

FITNESS

Go Fit 2.0, del 'trackeo' 24/7 a duplicar su presencia en Portugal y crecer en Europa

Marc Menchén
1 jun 2016 - 04:58

Go Fit quiere seguir creciendo más allá de España. La cadena de gimnasios ultima la firma de dos nuevos contratos en Portugal, que le permitirán doblar su presencia en el país. Gabriel Sáez, consejero delegado de la compañía, precisa a *Palco23* que, a falta de la firma definitiva, uno de los nuevos centros estará en Lisboa, donde ya tiene uno abierto y abrirá otro próximamente, mientras que el otro se ubicará en un municipio de momento no desvelado. Sobre la inversión prevista tampoco hay detalles adicionales, aunque normalmente sus proyectos están por encima de los 8 millones de euros.

El empresario, que participó ayer en el tercer Congreso de Gestión de Centros Deportivos organizado por Wuics, también aseguró que “queremos llegar a más países de Europa”. Todavía no hay nada definido, aunque entre los mercados que se barajan como potenciales están Francia o Polonia; este último, un territorio en el que ya ha probado fortuna la catalana Eurofitness.



Go Fit Olivais es el primero de la cadena en Portugal y abrió hace menos de un año.

La apuesta por crecer a nivel internacional no implica que quieran seguir creciendo en

España, donde admiten que también están analizando proyectos para elevar su actual cartera de 12 centros operativos y dos que lo harán en los próximos meses. "Todavía hay buenas oportunidades y algo en Catalunya nos gustaría tener", enfatizó, para después advertir que en algunas ciudades importantes, como Barcelona, Sevilla, Málaga o Granada se empieza a percibir "sobreoferta" de instalaciones deportivas respecto a la demanda real. "Hemos tenido que decir no a muchas cosas", añadió sobre la opción de crecer mediante adquisiciones.

Sáez dio algunas pistas sobre el plan estratégico de la empresa, que básicamente pasan por dar un importante salto tecnológico y casi triplicar su tamaño actual en 2023 (ayer ofreció algunos datos precisos, pero quiere esperar a oficializarlos a que antes los valide el nuevo consejo de administración tras la venta a Torreal). El punto de partida no es malo: facturación de 40 millones de euros en 2015 y resultado operativo de 17,73 millones, una base de abonados que supera las 150.000 personas, una plantilla de 800 personas... Y una clave del éxito en un grupo que gestiona 150 millones en activos: "hemos conseguido invertir una *porrada* de dinero con desviaciones presupuestarias muy bajas", enfatizó.

El ejecutivo se mostró ambicioso sobre el futuro de Go Fit, un concepto con el que, recordó, "hemos creado nuestro propio camino dándole un giro al modelo que nació en Barcelona", dijo en referencia a las concesiones administrativas que se empezaron a aprobar para rentabilizar las instalaciones de los Juegos Olímpicos. En su ponencia quiso hablar de lo que quieren conseguir durante la próxima década, pero antes repasó de dónde vienen y algunas anécdotas que explican su carácter y los atributos con los que quiere que se asocie a la marca: familiar, lúdico, saludable, eficaz, seguro...

Nacer en Guipúzcoa le *obligó* a ser emprendedor; la educación que le ofrecieron sus padres, de profesión camareros, explica su "obsesión por el servicio", mientras que de su paso por el rugby como jugador se llevó consigo valores como el esfuerzo. De sus primeros pinitos en la industria del *fitness*, donde empezaron trabajando con NH, se llevaron una de las mejores enseñanzas con la que afrontar el reto de Go Fit 2.0: "nos permitió ver cómo se construye una compañía que pasa de 60 a 500 hoteles y de un país a 40", reveló Sáez.



Gabriel Sáez, fundador y CEO de Go Fit, en una imagen de archivo.

Y la estructura ya la tienen, porque como él mismo reconoció “Go Fit está pensada para ir más allá de los 13 centros actuales y hemos puesto los pilares para crecer de forma rápida y sistematizada”. En este sentido, aludió no sólo a la inversión en recursos humanos, equipamiento y tecnología, sino también a una de las claves con las que quieren reforzar su papel de líder por ingresos en España: aprovechar “la tormenta perfecta en la que vive el sector”, que en su opinión supone la mezcla del problema de sedentarismo, el envejecimiento de la población y los escasos niveles de actividad física.

Sáez aspira a que la relación con sus clientes vaya mucho más allá del entrenamiento en el gimnasio, para lo que han destinado importantes recursos a innovación y conocimiento que se traducirá en el Go Fit Wellness Hub. Se trata de una plataforma con la que la empresa aspira a estar en contacto permanente con los socios, desde que se despierta y le pueden decir cómo ha dormido, hasta lo que debe de comer, pasando por su habitual rutina en la sala. “Estamos seguros de que podemos hacer una trazabilidad de la actividad de la persona durante las 24 horas los siete días de la semana”, avanzó.

La idea, de la que próximamente seguirán desvelando nuevos detalles, esencialmente se articularía a través de una *app* con la que quieren fidelizar a mínimo 1.000 personas. Con su plataforma pretenden asegurarse de que son capaces de proponer no planes de entrenamiento, sino de salud, en los que incluso puedan demostrar al cliente que con su método pueden, por ejemplo, rebajar su colesterol si así se lo recomienda el médico. Para ello cuentan con Alfonso Jiménez, director de Investigación del GO fit LAB y catedrático de Ejercicio Físico y Salud y Director del Centro de Investigación en Ciencias Biológicas Aplicadas y del Ejercicio en la Universidad de Coventry (Reino

Unido).

Eso sí, Saéz aseguró que su intención no es en ningún caso lanzar sus propios *wearables* para realizar esta recopilación de datos, como por ejemplo ha hecho Altafit, sino que aprovecharán los *gadgets* existentes. “Es imposible competir con los gigantes, no es nuestro negocio y la tecnología cambia demasiado rápido”, argumentó el empresario, confiado en que el entorno abierto con el que empiezan a trabajar los fabricantes de máquinas y artículos tecnológicos les favorecerá en su nuevo proyecto. El reto no es menor, pero él ya advirtió que es de Guipúzcoa.