

Arena Alicante adelanta sus planes e invierte 1,5 millones en mejorar su club

M.Menchén
5 ene 2017 - 04:58

Arena Alicante quiere diferenciarse aún más de su competencia. El club deportivo ha invertido en torno a 1,5 millones de euros en modernizar sus salas de entrenamiento, parte importante de un complejo que ocupa 26.000 metros cuadrados y que está entre la playa de San Juan y un club de golf. La previsión inicial, según explican, era ejecutar las obras en el año once o doce de funcionamiento, pero finalmente lo han adelantado cuatro años.

"El motivo del cambio es que llevamos ocho años de vida, con un nivel de uso muy alto. Además, Technogym nos ha facilitado condiciones para poder adelantar y actualizarnos", comenta Joaquín Abad, coordinador general de la instalación, que cuenta con algo más de 4.700 abonados. El fabricante italiano se ha encargado de proveer las máquinas, tanto de la sala de *fitness* como de la de *cycling*.

Además, se ha cambiado todo el suelo técnico, combinando las habituales placas de goma con césped artificial, y han reconvertido una terraza al aire libre en un nuevo espacio para la práctica del boxeo, previo cerramiento. "Era una actividad muy demandada", confirma el responsable, quien añade que también se han modificado los procesos de mantenimiento de la zona de aguas.



La compañía ha invertido casi 1,5 millones de euros en remodelar su zona de entrenamiento.

Para realizar todos estos cambios, la compañía aprovechó el fin de semana que coincidía con la Navidad para cerrar sus puertas y ejecutar los cambios de golpe. "Logísticamente no se podía hacer de otra manera", comenta Abad, quien explica que han creado el concepto *Arenamorfosis* para comunicar todos los cambios a los clientes.

Junto a la sala de entrenamiento, el club cuenta con trece pistas de pádel, ocho de tenis, campo de fútbol y pista de atletismo. "Estamos notando en los últimos dos años que, si bien como actividad ya no es lo que era, porque el *boom* del pádel fue exagerado, se está recuperando la práctica del tenis", apunta.

El club, que no tiene previsión de expandirse territorialmente, se mueve en la franja media-alta de precios, con una cuota mensual que de media se sitúa en 55 euros. "El perfil de cliente que tenemos es de compromiso a largo plazo. Más de un 50% pagan de forma semestral o anual", comenta Abad, quien asegura que anualmente facturan más de medio millón de euros.

Abad admite que la competencia más inmediata con la que se han encontrado son los gimnasios de bajo coste como McFit o Altafit, que desde 2012 empezaron a desembarcar en la ciudad. También lo hizo DreamFit, que adquirió el espacio que ocupaba Virgin Active, y Holiday Gym, que próximamente abrirá su tercer club en esta localidad, como ya avanzó este diario.

Ante esta competencia centrada en precio y proximidad, el club ha querido posicionarse como "club muy familiar", de ahí que los fines de semana sean dos de los días con mayor ritmo de actividad. En este sentido, asegura que "tenemos una oferta infantil muy amplia, desde triatlón hasta baile". Además, se han aliado con Gym Community para crear su propia herramienta de gamificación, que, según explica, "nos ha facilitado la comunicación con un número de clientes muy elevado, ya que cuando eres un gran centro puede enfriarse un poco la relación".