

## FITNESS

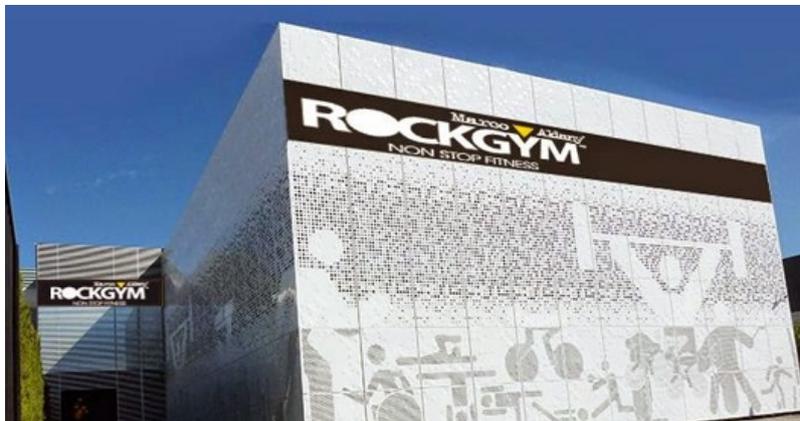
# La cadena de peluquerías Marco Aldany entra en el negocio del fitness con la marca Rock Gym

Marc Menchén  
16 jun 2015 - 05:00

La práctica deportiva es cada vez más habitual entre los ciudadanos y las grandes cadenas del sector de la belleza quieren aprovechar esta fiebre de la cultura al cuerpo para explorar nuevas vías de negocio. Marco Aldany, desde 1997 centrada en la consolidación de su red de peluquerías y centros de belleza, ha lanzado ahora la marca Rock Gym para abrir mercado en el mundo de los gimnasios.

Marco Aldany volverá a utilizar la fórmula de la franquicia para extender su nueva marca. Los interesados ya saben que la inversión inicial que deben realizar supera los 500.000 euros, en la que ya se incluye el canon que deberán pagar a la compañía de los hermanos Fernández Luengo. El contrato que están ofreciendo a los potenciales clientes es de diez años, según la información pública en las páginas de intermediación entre franquiciados.

Por ahora, la cadena de peluquerías ya ha logrado la puesta en marcha de seis centros bajo la marca Rock Gym, aunque en la industria aseguran que su intención pasa por alcanzar los 42 centros en el medio plazo. Actualmente ya está abierto un gimnasio en Jaén y otro en Marbella; este último ya funcionaba, aunque bajo otra marca. Para las próximas semanas está confirmada la apertura de nuevos complejos deportivos en los centros comerciales Espacio Torrelodones, H2O de Rivas Vaciamadrid y Mirador de Majadahonda, todos ellos a las afueras de Madrid; también abrirán en Badajoz.



El Rock Gym de Jaén ha sido uno de los primeros en abrir.

Entre los proyectos también figura la construcción de un gran centro deportivo en Valladolid, en un proyecto valorado en diez millones de euros y que incluiría incluso una escuela de formación de diversas profesiones vinculadas al deporte para que los estudiantes entraran a trabajar posteriormente a los distintos centros que abra Rock Gym, según explicó en su momento el CB Valladolid, copromotor de esta iniciativa. Este diario no ha podido contactar con Marco Aldany para conocer más detalles sobre esta inversión, ni sobre la política de precios que instaurará.

Las fuentes consultadas por *Palco23* señalan que se trataría de un híbrido entre los gimnasios puramente *low cost*, en los que las tarifas parten de los 19,9 euros la mes, y las cadenas tradicionales. En algunos de estos gimnasios, de hecho, se mezcla la oferta de clases con profesores presenciales con aquellas en las que el usuario dispone de un tutor virtual con el que seguir la clase a través de un monitor. Los precios rondarían los 30 euros al mes.

En algunos de sus folletos comerciales, Rock Gym asegura que "es un nuevo concepto de centro deportivo sin horarios, disponible las 24 horas del día", aunque en la práctica los centros que ya están operativos sí están cerrando por la noche. En muchos casos, la clausura viene motivada por las exigencias legales de que haya un monitor en todo momento por si se produjera alguna situación de emergencia. En Catalunya, ya se han producido quejas por este motivos y muchos gimnasios han tenido que cambiar su política.

Personas conocedoras del proyecto aseguran que Marco Aldany incluso tiene en mente internacionalizar este nuevo concepto y hacer una primera prueba en Perú a finales de este año o en 2016. Está por ver cuál será la evolución de Rock Gym en

España, un mercado en el que si bien es cierto que la práctica deportiva va a más, no hay que olvidar que cada vez aparecen nuevas marcas, muchas de ellas internacionales. En los últimos meses y años, en el país han aterrizado cadenas como Anytime Fitness, Vita Liberté, McFit o Simply Gym. Incluso Easy Gym, la enseña creada por el fundador de la aerolínea EasyJet, ha creado una filial española como primer paso a introducirse en el país.



Marco Aldany cuenta con 401 peluquería en España, 96 de ellas propias.

¿Qué es Marco Aldany?

Los impulsores de esta nueva marca de gimnasios son Alejandro y Daniel Fernández Luengo. Ambos son miembros de la familia fundadora de Marco Aldany, una cadena de peluquerías y centros de belleza creada en 1997 y que antes de la crisis experimentó un importantísimo crecimiento. A inicios de 2012, The Chic Corporation Worldwilde, la sociedad que controlaba Marco Aldany y la enseña Jofer, se declaró en concurso de acreedores. Habían pasado cinco años desde que la firma de capital riesgo MCH adquiriera el 50% de la compañía a los fundadores por 90 millones de euros.

La familia acabó adquiriendo la unidad productiva de Marco Aldany por 6,5 millones de euros en julio de 2013, apenas un año después de que la empresa entrara en los juzgados. El año pasado, la sociedad a través de la que se adquirió el negocio registró una ampliación de capital por 6,18 millones, situando el capital social de la misma en 13,38 millones de euros. Actualmente, según asegura la empresa, dispone de una red

---

# PALCO23

---

de 401 peluquerías en España, de las cuales un total de 96 son propias y el resto franquiciadas. Fuera de España, principalmente en América Latina, operan otros 22 establecimientos con su marca.