

## GymPass convierte España en su mercado más importante en Europa

Palco23

29 sep 2016 - 10:24

GymPass quiere potenciar su presencia en España, país más importante de su estrategia en Europa y que ya sólo genera menos negocio que Brasil y México, los dos países donde empezó a operar antes el portal en el que los gimnasios pueden ofrecer pases puntuales o temporales. Su desafío es ser aún más importante en el mercado español, donde confía en pasar de 1.400 a más de 2.000 clubes adscritos a su plataforma antes de que acabe el año.

El paso más importante en el país por parte del portal de origen brasileño fue la integración con Gymadvisor en 2015, lo que le permitió agregar a su oferta más de mil instalaciones repartidas por 400 ciudades. Su objetivo, según explican, es que al finalizar 2016 ya tengan a sesenta personas en plantilla, repartidas entre las oficinas de Barcelona y Madrid.

En Europa, GymPass también está presente en Alemania, Francia y Holanda, con 1.200, 700 y 450 gimnasios en oferta, respectivamente. Son cifras que aún están lejos de los 8.500 centros que se anuncian en su web de Brasil, aunque no tan alejados de los 1.500 de México.

Una de las estrategias escogidas por la compañía para crecer en la Península Ibérica es volcarse en el segmento corporativo, ofreciendo paquetes para empresas. En concreto, proponen que las compañías subvencionen los pases para que sus empleados puedan acceder a cualquiera de los gimnasios que se anuncian en su plataforma.

La compañía explica en un comunicado que, de esta forma, “los gimnasios reciben nuevos usuarios corporativos que anteriormente no realizaban ejercicio físico. Además, este servicio es totalmente gratuito para los gimnasios y les aporta un valor añadido”.