

FITNESS

Indoorwalking diversifica e invierte 500.000 euros para abrir su propio club 'boutique'

El fabricante de equipamiento y de programas de entrenamiento sobre máquinas elípticas ha creado la marca Walking con la intención de crecer en el sector mediante franquicias.



Patricia López
25 ene 2018 - 04:59

Indoorwalking crea la cadena de boutiques Walking, donde mezclará el entrenamiento de

Indoorwalking da un salto en la cadena de valor. Tras catorce años como fabricante de equipamiento y programas de entrenamiento, la compañía ha decidido dar un paso más allá y debutar como operador. Según ha podido saber *Palco23*, la empresa dirigida por Enric Bonilla ha creado Walking, un estudio **boutique** que empezará a operar en marzo en Esplugues de Llobregat (Barcelona), y en el que ha invertido aproximadamente 500.000 euros.

“Se trata de un sistema que une el entrenamiento cardiovascular en posición vertical con un sistema de aprendizaje sobre temas relacionados con la salud y la

alimentación”, detalla el fundador y director general de la compañía. Bonilla planteó esta línea de negocio en 2008, pero no empezó a trabajar en ella hasta 2014. Al igual que Indoorwalking, el sistema está planteado como una clase dirigida con soporte musical, con la diferencia de que cada elíptica cuenta con una pantalla donde aparece información sobre salud y nutrición.

“El instructor complementa esa información con su explicación con el fin de divulgar conocimiento y concienciar a los usuarios de la importancia de cambiar su estilo de vida”, detalla. La plataforma ha sido desarrollada por la propia compañía y ya cuenta con 250 sesiones videotutoriales. El directivo asegura que el vínculo entre el material divulgativo y la práctica deportiva ayuda a “cambiar los estilos de vida de los usuarios y mejorar su relación con la dieta”.

Indoorwalking crea la cadena de *boutiques* Valking, donde mezclará el entrenamiento deportivo y el aprendizaje sobre salud y nutrición

La empresa también se ha encargado de crear una *app* para que cada usuario pueda comprobar sus métricas, monitorizar sus sesiones y conocer su evolución, tanto deportiva como de aprendizaje. “Al final de la sesión los abonados deberán responder a una serie de preguntas tipo test para valorar si han asumido los contenidos de la sesión”, explica.

El modelo de esta nueva línea de negocio se basa en el cobro de una cuota, que puede ser *premium*, de acceso ilimitado, o estándar para aquellos abonados que quieran asistir un máximo de ocho sesiones al mes. “También desarrollaremos sesiones especiales para embarazadas o para la tercera edad para fomentar el embarazo y el envejecimiento activo”, indica Bonilla.

Indoorwalking crea la cadena de boutiques Valking, donde mezclará el entrenamiento de

Image not found or type unknown

Con Valking, Indoorwalking diversifica su modelo de negocio

Una vez puesto en marcha el concepto, la idea es replicarlo mediante crecimiento orgánico y licenciando el uso de la marca a terceros. “No descartamos vender la licencia a otros clubes, pero el foco lo tenemos puesto en crecer con franquiciados”, afirma. El ejecutivo admite que de cara a este ejercicio el reto pasa por hacer “despegar el modelo y consolidarlo, así como replicarlo lo antes posible”. Las estimaciones de la compañía reflejan que cada franquiciado deberá invertir en torno a 150.000 euros para abrir un club de 300 metros cuadrados.

La compañía, que ha preferido no anunciar su cifra de negocio, asegura que ha cerrado el año mejorando los beneficios gracias a la firma de nuevos contratos con

PALCO23

operadores. Entre ellos destacan 02 Centro Wellness y la cadena balear Illes, que incorporarán el método de entrenamiento y las máquinas de Indoorwalking. Entre los clientes de la empresa figuran DreamFit, Claror, Macrofit, FitUp y Forus.