PALCO23

FITNESS

Metropolitan lleva la oficina al gimnasio: creará 'coworkings' en sus clubes para fortalecer su marca

La dirección de la cadena *premium* considera que este servicio va ayudar a fidelizar a sus clientes ofreciéndole un servicio no deportivo pero que encaja con el *target* al que se dirige.

P. López
31 jul 2019 - 05:00

Habitar un gimnasio en la oficina es una realidad bastante extendida entre las grandes empresas, pero no es habitual que un centro deportivo siga el camino contrario y acondicione un espacio de trabajo en el club. Sin embargo, Metropolitan se ha lanzado a ofrecer estos servicios, y ha empezado a crear espacios de ***coworking*** en sus instalaciones. ¿El objetivo? Ampliar su oferta para atraer a un público que no sólo acude al club para entrenar, sino para sociabilizar e incluso trabajar.

La compañía está incorporando estas áreas en algunos de sus clubes, con las que busca que ampliar el abanico de *contact points* con el cliente. "Cuando planteamos negocios diferentes, al principio nunca pensamos en más ingresos o beneficio, sino en si nos va a ayudar a mejorar la percepción de nuestra marca y si va acorde a nuestro

https://www.palco23.com/fitness/metropolitan-lleva-la-oficina-al-gimnasio-creara-coworkings-en-sus-clubes-para-fortalecer-su-marca

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

producto, y la creación de *coworkings* va en línea con Metropolitan", explica a *Palco23* Sergio Pellón, director general de la cadena. El directivo asegura que el desarrollo de estos espacios "va a alimentar la fidelización de nuestros clientes porque está muy asociado a lo que la gente viene hacer a nuestros centros".

No es la primera vez que la compañía decide buscar negocios fuera del ***fitness*** y ofrecer servicios complementarios a su línea de negocio principal. En su trigésimo aniversario, la compañía está trabajando para crear su propia firma de ropa deportiva, para lo que ha constituido un equipo de trabajo específico. Esta propuesta huye de la idea de vender *merchandising* en los centros y se acerca más a la idea de marca de ropa que se comercialice fuera de los gimnasios, en puntos de venta especializados en moda. " La inversión es elevada y el retorno será a largo plazo", adelantó Pellón a este diario el pasado enero.

> **Metropolitan volvió a ser el líder del sector de los gimnasios en facturación en 2018, con unas ventas de 80 millones de euros**

En el pasado, la cadena invirtió en habilitar restaurantes y centros de belleza en todos los clubes para ofrecer un servicio más holístico a sus abonados. "A veces desarrollamos servicios, como la restauración, que no son negocio, sino que están simplemente dan soporte al producto y a la marca", añade Pellón. La dirección de la cadena incluso ha planteado la opción de ofrecer viajes asociados a experiencias deportivas, una propuesta que la cadena estadounidense de gimnasio Equinox ya ha incorporado a su cartera de servicios.

Esa misma filosofía es la que motiva a la compañía a abrir clubes en lugares emblemáticos, como es la cúpula del centro comercial de Las Arenas de Barcelona o el centro que opera junto al Museo Guggenheim de Bilbao, diseñado por el arquitecto Arata Isozaki. Desde la compañía aseguran que búsqueda de ubicaciones *premium* pretende, precisamente, conectar con el estilo de la cadena.

Por otro lado, la compañía espera culminar su salto internacional En los próximos meses con un club en Niza (Francia) y Bogotá (Colombia). La empresa también aspira a seguir creciendo en Francia, con París en el punto de mira, mientras compagina esa expansión internacional con su crecimiento en España.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Metropolitan aspira a facturar 100 millones de euros una vez realice las aperturas que tiene programadas.

A finales de 2019 inaugurará su primer centro en San Sebastián, junto al hotel Barceló Vasca, que contará con otros 6.000 metros cuadrados, piscina exterior, gimnasio y 300 plazas de párking. Además, está en negociaciones para abrir otro centro en el norte de España, y también prevé crecer en Barcelona y Madrid, donde tiene seis y cuatro instalaciones, respectivamente.

La idea de la cadena es desarrollar un producto familiar en algunos de sus centros, por lo que se ofrecerán servicios para el público infantil. La dirección de la cadena tiene claro que el reto pasa por pasa por integrar a los públicos más jóvenes en el club sin perder la esencia de instalación *premium*. La idea es ofrecerles un espacio donde entrenar o estudiar mientras los padres se ejercitan por separado.

Con 22 centros en España y 90.000 clientes, Metropolitan es la principal cadena de gimnasios por volumen de facturación del país, con un negocio de 80 millones de euros en 2018. La previsión de la compañía es que, una vez realizadas las aperturas que tiene programadas, eleve sus ventas hasta 100 millones de euros.

https://www.palco23.com/fitness/metropolitan-lleva-la-oficina-al-gimnasio-creara-coworkings-en-sus-clubes-para-fortalecer-su-marca

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.