

FITNESS

Menos clientes y empleados: los gimnasios chinos avanzan hacia una afluencia de socios del 30%

Jane Jiang, responsable de Les Mills en China y Corea, admite que las actividades en grupo fueron las últimas que se retomaron en los centros deportivos del gigante asiático. Ahora, estas sesiones son de pago.

Palco23
11 may 2020 - 09:50



Europa ha mirado hacia a China en busca de precedentes sobre la vuelta a la actividad de tiendas, centros comerciales y centros deportivos. Tras dos meses de cierre, los gimnasios han vuelto a abrir, y aunque durante las primeras semanas sólo recuperaron al 15% de sus abonados, la afluencia ha ido aumentando hasta entre el 30% y el 40%, según explica Jane Jiang, responsable de Les Mills en China y Corea.

La principal ejecutiva del proveedor de clases dirigidas, que en esa región da servicio a 1.200 instalaciones, afirma que según la normativa década ciudad, los gimnasios deben garantizar entre dos y ocho metros cuadrados de espacio a cada cliente, lo que ha provocado que los clubes no puedan alcanzar una afluencia superar al 40%.

“Por desgracia no todos los clubes pueden o podrán readmitir a todos sus trabajadores, ya sea por razones económicas o por las condiciones sanitarias”, ha explicado la directiva a César Navarro, director de proyecto en Les Mills España. “Una de las primeras tareas a llevar a cabo es readmitir en primera instancia al personal adecuado en número, capacidad y funcionalidad en el centro”, ha explicado.

Tras el Covid-19, y a modo de prueba, en China se cobra un extra por las clases grupales; desde Les Mills lo ven como una vía para ayudarles a generar más ingresos

En España, a través de la Geoe, los gimnasios han solicitado que la salida del Erte sea paulatina, de modo que si los centros deportivos no pueden operar al 100% se permita a las instalaciones readmitir a sus empleados en la medida en la que sea necesario para garantizar la viabilidad del club.

En China otro de los retos es captar nuevos usuarios, la que allí las cuotas se pagan una vez al año. “Los que abren, sólo ofrecen servicio a las personas que ya eran abonadas, es decir, no obtienen ingresos adicionales”, ha añadido Jiang. De ahí que se haya recurrido a promociones e incluso las ciudades estén facilitan cupones de consumo para que los ciudadanos puedan canjearlos en clubes deportivos.

Un mes y medio después de la reapertura de instalaciones, la directiva afirma que las medidas de protección y prevención se han suavizado. Por ejemplo, durante las primeras semanas era necesario entrenar con mascarilla. “Ahora la norma se ha relajado y cada uno decide si quiere llevarla o no, aunque continúa siendo necesario medir la temperatura de cada socio.

Jiang admite que las actividades dirigidas en grupo fueron las últimas que se ofrecieron en los gimnasios tras la reapertura, y asegura que la mayoría de clubes apuesta por la reserva de clases para evitar aglomeraciones y mantener el aforo limitado. “Ahora, los clubes están abriendo franjas horarias futuras de manera que la gente puede reservar

plaza para la semana siguiente; reservar y no acudir a la sesión conlleva una penalización”, explica.

La limitación de espacio y de aforo ha provocado que algunos centros deportivos se planteen cobrar un extra este tipo de sesiones. “El tiempo y el espacio son un bien preciado, y las actividades en grupo han pasado de ser de pago; este planteamiento seguirá así a modo de prueba, pero desde Les Mills queremos que, a la larga, esta transformación se complete para ayudarles a generar más ingresos”.