Publicado en Ciudad de México el 02/03/2018

# [Entrevista con César Carvalho: Fundador y CEO de Gympass](http://www.notasdeprensa.es)

## Queremos democratizar la actividad física. Dar libertad a los usuarios y todas las opciones para que las personas tengan una vida más saludable, afirma César Carvalho, Fundador y CEO de Gympass

 La empresa global Gympass apuesta por un modelo de negocio que democratiza y facilita la actividad física, ofreciendo, a partir de una mensualidad fija, acceso diario a más de 26 mil centros de actividad física en 13 países: gimnasios, albercas, academias de baile, centros de artes marciales, pistas de patinaje y mucho más. "Queremos democratizar la actividad física. Dar libertad a los usuarios y todas las opciones para que las personas tengan una vida más saludable", afirma César Carvalho, Fundador y CEO de Gympass. César, de 34 años, era consultor y pasaba gran parte de su tiempo viajando. Dependiendo del proyecto, llegaba a cambiar de ciudad hasta cada tres meses. Encontró que todas las personas apasionadas por el ejercicio tenían un mismo problema: para poder entrenar o practicar su actividad favorita era necesario inscribirse a un centro deportivo, atarse a un contrato y a un plazo determinado, con una cuota predefinida. "La mayoría de los planes eran de, mínimo, seis meses, nada funcional para alguien que tenía una rutina como la mía", recuerda el CEO. César gastaba dinero y no disfrutaba de todo a lo que tenía derecho, realidad que probablemente has experimentado tú también. Para solucionar la problemática, creó Gympass, un servicio que ofrece acceso ilimitado a una red de centros deportivos afiliados. El modelo es simple: basta con que el usuario abra el sitio o la aplicación de Gympass, compre un Plan a su medida, vea los gimnasios más cercanos a él y elija entre más de 500 opciones de actividades y clases ofrecidas: natación, zumba, yoga, buceo, artes marciales, etc. "Además de la practicidad, el gran acierto de la empresa es valorar el tiempo del cliente. Hoy en día, a nadie le gusta meterse al tráfico o caminar mucho para llegar al gimnasio", explica César. Formado en administración por la USP y nacido en Minas Gerais, Brasil; César nunca había pensado en emprender. Hasta que, en enero de 2012, durante una clase de estrategia en Harvard, en los Estados Unidos, donde cursaba un MBA, percibió que su problema de entrenar en diferentes ciudades podría convertirse en un proyecto. Cuando el profesor comentó sobre la industria de los gimnasios, me puse como ejemplo y comencé a tener ideas, César cuenta que se inspiró en los conceptos de economía compartida de la Zipcar, lanzamiento americano de alquiler de coches. Vi que no había nada parecido para quien quería ejercitarse.César llamó a sus amigos: João Thayro de 31 años, con quien había trabajado en la CVC, y Vinicius Ferriani de 32 años, compañero de Mckinsey, para comenzar a trabajar en el proyecto. En reuniones por Skype, montaron juntos el plan de negocios y validaron la idea por medio de encuestas en línea y contactos con gimnasios en su natal Brasil. "Yo llamaba y ofrecía el proyecto como si ya existiera, para ver la reacción. Todos se interesaban, cuenta", afirma César. Reunieron su primera inversión con amigos y parientes, dejaron sus empleos y decidieron centrarse en Gympass. Cuatro meses después de tener la idea, César abandonó Harvard, volvió a Brasil y, al día siguiente, ya estaba cerrando contratos con gimnasios en São Paulo. El sitio web se lanzó el 21 de junio de 2012, con 60 gimnasios afiliados. "En nueve meses, Gympass ya contaba con 200 gimnasios afiliados y parecía estar en el camino correcto. Hasta que PwC, una de las mayores firmas de Consultoría en el mundo, cambió su dirección. Preguntaron si podíamos ofrecerles un Plan Corporativos para los 5,000 colaboradores de su empresa. En ese momento, nisiquiera pensábamos en enfocarnos en ese público, pero fue la mejor decisión", recuerda César. Entonces, para atender la demanda del mercado corporativo, decidió aumentar el equipo. Hoy, alrededor del 90% de los ingresos de Gympass vienen de empresas que ofrecen el servicio de Gympass como un beneficio corporativo a sus empleados, algo que ha mostrado ser cada vez más importante para atraer y retener Talento. Compañías como Grupo Modelo y Great Place to Work pagan una tarifa a Gympass y el empleado tiene derecho a un descuento de hasta el 70% en los Planes, válido incluso para sus dependientes. "Una de las principales preguntas al momento de recibir una oferta de trabajo es sobre el paquete de beneficios que ofrece. Gimnasios, junto con seguro de salud, alimentación y transporte, son de los elementos más apreciados por los candidatos, lo que explica el éxito de Gympass", afirma Eduardo Migliano, cofundador de 99jobs, plataforma que conecta personas con vacantes de empleo. "Entre los principales clientes está Unilever, presente en la región Sudeste, Nordeste y Centro-Oeste de Brasil. Tenemos una plataforma interna que promueve el bienestar; y elegimos incluir el servicio de Gympass en ella para atender a nuestros colaboradores, independientemente de dónde se encuentren", cuenta Carolina Mazziero, Directora de Recursos Humanos de Unilever Brasil. "Hicimos una correlación de los datos y detectamos que los índices de ausentismo por problemas de salud han disminuido entre las personas que se ejercitan", asegura Mazziero. La demanda de multinacionales ha hecho que Gympass, que hoy cuenta con alrededor de 700 colaboradores, se expandiera rápidamente. Desde 2015, además de la sede en São Paulo, tiene oficinas en países como México, Argentina, España, Inglaterra, Holanda, Francia, Italia, Alemania, Chile y otras. "Deseamos que Gympass sirva de inspiración para otras startups latinoamericanas, también se pueden convertir en empresas globales", comenta César, que hoy vive en Madrid, con el fin de liderar la expansión en Europa." Mientras tanto, César continúa jugando tenis cada semana y experimentando nuevas actividades deportivas que nunca se hubiera imaginado, gracias a su negocio. Inspirado en casos como el del Airbnb, que se convirtió en la mayor empresa hotelera sin tener un sólo hotel, Gympass cuenta con la mayor red de gimnasios, a pesar de no ser dueña de ninguna sucursal. "Dar oportunidad a las personas de mejorar sus vidas practicando lo que desean y donde estén es nuestro diferencial", dice Carvalho. Sobre GympassGympass es una empresa brasileña, fundada en 2012. Su misión es mejorar la vida de las personas a través de un programa que integra una red de miles de centros de actividad física en 13 países de América y Europa. Aporta soluciones flexibles a empresas para que ofrezcan un programa de beneficios a sus colaboradores como una prestación corporativa para mejorar la salud, productividad, ambiente laboral y estilo de vida. En febrero de 2018, cuenta con una red de 2,300 gimnasios/centros de ejercicio, con 350 actividades distintas, en todo México. Para más información visita www.gympass.com/mx

**Datos de contacto:**

Flor Carreño

5615 2195

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/entrevista-con-ce-sar-carvalho-fundador-y-ceo\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Emprendedores Otros deportes Recursos humanos



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)