebida energética isotónica, sin acidez (pH neutro) ni conservantes, que el organismo tolera a la perfección para acompañarte durante la práctica deportiva. La bebida energética(1). Hydrixir antioxidante(2) está formulada específicamente a base de: Electrolitos (sodio, magnesio) para reponer las sales minerales que se eliminan con el sudor durante el esfuerzo, Vitaminas C y B6, que ayudan a disminuir el cansancio y Vitamina E que, al ser antioxidante, contribuye a proteger las células del estrés oxidativo. Sus sabores son 100 % naturales.



GATOSPORT CHOCOLATE 400G (1 UD) ---REF. 5072EX

Aporta una energía gradual y es fácilmente digerible, GATOSPORT MUFFINS BIO está especialmente pensado como última comida antes del esfuerzo. Es la forma más fiable de tomar la salida de una prueba deportiva con la certeza de conseguir el máximo rendimiento. Pueden tomarse hasta 1 hora antes de iniciar la actividad deportiva.

Es un alimento completo y hacen las veces de desayuno o comida antes del ejercicio. GATOSPORT MUFFINS BIO también es un alimento ideal para los esfuerzos de larga duración y puede comerse durante el ejercicio en pequeñas porciones.



226ERS



JESÚS SÁNCHEZ BAS
CEO Y FUNDADOR

1. El 2020 ha marcado un antes y un después. Principalmente a acelerado la venta de todo lo orientado a la salud en general. Ha hecho reflexionar a la población sobre la importancia de gozar de una buena salud y la relación que la salud tiene con una buena alimentación y el ejercicio. En 2020 el mercado estaba muy activo, pero el confinamiento lo congeló. Después del confinamiento, con la flexibilización de las medidas, las ventas repuntaron, tanto que se agotaron las existencias de casi todo en las tiendas. Las tiendas estaban abiertas, pero caso no tenían productos para vender.

2021 ha empezado con mucha actividad, pero es ahora, con el inicio de las competiciones, cuando en nuestro sector estamos viviendo crecimientos exponenciales.

Observamos también que hay mucho movimiento con nuevas aperturas y adquisiciones de tiendas y que las tiendas son cada vez son más especializadas.

2. Lo que percibimos es que la población se está cuidando cada vez más, lo que implica la práctica deportiva y alimentación. Cada vez la gente demanda más información y mira en detalle los ingredientes y tablas nutricionales, y esto hace que muchos se replanteen su alimentación buscando ayuda en tanto en profesionales del sector, como los nutricionistas y entrenadores, como en las tiendas.

Por esto pensamos que la línea de trabajo sobre la que nos movemos desde el inicio de GLUTEN FREE, LOW SUGAR o SUGAR FREE, PALM FREE, VEGAN... y otros tantos conceptos se están generalizando y van a seguir creciendo con más rapidez de lo que lo estaba haciendo hasta ahora.

Creemos que este tipo de alimentación va a ser el modelo de referencia para los próximos años.

3. El e-commerce es un player importante dentro de la nutrición deportiva, pero pensamos que en esta época POST-COVID, las tiendas física están jugando un papel muy importante para aquellos clientes que buscan un asesoramiento personalizado.

Tanto las tiendas físicas como los e-commerce, además de productos, están transmitiendo conocimiento e información sobre las nuevas tendencias en alimentación lo que ayuda a que el consumidor esté más informado y tenga su propio criterio.

4. Siguiendo nuestra orientación al rendimiento, las novedades para este año han sido nuevos sabores de nuestros nuevos geles HIGH ENERGY GEL e ISOTONIC GEL, VEGAN OAT BAR y RACE DAY BAR. También hemos lanzado productos que llevábamos tiempo en desarrollo, pero que no terminábamos de ajustar y encontrar el momento adecuado para lanzar y que están teniendo muy buena aceptación como el SMART FUEL MCT-C8, ENERGY SHOT y PRE-WORK OUT entre otros.

Los próximos lanzamientos que llegarán después del verano están orientados a nuevas dietas relacionadas con salud, pérdida de peso y/o fases iniciales de planificación anual del entrenamiento.

VEGAN OAT BAR



Barritas de avena sin gluten en cinco sabores, Pistacho con Chía, Fresa con Anacardos, Banana bread, Ginger Bread y Coco con Chocolate.

Formuladas con ingredientes naturales de gran calidad y aptas para celíacos y veganos.

Su textura es muy agradable ya que el ingrediente principal son los copos de avena sin gluten que además le aportan grandes propiedades ya que es uno de los cereales más completos por el aporte de carbohidratos, proteínas, grasas, fibras y minerales. Es rica en antioxidantes y beta glucanos, que tienen un efecto prebiótico en el intestino y regulan los niveles de azúcar en sangre.



BARRITA ENERGÉTICA RACE DAY - SALTY TRAIL

Barrita energética de 40g perfecta para tomar durante entrenamientos y competiciones ya que son de textura fácil de masticar y sabores muy agradables.

Las Race Day son una variación de las Endurance Fuel Bar, siendo estas más finas, fáciles de transportar y de masticar.

Aptas para veganos.



226ERS presenta su "combustible inteligente" para deportistas

Nuevo producto de 226ERS, listo para aportar energía durante los entrenamientos y competiciones más duras.

Para practicar deportes de resistencia, hacen falta combustibles externos, productos de nutrición deportiva. Y la marca 226ERS es una de las mayores expertas en el tema. Ahora presenta Smart Fuel, una novedosa fuente energética con textura cremosa, formulada a base de crema de frutos secos, palatinosa, MCT-C8 (triglicéridos de cadena media no hidrogenados procedentes únicamente de coco) y L- Carnitina.

Cuando pedaleemos durante rato, es fundamental mantener los depósitos

energéticos rápidos (glucógeno) casi intactos. Para ello es recomendable utilizar fuentes energéticas más lentas y con mayor carga calórica (ácidos grasos de cadena media que son los más rápidamente disponibles), para retrasar el agotamiento y ser más eficiente metabólicamente. Esto es exactamente lo que nos ofrece Smart Fuel MCT C8, energía prolongada de la máxima calidad.

Este nuevo producto es un combustible inteligente que ayuda a nuestro cuerpo a optimizar dichos recursos aportando un ácido

graso de calidad durante el ejercicio, y así, de esta manera el organismo recurrirá en primer lugar al alimento y no a las reservas, conservando nuestra energía para la última parte del largo entrenamiento o la competición, lo que, además, ayudará a iniciar antes la posterior recuperación.

Smart Fuel MCT C8 cuenta con el sello Cologne List, la plataforma más importante de prevención de dopaje para suplementos nutricionales en el mundo, y se puede tomar durante cualquier sesión larga que requiera de la máxima energía.

Smart Fuel MCT C8

Posee una textura cremosa gracias a su formulación con crema de frutos secos que, aporta unas 120 kcal por gel debido a su alto contenido en grasas y esta formulado principalmente con Palatinosa, MCT C8 y L-Carnitina.

- La Palatinosa (5 g por gel) ofrece una liberación de energía prolongada, durante y después del ejercicio. Además, provoca menos picos de insulina, favoreciendo el uso de glucosa a nivel celular en un tiempo más corto y manteniendo el nivel de azúcar sanguíneo durante más tiempo. Tiene un rápido vaciado gástrico, mejora la digestión y reduce las molestias gastrointestinales.
- El MCT C8 (4 g por gel) procede únicamente del coco, y aporta ácidos grasos de cadena media de calidad superior. Suministra energía continua durante el ejercicio prolongado y ayuda a reducir la acumulación del lactato.
- La L- Carnitina (300 mg por gel) ayuda a transportar los ácidos grasos a las mitocondrias celulares, aumentando el suministro de energía hacia el músculo y favoreciendo un mayor flujo sanguíneo en la zona. También incrementa la producción de cetonas que impiden el catabolismo proteico y ahorra glucógeno muscular, mejorando así el rendimiento, la recuperación y reduciendo el daño del tejido muscular.



Disponible en dos sabores

- Almond & Banana: con almendra tostada y puré de plátano lo que le otorga el sabor de forma natural.
- Hazelnut: con avellana natural tostada sin aromas.

El Sector Opina - Nutrición




JOAN SACRISTÁN
DIRECCIÓN

1. El pasado 2020 ha sido un año que todos deseábamos dejar atrás, pues el confinamiento, las suspensiones de pruebas deportivas, el cierre de gimnasios... todo ha ido en contra del deporte. Desde el sector hemos defendido la importancia que tiene el ejercicio físico sobre la salud, pero no fue hasta muy avanzada la pandemia que la Administración empezó a tener en cuenta esta evidencia. Debido a esa situación, la nutrición deportiva se vio claramente afectada en nuestro país (principalmente en el canal offline), pero sacamos como lectura positiva la preocupación por la salud que ha quedado entre la población, algo que sin duda acompañará a la nutrición deportiva y la suplementación. Si bien los nuevos hábitos de consumo han cambiado en este último año, será trabajo de todas las marcas adaptarnos a las nuevas necesidades de consumo de nuestros clientes en este 2021 para ofrecerles lo que buscan y cuando lo buscan. Debemos estar más cerca que nunca de todos ellos y transmitirles todos los valores de la marca, así como trabajar para desarrollar productos que sigan cubriendo sus necesidades, no solo nutricionales sino también emocionales.

2. En estos momentos el concepto "Clean Label", es decir, con la menor presencia de aditivos y sustancias alergénicas, está cogiendo mucha relevancia, todo motivado por el interés de la sociedad hacia la salud. Además tendencias como el "veganismo", lo "natural", las dietas "keto", los productos bajos en azúcares, así como el refuerzo del sistema inmune (en este último caso, algo derivado sin duda de la pandemia), han cogido mayor relevancia. Sin olvidarnos tampoco de la sostenibilidad y de la preocupación por el medioambiente, algo que las empresas tenemos muy presente en los nuevos desarrollos.

El potencial de estas tendencias dependerá de la penetración que tenga sobre la sociedad, no obstante todo lo que vaya alineado con aspectos "saludables" estamos seguros que tendrá recorrido. Por ejemplo la reducción del azúcar sobre determinados productos así como el uso de ingredientes de origen vegetal.

Desde NutriSport tanto estas tendencias comentadas así como la "sostenibilidad" forman parte de nuestra hoja de ruta y ya hemos implementado importantes cambios, como por ejemplo el lanzamiento de la primera proteína (vegana además) en un envase "compostable".

3. El e-commerce se ha convertido en un canal de venta que ha cogido peso debido al incremento de nuevos usuarios surgidos durante la pandemia, así como por las generaciones que se incorporan al mercado y que viven 100% en un entorno digital, no obstante para NutriSport siempre ha sido muy importante la convivencia entre el on y el off, pues existen diferentes perfiles de usuarios y consumidores en ambos canales a los que debemos llegar y ofrecerles lo que necesitan. Ambos canales deben tenerse en cuenta en la estrategia de la empresa y no puede dejarse a nadie de lado.

4. Este año ha empezado ya con novedades... y más que vendrán. Desde una línea KETO para aquellas personas que desean seguir una dieta "cetogénica", a la reformulación de nuestra VEGAN PROTEIN envasada en un doypack compostable (única en el mercado) y disponible ahora en 3 deliciosos sabores. Pero lo más relevante ha sido el lanzamiento de la línea FOODIEAT, una línea de producto desarrollada para todos aquellos que desean disfrutar de la comida sin remordimientos, pues hemos cuidado del primero al último de los valores nutricionales. FOODIEAT consta de harinas de avena para cocinar, salsas y siropes sin calorías, un postre proteico bajo en azúcares, un bizcocho proteico también con bajo contenido en azúcares... y muchos más productos que veremos aparecer en 2021.

VEGAN PROTEIN

Vegan Protein constituye una nueva fuente de proteína 100% vegetal con un elevado Valor Biológico gracias a la combinación de las proteínas de guisante y arroz, que nos proporcionan un aminograma completo equiparable a otras fuentes proteicas de origen animal.

Enriquecida con minerales como hierro y zinc, y vitaminas: vitamina D, importante para fijar el calcio en los huesos, vitamina C, para potenciar la absorción del hierro, y vitamina B12, esencial para el correcto funcionamiento de nuestro organismo y de vital importancia para personas veganas, ya que únicamente se encuentra en alimentos de origen animal.

Edulcorada con STEVIA y formulada con un bajo contenido en azúcares, es apta para veganos, vegetarianos y también celíacos, y está disponible en tres deliciosos sabores: chocolate & avellana, sabor cappuccino, sabor vainilla & cookies. Su envase es eco-friendly, 100% compostable y sostenible.



KETO MCT OIL

El aceite de MCT es una grasa saludable, y es uno de los complementos más utilizados en las dietas KETO, siendo más interesante aquél que contiene una mayor cantidad de ácidos grasos C8 y C10. Su ingesta en este tipo de dietas favorece el metabolismo de la cetosis, además de constituir una fuente de energía excelente de fácil absorción.

KETO MCT OIL aporta Triglicéridos de Cadena Media (MCT) de procedencia 100% coco, rico en C8 y C10. Puede incluirse en el café del desayuno, en comidas para aderezar ensaladas, o bien, antes de las sesiones de entrenamiento como fuente energética y/o entre horas como aporte de grasa saludable.



Nutrisport se vuelca con la Fundación Esclerosis Múltiple



NutriSport, empresa de nutrición deportiva, ha anunciado que durante el mes de mayo y mediante su proyecto solidario 12MESES 12COMPROMISOS, colaborará con la Fundación

Esclerosis Múltiple, una entidad privada sin ánimo de lucro que trabaja para detener el impacto de la enfermedad en la vida de las personas con esclerosis múltiple y su entorno.

La Esclerosis Múltiple (EM) es una enfermedad crónica y de momento sin cura del sistema nervioso central. Es una de las enfermedades neurológicas más comunes entre las personas jóvenes de entre 20 y 40 años y la segunda causa de discapacidad en los países desarrollados.

Desde la marca, aseguran que su intención es "aportar nuestro granito de arena a una enfermedad que padecen más de 55.000 personas en España, y que la media de diagnóstico es a los 30 años. Para ello destinaremos durante el mes de mayo 1€ de cada pedido realizado a través de nuestra web a la Fundación Esclerosis Múltiple, acompañado de una campaña de visibilidad de la enfermedad en nuestros canales de comunicación."

L-Glutamine 3D es lo nuevo de Nutrisport para el ciclismo más exigente



NutriSport (con más de 35 años de experiencia en el sector) acaba de incorporar dentro de su submarca Invicta una nueva referencia destinada a aquellos deportistas que practican deportes de fuerza o alta intensidad (HIT).

L-GLUTAMINE 3D es un complemento óptimo para la recuperación muscular nocturno y post ejercicio, que combina dos tipos de L-glutamina, L-arginina y vitamina b6. La L-Glutamina es el aminoácido más abundante del tejido muscular, y forma parte de los 20 aminoácidos que intervienen en la formación de las proteínas. Se trata de un aminoácido de tipo no esencial, ya que el organismo puede sintetizarlo. Además, nuestro metabolismo tiene una alta

necesidad de este aminoácido en situaciones de estrés, como por ejemplo durante la actividad física, por este motivo, es uno de los suplementos más demandados entre deportistas, principalmente aquellos que practican deportes de fuerza o alta intensidad (HIT).

Por otro lado, la L-Glutamina no solo contribuye en los procesos de reparación de tejidos musculares, si no que puede ser utilizada como fuente energética por el intestino: gracias a su implicación en el sistema inmune, también puede contribuir en los procesos de defensa a nivel intestinal, ya que el intestino actúa como una de las primeras barreras de protección frente a bacterias y virus.

Llega el sabor más explosivo para las Protein Boom, la Strawberry Cheesecake



Tras su éxito con las barritas proteicas, Nutrisport acaba de lanzar al mercado un nuevo sabor para las Protein Boom. Son unas barritas con una nueva fórmula de NutriSport que aportan energía y proteínas de forma equilibrada. Además, su fórmula no contiene gluten, ni tampoco aceite de palma.

Están disponibles en sabor Cookies & Cream, y sabor ChocoPeanuts y ahora con el nuevo sabor Strawberry Cheesecake. Es una deliciosa barrita con pepitas de frambuesa, cubierta de un irresistible sabor chocolate blanco. La Strawberry-Cheesecake contiene 13 g de proteínas lácteas de alto valor biológico, y su fórmula ha sido enriquecida con diferentes vitaminas y minerales: vitamina B6,

vitamina C y magnesio. Todas ellas se presentan en formato barrita de 49g.

Contienen una cantidad de 12-13 g de proteínas lácteas por barrita, haciéndola óptima para aquellas personas que deseen tanto un buen aporte energético, como un alto contenido en proteínas que contribuyen al mantenimiento y desarrollo muscular. Enriquecidas con diferentes vitaminas y magnesio: vitamina B6 que contribuye al metabolismo normal de las proteínas y del glucógeno, la vitamina C que ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga, y a la protección de las células frente al daño oxidativo, además, el magnesio contribuye al equilibrio electrolítico, al funcionamiento normal de los músculos y a la síntesis proteica normal.



CESC DE BODE
PRODUCT MANAGER

1. El año 2020 ha sido un año complicado a nivel de sociedad en general, dónde la nutrición deportiva, principalmente la de rendimiento y recuperación, se ha visto afectada. Los confinamientos, el cierre de gimnasios y la cancelación de prácticamente todas las pruebas deportivas han afectado mucho al consumo de nutrición deportiva, que se ha visto reducido.

Aunque el año 2021 lo iniciamos con dudas, la mejor de la pandemia y la posibilidad de realizarse eventos deportivos, junto con las ganas acumuladas de deporte, nos han ser optimistas. Estos dos últimos meses ya hemos notado un cambio de tendencia a positivo y tenemos mucha ilusión que siga todo así.

2. La situación del último año nos ha permitido ver que la sociedad en general está concienciándose cada vez más de la importancia de una buena alimentación y eso aplicarlo a la suplementación. Los suplementos sin azúcar y los productos veganos están creciendo en demanda y este año puede ser un punto de inflexión.

3. El e-commerce ha evolucionado de manera natural en el segmento de nutrición deportiva de la misma forma que lo ha hecho en prácticamente todos los sectores. La pandemia y el confinamiento ha empujado definitivamente a la necesidad de comercializar online, permitiendo que los usuarios puedan adquirir de manera rápida los productos que necesitan. Siempre y cuando se haga de manera respetuosa con los precios, es una herramienta que puede convivir con la venta presencial, que siempre ofrece un asesoramiento personal que da un plus extra.

4. Este 2021 lo hemos empezando con el lanzamiento de dos productos: Finisher® Gel UCAN® y Finisher® Barrita UCAN®. Ambos productos son extensión de línea de nuestra marca UCAN®, formulada con Superstarch® (almidón de maíz), carbohidrato de asimilación lenta que proporciona 2 horas de energía sin picos ni caídas bruscas. Con estas dos nuevas presentaciones buscamos facilitar el consumo de UCAN® y poder elegir entre el formato tradicional (batido), en gel o en barrita.

BARRITAS UCAN

Finisher® Barrita Ucan® sabor crema de avellana. Ingredientes: Almidón de maíz (Superstarch®) y crema de avellana. Contiene el ingrediente patentado Superstarch® (almidón de maíz), un hidrato de carbono de absorción lenta que proporciona 2 horas de energía sin picos ni caídas bruscas.



Por 80 g (2 barras)
Valor energético 1305 kJ/313 kcal
Grasas 13 g
 de las cuales saturadas 1,8 g
Hidratos de carbono 39 g
 de los cuales azúcares 7,2 g
Proteínas 2,9 g
Sal 0,58 g
Magnesio 55 mg
Fibra alimentaria 1,6 g

FINISHER UCAN GEL GRANADA

Gel con sabor a granada. También contiene el ingrediente patentado Superstarch®. Ingredientes: Almidón de maíz (Superstarch®), Magnesio, Potasio y sodio.

Sólo para adultos. Gel listo para beber. Tomar el contenido de 1 sobre antes de empezar cualquier actividad física (15 minutos aproximadamente) y repetir la misma toma cada 90 minutos durante la actividad física hasta un máximo de 4 sobres al día. Beber el gel directamente del sobre.

Por 50 g (1 sobre)
Valor energético 239 kJ/56 kcal
Grasas < 0,5 g
 de las cuales saturadas < 0,1 g
Hidratos de carbono 14 g
 de los cuales azúcares < 0,5 g
Proteínas < 0,5 g
Sal 0,25 g
Magnesio 55 mg
Potasio 80 mg
Sodio 73 mg



FINISHER®
 suplementación nutricional oficial



EQUIPO UCI PRO TEAM




JAVIER CÓRDOBA
CEO DE SPORT NEEDS

1. El 2020 ha sido un año duro para todo el mundo y para la nutrición deportiva no ha sido menos. Aún en un año sin competiciones y sin objetivos de entrenamiento, Maurten ha crecido más de un 50% en España, Portugal y Andorra.

Los primeros meses del 2021 han sido la continuación del 2020, pero ahora con la vacuna y con las pruebas confirmando fechas para el segundo semestre del año, ya se nota la activación del sector y este 2021 va a ser un gran año lleno de éxitos deportivos y novedades.

2. Cada vez más el usuario de nutrición deportiva pide un producto de alta calidad (independientemente del precio) para rendir al máximo en sus entrenamientos y competiciones. Maurten se diferencia del resto de las marcas por poner la última hora de la tecnología de la nutrición deportiva en sus productos destinados al usuario final.

Maurten trabaja constantemente con los mejores deportistas del mundo en todas las disciplinas (Equipos WorldTour como Jumbo Visma o Israel Start-Up Nation, Jan Frodeno, Kilian Jornet o Eliud Kipchoge), para cubrir sus necesidades y así desarrollar los productos más tecnológicos al alcance del amateur.

Nuestro potencial de crecimiento es enorme. Ten en cuenta que actualmente sólo tenemos 7 productos en el mercado...

3. El e-commerce, en estos meses de pandemia, ha sido muy importante para nosotros, ya que nuestro crecimiento ha venido de la mano de la venta digital.

Nuestro enfoque en este 2021 es entrar en la tienda Offline especialista. Donde los clientes pueden tocar el producto y ser asesorados personalmente por especialistas del sector.

4. Tal y como os he comentado anteriormente, estamos desarrollando varios productos novedosos con los mejores deportistas mundiales. Por ejemplo, en el Giro el equipo ciclista Jumbo Visma ha estado testeando una de las novedades que en breve saldrá al mercado y en esta edición del Tour de Francia acabarán de testear nuevas variantes de dicha novedad.

Como marca, hacemos una gran inversión en I+D y esto después lo trasladamos al mercado para que el deportista siga mejorando su rendimiento deportivo gracias a la tecnología que incluimos en todos nuestros productos.

La innovación es nuestra base y nuestro principio, o lanzamos al mercado algo innovador o no sale el producto a la venta, esto lo tenemos claro en Maurten.

MAURTEN GEL 100

Este es el primer gel energético del mundo. Esta es una declaración audaz, sin embargo, desde una perspectiva técnica, los geles tradicionales son agua y carbohidratos mezclados en jarabes, los cuales, a menudo contienen sabores y conservantes añadidos.

El GEL 100 es completamente diferente. Es una matriz de biopolímero, con una combinación única de fructosa y glucosa (proporción de 0.8: 1) que permite la captación de hasta 100 gramos de carbohidratos por hora.

El GEL 100 ha sido creado a base de la tecnología de hidrogel y fabricado con seis ingredientes naturales. No contiene colorantes ni conservantes y viene en porciones de 40g las cuales contienen un 60% de carbohidratos, lo que representa una relación alta de peso-energía.



MAURTEN DRINK MIX 320 CAF 100



Cafeína, carbohidratos e hidratación. DRINK MIX 320 CAF 100 lo tiene todo. Un producto sin ningún tipo de conservante, colorante o sabor añadido. Al utilizar la tecnología hydrogel, Maurten ha logrado ocultar el amargor de la cafeína. DRINK MIX 320 CAF 100 contiene 100 mg de cafeína.




Official Fuel Partner

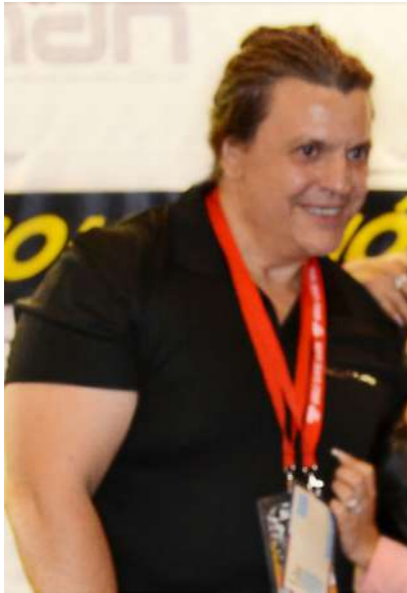


MAURTEN



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO: SPORT NEEDS / CONTACTO: maurten@sport-needs.com

GEN
PROFESSIONAL



FÉLIX IZQUIERDO
CEO

El potencial de crecimiento que tiene nuestro sector es muy amplio ya que lamentablemente la alimentación convencional es cada vez más pobre, menos natural y más procesada. Sí que es cierto que existe la posibilidad de seguir una muy buena alimentación, pero la mayoría de la gente no tiene el chip de invertir en comida de calidad, sino que intenta gastar lo menos posible. Y si no inviertes en comida, esta no puede ser de calidad.

Consecuentemente, cada vez la suplementación cobra más sentido ya que con una alimentación convencional hay muchas personas que se llenan de calorías vacías, grasas saturadas, productos con azúcar y no llegan a los mínimos necesarios para tener un cuerpo saludable. Si a esta combinación le añadimos los requisitos de la práctica deportiva intensa, es evidente que la suplementación cada vez cobra más importancia.

3. El e-commerce es extremadamente interesante para aquellas personas que debido al ritmo de vida que llevan no tienen tiempo a acercarse a una tienda para hacer sus compras. Sin embargo, creo que la tienda física por el momento no va a desaparecer. La gente sigue queriendo disponer de un trato personal y sobretodo obtener un consejo.

Por nuestra parte estamos haciendo un trabajo muy intenso en trasladar la información y los consejos que se obtienen en la interacción personal y la estamos ofreciendo dentro de nuestro e-commerce. Estamos elaborando una gran cantidad de documentos informativos que dan la respuesta a todas las preguntas habituales que los consumidores plantean en el momento de entrar en una tienda física.

Igualmente, estamos dando mucha importancia a combinar los puntos fuertes del e-commerce (inmediatez, disponibilidad a cualquier hora) con el trato personalizado que se puede obtener en una tienda física. Muchos de los deportistas que compran en nuestra plataforma llegan por prescripción de sus nutricionistas, médicos, entrenadores, que son quienes les resuelven las dudas sobre su situación particular y así pueden ahorrar tiempo en el momento de conectarse al e-commerce.

El e-commerce es fundamental y todos tenemos claro que ha venido para quedarse, pero nosotros seguimos creyendo en aportar el trato personal a los deportistas

4. Por un lado, hemos evolucionado en el desarrollo de nuestras barritas energéticas, dando especial importancia a la avena, que es uno de los cereales más importantes a nivel de nutrientes y su aporte de proteína y carbohidratos de calidad. Hemos trabajado en conseguir una barrita que no mancha y se puede llevar en el maillot incluso en ambientes cálidos sin ningún miedo.

Gracias a la nueva relación con Casa Masferrer, estas barritas podrán llegar a muchas tiendas de España y Europa y hemos aprovechado esta situación para presentar dos nuevos sabores: frutos rojos y yogur con limón.

Otra novedad para este año es nuestro Power-UP, que es un energético no solo basado en la cafeína, sino que hemos tenido muy en cuenta la L-inosina y el ácido alfa lipoico (ALA), con lo que hemos conseguido un producto mucho más completo que no energético corriente.

Este producto puede tomarse tanto antes como durante el entreno y viene en un formato de sticks líquidos, que es un formato muy cómodo de transportar y es mucho más respetuoso con el medio ambiente. La finalidad de este producto es la de ser usado en deportes de corta duración o bien conseguir un último empujón en las modalidades de resistencia.

Por último y no por eso menos importante, hemos evolucionado nuestro producto MinGEN para disponer de un producto con un aporte mineral muy superior a otras opciones que existen en el mercado. Hemos respetado la fórmula anterior ya que consideramos que es fantástica y la novedad es que ahora usamos unas cápsulas que se disuelven directamente en el intestino delgado en vez de hacerlo en el estómago ya que de esta manera podemos conseguir un mayor aprovechamiento de los minerales.

1. Si partimos de la base de que todos los problemas se convierten en una oportunidad, yo considero que el COVID-19 ha hecho a la nutrición deportiva más fuerte. Mucha gente hoy en día sabe de la importancia de los suplementos, cuando antes posiblemente no era tan consciente.

Ahora que empiezan a surgir los efectos de las vacunas, no quita que tengamos que seguir haciéndonos fuertes no solo contra el COVID sino contra todas las vertientes que vienen nuevas. Y la mejor manera de hacernos fuertes es potenciando nuestro sistema inmune.

Mucha gente ha tomado consciencia de la importancia que tiene una buena alimentación como la que podíamos tener hace unos 40 años. Sin embargo, hoy en día esta alimentación no es tan buena y si además le sumamos el desgaste ocasionado por la actividad deportiva, se hace indispensable reforzar el organismo.

Al fin y al cabo, el COVID no mata, lo que hace es debilitarte, y si tu sistema inmunológico no es fuerte puede derivar en alguna enfermedad que es la que te acaba matando, y por eso la población general está descubriendo lo que los deportistas ya sabían: que es importante hacer deporte, comer saludablemente y evitar debilitarnos... y es en este punto donde cobra especial importancia la suplementación.

Este 2021 se presenta como un año en el que la gente es más consciente de la importancia de la suplementación y deben incidir más en ello.

2. Las tendencias son los productos 'fit', los productos 0,0 y en especial los productos para veganos. Pero yo considero que no debemos entrar en la espiral de estos productos generalistas, sino que la tendencia siempre tiene que ser la suplementación de calidad y sobretodo debemos ofrecer lo que no podemos encontrar con la alimentación tradicional: si lo que aportamos es más de lo mismo, entonces no tiene mucho sentido. Es vender por vender.

Lo prioritario es que, si sacamos un suplemento al mercado, ese suplemento tiene que aportar algo a las personas. Si alguien tiene que recurrir a la suplementación, lo importante es que ese suplemento aporte algo que no puede aportar la nutrición convencional... y esa es nuestra prioridad.

Gen perfecciona la nutrición para deporte de competición con sus productos

GLUCOGEN

Tal y como su nombre indica, se trata de un re-cargador de glucógeno que incrementa la producción y los niveles de energía. Una de sus principales novedades es la utilización de aromas naturales micro encapsulados que se mantienen totalmente frescos hasta el momento de la disolución con el agua.

Proporciona energía para mantener el rendimiento deportivo durante los entrenamientos y competiciones de resistencia.

Recuperador energético a base de hidratos de carbono



NITROGEN

Este producto contiene agua de mar que es especialmente atractivo al contener los 119 elementos de la tabla periódica en la misma proporción que se encuentran en nuestras células multiplicado por cuatro. AquaGEN te proporciona tanto energía de liberación lenta con la palatinosa como energía de liberación rápida con la ciclodextrina, pero con un índice glucémico bajo. Contiene BCAA y glutamina para ayudar en la reparación de los tejidos musculares.

Mucho más que un isotónico



EVOGEN

Con EVOGEN, la marca ha querido hacer llegar a las modalidades de resistencia las ventajas de otros de sus productos de una forma fácil de transportar y tomar. Un gel de 40 g que mantiene tu insulina estable mientras recargas los nutrientes necesarios.

Geles especiales para pruebas de resistencia



Beneficios

- Proporciona energía para mantener el rendimiento deportivo durante los entrenamientos y competiciones de resistencia.
- Ayuda a prevenir la hipoglucemia y facilita el mantenimiento de los depósitos de glucógeno.
- No incrementa los niveles de glucosa en sangre, ni los niveles de insulina.
- Proporciona una mayor resistencia a la fatiga.

BARGEN COMPETITION

Barritas que no manchan
Ideales para competir

Como bien indica su nombre, es una barrita para usar durante la competición. Su peculiaridad es que no tiene una cobertura de ningún tipo y con el calor o el contacto, no se deshace y no mancha. Además, se presenta en porciones pequeñas de 60 g con lo que en las pruebas de resistencia te permite hacer pequeñas cargas de carbohidratos, imprescindibles para mantener la energía.



Beneficios

- Cada barrita te aporta 274 Kcal.
- Te inyecta la energía que necesitas, tanto para tu recuperación, como para disponer inmediatamente de energía durante tus entrenos de larga duración.
- Fuente de hidratos de carbono, proteína, y grasas esenciales.
- Aporta 6 de los 8 aminoácidos esenciales.
- Fuente de vitaminas y minerales naturales.

Pre-entreno, energía y recuperación inmediata



Beneficios

- Cómodo y práctico de llevar, además de respetuoso con el medio ambiente.
- Fórmula líquida de acción rápida como pre-entreno o intra-entreno.
- Contiene cafeína, inosina, L-carnitina, ALA, taurina.
- Fuente de vitaminas B1, B3, B6 y B12.

POWER-UP

El nuevo pre-entreno de GEN Professional en sticks líquidos de 10 ml te proporciona energía de absorción rápida. Este producto está pensado tanto para deportes de una hora de intensidad como para darte un aporte de energía extra en pruebas más largas.

El Sector Opina - Nutrición



JUAN ANGEL FERNANDEZ
TEAM LEADER SALES
SHIMANO IBERIA

El e-commerce es sin duda un gran dinamizador pero la tienda tradicional, los minoristas, tienen un papel totalmente protagonista que aporta cercanía, conocimiento y prescripción para el usuario, lo que sin duda es de vital importancia para nosotros y queremos seguir potenciando.

4. El departamento de desarrollo de producto de SIS está en continuo desarrollo, siempre escuchando al mercado y a los equipos con los que colabora como el INEOS Grenadier.

Para este año podemos destacar las Energy Bakes de SIS, un claro ejemplo de cómo un producto de alta tecnología nutricional es capaz de aportar 30 gramos de carbohidratos en un formato de fácil digestión, además de proporcionar 10 gr de fructosa con solo 190 kcal (2:1 maltodextrina:fructosa).

Otra de las joyas para este año, es la nueva Proteína Overnight de SIS, la cual juega un papel imprescindible en las pautas de recuperación de nuestros atletas. Está fabricada con proteína de leche de alta calidad en una mezcla 50:50 con aislado de proteína de suero de leche con gran sabor, lo que proporciona una fuente de proteínas de digestión lenta con un alto perfil de aminoácidos para apoyar el crecimiento muscular y la recuperación mientras dormimos.

1. Para nosotros este año es un gran momento pese al Covid-19 ya que empezamos a comercializar Science in Sport (SIS) en España y la respuesta del mercado está siendo inmejorable. La recuperación de la movilidad y las pruebas deportivas y eventos están dinamizando de nuevo el sector, por lo que esperamos un buen segundo semestre con mayor rotación de producto.

2. Desde nuestra experiencia vemos una verdadera evolución muy positiva hacia la nutrición más técnica. Los deportistas, tanto profesionales como amateurs, cada día son más exigentes y en este escenario los productos de más calidad son reconocidos. Las estrategias de hidratación y recuperación ya no son solo para los atletas profesionales, por lo que ir más allá del aporte energético es la clave. Todos queremos lo mejor para nuestro organismo y en este sentido, SIS elabora sus productos con las mejores materias primas y cumple con todos los estándares de calidad, buscado siempre el equilibrio entre rendimiento y salud.

A pesar de que la competencia en este segmento es importante, con SIS tenemos una ventaja; la altísima calidad de las materias primas que utilizamos para elaborar nuestros productos. Si a esto le sumas la situación favorable que estamos viviendo con la popularización de la nutrición deportiva avanzada, nos obliga a ser optimistas y creer en un crecimiento sostenido durante los próximos años.

3. Desde Shimano Iberia como distribuidor de SIS en España, consideramos muy importantes todos y cada uno de los canales que manejamos, puesto que cada uno cubre unas necesidades esenciales. La capacidad de comunicación del canal, sea del tipo que sea, es lo más importante. Tenemos que ser capaces de facilitar al máximo el conocimiento y las características de cada producto, así como la manera de combinarlos.



El Sector Opina - Nutrición



JORDI CLAPÉS
BRAND MANAGER

1. Normalmente la temporada más fuerte de venta en nutrición deportiva, se encuentra en los primeros 6 meses del año. En 2020, no será así, la segunda parte del año será la de mayor venta, ya que la nutrición deportiva, en su parte más endurance focus, está muy relacionada con la celebración de eventos. Y en este caso, los grandes eventos endurance de la temporada se van a celebrar todos entre Septiembre y Noviembre.

2. Productos veganos, productos BIO y orgánicos, snaks saludables, productos personalizados en la medida de lo posible a la mujer..tiene un buen potencial de crecimiento, cada vez existe una mayor inquietud en como nos alimentamos; tener una dieta y plan de entrenamiento personalizado

3. Clave, los principales players han aprovechado la pandemia para reforzar sus estructuras digitales, hoy es clave tener un mindset digital, quien no lo haga va a quedarse rezagado, si no lo ha hecho ya.

4. Justo las vereéis más adelante. Lanzamos la Etixx High Protein Bar, con proteínas de alta calidad, baja en azúcares, alta en fibra. Ideal para afrontar tus entrenamientos de fuerza, o para recuperarte de sesiones de potencia. También el Etixx Energy Gel DOUBLE-CARB. Un gel creado para l@s atletas más exigentes de larga distancia, con una formulación exquisita para dar más energía sin molestias estomacales. También hemos lanzado Etixx Magnesium 100% Bisglycinate, el que probablemente es el Magnesio mejor formulado e indicado del mercado para l@s atletas de resistencia.





CARLOS JAREÑO
BRAND MANAGER



1. Como consecuencia del Covid-19 y como era de esperar, la nutrición deportiva sufrió una deceleración importante a nivel comercial, mejoró notablemente con la reapertura de las tiendas, pero sin llegar al nivel anterior a la pandemia, uno de los principales motivos ha sido debido a la restricción de carreras y marchas durante este periodo, afortunadamente todo esto está empezando a regularizarse y podemos empezar a disfrutar de nuestro hobby al 100% y a planificar nuestra preparación en base a los objetivos que nos marquemos marcados.

2. Lo que si se ha notado durante este periodo de confinamientos ha sido un incremento de la demanda de referencias que refuerzan el sistema inmune, como la vitamina C, L-Glutamina, 4Fuel, Omega 3 Double Plus++ y otros muchos del catálogo NamedSport. Teniendo en cuenta que NamedSport nace como complemento estratégico de una farmacéutica italiana dedicada a la medicina natural (NAMED). Sin duda toda esta experiencia y conocimiento en cuanto a materias primas, beneficios y aportes son aprovechados para ampliar la gama de productos, ofreciendo al consumidor diferentes posibilidades, según sus necesidades.

3. Es cierto que los e-commerce han salido reforzados de la situación en la que hemos estado envueltos durante la pandemia, restricciones, falta de movilidad etc... y como es lógico es una vía de negocio que debemos atender y estar atentos a su evolución con la nutrición deportiva, ya que son un escaparate accesible a todo el mundo. Por otro lado no debemos olvidarnos de las tiendas físicas y dotarlas de recursos para que la nutrición deportiva sea una parte importante de su negocio ya que ellos ofrecen una atención personalizada y un trato cercano a sus clientes. Para ello y con el objetivo de impulsar el conocimiento sobre nutrición, tanto entre los profesionales del sector como entre los aficionados al ciclismo en general, hemos creado un Programa de Webinars Nutrición en Ciclismo, que se está desarrollando a lo largo de todo el año en colaboración con los establecimientos que están trabajando con la marca. En estos webinars se están tratando asuntos como la salud inmunológica, estrategias de hidratación, recuperación postentrenamiento o nutrición enfocada a los distintos momentos de la temporada, entre otros.

4. Recientemente hemos incorporado 2 nuevas barras a nuestro catálogo: una barra de proteína la Rocky36% Protein Bar y una energética, la Natural bar.

La Rocky 36% protein bar aporta un 36 % de proteína de la leche y la soja, con tres capas, con crocante de soja y cobertura de chocolate. Ideal para un delicioso tentempié entre comidas, con bajo contenido de azúcar y fácil de llevar para la recuperación posterior a la actividad física o para aumentar el aporte diario de proteínas. Cada barra nos aporta 18 gramos de proteína, tiene un alto contenido en fibra, bajo contenido en azúcar y disponible en 5 sabores.

Por otro lado, la barra Energética Natural Bar está compuesta a base de una combinación de frutas y verduras que garantiza un aporte elevado en fibra, un excelente aliado para el funcionamiento correcto del intestino y para el bienestar de todo el organismo. Están disponibles en 3 sabores.

Otra de las mejoras que ofrece NamedSport y podemos ver con el conocido pack de HydraFit de 400g encontrarás de regalo el primer bidón de agua biodegradable HYDRA2PRO. No daña el medio ambiente. Es así como uno de los objetos simbólicos del ciclismo se transforma y se hace coherente con la filosofía eco-friendly del deporte más famoso del mundo por su conexión con la naturaleza: NAMEDSPORT> EL NUEVO BIDÓN RACING SPORT HYDRA2PRO está fabricado con material innovador, inodoro, suave y resistente al mismo tiempo, es apto para el contacto con alimentos según las normas europeas CE y americanas FDA y es 100% BPA Free. Al mismo tiempo, la biodegradabilidad de la botella no afecta a las propiedades físicas y características del producto, que se mantienen inalteradas en comparación con una botella deportiva tradicional.



NAMEDSPORT HYDRAFIT

Bebida que mezcla de carbohidratos, sales minerales y 9 vitaminas, diseñada para la preparación de una solución electrolítica hipotónica (osmolaridad 190 mOsm / l), ayuda a compensar las pérdidas hidrosalinas por sudoración profusa durante la actividad física intensa. Sabor refrescante que calma la sed. Aporta magnesio y el potasio contribuyen a un mejor funcionamiento muscular, y las vitaminas C y B6 que ayudan a combatir la fatiga y la astenia. Uso: diluir 20 g de producto (dos cucharadas rasas), en aproximadamente 500 ml de agua. Preferiblemente, tome de 50 a 100 ml a intervalos regulares (aproximadamente cada 15 a 20 minutos). La ingesta recomendada es de 3 dosis al día, o 60 g de producto total. Para tomar antes y durante la actividad física para mantener una buena hidratación.



NUEVO SABOR SANDÍA

ISOTONIC AND RECOVERY

- ✓ Carbohidratos de rápida y lenta absorción
- ✓ Vitaminas y Electrolitos

- ✓ Proteína Whey y Aminoácidos
- ✓ Electrolitos y MSM

SURBIKES



ISAAC REINA
PARTNER

1. El comercio y el transporte mundial se ha visto afectado por las restricciones ocasionadas por la pandemia, esto también incluye el transporte de nuestros productos Torq ya que provienen de Gran Bretaña. Para dar más "aliciente" a esta situación nos encontramos con la imposición de un Brexit y sus consecuencias aduaneras. El tema del transporte poco a poco va volviendo a la normalidad, toda la burocracia del Brexit con respecto a nuestros productos esta solucionada y con la apertura de eventos, pruebas, carreras...etc. esperamos que la temporada 2021 vuelvan la ventas a la normalidad. Cuando hay carreras, los productos energéticos se vende más, y por ello apostamos.

2. Sin duda alguna los productos energéticos de calidad. El cliente solicita alimentación que sea natura, que no tenga colorante, conservantes, gluten free y cada vez más que sean aptos para veganos. Afortunadamente Torq apuesta desde siempre por este tipo de productos y podemos ofrecer al cliente lo que necesita. El potencial de crecimiento es enorme, los deportistas cada vez tiene más conocimiento de lo que necesitan y saben cuál es diferencia entre comer y nutrirse.

3. Fundamental, como otros tanto productos ofrecido via on line en el mercado. Es indudable que el crecimiento ha sido positivo y como comentamos antes, es también porque el cliente sabe lo que quiere, lo busca y lo compra. No se conforma con coger las dos primeras barritas que encuentra en su tienda. Afortunadamente somos más exigentes cuando de comer se trata.

4. Nuestras barritas Flap Jack, de reciente aparición en el mercado, son las barritas con la mejor aceptación que hemos tenido. Es un producto indicado para salidas en bici, rutas de senderismo por el monte o simplemente como snack saludable para comer algo entre horas. Estas barritas son orgánicas y aptas para veganos, al igual que otros productos como el Vegan Recovery que están teniendo mucha aceptación entre los deportistas.

Vic Sports



JOSEP COROMINAS
CEO

1. El Covid en un primer momento afectó a la nutrición deportiva, Hubo un parón generalizado por parte de tiendas y también de consumidores, hasta que afortunadamente se reactivó y continuó creciendo. No obstante, esto ha significado el tener que adaptarnos a la nueva situación y a las nuevas demandas.

2. Con respecto a las últimas tendencias podemos decir que llegan por una parte los productos más técnicos para los que buscan rendimiento y otros productos compatibles con una vida sana. La proteína tiene aquí su papel para ayudar a la recuperación y al control del peso. La fibra también aparece como factor de bienestar intestinal para los que quieren un tentempié saludable. Para los vegetarianos y veganos, hay opciones para el ejercicio o para el día a día que contienen ingredientes naturales muy seleccionados. La hidratación es clave. Los electrolitos se transforman en parte esencial de ella en esta época del año. En todos los casos, el sabor y la textura tienen un papel muy relevante.

3. La conveniencia de la compra hace que el E-Commerce sigue creciendo. Todo está a tu alcance en la pantalla y te lo traen a casa. La nutrición deportiva no se queda atrás. Es una opción para rellenar la cesta y subir el tique medio. Igual que en una tienda física. Aunque parezca mentira, aún una asignatura pendiente para muchos.

4. Las barritas ProteinPlus Fibra añan proteína y fibra, los geles PowerGel aumentan su variedad en sabores y cafeína en su composición, los isotónicos Isoactive e Isomax muestran más sabores y formatos y los tubos de 5 electrolitos pueden ir en tu bolsillo.



Vic Sports selecciona 5 productos de PowerBar para completar tu nutrición

POWERBAR PROTEIN PLUS FIBRA

La barrita PowerBar ProteinPlus Fibra es una perfecta alternativa para tomar tras el esfuerzo o como tentempié. A su contenido en fibra que ayuda a la reconstrucción muscular, ahora se añade la fibra alimentaria para ayudar a regular el tránsito intestinal. Con la salud en mente, su contenido en azúcar es de sólo 1,2 gramos por barrita y es apta para vegetarianos.



Aquí puedes comprar las barritas proteicas



POWERBAR ENERGIZE ADVANCED

La barrita energética de PowerBar se reformula con mejor sabor y textura. Su mezcla C2MAX de carbohidratos proporciona la energía necesaria por su relación 2:1 de glucosa y fructosa, sino que aporta sales como el sodio y el magnesio. Los novedosos sabores ahora incluyen Choco/Avellana y Mocca/Almendra



Aquí puedes comprar las barritas Energize Advanced



Aquí puedes comprar las PowerBar Powergels



POWERBAR POWERGELS

Desde 1996 el gel en el que los deportistas de alto rendimiento confían es el PowerBar PowerGel. Usa la fórmula de combinación de hidratos C2MAX con glucosa y fructosa. También aporta 200mg de sodio para rendir con salud. Son aptos para veganos y los hay con cafeína para ese último punch.

BEBIDAS ISOTÓNICAS POWERBAR

Cuando la temperatura y el nivel de esfuerzo son altos, la hidratación es imprescindible. Hay que complementar el agua con los preparados de PowerBar Isoactive o Isomax, este último con cafeína y arginina. Ambos aportan carbohidratos C2MAX y los cinco electrolitos básicos para la salud.

Aquí puedes comprar las PowerBar Isoactive



TUBO 5 ELECTROLITOS POWERBAR

Los formatos grandes de bebidas isotónicas permiten prepararla antes de entrenar o competir, sobre todo con calor. Pero para poder disponer de ella en cualquier sitio, el tubo de cinco electrolitos de PowerBar con 10 tabletas puedes llevarlo en el bolsillo. Disponible con y sin cafeína.

Aquí puedes comprar los electrolitos de PowerBar





ÁNGEL RODRIGUEZ
DIRECTOR COMERCIAL
DEL CANAL RETAIL



1. La temporada 2020 ha sido un periodo totalmente atípico como consecuencia de los efectos de la pandemia. Para Weider también ha sido un año de aprendizaje pese a sus 83 años de historia. Al igual que en otros sectores del mercado, hemos sufrido un periodo de adaptación constante con el fin de redefinir estrategias ágilmente.

En Weider tenemos diversas categorías de producto, cada una de ellas orientada a una tipología de cliente. El nivel de canal, las transacciones a nivel e-commerce se han aumentado al igual que en otros sectores. En lo que respecta a la tipología de producto, destacar el aumento en la demanda de nuestra categoría de nutrición especializada y funcional para el hogar que no está ligada únicamente al deportista.

2021 esta siendo un año de vuelta progresiva a la normalidad. Todos estos aprendizajes nos servirán para poder orientar el negocio y seguir apostando por la diversificación siempre dentro de nuestro sector. A nivel general, 2021 será un año clave a nivel de nuevos lanzamientos.

2. Según los datos que manejamos, el sector seguirá creciendo durante los próximos años. La transparencia a nivel información nutricional y el aporte de valor añadido será fundamental. Nos encontramos en un mercado donde el consumidor está cada vez más informado demandando a la vez productos más técnicos. Victory Endurance, como marca líder, quiere seguir este camino y ayudar a nuestros fieles consumidores a cumplir su objetivo con el apoyo de nuestros profesionales y atletas.

3. El E-Commerce juega un papel muy importante y más después de la pandemia donde muchos consumidores incrementaron el número de transacciones online a través de plataformas especializadas. Todo el mundo busca y compara información a través de internet. Los portales E-commerce se han convertido no solo en tiendas, sino también en fuentes de información donde el consumidor se forma, compara y aprende de forma ágil y flexible. Internet es un canal que ya se ha establecido y que convivirá con los comercios tradicionales quienes desafortunadamente se han visto muy impactados por la pandemia. Desde Weider, queremos apoyarles a crecer su negocio y ofrecerles nuestras marcas, entre ellas Victory Endurance.

4. En Primer lugar, hay que destacar que ahora mismo acabamos de lanzar un producto de cafeína natural: caffeine tablets. Se trata de un formato sencillo de tomar, tabletas muy pequeñas fáciles de tragar que aportan 80 mg de cafeína por porción. En segundo lugar, estamos desarrollando unos geles con y sin cafeína en un formato muy innovador, fácil de tomar y transportar. Carbo energy boost te aportarán la energía que necesitas para tiradas largas. Por último, ahora con el calor más que nunca se necesita hidratación y estamos desarrollando una bebida isotónica super completa. Una bebida especializada ready to drink en un formato muy cómodo.



JOSE LUIS LÓPEZ FUERTES
CEO



1. Las previsiones para 2020 eran de crecimiento del mercado en general y aunque después del confinamiento con la reanudación de la actividad deportiva y comercial, la demanda se disparó, el año se ha cerrado con un crecimiento menor del previsto. La ausencia de competiciones y la incertidumbre han influido sobre el consumo.

Históricamente tras las crisis, el deporte sale reforzado por los beneficios que conlleva sobre la salud física y mental, así como nexo de convivencia entre la sociedad. Esto unido a la activación progresiva de competiciones, la emoción de los JJOO y JJPP, presenta el año 2021 como el inicio de un nuevo impulso de crecimiento del sector.

2. Desde 2018 destaca un especial interés por ofrecer soluciones a los deportistas veganos, siendo a día de hoy una tendencia consolidada. Prácticamente todas las marcas disponemos de productos para su consumo. Por otra parte, los deportistas siguen adquiriendo conocimientos y son más exigentes en la búsqueda de productos efectivos y seguros, sin artificios. En nuestra opinión, podemos decir que la autenticidad de lo que vendemos y como lo vendemos, supone una tendencia al alza.

Creemos que existe un gran potencial de crecimiento y que este depende en gran medida de la capacidad de evolución de las marcas para cubrir las necesidades reales de nuestros clientes. En este sentido, la innovación con respaldo científico jugará un papel muy relevante.

3. Como en todos los sectores, resulta imprescindible. Facilita la compra al usuario desde la comodidad de su domicilio y precisamente, la pandemia, ha incrementado la demanda de este servicio, aunque al menos en nuestro caso, consideramos igual de importante apostar por el retail, ya que reúne otras ventajas de interés para el usuario.

4. Acabamos de lanzar ND4 Gel Triple Zero, un gel con altas prestaciones ergogénicas sin sabor añadido, sin colorantes y sin edulcorantes. Nuestros seguidores y colaboradores demandaban un gel con estas características y ha tenido una gran aceptación. Aparte del restiling de algunas fórmulas que ya han ido saliendo, estamos trabajando sobre una nueva incorporación en la familia ND4, que en un espacio muy corto de tiempo, se ha convertido en otro buque insignia de la marca.

NEWNUEVO

ISOTONIC GEL





Por Ricard Perez
Director de Desarrollo de Negocio
de GEN Professional

“...requiere poder disponer del máximo posible de información acerca de nuestros clientes para así generar una propuesta de valor en cada deportista.”

La hiperpersonalización en la nutrición deportiva

Los usuarios ya no tienen suficiente con ver su nombre en el mensaje de los emails que reciben o poder tener una lista privada de canciones. Como clientes nos estamos acostumbrando a que las marcas nos conozcan y ya no les dedicamos nuestra atención a no ser que su propuesta sea realmente útil para nosotros. En otras palabras,

“No me quieras vender lo mismo que a los demás. Quiero que me descubras ese producto especial que ha sido diseñado especialmente para mí.”

La constante evolución en la relación que tienen las grandes compañías con sus clientes nos ha llevado a que la mayoría de nosotros esperamos obtener un servicio lo más personalizado posible y esta hiperpersonalización está llegando también a la comercialización de productos. ¿Te imaginas consultar todo el catálogo de Amazon sin tener recomendaciones basadas en tu historial? ¿Te han sorprendido las canciones que te descubre Spotify y que ni siquiera conocías? ¿Recuerdas las latas personalizadas de Coca-Cola con distintos nombres?



Los beneficios que conlleva la hiperpersonalización para las empresas van desde el incremento de la fidelidad de sus clientes hacia la marca, a la optimización de la oferta, pasando por una mejora en la eficiencia de la estrategia comercial, un incremento de las ventas y la captación de nuevos clientes, entre otros muchos.

¿Qué es la hiperpersonalización?

La hiperpersonalización es una táctica nacida en el campo del marketing que se basa en el uso de tecnologías como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas y el machine learning para recabar y procesar los datos de los usuarios, tanto demográficos como de comportamiento.

Ahora las empresas tienen más acceso que nunca a los datos acerca de los clientes y de su comportamiento de compra, por lo que es muy sencillo sa-

ber qué les interesa. Por ello, las compañías han de aprovechar estos datos en su estrategia empresarial, respetando siempre su privacidad.

La finalidad del tratamiento de toda esta información es la ultraperpersonalización de las interacciones entre marca y cliente. Se estima que el 90% de los consumidores está dispuesto a ceder información personal a las empresas si, a cambio, obtiene descuentos y gana en comodidad al hacer sus compras. Además, más del 72% de los clientes reconoce que solo interactúa con los mensajes comerciales que recibe si estos son personalizados.

“¿Quieres que te dé mis datos personales? Ok. Yo te doy mis datos y tú me devuelves una propuesta que no pueda rechazar. Me conoces a mí y conoces tu catálogo de productos, así que cúrratelo un poco para venderme el producto que realmente necesito y no el que tienes a punto de caducar.”

La clave en toda esta estrategia la tenemos en el prefijo hiper ya que la personalización (sin prefijo alguno) no es nada nuevo. Estamos acostumbrados a recibir correos electrónicos que citan nuestro nombre en el asunto, y a que los e-commerces nos recuerden los productos que hemos consultado durante la sesión de navegación. Entonces, ¿en qué medida supone la hiperpersonalización un avance respecto a estas aplicaciones tradicionales?

La principal novedad de este enfoque reside en la granularidad de los datos que se manejan. Los sistemas no solo tienen en cuenta el qué, sino también el cuándo y el dónde. Se deben extraer conclusiones acerca de los intereses del usuario para construir los mensajes y propuestas más efectivos. Los intereses de los clientes están vivos y van evolucionando a lo largo del día y de la temporada deportiva, así que es nuestra tarea estar allí en el momento preciso.

Hiperpersonalizar la nutrición deportiva para satisfacer las necesidades reales

En algunos sectores muy digitalizados la hiperpersonalización es una realidad y eso se traduce en clientes altamente fidelizados y que actúan como prescriptores de la marca. Sin embargo, el sector de la nutrición deportiva todavía no ha abordado el desafío de la hiperpersonalización, sino que nos

hemos quedado anclados en las recomendaciones individuales que realizan los nutricionistas a sus pacientes.

“Las dietas personalizadas que pueda realizar un profesional del sector son, como su nombre indica, una acción de personalización. La tarea de desarrollar la hiperpersonalización en la nutrición deportiva es una responsabilidad de las marcas, especialmente de aquellas que ya disponen de la máxima información sobre sus clientes.”

El primer paso para que las marcas del sector de la nutrición y la suplementación deportiva puedan abordar un plan estratégico de hiperpersonalización es simplificar algunos de sus productos. Eliminar ingredientes extra de algunos productos de nutrición nos permitirá a tener un menor número de interacciones.

¿Cómo vamos a decirle a un deportista que nuestro producto es exactamente lo que él necesita si en la lista de ingredientes hemos metido varios elementos a los que es alérgico?

Ahora podrías estar pensando en que te estoy a punto de hablar de los productos para veganos. Estos productos son una moda, pero no responden a una estrategia de hiperpersonalización, al igual que tampoco me estoy refiriendo a ampliar el abanico de sabores de nuestros productos.

“Ampliar el catálogo de sabores disponibles de nuestros productos no es una estrategia de personalización. Responde únicamente a una estrategia de diversidad y que en muchos casos nos alejará de conseguir la hiperpersonalización.”

Voy a presentarte un ejemplo de un sector cercano para que veas hacia donde nos llevará la hiperpersonalización en la nutrición deportiva.

Nespresso vs las cafeteras superautomáticas

Nespresso salió al mercado en 1986 en tres países (Suiza, Italia y Japón) y con cuatro variedades (Capriccio, Così, Decaffeinato y Bolero, el actual Volluto), aunque su despegue llegó en la década de los noventa, con la ampliación de sus sabores, mercados y, sobre todo, de su cifra de negocio. A mediados de los noventa muchos de nosotros

íbamos como locos por conseguir una cafetera Nespresso, ya que era la moda. Y no te digo cuando aparecieron las primeras tiendas exclusivas Nespresso, con sus trabajadores enfundados en trajes y que parecían auténticos modelos. El gran éxito inicial de Nespresso fue vender un estilo de vida elegante al mismo tiempo que también nos ofrecía la posibilidad de disfrutar de una taza de café en nuestro hogar y sentirnos como auténticos baristas.

«No veas lo bueno que preparo el café ¡Y pulsando solo un botón!».

Sin embargo, en los últimos años, muchos amantes del café están huyendo de la moda Nespresso y han encontrado una gran alternativa en las cafeteras superautomáticas. ¿Cuál es el motivo? Principalmente tenemos dos respuestas:

1) Una variedad excesiva de sabores. En el momento de redactar este artículo, en la web oficial de Nespresso es posible adquirir hasta 39 variantes de café. Puede parecer que sea la bomba eso de tener tantas opciones. Sin embargo, muchas personas consideran que esta oferta es excesiva. Les marea tener que elegir su café favorito. ¿Acaso tengo que probar primero 39 variantes de café para poder descubrir cuál es el que más me gusta? A algunos amantes del café no les gusta mezclar la vainilla, el caramelo, o el cacao. Ellos quieren degustar el sabor original. Y si además tienen que estar pendientes de qué variedades están pensadas para leches dulces y cuáles para leches extremadamente intensas el resultado es una excesiva variedad de sabores donde no podemos identificar una solución que se adapte a nuestras preferencias. Se dificulta mucho la hiperpersonalización.



2) Control sobre el proceso de elaboración. Lo que inicialmente era el punto fuerte de las cafeteras Nespresso (poder conseguir una taza de café pulsando un solo botón) para algunos clientes es un punto débil. Los camareros de las cafeterías son verdaderos expertos recordando los pedidos de sus clientes: que si corto de café, que si con la leche caliente, que si descafeinado y con unas gotas de leche. Todas estas combinaciones responden perfectamente a la hiperper-

sonalización del café: partiendo de los mínimos ingredientes (café por un lado y opcionalmente leche por el otro) cada cliente puede obtener su combinación favorita. Muchos amantes del café se han pasado a las cafeteras superautomáticas ya que estas permiten seleccionar la temperatura y la cantidad de agua, así como el tamaño del corte de los granos y la concentración de café en cada taza. Pídele tú ahora a una cápsula Nespresso que te venga con la mitad de vainilla y que en vez de granos de Zimbabwe, te ofrezca una mezcla de granos de Uganda y del Congo.

“El principal argumento que defienden los usuarios de las cafeteras superautomáticas es que, si te gusta el café, es mejor preparártelo a tu gusto y no tener que depender de una cápsula que no sabes lo que contiene. Y sin olvidar el tema de los residuos que suponen las cápsulas de café.”

Nutrición Deportiva - ¿Cómo podemos hiperpersonalizar nuestro sector?”

Ahora que ya hemos visto el caso de las cafeteras Nespresso vs las cafeteras superautomáticas, tenemos un buen punto de partida para iniciar el camino hacia la hiperpersonalización en la nutrición deportiva.

1.- Reducir los ingredientes en algunos productos. No en todos, pero sí en algunos. Por ejemplo, uno de los rasgos identificativos de nuestra marca (GEN Professional), es que no contamos con un recovery comercial, sino que ofrecemos los carbohidratos y la proteína en productos separados.



Aplicando los conceptos que hemos visto sobre la hiperpersonalización, consideramos más lógico que cada deportista pueda influir directamente en la proporción de cada nutriente en función de sus necesidades. No tiene las mismas necesidades de recuperación un atleta de crossfit que pesa 100 kgs y por la tarde vuelve a entrenar que las necesidades que tendrá un ciclista de resistencia que pesa 60 kgs al que le espera un día de descanso total. Esas distintas necesidades se satisfacen con distintas proporciones de nutrientes por lo que un único recovery con todo metido no será la mejor solución para muchos deportistas.

Tal y como hemos visto al inicio de este artículo, la hiperpersonalización requiere poder disponer del máximo posible de información acerca de nuestros clientes para así generar una propuesta de valor en cada deportista. Esto nos lleva al siguiente punto.

2.- Proporcionar información a los deportistas para que intervengan en el proceso de elaboración.

Si recuerdas el ejemplo de las cafeteras superautomáticas, hemos visto que los amantes del café quieren poder preparárselo a su gusto y controlar los ingredientes que utilizan. Este deseo lo hemos solucionado en el punto anterior. Sin embargo, en el momento de elaborar un café, el cliente ya dispone de toda la información que necesita conocer para obtener su resultado deseado. Sabe si le gusta el café más largo, o más corto. Más fuerte o más suave. Con más leche o con solo unas gotas.

En el caso que apostemos por la hiperpersonalización en la nutrición deportiva, es responsabilidad de las marcas aportar toda la información necesaria para que los deportistas puedan intervenir en el proceso de elaboración de sus soluciones. Evidentemente no se trata de convertir a los deportistas en expertos en suplementación, pero sí que es necesario poder transmitir unas pautas y consejos para que dispongan de la información que les permitirá obtener un resultado hiperpersonalizado.



Como ejemplo de este proceso de información, podemos incluir las entrevistas y formaciones que se realizan con los deportistas, nutricionistas y médicos, si bien es importante disponer de documentos de consulta rápida para cada uno de ellos. En el caso de nuestra marca, estamos usando documentos muy variados como este.

El camino hacia la hiperpersonalización

Consiguir hiperpersonalizar un sector como el de la nutrición deportiva no tiene que resultarnos abrumador. Las marcas debemos ser conscientes de que nuestros clientes ya están preparados para compartir sus datos, con lo que es responsabilidad de cada marca identificar cuáles son los datos que necesitamos conocer para poder ajustar nuestra oferta a cada deportista.

Como he comentado anteriormente, aumentar la variedad de sabores del catálogo de productos no es una táctica de hiperpersonalización y debemos ser cuidadosos con no añadir excesivos ingredientes en ese proceso de ampliación de catálogo, ya que en ese caso estaríamos impidiendo el camino hacia la hiperpersonalización de nuestra marca.

Todos los caminos empiezan con un primer paso. Ha llegado el momento de que el sector de la nutrición deportiva se dirija hacia la hiperpersonalización.

Gu Energy, una gran suplementación para entrenamiento y competición

La marca Gu Energy, distribuida por Myrco Sport, presenta geles y pastillas para poder potenciar el ejercicio realizado por los ciclistas, ya sea durante o después.

GU GEL ROCTANE

Los geles GU Roctane están elaborados con la mejor combinación de nutrientes para obtener la energía de la forma más eficaz. En su composición podemos encontrar una mezcla precisa de carbohidratos simples y complejos que nos ayudarán en esos momentos de mayor demanda de energía. Cada gel también tiene cantidad de electrolitos, como sodio y potasio y aminoácidos para la recuperación muscular. Además de cafeína y beta-alanina.

GU Roctane Gel es el gel de GU más completo y que aporta mayor cantidad de nutrientes por unidad, siendo una proporción de x3 respecto a GU Energy Gel original. Ideales para actividades de larga duración y alta intensidad.

Disponible en una amplia variedad de sabores, como por ejemplo piña, chocolate y coco o vainilla y naranja. En formato de 24 unidades/caja



Saca todo tu potencial con la mejor energía.

GU LIQUID ENERGY GEL

Los GU Liquid Energy Gel llevan la misma composición de nutrientes que los geles de energía originales basado en una mezcla de carbohidratos complejos y simples, así como electrolitos y aminoácidos para mantener una hidratación adecuada.

Son más líquidos que los GU Energy gel tradicionales y cada dosis proporciona 100 calorías en una combinación de carbohidratos complejos y simples, electrolitos y aminoácidos de cadena ramificada (BCAA).

Disponibles en sabor a café, limonada, naranja y fresa plátano en formato de caja de 12 unidades/caja.



Geles menos densos, más fáciles de tomar

GU HYDRATION TABS

Las temperaturas elevadas nos pueden jugar una mala pasada, sobre todo si no bebemos pautadamente y si no reponemos todos los electrolitos perdidos por culpa del sudor.

GU nos trae los Hydration Tabs, unas pastillas que solubles que nos ayudarán a recuperar todas las sales, vitaminas y minerales perdidos durante el ejercicio. Cada pastilla contiene 320mg de sodio y 55mg de potasio, los dos principales electrolitos que perdemos con el sudor y necesarios para la contracción muscular. Simplemente tienes que incorporar una pastilla en 500ml de agua y dejar que se disuelva.

Disponible en sabor lima limón, naranja, limonada de fresa y tri-berry en 8 pequeños botes fácilmente transportables de 12 pastillas cada uno.



Con la llegada del calor, no te olvides los electrolitos en casa

STOP WONDERING HOW IT'D BE.



GET THAT WORLD CUP FEELING.
CHOOSE THE NEW
PIRELLI SCORPION™ XC RC

Discover the official tyres of the Trek-Pirelli factory team: 2.4 width, optimized for modern wide rims and for World Cup-style courses. Control speed and traction with the performance of the SmartGRIP compound in both dry and wet conditions, choose from the 5 different tread patterns of the Scorpion™ XC family. Feel the World Cup now.



POWER IS NOTHING WITHOUT CONTROL

Dirt - Enduro

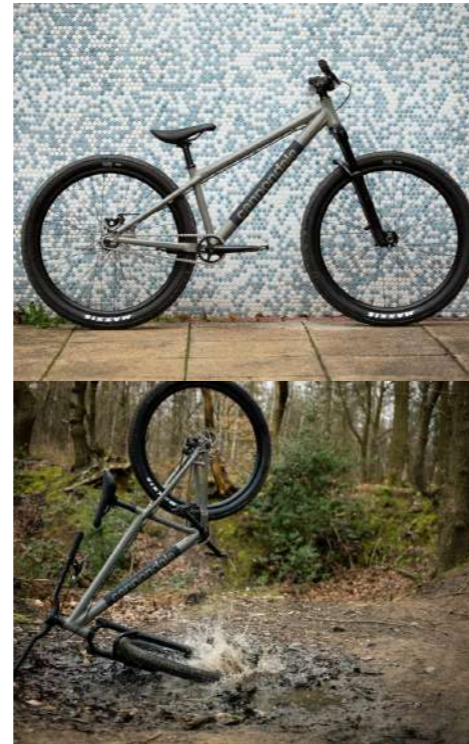
Vuelve la era dorada del Dirt con la nueva Dave de Cannondale

La Dave es una Dirt con cuadro de aluminio y está preparada para que los freeriders hagan el loco como quieran en los bikeparks o donde les apetezca.

La nueva Dave de Cannondale nos devuelve a una época dorada del freeride, cuando la marca creó el equipo The Cut, plagado de riders multidisciplinarios y legendarios como Mick Hannah o el mismísimo Aaron Chase. Aquellos años están vuelta con toda la experiencia condensada y materializada en la Dave, una Dirt con cuadro de aluminio, diseñada como la herramienta perfecta para alcanzar la máxima diversión.

Con ella, los freeriders podrán realizar Dirt jumps en bike parks, pump tracks... Lo quieran, la Dave estará allí para que cada uno haga el loco como quiera. Está equipada para soportar un trato duro, y demostrar una alta fiabilidad. El cuadro equipa punteras traseras con tensores, y una transmisión singlespeed con bielas de 3 piezas de Cr-Mo huecas, con cadena KMC. Freno de disco trasero, llantas de doble pared con neumáticos Maxxis y una suspensión específica Manitoy Circus de 100mm de recorrido.

Un único modelo a la venta a un precio de 1.199 €



Cannondale revoluciona el Trail y el Enduro con la nueva Jekyll

Renovadísima bicicleta que reaparece con un diseño más que espectacular. La Jekyll es una máquina creada para bajar.



La nueva Jekyll de Cannondale se ha renovado absolutamente. Muy diferente a las anteriores versiones, ahora reaparece como una bici completamente nueva, destacando por la incorporación del amortiguación trasero en el cuadro y por estar diseñada para bajar como nunca lo hayas hecho.



También destaca la geometría, muy larga, baja - y totalmente específica para cada talla. A medida que la parte delantera de la bicicleta se alarga con cada talla, la longitud de la vaina aumenta proporcionalmente, manteniendo al ciclista centrado entre las ruedas para un manejo verdaderamente "customizado".



cannondale®

cannondale

El secreto más bien guardado: por fin sale a la luz la nueva Spark de Scott

La nueva Spark de Scott llega completamente rediseñada y con varios modelos diferentes a elegir. No te pierdas ningún detalle de esta esperadísima bicicleta.



Después de muchas especulaciones de como sería este nuevo modelo, finalmente hemos podido comprobar que la espera ha merecido la pena y que tenemos ante nosotros una bicicleta con un diseño espectacular. La nueva Spark de Scott llega completamente rediseñada. Es el modelo perfecto para competir al máximo nivel en XC y sin comprometer tu rendimiento en senderos trail. Si lo que te divierte es la velocidad, con la nueva Spark disfrutarás de verdad. La gama Spark RC y Spark 900 ha sido un reclamo constante para ciclistas de todos los niveles, en todo el mundo. Este 2021, la nueva Spark viene para continuar su legado en el mundo de la competición y del trail, por muchos años más. La Spark se abrió camino en 2008. Desde entonces, ha dado el máximo rendimiento dentro y fuera de la competición. Varios Campeonatos del Mundo, docenas de victorias en Copa del Mundo, varias medallas memorables e increíbles momentos en la montaña. Ahora, la nueva Spark llega para sumar más títulos a su palmarés.



Tecnología de Suspensión Integrada

El cambio más importante que se puede apreciar en la nueva Spark es que presenta un cuadro con el amortiguador integrado. Si nos fijamos bien, este cambio nos permite pulir las características de la suspensión sin comprometer el bajo peso. A menudo, cuando trabajamos con bicis de este nivel, las ganancias marginales se vuelven más importantes que nunca. Para lograr un rendimiento óptimo del amortiguador, la transferencia de la potencia debe ser lo más directa posible. Lo que queremos evitar es cualquier flexión; en otras palabras, movimientos

laterales mientras el amortiguador se va comprimiendo. Incorporar un amortiguador integrado ha permitido mejorar este aspecto de varias formas. En primer lugar, la construcción del cuadro en torno al amortiguador y el sistema trunnion puede ser diseñada para que sea mucho más rígido, reduciendo flexiones y favoreciendo una transferencia de la potencia más eficiente. También se pueden montar rodamientos mucho más



grandes en el punto de giro principal, reforzando aún más esta área y reduciendo cualquier desplazamiento innecesario. La tecnología de suspensión integrada de Scott permite reducir el centro de gravedad. Como resultado, la bicicleta se beneficia de un mejor manejo y una conducción más estable y segura para el rider.

Configuración de la Suspensión - Kinematic

Una bici de doble suspensión no puede concebirse sin un buen diseño de la suspensión. Desde la primera vez que montamos con la Spark, destacaba su configuración de suspensión monopivote. El diseño de la suspensión de la Spark tiene una cinemática muy desarrollada y probada, y una menor masa suspendida. El uso de un pivote flexible en los tirantes es una solución ideal para bicicletas con este tipo de recorrido. Esto permite mantener un sistema muy ligero a la vez que se garantiza un rendimiento óptimo de la suspensión.

Geometría & Diseño del Cuadro

Scott trabajó en estrecha colaboración con SWISS BIOMECHANICS, particularmente junto al equipo

SCOTT-SRAM MTB Racing Team. Su objetivo era tener un cuadro que pudiera ser la bicicleta de carreras XC más rápida y capaz del mundo y una bicicleta de trail ultradínámica, todo en uno. Querían tener una posición de pedaleo similar tanto para la RC como para la 900. Ambas bicicletas están diseñadas para ser potentes y rápidas acelerando cuando el rider arranca o está sentado. La capacidad de modificar el ángulo de dirección, permite montar una horquilla de trail con más recorrido en la Spark 900, o una horquilla con un poco menos de recorrido en la RC con una posición más agresiva orientada a la competición. ¿El resultado? Una bicicleta de XC que tiene la capacidad de descender como una bicicleta de trail sin sacrificar nada cuando necesitas dar el máximo, y una bicicleta de trail que puede volar cuesta arriba y destacar aún más en el camino de vuelta.

Contessa Spark RC y Spark 900

Para completar la gama SCOTT Spark, también encontramos una serie de modelos Contessa, que es la marca específica para mujeres. Se ofrecen 4 modelos específicos para mujeres de los nuevos modelos Spark: un modelo RC, y tres modelos 900. Cada uno de estos tiene puntos de contacto específicos para mujeres y ajustes personalizados de horquilla y amortiguación para ciclistas más ligeras.



RC vs 900

Hay 21 modelos Spark para elegir. La gama se divide en dos categorías, la RC orientada a carreras XC, y la Spark 900 orientada a trail de corto recorrido. Si bien ambas categorías de Spark utilizan el mismo cuadro, las bicicletas tienen muchas diferencias. En comparación con la Spark RC, la Spark 900 viene con una especificación más orientada al trail: un amortiguador más grande, una horquilla de más recorrido, manillares más anchos, neumáticos trail, etc.



SYNCROS Fraser iC
Combo: nuevo conjunto de manillar y potencia Fraser iC

▶ SPARK RC 900 WORLD CUP



LA NUEVA SPARK

NO SHORTCUTS

La NUEVA Spark RC World Cup es la mezcla perfecta de ingeniería de vanguardia en carbono, unos niveles de integración nunca vistos hasta ahora y la cantidad exacta de nuestra salsa secreta. Queríamos que esta bicicleta fuera más veloz tanto en los ascensos como en los descensos. Hemos aumentado el recorrido de la suspensión, hemos perfeccionado la geometría y hemos hecho caso a los mejores deportistas del mundo para crear la bicicleta de carreras de cross country definitiva. Si lo que te divierte es la velocidad, te va a encantar esta bici.

FAST IS FUN

SCOTT-SPORTS.COM

© SCOTT SPORTS SA 2021.22 | Photo: Jochen Haar

Cálzate con lo nuevo de Etnies para montar en MTB y para andar con estilo casual

Después de 35 años de diseño, desarrollo y fabricación de calzado, Etnies tiene claro que puede decir que lo tienen todo cubierto con los productos más cómodos, duraderos y orientados al rendimiento para MTB.



Descubrimos las nuevas e impresionantes lentes cilíndricas de PowerRace



PVP: 79€

PREDATOR

Con la llegada del verano, las gafas POWER RACE se unen a la familia DOPE WALIO para la distribución en España y Portugal. En el 2021, siguiendo la nueva moda de las lentes cilíndricas, POWER RACE saca 2 nuevos modelos. TOP como siempre.

PREDATOR es una gafa a montura OPEN-FRAME con un aspecto particularmente llamativo y totalmente personalizable.

Las varillas plegables laterales están hechas en Grila-mid TR90: un material de alto rendimiento que se pliega en vez que romperse.

El puente de nariz, intercambiable, tiene unas ranuras especiales para la salida del sudor de tal manera que las gafas no caen en la nariz. También es ajustable en ancho para una medida perfecta. La lente fija monocromática no intercambiable con espejo total FullRevo es cilíndrica, que enfoca la luz reflejando la imagen en una línea vertical en lugar de un solo punto como las lentes esféricas normales. De esta manera se forman espectaculares efectos laser verticales que son muy llamativos.

Además, es sobredimensionado para garantizar la máxima protección ocular y ampliando el campo de visión.

Otra característica muy especial de estas gafas son los bordes superior e inferior (llamados "Rims") que, no solo se pueden quitar para tener una forma más cónica, sino que también se pueden intercambiar y reemplazar para personalizar tus gafas.

Dentro del paquete hay dos: uno ya montado y otro extra en un color diferente. Disponible en cinco colores distintos.

Modelo especialmente indicado para aquellos ciclistas que quieren llamar la atención y les gusta poder personalizar sus gafas.



PVP: 65€

AVIATOR

AVIATOR también son unas gafas con una lente de gran tamaño. La montura Open-Frame tiene un look particularmente llamativo. Las varillas plegables son en Grilamid TR90: un material altamente performante que se pliega en vez de romperse.

El puente de nariz, intercambiable, tiene unas ranuras especiales para la salida de sudor para no dejar caer las gafas en la nariz durante el entrenamiento. Obviamente, también es regulable en ancho para un ajuste perfecto.

La lente fija no intercambiable de gran tamaño garantiza la máxima protección ocular y amplia el campo de visión. Es cilíndrica y enfoca la luz reflejando la imagen en una línea vertical en lugar de en un solo punto como cualquier lente esférica normal.

Igual que el modelo PREDATOR, también en este caso se forman espectaculares efectos laser verticales que son muy llamativos.

En la lente del modelo AVIATOR también hay un complejo sistema de orificios para aumentar la ventilación (Air Vent System) para evitar empañamientos.

Disponible en cuatro colores diferentes.

DOMINATOR, EAGLE, FALCON y las económicas TOP GUN completan un catálogo donde todas las gafas cuentan con protección V400, una máxima protección solar en cristales de este tipo para protección de los rayos ultravioletas.

Todas estas gafas las podrás encontrar a través del distribuidor oficial DOPE WALIO S.L. en su plataforma B2B, mediante su red de comerciales y en pedidos@walio.es



POUS

POWER TO YOUR SHOP WITH PREMIUM BRANDS

WWW.POUS.ES
B2B: WWW.COMERCIALPOUS.ES
COMERCIAL@POUS.NET
93 568 92 00

Supera el calor con las novedades de Lurbel de la colección Cycling PV2021

Ya está aquí el verano y las marcas están presentando novedades preparadas para aguantar durante estos meses más exigentes en cuanto a altas temperaturas.

Lurbel acaba de presentar sus novedades en la propuesta de ciclismo de la marca para este verano. Sus prendas técnicas de última generación se alinean con diseños de paletas cromáticas más frías con los que prepararse para disfrutar de la estación que acaba de llegar.

El maillot de manga corta Wolf se presenta en esta colección en un nuevo color gris hielo, una de las tonalidades más tendencia de este verano, perfecto para combinar con el culot Epic a juego con el mismo color, aunque para los que prefieran más color, esta nueva propuesta seguirá compartiendo protagonismo con el modelo en gris/azul royal, tanto en el maillot como en el culote.

Manguito con protección solar

Para completar este look ciclista de verano, se presenta el nuevo manguito Support en gris hielo a juego con el maillot Wolf a tono. Se trata de un manguito extrafino y microperforado que confiere polivalencia al ciclista como manga de quita y pon a primeras horas y protege del Sol sin sensación de agobio o calor extra.

UPF 50+

Para proteger al ciclista durante el verano, la estación con más cantidad e intensidad de



radiación solar, toda la colección textil de Lurbel Cycling tiene UPF 50+, lo que supone un bloqueo de más del 98% de los rayos ultravioleta.

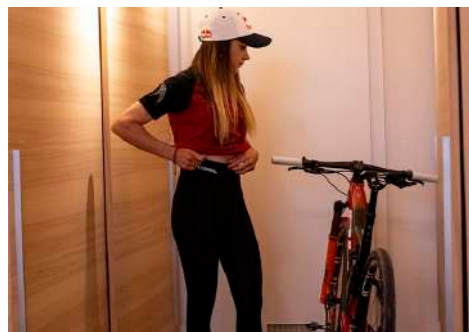
Calcetines

Completa la propuesta de la firma española para este verano la colección limitada de calcetines Kairos Winner, donde el diseño de

marcados aires vintage se adueñan de la caña del calcetín con múltiples franjas de colores, sin dejar de lado la característica apuesta por la calidad presente en toda la línea de calcetines de Lurbel (sin costuras, con refuerzos específicos en la zona que cubre la cala, zonas específicas de adaptabilidad y transpiración, diseño asimétrico...).

La marca valenciana Lurbel pasa a ser nueva colaboradora del BH Team

Lurbel pasa a equipar el Co-Factory de BH Team-Templo Cafés, capitaneado por el medallista olímpico Carlos Coloma.



Lurbel acaba de convertirse en el nuevo colaborador del equipo ciclista elite y Co-Factory de BH Team-Templo Cafés, capitaneado por el medallista olímpico Carlos Coloma.

Mediante este acuerdo, la marca valenciana equipará con prendas de recuperación de

la línea Lurbel Recovery y material de las colecciones Lurbel Pro Line y Lurbel Samba, el equipo de los actuales campeones de España XCO David Valero y Rocío García, que además tienen asegurada plaza para los JJOO de Tokio o al ciclista Pablo Rodríguez, 27º en la prueba austríaca de la Copa del Mundo disputada recientemente.

Una colección para recuperar mejor

La colección Lurbel Recovery está formada por una equipación completa (camiseta, malla y calcetín) dotada con una compresión decreciente progresiva que activa la circulación sanguínea y optimiza la recuperación del deportista. Está especialmente indicado tras competiciones de alta exigencia y también

durante periodos de relax y en viajes y traslados.

Lurbel Samba y Pro Line Collection

En entrenamientos de fuerza, running y momentos de relax, los ciclistas contarán también con material de Lurbel de trail y outdoor de las colecciones top ventas Samba y Pro Line collection. Se trata de prendas de alto rendimiento 100% made in Spain diseñadas para aportar la máxima libertad de movimientos, transpirabilidad y total control del mal olor a los deportistas más exigentes.

¿Dónde comprar?

En puntos de venta habituales y en la tienda online oficial Lurbel.

Pasa a formar parte de la tribu trail de Spiuk con el casco Dolmen

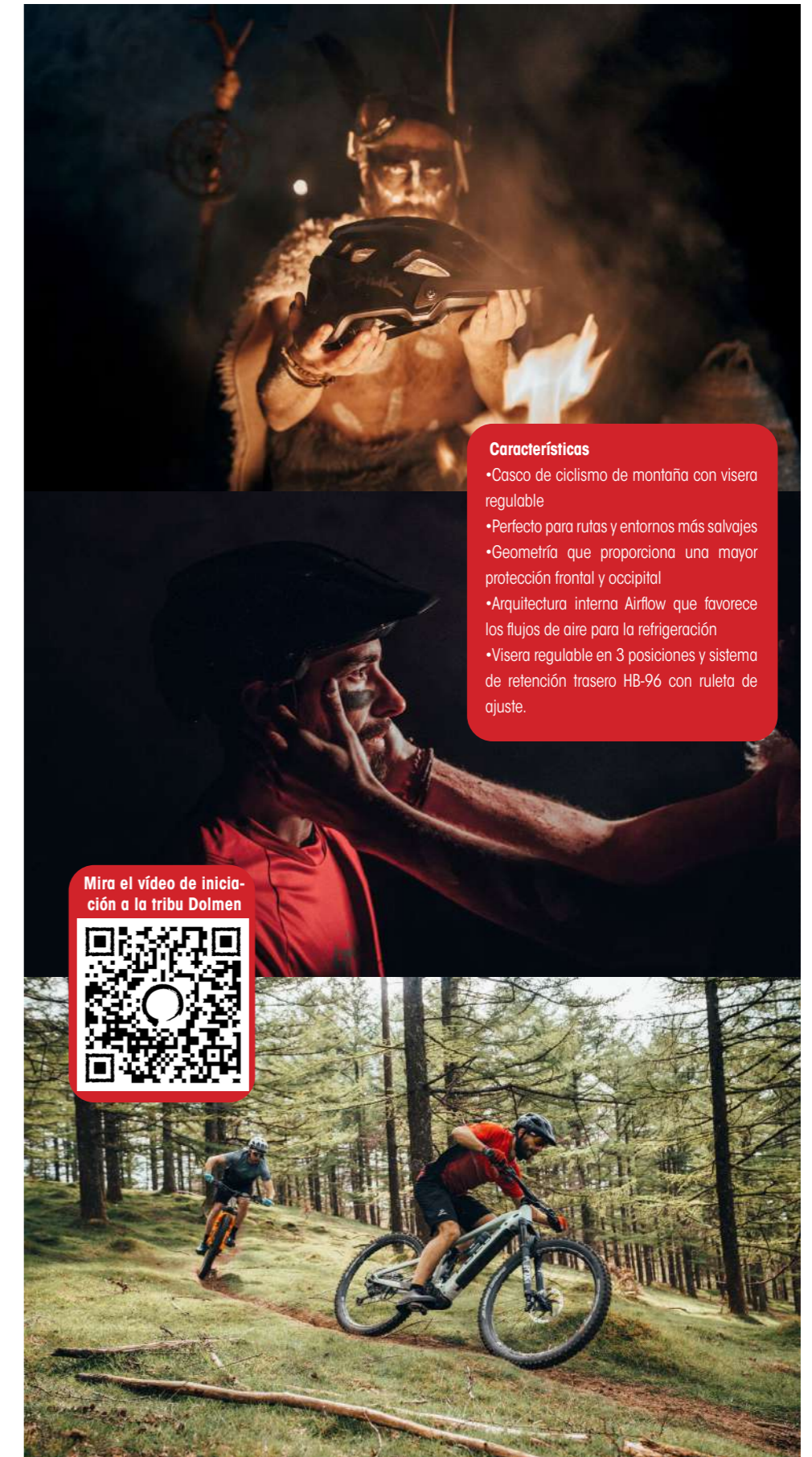
Un casco con la garantía de calidad Spiuk y a un precio muy asequible, dirigido a todos aquellos que disfruten con una buena bajada en MTB.

El casco Dolmen está siendo una de las gratas sorpresas de la temporada. Spiuk comienza a introducirse con paso firme en el mundo del AllTerrain, Trail y Enduro con un material de primera línea. En el caso del Dolmen, su lanzamiento mejoró todas las previsiones, gracias a su excelente calidad y equilibrio de precio. Una buena opción para los riders que comienzan a tomarse en serio una modalidad al alza y con personalidad propia. A partir de la próxima temporada llegarán más novedades que reforzarán la línea ALL TERRAIN de Spiuk.

Y es que en la montaña, necesitas un socio que te proteja. El Dolmen tiene todo lo que esperas de un buen casco. Diseñado para garantizar la seguridad especialmente en las zonas clave. Es robusto como una construcción megalítica, muy ventilado y cómodo. El casco Dolmen de la marca SPIUK hará que seas tú quien decida cuando termina la aventura, así que ajusta su visera en tu posición favorita y diviértete.

Si tus trails favoritos siempre acaban en intrépidos descensos por caminos que no aparecen en ningún mapa... el casco Dolmen es de tu clan. Adentrarte en el MTB es hacer tuyo un estilo de vida. Formar parte de algo más allá que un simple deporte. Ser parte de un colectivo.

¿Estás preparado para superar el ritual de iniciación?



Características

- Casco de ciclismo de montaña con visera regulable
- Perfecto para rutas y entornos más salvajes
- Geometría que proporciona una mayor protección frontal y occipital
- Arquitectura interna Airflow que favorece los flujos de aire para la refrigeración
- Visera regulable en 3 posiciones y sistema de retención trasero HB-96 con ruleta de ajuste.

Nuevas recomendaciones de Zéfal para asegurar que pedalees sin preocupaciones

BIDÓN GRAN CAPACIDAD MAGNUM PRO

Con una capacidad de 975 ml, el bidón Magnum le permite transportar un volumen de bebida importante para salidas largas. La forma del Magnum fue pensada para ser compatible con la mayoría de los porta bidones (marca Zéfal u otra marca). Gracias al doble cierre de la tapa Pro Cap, el bidón es 100 % estanco para facilitar el transporte y nunca más perder líquido sobre la bicicleta. La tefina en silicona aporta una sensación agradable en boca. La válvula a apertura rápida permite controlar el flujo de líquido y el tapón sobremoldeado ofrece un mejor agarre del bidón.



Altura: 270mm
Peso: 120g
REF: 1640
PVP: 10.95€

BOLSA DE TUBO HORIZONTAL Z ADVENTURE T1

El Z Adventure T1 se coloca en el tubo horizontal. Permite llevar en su bicicleta de carretera o de Gravel los efectos personales más esenciales (cartera, nutrición, teléfono, reparación...). Así mismo garantiza un acceso fácil sin dejar de lado la seguridad de sus pertenencias.



Material: Polyester 420D TPU
Dimensiones: 220 x 50 x 110 mm
Peso: 115 g
Capacidad: 1.0 L
REF: 7004
PVP: 27.95€

LUBRICANTE PREMIUM A BASE DE CERA EXTRA DRY WAX



Lubricante seco a base de cera que mantiene la transmisión limpia mientras repele eficazmente el agua y el polvo. Compuesto de una base acuosa y cera, ofrece una fuerte protección contra la corrosión y una excelente lubricación que fluidifica el cambio de marchas. Este lubricante de notable eficacia será especialmente adecuado para los ciclistas ansiosos por mantener una transmisión de fluido, menos ruidosa, limpia y seca.

Volumen: 120 ml
Condiciones climáticas: todas condiciones
Rendimiento: 5
Durabilidad: 4
Limpieza: 5
REF: 9612
PVP: 9.95€

BOTTLE CAGE MOUNT



Para los que buscan otra manera de llevar un bidón. Es un sistema de fijación universal incorporado con el portabidón de bi-materia Pulse B2. Se puede instalar en el manillar, en la potencia o en la tija del sillín. Concebido para los que quieren tener un acceso más fácil al bidón o que no tienen agujeros de fijación para montar un portabidón como gran parte de las bicicletas con asistencia eléctrica. La fijación viene premontada, lo cual facilita el montaje.

Peso: 80 g
REF: 1795
PVP: 24.95 €

TUBELESS KIT

El kit de tubelizado Zéfal contiene todo el material necesario (en complemento de neumáticos "tubeless ready") para convertir sus llantas a tubeless: cintas adhesivas, preventivo Z-Sealant, válvulas, y herramienta para sacar el óbus. Nuestras cintas bi-materia fueron desarrolladas para aguantar la presión y garantizar durabilidad. El adhesivo de elastómero evita que el preventivo penetre la llanta. Gracias a su elasticidad, la instalación se realiza fácilmente, sin burbujas ni pliegues.



Práctica: Carretera/Triatlón / Viaje deportivo / MTB XC / Enduro/DH
Uso: 9 m
Ancho: 20 mm / 25 mm / 30 mm / 36 mm
Llantas: 17-21 mm / 22-26 mm / 27-32 mm / 33-39 mm
Válvula: Presta 40 mm
Ref: 9365 -> 9368
PVP: 39.95€ -> 47.95€

Para estar al día de todas las novedades del sector del bike síguenos también en

@TRADEBIKE



Para superar con comodidad todos los Km de un Gran Fondo, Goodyear lanza Eagle F1

Las cubiertas Eagle F1 de Goodyear son una gran opción para aquellos que no quieran sufrir durante un Gran Fondo.

Distribuidas por CDC, las cubiertas Eagle F1 de Goodyear de 30 y 32mm son la opción perfecta para rodar cómodamente y seguros en superficies de terreno irregulares conforme pasan las horas de pedaleo en un Gran Fondo.

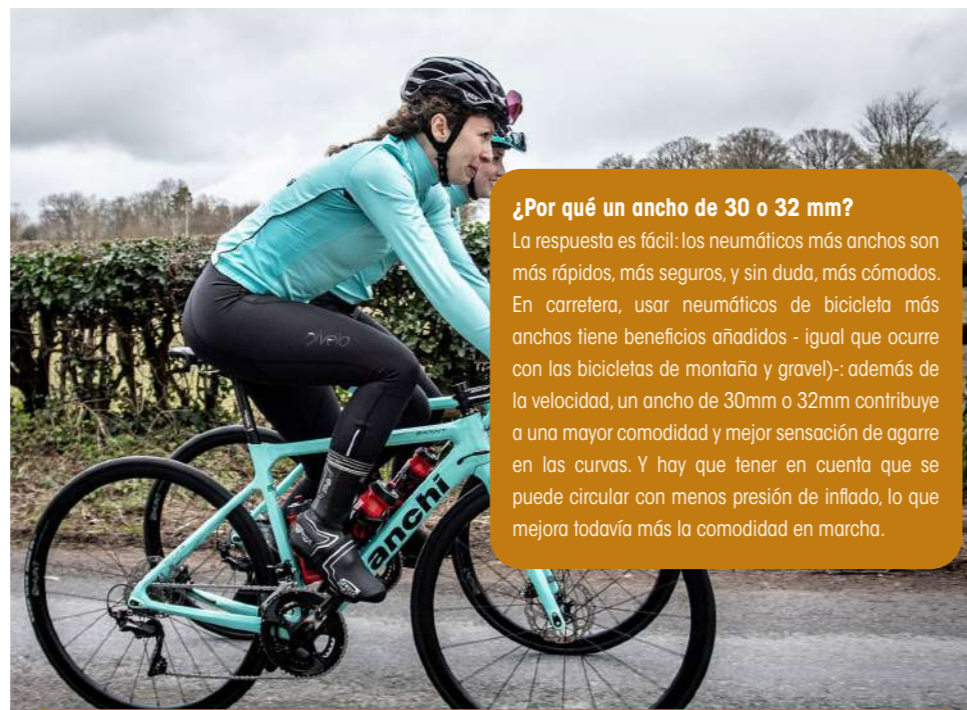
Las carreras de larga distancia, también llamadas Gran Fondo, necesitan otro tipo de componentes para tu bicicleta o puede que lo acabes pasando mal. Este tipo de entrenamiento o competición está diseñado para salir de la zona de confort, tanto física como mentalmente. Por eso, los ciclistas deben prepararse adecuadamente para soportar muchos kilómetros: un Gran Fondo puede oscilar entre 50 kilómetros hasta más de 170 kilómetros.

Una opción competitiva y de alto rendimiento

Las cubiertas Eagle F1 de Goodyear tienen un amplio abanico de medidas, desde 23mm hasta 32mm de ancho. Sin embargo, las de 30-32 mm son la medida ideal para rodar más cómodamente y seguros en superficies de terreno irregulares y también conforme pasan las horas de pedaleo en un Gran Fondo.

Al incorporar tecnología de vanguardia en el desarrollo de compuestos de la banda de rodadura, así como nuevos métodos de construcción, la gama de neumáticos Goodyear "Road Ultra High-Performance" está diseñada para permitir a los ciclistas alcanzar los niveles más altos de rendimiento.

Los neumáticos Goodyear Eagle F1 con Tubeless Complete y sellado de doble ángulo han hecho posible el uso de tubeless para las masas sin comprometer el rendimiento. Se trata de una cubierta equipada con las mejores tecnologías de Goodyear, destinada a un rendimiento integral en las carreras al más alto nivel.



¿Por qué un ancho de 30 o 32 mm?

La respuesta es fácil: los neumáticos más anchos son más rápidos, más seguros, y sin duda, más cómodos. En carretera, usar neumáticos de bicicleta más anchos tiene beneficios añadidos - igual que ocurre con las bicicletas de montaña y gravel-: además de la velocidad, un ancho de 30mm o 32mm contribuye a una mayor comodidad y mejor sensación de agarre en las curvas. Y hay que tener en cuenta que se puede circular con menos presión de inflado, lo que mejora todavía más la comodidad en marcha.

Avances tecnológicos

- Tubeless Complete:** Este sistema cuenta con todos los beneficios de un neumático TLR, pero, además, mantiene mejor la presión de inflado que un neumático TLR tradicional, gracias a una capa de material multicomponente que se les añade a las cubiertas de neumático "Road-UHP" de alta presión, y que permite una mejor retención de aire a la vez que brinda protección adicional contra pinchazos y cortes con mínimos aumentos de peso. Este sistema único patentado por Goodyear supone un mejor sellado y rendimiento con presiones de inflado máximas.
- Dual Angle Bead:** también llamado sellado de doble ángulo es una tecnología que ofrece un diseño de talón propio para proporcionar un mejor sellado inicial contra la base de la llanta para una configuración sin cámara, al mismo tiempo que proporciona una retención de aire superior a presiones de inflado completas. Este diseño de doble ángulo garantiza un mejor sellado en cualquier tipo de llanta.
- Compuesto Dynamic GSR:** Una mezcla patentada de cauchos sintéticos y naturales mejorados con grafeno y sílice para proporcionar un agarre excepcional en todas las condiciones.
- Protección R:Shield:** Es una protección añadida que se encuentra debajo de la capa de rodamiento que supone una protección añadida contra pinchazos y a la vez mantiene las características óptimas de resistencia a la rodadura.



Aligera tu agarre con los nuevos manillares de Progress

La marca anuncia dos nuevos modelos de manillares y más stock de sus superventas.

La marca Progress, distribuida por Fun Sport, nos presenta sus nuevos manillares para bicicletas. Uno de los modelos va dirigido al MTB (además de estar fabricado en fibra de carbono UD para uso XC) y el otro es un manillar de carbono Aero para Carretera con Garmin interface incorporado.

Diseño, ligereza y seguridad son las claves de estos modelos para diferentes disciplinas. Asimismo, también ha anunciado que vuelve a tener stock de sus manillares superventas.

Cabe destacar, por sus excelentes características, el manillar Progress PG-235 Cockpit 17° Carbon MTB 800mm, que tiene un PVP de 249€, pero que ya viene compuesto por potencia y manillar. Todos ellos están disponibles con varias opciones de color para que el ciclista las combine con el color de su bicicleta.

MANILLAR PG-230 CARBON FLAT MTB



- Fabricado en carbono UD en acabado mate.
- Longitud: 740mm.
- Diámetro: 31,8mm Oversize.
- Ángulo: 4°.
- Colores: Negro, amarillo, rojo y naranja.
- Peso: 145 gr.
- PVP: 89€

MANILLAR PG-237 AERO GARMIN INTERFACE



- Fabricado en carbono UD de alta eficiencia aerodinámica (H.E.A.).
- Cableado interior.
- Diámetro: 31,8mm Oversize.
- Altura: 120mm.
- Alcance: 60mm.
- Compatible con sistema Garmin.
- Medidas disponibles: 42/44 cm.
- Peso: 244 gr.
- PVP: 249€

MagicShine presenta sus dos nuevas luces traseras de la gama SEEME

La marca alemana MagicShine, distribuida por FunSport, añade dos nuevas luces a su - ya amplio - catálogo de iluminación para ciclistas. ¡Que se haga la luz!



SEEME 180

Destaca por tener un gran diseño, y ser muy potente y versátil. Tiene visibilidad de gran angular con una potencia de 180 Lumens.

- Potencia máxima de salida de 180 Lumens.
- Ángulo de visibilidad: 260° de luz, visible hasta 3000m.
- Modos: 1 Modo constante con tres configuraciones de brillo y 4 Modos principales de Flash.
- Duración de 1,5 horas con configuración de máximo brillo y potencia.
- Recargable Micro-USB (batería no reemplazable).
- Dimensiones: 27 x 17 x 73 mm.
- Peso: 35 gr.



SEEME 100

La Seeme 100 es una luz de seguridad trasera para ciclistas de carretera, urbanos y de montaña, con una amplia visibilidad, sensor de freno y modo de bajo consumo.

- Potencia máxima de salida de 100 Lumens.
- Ángulo de visibilidad: 260° de luz, visible hasta 2000m.
- Modos: 1 Modo constante con tres configuraciones de brillo y 4 Modos principales de Flash.
- Duración de 1,5 horas con configuración de máximo brillo y potencia.
- Recargable Micro-USB (batería no reemplazable).
- Dimensiones: 27 x 17 x 73 mm.
- Peso: 35 gr.



Zapatillas y cubiertas, entre las novedades para XC de Specialized

Specialized acaba de presentar sus novedades de XC para este verano. Zapatillas de ciclismo nuevas y cubiertas mejoradas para dar el mejor agarre posible a todos los que quieran dar lo mejor de sí en MTB

ZAPATILLAS S-WORKS EXOS EVO



Son las zapatillas para montaña más ligeras fabricadas hasta la fecha por la marca. Para lograrlo, su equipo de ingenieros desarrolló el tejido Dyneema®, que rebaja significativamente el peso de la parte superior y aumenta la resistencia, logrando una zapatilla de tan solo 231 gramos. Gracias a las propiedades del tejido Dyneema®, se deshacieron del peso y bulio en la zona del talón de la zapatilla, creando una abrazadera en la zona del talón que simula la rigidez vertical tan necesaria en los talones, mientras permite que se amolde al pie para un ajuste perfecto con una reducción notable del peso. Además, se ha reforzado la zona de la punta con una cubierta extra de TPU para aumentar la protección en las bajadas. Utiliza el nuevo ajuste BOA® Li2, y como todas sus zapatillas, la S-Works EXOS EVO están diseñadas con todas las propiedades de su tecnología Body Geometry, para optimizar la potencia, aumentar la eficiencia y reducir el riesgo de lesiones optimizando la alineación de la cadera, la rodilla y el pie. Por último, la zapatilla cuenta con la suela de carbono XC FACT, con un índice de rigidez de 13.0, que se asegura de que toda la potencia que generes se transfiera sobre los pedales.

RENEGADE

El Renegade es ligero y rápido, y proporciona una aceleración brutal en terreno firme. Tanto el Renegade como los otros tres, tiene el nuevo diseño "block-in-block" para aumentar el agarre y la estabilidad.

FAST TRACK

El Fast Trak es la cubierta perfecta para terrenos mixtos. Desde los terrenos más técnicos hasta los de suelo compacto, proporciona una conducción estable con un riesgo mínimo de pinchazo.

GROUND CONTROL

El Ground Control es la cubierta definitiva para aquellos que quieran competir en XC durante todo el año. Garantiza más agarre en condiciones de barro para darte la victoria en la línea de meta.



Ya es posible personalizar tus ruedas con Mavic y la empresa Slik Graphics

"Customizar" tus ruedas es posible con el nuevo programa de Mavic para los adhesivos de tus ruedas favoritas.

Gracias a la colaboración con la empresa especializada en impresión de diseños Slik Graphics, Mavic ofrece ahora la posibilidad de personalizar ("customizar") los adhesivos de tus ruedas favoritas. Estos respetan el diseño oficial Crossmax y Deemax de MTB y los gráficos Mavic y Allroad para las ruedas Road.

La marca propone coger inspiración con los diseños de sus atletas de MTB, carretera y triatlón, y puedes probar los más de 100 diseños disponibles y crear el estilo que desees gracias a un fácil servicio en línea proporcionado por Mavic & Slik Graphics.



¿Cómo funciona?

- Busca en la web de Slik Graphics la sección de Mavic.
- Haz tu pedido online usando toda tu creatividad
- Recíbelas en casa y aplícalas en tu bici (la facilidad de instalación es enorme).
- Sal a pedalear con tu estilo custom.

No dejes de aprender mecánica este verano con el curso de El Gurú de la Bici



Puede que tras hacer el curso no seas mecánico, sin embargo, sabrás mucha más mecánica que la mayoría de las personas del planeta, lo que te permitirá poder acceder a cualquier puesto de este amplio sector, desde tiendas, distribuidores o incluso creación de contenido para redes sociales. Además, es un trabajo que puedes ejercer en cualquier país del mundo.

En el curso PRO, además de mecánica, se habla de emprendimiento, de marketing y de cómo vivir bien de la bici. Durante el verano estarán trabajando con aquellos que hayan decidido que quieren vivir de la bici para solucionarles cualquier duda que tengan o que les surja mientras avanzan en el curso.

El Gurú de la Bici ofrece un curso online para mejorar como mecánico y acaba de anunciar que no cierra durante el verano, y que estará dando soporte semanal a todos sus alumnos. Empieza la operación verano en los talleres, con cambios de turnos, vacaciones de los mecánicos y las tiendas se vuelven locas para no dejar tirados a sus clientes mientras sus mecánicos disfrutan de un merecido descanso, ya que este año ha tenido mucha carga de trabajo.

Es fundamental que recarguen bien las pilas porque a la vuelta del verano seguirán trabajando a tope. De eso y de muchas cosas más hablan en el Podcast Vivir de la bici, donde profesionales del sector nos cuentan su día a día y nos dan su punto de vista sobre el futuro que creen que tendrá la bici.

Ser mecánico es una carrera de fondo en la que no todo el mundo llega a la meta, pero sin duda es algo que merece la pena intentar si sientes que te gustaría dedicarte profesionalmente a la bici.



Javi el Gurú de la Bici no cerrará durante este verano, para que puedas mejorar todavía más tus habilidades como mecánico.

SIGMA lanza ni más ni menos que 3 nuevos ciclocomputadores GPS

Llegan los nuevos ciclocomputadores ROX 2.0, ROX 4.0 y ROX 11.1. EVO.

Gracias a nuevos modelos, SIGMA amplía su serie ROX de ciclocomputadores GPS. Con estos lanzamientos, la marca alemana da el pistoletazo de salida a la mayor ofensiva comercial en su historia. Con datos de alta precisión y fácil lectura, combinados con una óptima capacidad de navegación, los entrenamientos ahora son más fáciles de controlar, obteniendo más eficiencia y con un guiado óptimo por las mejores rutas. El análisis de los datos se realiza gracias a la nueva aplicación RIDE, disponible a partir del mes de Julio para descarga gratuita.

Los tres ciclocomputadores estarán disponibles desde julio de 2021 en tiendas especializadas (ROX 11.1. EVO en otoño):

ROX 2.0: desde € 69,95

ROX 4.0: desde € 89,95

ROX 11.1. EVO: desde € 169,95



Desafia a tus amistades con los nuevos Retos de Grupo de Strava

Junio empezó muy potente para la comunidad Strava: llegan los retos de grupo.

Si alguna vez te has pasado horas comparando con tus amigos segmento por segmento tus salidas en bici, quizás es hora de moverte hacia el siguiente nivel. Retos de verdad. Lo que ahora propone Strava es realmente divertido. Este mes llegan 2 novedades para la app (de entre las muchas funcionalidades que ya tiene), pero la primera que comentamos son los Retos de Grupo. Y sin lugar a dudas, están destinados a triunfar. Mucho.

Retos de Grupo

Desde el 2 de Junio la experiencia completa estará disponible para todos los suscriptores de Strava. Los atletas de la versión gratuita podrán crear o participar en un máximo de 3 retos de grupo. Se requiere la versión 205 de la app.

Los retos de grupo son el nuevo producto estrella de Strava, que permitirá a los atletas crear retos y competir con hasta 25 de sus amigos.

Ubicados en la pestaña de "Grupos", los atletas, una vez sean invitados a participar de un reto, deberán aceptar el desafío. Además, cada atleta podrá también crear su propio reto pero solo podrá invitar a participar en él a aquellos deportistas a los que siga y le sigan.



Formatos de competición en Retos de Grupo:

- Actividad Total: registrar la distancia, el tiempo o el desnivel máximo en un periodo de tiempo determinado
- Esfuerzo más rápido: mejor tiempo en una distancia determinada
- Actividad más larga: mayor distancia en una actividad.

Segmentos y rutas en un mismo lugar

La experiencia completa estará disponible solo para los suscriptores de Strava a partir del 2 de Junio en la app móvil. Se requiere la versión 205 de la aplicación.

La pestaña de "Mapas" se renueva. Con esta actualización, todo lo relacionado con los segmentos y las rutas estará en un mismo lugar. A través de esta pestaña, el atleta de Strava recibirá sugerencias de segmentos en los que ponerse a prueba y recomendaciones de rutas para planificar su próxima aventura.

Nuevas sugerencias en "Segmentos":

- Visita los lugares más populares: recomendaciones de los segmentos más populares.
- Descubre nuevos lugares: segmentos de la zona que todavía no ha probado
- Bate tus récords: segmentos en los que está cerca de romper su RP.
- Sube a lo más alto de la tabla de clasificación: segmentos en los que está cerca del Top 10.
- Sal a entrenar: pistas y zonas cercanas dónde entrenar por series o intervalos.
- Conviértete en leyenda: segmentos en los que está cerca de ser Local Legend.



BETRUE

INVERSE

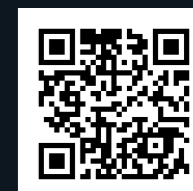
"Atrévete a ser tu mismo".

Desde Inverse te empujamos a sacar tu verdadero yo,
a ser fiel a ti mismo

www.inverseteams.com

Patrocinadores oficiales de la Real Federación Española de Ciclismo

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA
CICLISMO



Descubrimos el programa deportivo de la Sea Otter Europe 2021

Sea Otter Europe presenta el programa deportivo, con 15 carreras en un festival que recupera su plenitud después de la pandemia.

Finalmente, el Sea Otter Europe Costa Brava-Girona Bike Show 2021 recupera su plenitud deportiva con un programa de 15 carreras distintas. Además, el Festival ya ha vendido el 70% de la superficie comercial. Entre las novedades más destacadas, tenemos la inclusión de la Copa del Mundo de bicis eléctricas.

El macro-evento ciclista tendrá lugar en Girona del 24 al 26 de septiembre. Se trata de la quinta edición de este festival internacional, que - gracias a la gran diversidad de carreras

que ofrece - reunirá desde ciclistas de máximo nivel mundial hasta los más amateurs, pasando también por los más jóvenes. Se trata de una programación especialmente esperada, ya que por culpa de la pandemia del Covid-19 el año pasado el festival no se pudo celebrar en su formato habitual, y sólo se disputaron cuatro carreras con un aforo muy limitado.

Tanto la ciudad de Girona como la zona de la Costa Brava confían también en una exitosa celebración de Sea Otter Europe, en un momento en que se están volviendo a activar las reservas

y el interés por venir a practicar ciclismo en este entorno tan privilegiado.

Este miércoles se presentó el programa definitivo. En la presentación se dieron a conocer los detalles de las 15 carreras de todas las modalidades que se disputarán durante el fin de semana, y en las que se espera reunir a unos 4.000 ciclistas. Es una cifra un 30% inferior a la habitual, pero que permitirá establecer unos controles muy estrictos de las medidas de seguridad que se implantarán en todo el recinto de Sea Otter Europe.

Eventos destacados

- La Copa del Mundo de las bicis eléctricas, la World E-Bike Series

Una de las principales novedades es la llegada en Girona de las World E-Bike Series, la Copa del mundo de BTT eléctricas organizada por la UCI (Unión Ciclista Internacional). Un circuito internacional nacido en 2019 en Mónaco y que este año constará de seis pruebas, una de ellas en Girona en el marco de Sea Otter Europe, con mangas eliminatorias y las carreras más disputadas.

- Continental Super Cup Massi

Es el prestigioso circuito de Cross Country Olímpico (XCO) de alto nivel, formado por cuatro pruebas de diferentes categorías. La de Girona llega con la categoría C1 y permitirá ver competir en el entorno de Fontajau a los mejores riders del planeta en la prueba con más asignación de puntos UCI del sur de Europa.

- Continental CieloBrava

La gran cicloturista, la prueba madre del festival, que forma parte del prestigioso circuito Gran Fondo World Tour y que este año llega con tres distancias (70, 100 y 140 km) que discurren por las Gavarres, la Costa Brava, el puerto de la Ganga y Monells, y que tendrá al exciclista profesional David Millar como embajador de la prueba.

- Scott Marathon BTT UCI Series by Continental

Carrera con puntos UCI para profesionales, y apto también en categorías open con dos circuitos, de 67 y 42 km. Unos recorridos de ensueño por el Valle del Llémena con senderos divertidos y un trazado apto para todos los aficionados al BTT.

- Canyon E-MTB Experience

Es una de las tendencias de moda del ciclismo, y Sea Otter Europe propone esta carrera de categoría cicloturista, con un recorrido de 30 km por esta modalidad.

- MTB Classic Sea Otter Europe

Es una de las pruebas más populares del festival, una carrera divertida y llena de nostalgia, para recorrer unos kilómetros con buenos amigos y las bicis de antes de los años 90.

- Canyon Pirinexus Challenge

Un reto mayúsculo en clave Gravel, una ruta circular de 340 km por toda la demarcación de Girona, que se inicia con la salida del sol y propone el reto de completar el recorrido en menos de 20 horas.

- Girona Gravel Ride

Se presenta con un recorrido único de 78 km por el corazón de las Gavarres, siguiendo la ruta del Ter y combinando pistas forestales en buen estado con carreteras secundarias poco transitadas.

- Enduro BTT La Selva

Para los más jóvenes, Sea Otter Europe también ha previsto un calendario de carreras, tanto para los que quieren competir como para los que se toman la bicicleta como un entretenimiento. La organización recupera esta prueba, que se disputa en Riudarenes con espectaculares descensos en un circuito de 30 km muy trabajado para sorprender a los participantes

- Open BTT Infantil

Para los pequeños profesionales del ciclismo esta Copa Catalana es una oportunidad única de vivir una experiencia BTT en el corazón del festival ciclista.

- Demobike

Una de las propuestas que más posiciona Sea Otter Europe como el festival ciclista de referencia en el sur de Europa es el Demobike, gracias a la cual las mejores marcas del mundo se acercan a sus clientes potenciales y les dejan probar las bicis que desean. Sea Otter Europe acoge probablemente el Demobike con más bicis del mundo, y este año habrá más de 500 unidades para escoger. Los visitantes podrán salir a probarlas en unos circuitos cercanos al festival, habilitados para tal fin.



¿Cuáles son las claves de la feria IAA Mobility 2021?



Ya queda menos para la feria IAA Mobility, que se celebrará (presencial y digitalmente) en Múnich del 7 al 12 de septiembre, y con ella la oportunidad para que la industria del ciclismo se beneficie de la exposición internacional del evento y del acceso a los consumidores finales in situ.

Muchas de las principales marcas de bicicletas completas confirmaron que expondrán en IAA Mobility. A estas se han sumado recientemente fabricantes de componentes como SRAM, RockShox, Zipp, Schwalbe o Supernova. También marcas de accesorios (por ejemplo, Abus, EVOC u Ortlieb) se han unido a la lista de expositores. Empresas de distribución, como Hartje y Messingschlager, también mostrarán una cartera seleccionada de sus marcas.

Claves de la feria IAA Mobility

- Enfoque B2C.
- Múltiples puntos de contacto, área B2B2C en el recinto ferial y "Open Space" en el centro de la ciudad.
- Sección B2B2C = abierta para clientes B2C y B2B durante todo el evento, con los clásicos visitantes B2B de la IAA también vistos por la industria como potenciales clientes finales.
- "Open Space" = centros de experiencia de marcas y productos ubicados en el centro de la ciudad, captando el tráfico peatonal y, por tanto, un público mayoritario.
- 6,2 millones de habitantes en la región metropolitana de Múnich, que tienen la renta media por hogar más alta de Alemania.
- Un grupo objetivo que está interesado en la movilidad y en los coches, no solo en la bicicleta.
- Cifras de referencia de 2019:
 - 560.000 visitantes: más de nueve veces más que el competidor más fuerte en el segmento de ferias comerciales exclusivamente ciclistas.
 - 7.800 periodistas: principalmente no endémicos (como medios de comunicación de interés general, televisión, periódicos, plataformas online, revistas de estilo de vida, etc.) y más de cinco veces el número de periodistas que el competidor más fuerte, que atrae principalmente a los medios de comunicación de ciclismo.
- Reembolso garantizado del 100% para los expositores en el caso de que la feria tenga que ser cancelada.
- Soluciones de stand personalizables, pero prefabricadas, en el recinto ferial y uso de herramientas existentes del evento (como carpas) en el "Open Space".
- Minimización del tiempo y esfuerzo de preparación que requieren los departamentos de marketing.
- Maximización del retorno de la inversión.
- Plataforma bienal. La próxima oportunidad de participar será en 2023.

MARCAS CONFIRMADAS:

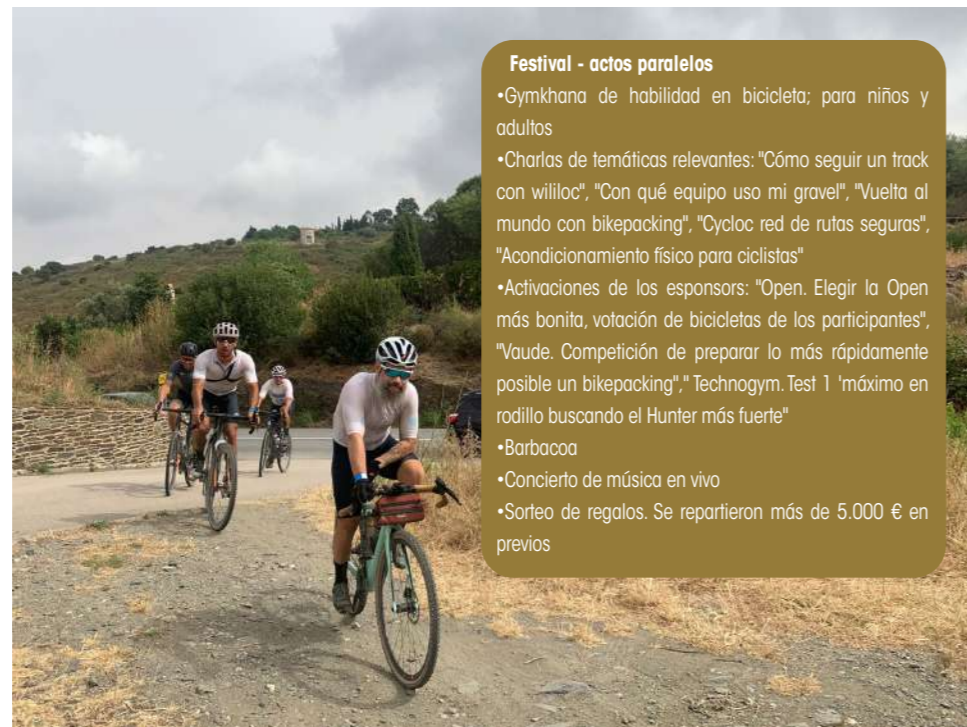


Buena acogida para la primera edición del Hunting Dogs Gravel Costa Brava



El fin de semana del 19 y 20 de junio se celebró en el C mping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador (Girona), la primera edición de la prueba de gravel Hunting Dogs Gravel Costa Brava, reuniendo un total de 263 participantes.

A lo largo de este festival de gravel, hubo diferentes actividades para todos los públicos y familia. Además, estaba permitida la participación con bicicletas de gravel, mountain bike o eléctricas.



Festival - actos paralelos

- Gymkhana de habilidad en bicicleta; para niños y adultos
- Charlas de temáticas relevantes: "Cómo seguir un track con willloc", "Con qué equipo uso mi gravel", "Vuelta al mundo con bikepacking", "Cycloc red de rutas seguras", "Acondicionamiento físico para ciclistas"
- Activaciones de los sponsors: "Open. Elegir la Open más bonita, votación de bicicletas de los participantes", "Vaude. Competición de preparar lo más rápido posible un bikepacking", "Technogym. Test 1 'máximo en rodillo buscando el Hunter más fuerte"
- Barbacoa
- Concierto de m sica en vivo
- Sorteo de regalos. Se repartieron más de 5.000   en previos

Recorridos

- Los corredores podían elegir entre 4 recorridos diferentes, dos para el sábado y dos el domingo con distancias que iban de los 47 a 99km.
- Todos los recorridos eran circulares con salida y llegada en el C mping La Ballena Alegre.
- Dos recorridos salían hacia la zona norte y pasaban por parajes de gran belleza como son Cap de Creus y la zona de los Aiguamolls de l'Empordà y los otros dos iban hacia el sur, descubriendo la zona de l'Estartit, Medes y Empúries.
- El sábado por la tarde los niños también tuvieron su recorrido. Las familias podían hacer juntos un recorrido de 7,5 km con niños a partir de 5 años.



Ossby

NUEVA OSSBY CURVE ECO & ELECTRIC

- > SOLO 13,5KG DE PESO
- > 70 KM DE AUTONOMÍA
- > PLEGADO RÁPIDO
- > SISTEMA ELÉCTRICO "ALL IN ONE"
- > CONTROL DESDE EL MÓVIL
- > DISEÑADAS Y FABRICADAS EN ESPAÑA

 nete a nuestra red de distribución

Stock garantizado para todo 2021

OSSBY.COM - INFO@OSSBY.COM

La Mesa Española de la Bicicleta reclama que no se estigmatice al ciclista

La Asociación valora parte del contenido del Dictamen 2/2021 del Fiscal de Sala Coordinador de Seguridad Vial.



En su último dictamen, la Mesa Española de la Bicicleta reclama que no se estigmatice al ciclista. La Asociación considera necesario y urgente salir al paso de parte del contenido del Dictamen 2/2021 del Fiscal de Sala Coordinador de Seguridad Vial. Según la Mesa, culminan una campaña de desprestigio contra el uso de los Vehículos de Movilidad Personal (VMP), y de donde también incluyen a las bicicletas, pese a tratarse de vehículos totalmente distintos.

La Mesa Española de la Bicicleta añade que el Dictamen de la Fiscalía 2/2001 crea una alarma social apuntando directamente a los usuarios de VMP y bicicletas con desacertados argumentos, impropios de esa institución. Reclama la aplicación de una Directiva europea sobre homologación de vehículos, ignorando

que los VMP y las bicicletas (eléctricas o no) están excluidos de su ámbito. Si se comercializan los VMP con una potencia no autorizada es un problema de la Administración inspectora, no del usuario.

Señala el Dictamen que se comercializan las bicicletas y los VMP sin ninguna cautela, como si se trataran de "balones de baloncesto". En el caso de la venta de bicicletas, se encuentran totalmente reguladas y homologadas conforme a una estricta regulación europea.

Otra petición es que el Dictamen aclare qué tipo de vehículos son los VMP y las bicicletas eléctricas, cuando está clara la definición de los mismos en la normativa europea y en la española. Destaca, además, la relevancia que ello tiene para el control de la conducción bajo los efectos de alcohol y drogas, vinculando ciclistas con alcohol y drogas, cuando sabe perfectamente la Fiscalía que desde hace tiempo están sujetos a ese control todos los conductores de vehículos, motoriza-

dos o no, incluidos los ciclistas.

Por último, la Fiscalía se apunta a la campaña del seguro obligatorio para VMP y bicicletas, tan cercana a las compañías de seguros y tan alejada del modelo europeo al que dice el Dictamen que tenemos que apuntar. Por su parte, la Unión Europea acaba de pronunciarse sobre la no obligatoriedad del seguro para bicicletas eléctricas.

En resumen, la Mesa Española de la Bicicleta reclama que no se estigmatice al ciclista, que se controle a los falsos VMP, que perjudican tanto a peatones como a ciclistas, y que se adecue la red vial a una movilidad sostenible.

La Mesa Española de la Bicicleta está formada por la Asociación de Ciclistas Profesionales (ACP), la Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE), Ciclojuristas, la International Mountain Bicycling Association España (IMBA) y la Real Federación Española de Ciclismo (RFEC).

AMBE incorpora a la marca de componentes JJUAN como nuevo asociado



La empresa de cables de control y componentes de sistemas de freno para el sector de la automoción, JJUAN, se une como asociado a la Asociación de Marca y Bicicletas de España (AMBE).

JJUAN, que comenzó su actividad en 1947 como fabricante de cables de bicicletas, se amplió y diversificó hasta convertirse en el líder mundial en la fabricación del tubo hidráulico de freno reforzado para motocicletas. Ahora, JJUAN sigue diversificándose y se adentra en el sector de la

bicicleta. Jose Luis Juan Verdejo, CEO del grupo JJUAN, habla de los motivos por los cuales han decidido adentrarse en el sector: "El sector de la bicicleta en España es pujante. La dinámica social ha reencontrado un vehículo útil, sostenible, deportivo, familiar y social. Su crecimiento será exponencial en tanto y cuanto se imponga la cultura de la Salud y de la higiene ambiental. Vemos que el sector de la bicicleta, nos presenta una oportunidad de incorporar tecnologías de última generación para aumentar la seguridad de las bicicletas".

La marca de seguridad vial Livall pasa a ser miembro de AMBE



Como si fuera para celebrar el Día Mundial de la Bicicleta (día que se celebra el 3 de junio desde 2018), la Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE) dio la bienvenida a Livall, una marca experta en seguridad vial.

Livall nació en 2014 con el objetivo de redefinir la seguridad vial para ciclistas a través de las nuevas tecnologías. Se suman a AMBE para formar parte de la mayor asociación del sector en España. Entre otras cosas, la marca ha estado presente en las ferias tecnológicas más importantes del mundo, desde el CES de Las Vegas al IFA de Berlín y recibido varias distinciones, entre ellas varios IF Award, el último de ellos el IF GOLD AWARD 2021, el mayor galardón en el mundo del diseño, así como el premio AXA Ponle Freno por su compromiso con la protección

personal en el transporte y su aporte tecnológico a la seguridad vial. También son la primera marca en introducir el botón SOS en el manillar de la bici. Cuando preguntan a Livall por su unión a AMBE, responden así "Somos una empresa del ámbito de transporte especializada en cascos de bicicleta inteligentes. AMBE fomenta el uso de bicicletas en todas sus vertientes, lo cual para nosotros es un objetivo primario (además del puramente empresarial) y une a todas las empresas del sector ciclista en nuestro país."



XMC 1501 SPLINE ONE

Descubra nuevos caminos gracias a su ligereza y máxima fiabilidad. La llanta All-Mountain en carbono economiza la energía durante los ascensos y precisamente permite atacar durante los descensos. Usted puede contar con los bujes 240 en todas las circunstancias.



Escanee el código para más información.

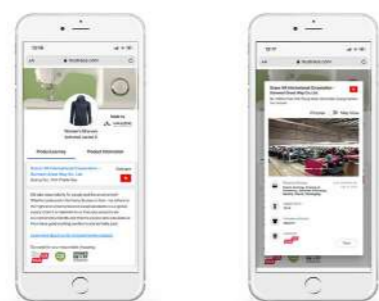
Vaude ofrece un rastreo de sus productos que empieza desde la producción

Haz un seguimiento en directo desde el origen hasta el final de los productos que compres de Vaude.



No te "trackees" solo a tí mismo, hazlo también con los productos que compres, independientemente del lugar del mundo en el que se haya fabricado el equipo o la ropa. Ahora, la marca Vaude ofrece la posibilidad de rastrear los productos hasta su lugar de producción en todo el mundo. Cada chaqueta softshell, tienda de campaña o par de zapatos de trekking tiene un enlace que te lleva directamente a la planta de producción donde se fabricó con fotos, información y certificaciones de la instalación.

Con "trackear" se entiende que hacemos un seguimiento desde el origen hasta el final. No todas las marcas van a querer hacer esto. Pero cuando una asegura que lleva años comprometida con unas condiciones laborales justas, por ejemplo, pues tiene claro que esto es algo que puede hacer. Vaude, además de las condiciones laborales, también garantiza la protección del



medio ambiente a lo largo de toda la cadena de suministro, de forma voluntaria y con éxito. La empresa familiar está demostrando que una ley sobre la cadena de suministro - como la que se ha aprobado recientemente en el Bundestag alemán - tiene sentido y es factible. Y es la única manera de garantizar que las empresas no obtengan beneficios a costa de las personas y el planeta o de las generaciones futuras.

Cadena de suministro transparente

Vaude hace transparente la cadena de suministro y muestra a sus clientes dónde se fabrican sus productos. Cómo funciona: Basta con hacer clic en "¿Fabricado dónde?" para el producto seleccionado en nuestro sitio web de Vaude y aparecerá toda la información clave sobre el lugar de producción. Las fotos del edificio y de su interior permiten echar

un vistazo entre bastidores directamente a las instalaciones de producción. Además, podrá saber qué certificaciones tiene el productor y dónde se encuentra exactamente la instalación. Puede ver un detallado Brand Performance Check para una evaluación del fabricante haciendo clic en el logotipo de Fair Wear.

Estatus de Fair Wear Leader

Vaude tiene unos 50 socios de producción diferentes en todo el mundo. Alrededor del 20% de ellos se encuentran en Alemania y Europa y cerca del 80% en Asia. La organización independiente Fair Wear supervisa las condiciones de trabajo en todos los centros de producción mediante auditorías anuales, que también incluyen entrevistas con los empleados fuera de la fábrica. Además, las quejas pueden comunicarse a Fair Wear en cualquier momento mediante un sistema de reclamación anónima que cada productor está obligado a aplicar. Los productores se han comprometido a cumplir unas normas sociales claramente definidas y a pagar salarios justos. Como cliente de pedidos, Vaude también se somete a auditorías periódicas. Hace unos días, en el "Brand Performance Check" anual de Fair Wear, Vaude volvió a recibir el estatus más alto posible de "Líder" por su alto nivel de compromiso, como ha hecho cada año desde 2015.

Buff creció un 63% en el último año



La marca de textil deportivo Buff cerró su año fiscal el 30 de abril. Y el resultado han sido unas ventas récord de 85 millones de euros, un crecimiento del 63 por ciento en comparación con el año anterior.

La empresa catalana de artículos para el cuello y la cabeza atribuyó el buen desempeño al auge de los deportes al aire libre y a la producción de equipos de protección durante la pandemia. En Estados Unidos, por ejemplo, las autoridades recomendaron tubos para el cuello como alternativa cuando las máscaras escaseaban, lo que impulsó las ventas de Buff.

Según David Camps, CEO de Buff, la compañía ya había invertido 1 millón de euros en nueva maquinaria el año pasado. Además, está en proceso de ampliación de la fábrica con una inversión adicional de 2 millones de euros. El objetivo es internalizar la producción de gorras y sombreros, que actualmente está en manos de las fábricas asiáticas.

ABUS compra el fabricante de cascos Maxi Studio



La marca experta en seguridad ABUS ha llegado a un acuerdo para adquirir al fabricante italiano de cascos Maxi Studio S.R.L., que será totalmente integrado en el grupo ABUS.

No estamos ante una fase de contactos nueva, ya que ABUS ha cooperado con la compañía desde 2016, produciendo los cascos de gama alta GameChanger, AirBreaker y StormChaser con los que compiten ciclistas profesionales como los del Movistar Team, el campeón mundial de ciclocross Mathieu van der Poel y muchos otros atletas.

ABUS ofrece la más amplia gama de cascos para todos los usuarios y todas las disciplinas del ciclismo (Niños, urbanos, e-bikes), y también productos de alto rendimiento para ciclismo de carretera, MTB y triatlón. La compañía anunció recientemente que

pronto lanzará al mercado cascos de equitación, además lleva apoyando el trabajo de prevención de la fundación "Save my Brain" (Stadhelm) durante años.

En la foto podemos ver al ciclista profesional Alejandro Valverde del Movistar Team con la edición "Campeón del Mundo" del ABUS AirBreaker, uno de los tres modelos de alto rendimiento de ABUS producido en Maxi Studio Italia.

Con sede en Vanzo Nuovo cerca de Venecia, Maxi Studio fue fundada en 1993 por los hermanos Oliver y Massimo Simonaggio y actualmente da empleo a 40 personas. Maxi Studio se centra principalmente al desarrollo y producción de cascos de ciclismo de alta calidad y sus componentes. Oliver Simonaggio continúa como Director de Operaciones (COO) en Maxi Studio.

Julien Remazeilles, nuevo Director Comercial de Europa Centro y Sur



El gigante Orbea refuerza su estructura nombrando a Julien Remazeilles como Director Comercial de Europa Red. A partir de ahora, será responsable de la gestión comercial de los países: España, Francia, Alemania, Italia, Portugal, Benelux, Austria, Dinamarca, Irlanda y Suecia. Esta nueva posición dependerá directamente del Director Comercial Global, Gonzalo García de Salazar.

La compañía no ha parado de crecer en los últimos años, y también lo hacen los distintos objetivos que la compañía se ha marcado para el futuro. Por todo ello, necesitan de una estructura que de la respuesta adecuada a ellos. Con la creación de esta posición, Orbea asegura que dispone de la capacidad para afrontar el futuro, manteniendo a su vez la estrategia y valores diferenciales que han servido para obtener estos crecimientos a lo largo de los últimos años.

Larga experiencia con Orbea

Julien ha demostrado en todos estos años trabajando en Orbea unas excelentes capacidades organizativas y estratégicas, además de una gran dedicación y orientación al éxito. Estas características ayudarán a

conseguir los exigentes objetivos que la empresa tiene definidos y también servirán para asegurar una atención cercana y personalizada para los mercados europeos.

Ligado a la compañía desde hace más de una década, Julien ha desarrollado la posición de Country Manager de Francia durante cinco años y previamente, se ha encargado de la gestión comercial de diferentes países de Europa o América.

Julien Remazeilles comenzará a desarrollar sus nuevas funciones a partir del 1 de junio con el objetivo de asegurar la transición más natural posible en el mercado francés en el que Maxime Morel será el nuevo Country Manager.

Nuevo director de marca para Giro



Giro acaba de contratar a Peter Nicholson como director de marca. Según información que nos llega desde Bicycle Retailer, Giro Sport Design ha anunciado varias contrataciones y ascensos para ampliar su equipo de marca y marketing. Peter Nicholson se convertirá en director de la marca de bicicletas Giro, y Eric Richter pasa a desempeñar un nuevo papel como director de comercialización de Bell, Blackburn y Giro. Nicholson fue recientemente

socio de True Communications, que sigue siendo la agencia de relaciones públicas de Giro.

Otras contrataciones incluyen a Merve Aslan, planificación y previsión digital; Maya Krause, merchandising digital; Jasper Lyons, coordinador de marketing digital; Molly Herwehe, especialista en marketing digital; y María Esquivas, diseñadora gráfica de producto.

CicleOn distribuirá la marca Compex, especializada en electroestimuladores

Una nueva marca que se añade al - ya extenso - catálogo de la división de Merida y que propone una gama de productos pensados para preparar al ciclista para "el día siguiente".

CicleOn, la división de Merida Bikes SWE dedicada a la distribución de marcas del sector ciclista, ha llegado a un acuerdo de colaboración con la prestigiosa marca de electroestimuladores COMPEX para la distribución nacional de sus productos en el canal ciclista.

COMPEX es una marca de origen suizo que ha conseguido en poco más de veinte años una experiencia sin precedentes en los campos de la rehabilitación, el tratamiento del dolor y el entrenamiento deportivo. La estimulación muscular, la tecnología insignia de la marca, se ha convertido con el paso del tiempo en un aliado imprescindible de los profesionales sanitarios y los deportistas más exigentes. Además COMPEX también ofrece en su

catálogo productos de terapia como las botas de compresión AYRE, los masajeadores de percusión FIXX, y dos referencias de masaje vibratorio como el Rodillo ION, y la bola MOLECULE.

Con esta nueva incorporación, CicleOn ofrece un amplio catálogo donde encontramos marcas líderes de primer nivel como los dispositivos GPS de la marca Bryton, portabicicletas Thule, los cuentakilómetros, faros y pilotos Cateye, las ruedas Fast Forward, la nutrición deportiva NAMEDSPORT visible en las principales carreras de ciclismo como la Vuelta, el Giro y el Tour de Francia, WD40 y GT85 como aceites y desengrasantes, las herramientas UNIOR y los Soportes magnéticos de móvil para manillar SHAPEHEART.



Botas inalámbricas presoterapia Compex Ayre

Ossa de Montiel rinde homenaje a Vitoria Bikes con la escultura gigante de una bici

En honor a la gran tradición ciclista del pueblo Ossa de Montiel, el artesano Juan Vitoria ha donado al ayuntamiento una bicicleta gigante que se ha colocado en una rotonda.

El monumento tiene inscrita la marca Vitoria en su cuadro, pues Ciclos Vitoria es de este pueblo de Albacete. La tradición no se acaba aquí, pues Óscar 'El Niño' Sevilla también nació en esta población.

Estamos ante un homenaje a la bicicleta y a todos los ciclistas que ha tenido Ossa de Montiel a lo largo de la historia. Varios profesionales, corredores de pista y muchos buenos amateurs.

La bicicleta ha sido donada y diseñada por Juan Vitoria fundador de Vitoria Bikes en colaboración con José Luis Zafra.

Los inicios de Vitoria, se remontan a los años 70, cuando Juan Vitoria (fundador) descubre su pasión por el ciclismo, se inicia en la competición y en el año 80 da el salto a profesional. Durante 30 años, Vitoria ha sido parte de la tradición ciclista en España, comenzando la producción de cuadros de acero a medida en 1988, en Locarno (Suiza) e implantada en España en el 1991.



La estatua situada en Ossa de Montiel

NEW
PULSIUM
BIKE

**NO
PAIN
MORE
GAIN**



LAPIERRE

Cetelem y Bike Ocasión apuestan por la economía circular

El mercado de segunda mano en el sector del bike potencia aún más su fuerte compromiso por la sostenibilidad



Cetelem, marca comercial de BNP Paribas Personal Finance, ha lanzado una fuerte apuesta por la economía circular con un nuevo esquema. Este busca animar a los clientes a reciclar o reparar sus bicicletas en lugar de comprar nuevas, en un nuevo desafío por la sostenibilidad. La inmersión en el sector de la bicicleta gracias a acuerdos con empresas como Bike Ocasión así lo demuestran. Es una empresa con la que Cetelem trabaja desde octubre de 2017 y cuyo objetivo principal es "darle una segunda oportunidad a este producto".

¿Qué es la economía circular?

El modelo de economía circular se refiere a un sistema en el cual se busca reducir, reutilizar y reciclar los bienes y servicios, a diferencia de la economía lineal (la que conocemos habitualmente y que es la que conocemos, en la cual nuestra cultura como consumidores es la de comprar, usar y tirar).

La sostenibilidad es un tema de máxima actualidad para el grupo BNP Paribas, el cual ha fijado objetivos muy ambiciosos en materia de sostenibilidad. Y, fruto de esta ambición, los equipos comerciales están inmersos en diferentes iniciativas de economía circular que

buscan explorar las formas en que la industria del retail puede trabajar más duro para mitigar, reparar y reducir su impacto en el medio ambiente. Una de las iniciativas más recientes fue la promoción "Green Friday".

Green Friday

Lanzada durante el anterior Black Friday, donde Cetelem destinó una parte de las financiaciones a reforestar los bosques españoles.

Pero junto a estas iniciativas, Cetelem también impulsa acuerdos con partners que comparten esta filosofía de trabajo, como es el partenariat con Bike Ocasión, líder en el mercado de la bicicleta de ocasión en España.

Javier Palmero, CEO de Bike Ocasión, explica su punto de vista sobre el mercado de segunda mano: "Es un movimiento que acaba de empezar. La idea de dar segundas oportunidades a cualquier producto o material era impensable años atrás. Cualquier persona a la que preguntemos nos dirá que no pensaba en otro producto que no fuese nuevo para comprarlo. Hoy es un movimiento que conlleva muchas ventajas: es un ejercicio de sostenibilidad, ahorro y la segunda oportunidad en un momento en el que la visión de las personas está cambiando para poder tener un mundo mejor."

Y para poder llegar a crear una economía circular real, hace falta generar opciones y que los usuarios lo vean con buenos ojos. En palabras de Alberto Sanz, especialista del sector

bike de Cetelem, "nuestra idea es generar más economía circular creando opciones y dando soluciones de pago para que los clientes que deseen adquirir bicicletas tengan otras alternativas a comprar unidades nuevas". Y añade: "la emergencia climática actual hace latente que la filosofía de un sólo uso para toda una generación de residuos y su producción, no es sostenible. Nuestro acuerdo con Bike Ocasión nos ayuda en la prevención de los residuos y la economía circular con bicicletas recuperadas y reutilizadas".



La bicicleta ha demostrado que, además de ser un medio de transporte, es un utensilio que mueve a gente que piensa en el planeta y en protegerlo. Una gran mayoría de ciclistas está más concienciada en materia ecologista. Y además, invertir en bicicletas puede hacer todavía más por el medio ambiente, el desarrollo sostenible económico y social y la lucha contra el cambio climático: puede impulsar la economía circular.

Desde Cetelem han apostado desde el principio por este sector de consumo, apoyando a sus partners. Es un sector alineado con el propósito de su compañía y los valores de sostenibilidad del Grupo. Además de ser el líder en financiación de bicicletas, están contribuyendo a materializar la ambición del grupo por la sostenibilidad.

Las claves de un mercado en auge

Poder ofrecer un producto de segunda mano que aún puede ser disfrutado por mucho más tiempo es algo que los clientes de empresas como Bike Ocasión agradecen, pues obtienen un producto de gama más alta a un precio mucho más correcto. Además, la devaluación del producto de segunda mano es muy inferior a la caída de precio que tienen las bicicletas nuevas. Y, sobre todo, a la competencia de precios por algo que puedes encontrar en cualquier tienda de bicicletas.

En un futuro, la cantidad de bicicletas que nos estaremos encontrando de segunda mano será cada vez mayor.

Según Palmero, hay varios factores que influyen en la compra de una bicicleta. Según nos ha explicado, el primer factor sería el precio, acompañado de otros como el estado, la estética y las necesidades del usuario en ese momento. Hay que tener en cuenta que lo más atractivo de la compra de una bicicleta de segunda mano es la gran diferencia de precio con respecto a una nueva, la cual, posiblemente ha tenido un uso esporádico, pero que se encuentra en buen estado para poder seguir dándole un uso por mucho tiempo.

Otro factor muy importante y que aparentemente no se aprecia, es el servicio y atención que ofrecen algunas empresas de venta de segunda mano. El asesoramiento y guía de los vendedores, genera al cliente un clima de confianza plena para escoger su próxima bicicleta. Es evidente que es un factor que existe y que es crucial para seguir vendiendo en cualquier tipo de negocio. Pero en el mercado de segunda mano no siempre está presente.

En un futuro, lo que posiblemente acabará valorando el usuario será la atención, servicio y entrega de un producto acompañado de un feedback final del cliente en redes sociales o en aplicaciones.

Para ahondar aún más en el tema, Manuel Mendonça Jefe de Ventas de Cataluña de Cetelem, también redonda en esta idea de orientación del negocio, "en este contexto, estamos encantados de trabajar con Bike Ocasión porque apostamos por un retailer que ha sido pionero en su apuesta por la sostenibilidad dando una segunda oportunidad a las bicicletas, sus materiales y componentes. Con una red de proveedores de proximidad, sostenibles y con conciencia social y medioambiental."

Según el informe de El Observatorio Cetelem e-commerce 2020, El 15% de los compradores online de bici realizaron sus compras de productos de bici en webs de segundamano en 2020.

Mirando hacia el futuro

El mercado de segunda mano del bike es un sector en crecimiento, sobre todo gracias al avance y la apuesta que está haciendo la sociedad para un uso de ocio. Pero también para un uso diario urbano, para la nueva movilidad en grandes ciudades, que ya están desarrollando una infraestructura vial para incluir al ciclista en sus calles.

Para Javier Palmero, el futuro de este sector dentro los próximos años está garantizado. "Todo ello es gracias al avance que la industria del ciclismo está realizando a nivel mundial para crear nuevos productos a pasos agigantados, sobretodo, bicicletas eléctricas de uso de ocio y urbano con mayores autonomías y reducción de peso. También debemos sumar los beneficios que nos aporta la práctica de cualquier tipo de ciclismo,

que contribuyen a mantenernos en un estado saludable tanto físico como psíquico."

Y concluye "Por último, remarcar la idea de que en un futuro la cantidad de bicicletas que nos estaremos encontrando de segunda mano será cada vez mayor. Esto supondrá una mayor venta de un producto que aún no se está explotando al máximo. Queda mucho por recorrer en un mundo cambiante y la bicicleta de segunda mano será la protagonista de este futuro no muy lejano."

Fast-facts de Bike Ocasión

Bike-Ocasión nació hace 6 años de la mano de Javier Palmero, fundador y CEO de la empresa. Aprovechando su pasión por el ciclismo y el conocimiento que tenía gracias a los años en competición, decidió comprar bicicletas de segunda mano que restauraba hasta dejarlas en buen estado, para después revender a un precio superior. Observó un nicho de mercado aún sin desarrollar, lo que lo animó a montar tienda de bicicletas de segunda mano y ocasión en Terrassa (Barcelona).

En la actualidad, Bike-Ocasión se ha posicionado como referente en el sector del ciclismo siendo de las mejores tiendas a nivel nacional y la primera en la compraventa de bicicletas de segunda mano y ocasión.

En 2020 alcanzó los 5 M€ de facturación con la venta de más de 3.000 bicicletas y en 2021 se proponen expandir la marca por todo el territorio nacional, alcanzar la cifra de 5.000 bicicletas de segunda mano y cerrar la facturación anual en 8M€ con una sola tienda física y online.

Su proyecto a corto plazo es conseguir que la venta de la tienda online supere a la venta en tienda física, la cual a día de hoy ya supone un 60-40% en facturación.



De izquierda a derecha, Manuel Mendonça, Jessica Pedró, y Bernal Torres

Bicimarket supera los 100 puntos de venta reforzando así su liderazgo en España

Tras la pandemia, supera el centenar de puntos de venta y refuerza su liderazgo como la mayor Red de Tiendas de Ciclismo en España



Con un crecimiento exponencial durante la pandemia y tras alcanzar el centenar de tiendas, Bicimarket es el mayor operador multinacional ciclista en España, doblando los puntos de venta en estos dos últimos años, superando los 12.000 metros de superficie conjunta.

El crecimiento de la red ha cumplido con las expectativas. Gracias a la capacidad para actuar como central de compras en un contexto de desabastecimiento global y proporcionar asesoramiento estratégico del sector a toda su red de afiliados y colaboradores, Bicimarket se ha consolidado como una herramienta de competitividad para tiendas pequeñas y medianas que ven como el modelo colaborativo se postula como la alternativa real a los tradicionales canales de abastecimiento y venta.

La Red de ciclismo Bicimarket, ampliará el número de tiendas y talleres adheridos con la inminente apertura de 4 nuevos puntos y la adhesión de otras 9 tiendas ya en funcionamiento.

Las nuevas aperturas tendrán lugar en las ciudades de Sant Boi de Llobregat, Barcelona (barrio de Sarrià), Madrid (barrio de Hortaleza) y Valladolid. Las 4 tiendas de nueva creación han contado con el asesoramiento experto de

la Central Bicimarket en todo el proceso de preparación y puesta en marcha del negocio acortando los plazos habituales en el sector.

Las nuevas incorporaciones a la red corresponden a tiendas ya existentes en las localidades de Zaragoza (barrio de la Romareda), Culleredo (A Coruña), Hospitalet de l'Infant (Tarragona), Bagà (Barcelona), Pont de

Suert (Lleida), Colindres (Cantabria), Pamplona (Navarra), Alcalá de Henares (Madrid) y Madrid (barrio Pacífico), que mediante este acuerdo de colaboración ven reforzada su competitividad frente a los grandes operadores locales y nacionales.

Estos trece nuevos puntos podrán acceder y ofrecer el amplio catálogo de productos de Bicimarket con más de 40.000 referencias de más de 200 marcas sin obligaciones de compra, recibirán el soporte de la enseña en acciones de marketing y comunicación online-offline y participarán del programa 'Click & Collect', potenciando la captación de nuevos clientes y abriendo una vía de ingresos adicional, donde los clientes podrán recoger en estas tiendas los pedidos realizados en la página web de la red.

Todos los interesados en adherirse a la Red de tiendas Bicimarket, pueden ponerse en contacto enviando un mail a Bicimarket a expansion@bicimarket.com

A qué servicios accede una tienda BMK:

- Acceso mayorista a más de 40.000 productos
- Campañas de marketing online y offline
- Programa 'Click and collect'
- Cesión de bicicletas en depósitos
- Productos exclusivos en condiciones imbatibles
- Sin compras mínimas, ni implantaciones
- Acompañamiento personalizado



RIESE & MÜLLER

La Multicharger.



Multicharger vario con equipamiento opcional.
Más información en www.r-m.de



COMET
distribuidor oficial:



 /xlcparts

 /xlc_official

 XLC Parts

 xlc-parts.com

LOVE CYCLING.