

FITNESS

DiR crea una filial de clases online en pleno 'boom' del 'home fitness'

La cadena catalana de gimnasios crea DiR Online tras haber reforzado su oferta de rutinas y clases por Internet desde que tuvo que cerrar sus gimnasios por orden del Gobierno en plena crisis del Covid-19.

Patricia López
7 abr 2020 - 04:58



DiR da forma legal a su apuesta por el entrenamiento en el entorno digital en pleno *boom* del *home fitness*. La cadena catalana de centros deportivos ha creado la filial DiR Online, cuyo objeto social es la promoción y divulgación de la actividad física en todos sus ámbitos en un entorno digital, según ha podido saber *Palco23*. La empresa arranca con un capital social de 10.000 euros.

La filial pende de la matriz de la compañía y como representante figura su fundador y presidente, Ramón Canela. Este es un paso más de la cadena por acompañar la cliente en su rutina de ejercicios durante la fase de confinamiento, que obligó a la cadena a cerrar todos sus centros y a reforzar la creación de contenidos en los canales de comunicación online para seguir prestando servicio al abonado en el hogar.

La dirección de la cadena ha preferido no desvelar a este diario qué ofrecerá a través de DiR Online, aunque todo apunta a que buscará dar servicio para que los usuarios puedan ejercitarse en cualquier lugar y sin necesidad de acudir al club. Es una opción que están explotando la mayoría de cadenas de gimnasios, ante el temor de que el cierre de los clubes por fuerza mayor supusiera que parte de su clientela se diera de baja.

DiR ha ampliado su oferta de entrenamientos online durante las últimas semanas debido al confinamiento

DiR cerró sus instalaciones el 14 de marzo, siguiendo las indicaciones de la Generalitat de Catalunya, que pidió el cese de la actividad de los gimnasios. A partir de entonces, empezó a generar contenido gratuito a través de su perfil en Instagram y YouTube, de modo que cualquier usuario, sea o no cliente de la cadena, puede seguir las sesiones dirigidas en directo y en diferido. Diariamente organiza diez sesiones dirigidas por algunos de los técnicos de DiR. También ofrece contenido exclusivo para los socios a través de la *app*.

Ante el cierre por motivo de fuerza mayor, DiR comunicó que presentaría un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (Erte), que fue aprobado por la autoridad laboral el 28 de marzo, y que afectó a más de 1.700 trabajadores. La compañía mantuvo a alrededor de 30 personas que siguen teletrabajando para garantizar la creación de contenidos online. La medida de suspensión de contrato dura hasta que se levante el estado de alarma, que de momento estará en vigor hasta el 26 de abril. La mayoría de empresas del sector de los gimnasios se han acogido a este instrumento legal, por lo que DiR no es una excepción.

La compañía opera 68 instalaciones en España, 65 de ellas en Cataluña y tres en Madrid. En total tiene 38 centros YogaOne, de los que 35 son estudios franquiciados. La compañía también opera clubes de proximidad con la marca BDiR y, en el último año, ha incorporado como franquiciados otros clubes independientes ubicados en Barcelona, Mataró, Maresme, Sabadell y Lleida.

La compañía controlada por la familia Canela completó 2019 con un resultado antes de impuestos ligeramente por encima de los 700.000 euros. En total, la cadena facturó 50,3 millones de euros, y se consolidó como la cuarta empresa del sector con mayor

volumen de negocio en la Península Ibérica, tan solo superada por Viva Gym Group, Metropolitan y GO fit.

Home fitness, un negocio al alza

Se estima que las ventas asociadas al home fitness ascienden a 14.000 millones de dólares (12.957 millones de euros), según la compañía de estudios de mercado Alpha. En este sector operan desde las *apps* de entrenamiento hasta las *start ups* como Peloton o Volava, que han lanzado equipamiento para el hogar con pantalla incorporada para que los usuarios puedan participar en clases dirigidas en directo y bajo demanda.

También los fabricantes consolidados, como Life Fitness y Technogym han reforzado su apuesta. Technogym, que vende máquinas para uso doméstico a través de sus tiendas y **showrooms**, mejoró un 24,3% la facturación de este canal de distribución en 2019, hasta 8,4 millones, mientras que el ecommerce y la televenta mejoró un 4,6%, hasta 39,5 millones. El 13% de las ventas de la filial ibérica de Life Fitness en 2019 procedieron de la línea de equipamiento para el hogar, y el pasado enero puso en marcha una plataforma de videos bajo demanda de clases de cardio.