

FITNESS

Fit Jeff reta al Covid-19 y prepara su salto al extranjero con sesenta aperturas para 2020

La compañía de estudios de entrenamiento en grupos reducidos ha firmado contratos con más de una veintena de franquiciados en Madrid, Barcelona y Valencia, y prevé crecer en el extranjero con un modelo que exige inversiones reducidas de en torno a 50.000 euros por club.

Patricia López
27 may 2020 - 04:58



La industria de los gimnasios está reformulando su modelo para ir más allá del *core user*, y Fit Jeff ha decidido sumar fuerzas con establecimientos de belleza, relajación y lavanderías para conseguir ese objetivo. La compañía integrada bajo el paraguas de Jeff tenía el objetivo de abrir un centenar de centros especializados en entrenamientos en grupos reducidos a lo largo de 2020 y, si bien el Covid-19 ha obligado a reducir sus previsiones, la empresa espera poner en marcha sesenta instalaciones a lo largo del año.

“Los primeros centros iban a abrir en junio y vamos a mantenerlo, pero en Chile a lo mejor esperaremos porque recientemente han decretado un confinamiento total”,

explica Diego Moya, director de fitness de Jeff. La compañía cuenta con otros verticales con las que está creando sinergias, como son la de relajación y belleza. “Tenemos socios que invierten en varios verticales, y que montan como un centro comercial de **wellness**, nuestra intención es conceptualizar cada servicio y que sean flexibles para que puedan implantarse en prácticamente cualquier barrio”, apunta.

El plan de negocio contempla inversiones de hasta de 50.000 euros que alcanzan la situación de **break even** en cinco o siete meses y la inversión se recupera en alrededor de veinte meses. Los estudios cuentan con una sala diáfana donde se organizan clases dirigidas grupales de yoga, pilates, funcional y **Hiit** y el directivo asegura que en breve podrán volver a operar respetando la distancia social. “Hay capacidad para veinte personas, pero el 80% de las clases contará con ocho asistentes; el modelo es rentable porque la inversión es baja y porque la oferta de clases es lo suficientemente amplia como para que las clases no se saturen”, apunta.

Fit Jeff exige una inversión de 50.000 euros por estudio

El modelo ha convencido a los franquiciados, que se han comprometido a abrir diez centros en Valencia, hasta seis en Barcelona y cuatro en Madrid, entre otras ciudades. Fuera de España la empresa está negociando con inversores en Latinoamérica, con foco en Chile, y Asia, donde también entrará en Filipinas.

“No queremos competir con los gimnasios, sino que quienes vengan a Fit Jeff sustituyan una tarde de ocio en una cafetería por hacer ejercicio con sus amigos; ahí crear comunidad y favorecer la interacción entre ellos será clave”, describe Moya. Los accesos y la reserva de clases se realizarán a través de una **app**, y se monetizará ofreciendo un plan de clases ilimitadas por 45 euros al mes. La empresa empezará ofreciendo 40 horas de clases, una cifra que irá ampliando en función de las suscripciones que se generan.

Al hacerse la reserva por la aplicación, la compañía espera conocer las preferencias por horario y tipología de clase de los clientes, reforzando aquellas que tengan más demanda y adaptando las clases según sus prioridades. El director de cada club ajusta las sesiones según el **feedback** que recibe de los clientes, y Jeff se encarga de dar atención al franquiciado y diseñar tanto las clases dirigidas como el plan de negocio y la estrategia de marketing.