

EQUIPAMIENTO

La cadena Eurofitness invierte 2,5 millones en la apertura de su primer BCN Sport Hostels

Marc Menchén
16 abr 2015 - 05:00

Lo que empezó siendo un análisis sobre cómo reducir costes, se ha acabado convirtiendo en una nueva línea de negocio para Eurofitness. La gestora de centros deportivos ha aprovechado un edificio de Barcelona que hasta ahora ocupaba con servicios administrativos para convertirlo en el BCN Sport Hostels, un albergue que supone su entrada en el sector turístico.

La empresa catalana se ha aliado con un grupo de inversores particulares para ejecutar un proyecto que requería de una inyección de 2,5 millones de euros. "Optamos por esta fórmula en vez de recurrir al crédito bancario", explica Anna Pruna, socia de Eurofitness y consejera delegada de la nueva empresa. El edificio es propiedad de una familia catalana, que ha visto con buenos ojos el cambio de usos.

BCN Sport Hostels dispone de 56 habitaciones, con capacidad para 400 huéspedes. Que se trata de un albergue temático se aprecia desde el principio, puesto que uno puede dar golpes a un saco de boxeo mientras su acompañante realiza el *check-in* o, si se anima, pedalear en una bicicleta estática en el salón principal antes de comenzar la ruta turística. "Cada habitación representa una disciplina deportiva; también es una forma útil de explicar a los clientes cómo llegar a su habitación", explica Pruna. El complejo cuenta con habitaciones de entre cuatro y doce camas, con duchas y lavabo en su interior, así como taquillas con candado para guardar los objetos personales.

Los precios oscilan entre 15 euros y 35 euros de media, unas tarifas que varían al alza o a la baja en función de la ocupación. "Hemos registrado unos altos índices de reservas desde que abrimos en el verano de 2014, y eso que tampoco lo hemos publicitado excesivamente", admite Pruna. Eso sí, ahora ya trabajan en la firma de convenios de colaboración con los organizadores de grandes eventos deportivos, para que BCN Sport Hostel se convierta en el albergue de referencia de los participantes. "Lo probamos con la Zurich Maratón de Barcelona y funcionó, porque ya habíamos visto que algunos corredores reservaban con nosotros directamente", señala Pruna. Por ahora ya han conseguido atraer a distintos equipos que venían a la ciudad

a participar en alguna competición.

La intención de Eurofitness, en colaboración con sus socios en este proyecto, es aprovechar al máximo la identificación de Barcelona como capital del deporte y ofrecer a los clientes una experiencia que vaya más allá de la tematización de las dependencias. Por ejemplo, los clientes pueden pagar un suplemento para poder entrenarse en el gimnasio que la cadena gestiona junto al complejo hotelero, en el barrio de Gràcia. También son capaces de organizar clases de *spinning* en medio del hotel o, como sucedió el pasado verano, habilitar su sala de cine para retransmitir la final del Mundial de Fútbol. "Fue un espectáculo ver a gente de distintas nacionalidades viendo el partido", recuerda la también ex secretaria general de Deporte de la Generalitat.

El hecho de ser un hostel nuevo les ha permitido observar las últimas tendencias e incorporar servicios vitales para los turistas que utilizan este tipo de establecimientos, como lavadoras, cocina, neveras y amplias zonas comunes con butacas y conexión Wi-Fi. También disponen de una terraza exterior y un amplio patio interior, del que cuelga un monoplaza con el que compitió Fernando Alonso en sus inicios. "Es una fórmula para que los clientes se hagan fotos y las suban a las redes sociales, como el podio de la entrada en el que pueden personalizar las banderas", explica Prunna sobre una de las fórmulas para promocionar el BCN Sport Hostel sin coste alguno.

La media de edad de los clientes oscila entre los 18 y los 35 años, mientras que Francia, Reino Unido e Italia son los principales países de origen. Prunna admite que les ha sorprendido la rápida aceptación de su propuesta turística, de ahí que ya se estén planteando internacionalizar el formato a otras ciudades europeas. "Está claro que debería ser una ciudad con una gran atracción de turistas y que, al igual que Barcelona, tenga esa asociación con el deporte", opina la socia de Eurofitness.

La compañía, presidida por Gil Modroño, es una de las más veteranas del sector y una de las primeras que apostó por el modelo concesional para gestionar centros deportivos. Actualmente explota siete instalaciones en Barcelona y tres más en su área de influencia, otro en A Coruña (Galicia) y uno más en Ljubljana (Eslovenia). Se desconoce su cifra de ingresos.