

FITNESS

Gympass prevé potenciar el mercado europeo y latinoamericano en 2021

La compañía apuesta por un modelo híbrido entre la digitalización y entrenos presenciales y prevé crecer en centros deportivos que operan online.

M. L-E.
19 nov 2020 - 04:50



Gympass planta cara al Covid-19. La plataforma de fitness corporativo brasileña, que llegó a España hace cinco años, prevé crecer en número de centros deportivos y potenciar el mercado europeo y latinoamericano en 2021. Actualmente, la empresa trabaja con 2.000 centros corporativos, más de sesenta aplicaciones y tiene más de 25 entrenadores personales ofreciendo servicios en España. En el ámbito global, tiene 55.000 centros deportivos y 100 aplicaciones. Además, está presente en doce países.

“La idea es seguir trabajando los mercados, teniendo claro que Europa y Latinoamérica son muy potentes”, señala Federico de Vicente, consejero delegado de Gympass en España. “La estrategia para 2021 es generar más valor y seguir atrayendo usuarios”. La empresa cuenta con 25 personas en el mercado nacional.

Por otro lado, a causa de la pandemia, la empresa apuesta por un modelo híbrido hasta 2025. “Mucha gente está probando hacer actividades en un mundo digital, como

el yoga”, explica. Por este motivo, con el confinamiento, Gympass aceleró su proyecto de digitalización de sus servicios, ofreciendo un producto digital para fomentar el *wellness* entre los empleados. “Hemos pasado de no tener producto digital a una importante oferta, y la gente dispone de aplicaciones para su bienestar físico y emocional”, reitera.

Gympass cuenta con 25 empleados en España y trabaja con 2.000 centros deportivos

“La digitalización ha sido una forma de reforzar alianzas con nuestros socios y seguir fomentando la actividad física en las empresas españolas”, señala. A causa de la pandemia, “muchas de las compañías que trabajan con nosotros, nos están pidiendo más herramientas para fomentar el deporte entre los empleados”, subraya.

En este aspecto, De Vicente reconoce que “vamos a un modelo completamente híbrido porque la gente no dejará de ir a sus centros de trabajo, pero volverá a los gimnasios cuando se sienta segura”. “El modelo híbrido es la tendencia del futuro, además, hay ciertas áreas donde los gimnasios están cerrados”, recuerda.

“Los centros de actividad son *partners* estratégicos para este modelo que se va a quedar, ya que los empleados lo combinarán y un día irán al centro deportivo y otros harán la actividad *wellness* o física en casa, seguiremos apostando por este aspecto”, reitera.