

Altafit se convierte en Geomethrix y lanza su propio 'smartphone'

M.M.A.
23 nov 2015 - 19:10

Altafit ha aprovechado la recta final de 2015 para anunciar importantes novedades. Después de que Palco23 ya desvelara que la cadena de gimnasios entraba en el segmento *premium* con Myst, la compañía ha anunciado la creación de Hexxa, una nueva empresa de tecnología y a través de la que ya han lanzado sus propios *smartphone* y *smartwatch*. Además, han procedido a un cambio de marca del grupo, que ahora se llamará Geomethrix y del que dependerán las tres líneas de negocio citadas.

"Primero fue la desvinculación de la marca con el concepto *low cost* y explotar la máxima de ser más que un gimnasio", recuerda el presidente de la compañía, Fernando Galindo. A ello, según apunta el consejero delegado, José Antonio Sevilla, se le suma que "la tecnología y el deporte cada vez están más relacionadas, y estamos en un momento óptimo para trabajar en esa línea". "La transformación de Altafit en Geomethrix nos prepara para dar un salto de calidad en los servicios de actividad física y salud con la visión de aportar a los deportistas las condiciones óptimas para hacer ejercicio siempre que lo necesiten a unos precios muy ajustados", añade Vicente Olivenza, cofundador de la compañía.

La empresa, que ya cuenta con cuarenta gimnasios, más de 10.000 clientes y 363 trabajadores, ha incorporado a Nacho Larriba para dirigir Hexxa. El hasta ahora consejero delegado de Ts Company se ha puesto al frente del nuevo negocio, que arrancó en noviembre y ya ha lanzado al mercado sus tres primeros productos vinculados a la práctica deportiva: un dispositivo móvil, un reloj inteligente y unos auriculares inalámbricos sumergibles. Los precios de las dos primeras referencias superan los 200 euros, mientras que la tercera se comercializará por 40 euros.

En una primera fase, y probablemente para testear la aceptación de sus productos en el mercado, Hexxa sólo lanzará una "edición limitada" de mil unidades de cada uno de los tres artículos. "El equipo ya está trabajando en la creación nuevas versiones y productos que bajo este enfoque irán saliendo al mercado en los próximos meses", aseguran.

En este proyecto, el primero en el que la renombrada Geomethrix prueba suerte lejos

de la gestión de gimnasios, también han contado con el apoyo de varias compañías. Entre ellas figuran la división de medios de pago de Banco Popular, la empresa de desarrollo de software y medios de pago PayNoPain[®] y el fabricante de dispositivos y *hardware* Oteda Group.

La apuesta tecnológica de la empresa con sede en Madrid se afianzará este diciembre, mes para el que se ha fijado el lanzamiento de la plataforma tecnológica Eskrapp. Ésta, según explican, "conectará a las personas que requieran servicios de actividad física y salud con los profesionales de los diferentes ámbitos a través de una plataforma *escrow*". Esta fórmula es la que le permitirá al equipo dirigido por Sevilla analizar qué profesionales pueden ofertar sus servicios, al tiempo que será la que garantice la correcta prestación de los mismos.

En este sentido, cabe recordar que no es la primera vez que Geomethrix apuesta por las plataformas digitales para crear una comunidad, ya que este año creó *Genius Gym AltaFit*, un sistema que "facilitará el acceso y control de los datos de entrenamiento a ambos, de forma que AltaFit pueda acompañarles en su preparación tanto dentro como fuera de sus instalaciones".

El grupo cerró 2014 con una facturación de 18 millones de euros y espera culminar este ejercicio con unas ventas superiores a los 20 millones de euros, una situación que les permite disponer de recursos propios y recurrir a financiación bancaria para afrontar nuevas aperturas sin recurrir a la franquicia.