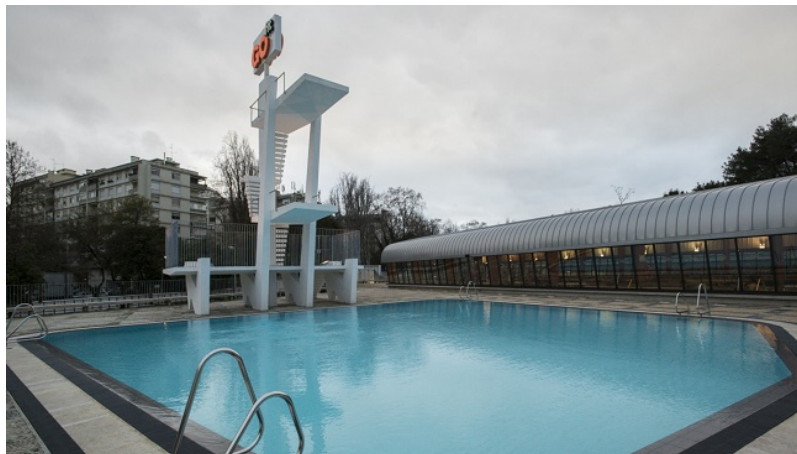


2015, un año de compraventas, refinanciaciones y multimarca para el 'fitness'

Marc Menchén
31 dic 2015 - 05:00

La compra de Go Fit por parte Mutua Madrileña y Torreal por 200 millones ha sido una de las últimas operaciones corporativas del año, pero evidencia el dinamismo que ha vivido el sector del *fitness* en un 2015 que los datos económicos señalan como el de la recuperación definitiva del consumo en España y del negocio de los gimnasios. Compraventas, reestructuraciones de deuda, aterrizaje de cadenas internacionales, nuevas marcas en el mercado.... ¿cuáles han sido los hitos más importantes?

La entrada de nuevo capital en Go Fit no deja de responder a las necesidades de las cadenas tradicionales por reforzar su balance ante un nuevo escenario en el que el *low cost* ha llegado para quedarse. Este panorama cogió a muchas empresas con un elevado endeudamiento y escasa capacidad para invertir en la modernización de sus centros, algo que ha obligado a la banca a refinanciar el pasivo de grandes marcas como DiR, Holmes Place o Supera.



Go Fit, que ha dado entrada a Mutua Madrileña y Torreal, ha empezado a expandirse en Portugal.

La empresa fundada por Ramón Canela, una de las más importantes en Barcelona, sigue negociando la entrada de un inversor que pueda aportar en torno a 15 millones de euros a cambio de una participación del 40%. En los últimos meses han habido contactos, pero jamás se ha llegado a concretar pese a que previamente logró un acuerdo con los bancos para devolver 17 millones de euros de forma más flexible, con un plan que aparca hasta 2021 las primeras cuotas. Su pasivo total asciende a 30 millones, una parte en bonos emitidos a algunos de sus clientes.

Holmes Place también se vio obligada a capitalizar su filial ibérica a principios de años, con la conversión en acciones de un crédito 70 millones y la inyección de cerca de 10 millones de euros adicionales. Fue una condición impuesta por la banca acreedora, que enero de 2015 aceptó alargar el calendario de pagos hasta 2024, con dos años de carencia. Uno de préstamos suma 50,66 millones y fue concedido por BBVA, Abanca (antigua Nova Galicia) y el alemán IKB, mientras que el otro asciende a 25,94 millones aportados por Banco Espírito Santo (BES) y NovoBanco a la filial lusa de Holmes Place.

Virgin Active tampoco atraviesa por su mejor momento en España, después de enterrar prácticamente sus planes para contar con 35 centros en el país y cerrar dos de sus instalaciones durante 2015, en plena reorientación del grupo a nivel global tras su venta al fondo sudafricano Brait. Por su parte, los accionistas de Áccura tuvieron que reducir capital por las pérdidas generadas en los últimos años e inyectar fondos adicionales, mientras que la Federación Catalana de Baloncesto ha hecho caja con la venta de concesiones municipales donde operaba.

Sidecu, empresa propietaria de la cadena que comercialmente opera como Supera, también aprovechó la primera mitad de 2015 para reestructurar su pasivo. En este caso, la compañía gallega no estaba fuertemente presionada por la banca, sino que aprovechó la ventana que supone el Mercado Alternativo de Renta Fija (Marf) para emitir bonos por 55 millones para cancelar deuda bancaria y obtener un calendario de pagos a cinco años vista.

La operación supuso liberar recursos a corto plazo, lo que le ha permitido recomprar la participación de algunos gimnasios en los que invirtió junto a otros socios financieros. También ha permitido a la empresa dirigida por Guillermo Druet estar en mejor posición financiera para lanzar al mercado Supera 24h, un nuevo concepto con el que la compañía quiere diversificar respecto a su negocio tradicional de centros de concesión administrativa, fórmula bajo la que gestiona 29 centros por toda España.



Duet ha sido pionera al diversificarse respecto al negocio de la concesión administrativa.

Se trata de un concepto de gimnasio de proximidad, en el que la inversión es mucho más baja (unos 300.000 euros) y con el que quieren abrir hueco en el centro de

ciudades grandes y medianas. No deja de ser una estrategia similar a la iniciada por Grupo Duet durante 2014, ya que también apostó por lanzar una segunda marca con la que poder competir frente al *low cost*. La empresa catalana, que ya dispone de tres gimnasios Duet Fit en Barcelona, es consciente de que bajo el modelo concesional ahora existen pocas oportunidades, y confían en que este nuevo concepto sea el motor crecimiento del grupo en los próximos años.

El objetivo es el mismo: ofrecer a los consumidores un concepto alternativo en el que la tarifa mensual sea inferior a la que ofrecen en sus centros tradicionales y con unas prestaciones más acordes a las nuevas tendencias, con la libertad de horarios y la tecnología como pilares. Ello, combinado con clases dirigidas presenciales como valor añadido respecto a lo que algunas cadenas de bajo coste pueden ofrecer.

La irrupción de este tipo de gimnasios ha sido un duro golpe para los operadores existentes, que no sólo han tenido que hacer frente a los estragos de la crisis económica, sino también a la subida del IVA y la irrupción de nuevas marcas, sin lastres del pasado y con capacidad de ofrecer tarifas mucho más bajas que han seducido a usuarios dispuestos a recibir menos servicios o incluso los mismos por menos dinero. El aspecto positivo que pocos ven: una nueva puerta de entrada a practicantes de deporte que un día querrán más servicios.

Sólo en 2015, en España han aterrizado marcas como Vita Liberté o Snap Fitness. La primera, de origen francés, tenía la ambición de alcanzar los diez centros en 2015, pero de momento ha logrado cuatro en la provincia de Barcelona y otro más en Alicante. En las próximas semanas abrirán dos más en municipios cercanos a la capital catalana, además de otro en Valencia. La segunda, con sede en Estados Unidos, justo ahora ha abierto su primer centro en Barcelona, con el reto de empezar a buscar franquiciados en 2016.

En paralelo, Anytime Fitness ha dado un acelerón a su negocio en España con la apertura de cinco gimnasios que le han permitido alcanzar la veintena con una fuerte atención a Catalunya, donde tiene 19 de sus 21 centros. El objetivo para 2016, tal y como explicó su director general, Rod Hill, a *Palco23*, es centrarse en Madrid con al menos siete aperturas. Es un mercado donde ya opera McFit, cadena alemana que tras poner el foco en la capital española este año ha optado por crecer en otras ciudades, cumpliendo el plan de diez aperturas anuales.



Synergym, una de las nuevas cadenas de capital español que más creció en 2015.

También han surgido empresas de capital español, como Synergym, que en un año ha alcanzado la decena de gimnasios y se ha hecho fuerte en Andalucía, o Infinit Fitness, que después de iniciarse en 2012 este año ha acelerado para alcanzar los diez centros.

Mención a parte merece Altafit, que ha seguido el camino a la inversa de la competencia. Tras nacer como cadena de bajo coste en 2012 y alcanzar los 39 centros en España este año tras sumar una decena de centros, el grupo dirigido por José Antonio Sevilla ha lanzado la marca Myst. Se trata de un concepto estrenado en Madrid con que el que quieren competir en la gama *premium* frente a operadores como Metropolitan, aunque con tarifas algo más económicas pero idéntica filosofía: servicio singular, diseño cuidado y clases personalizadas.

Se trata de renovarse o morir, en un mercado el del *fitness* donde también han llegado a España nuevas tendencias que han batido todo tipo de previsiones. Todas las cadenas han tratado de incorporar a su oferta el CrossFit, con cerca de 300 boxes donde poder practicar este tipo de entrenamiento. O la electroestimulación, que f.a.st. ha logrado implantar en distintas ciudades (especialmente en la Comunidad de Madrid) con 49 gimnasios de este tipo.

Fitness19 ha sabido rápidamente posicionarse en una de estas nuevas modalidades, con la compra de la franquicia de Brooklyn Fitboxing para España y Portugal. Tras esta adquisición, la cadena de centros de bajo coste ha estrenado en Castelldefels (Barcelona) el primero de los gimnasios donde combinará la oferta de ambos conceptos.



Pecor ha tirado de compras en 2015 para adaptarse a las nuevas tendencias.

Los fabricantes, en busca de adaptarse al mercado

No sólo las cadenas de gimnasios han tenido que reinventarse ante las nuevas tendencias en el sector del *fitness*, sino que los propios fabricantes de maquinaria han buscado fórmulas para atender estas nuevas necesidades. Amer Sports, sin ir más lejos, decidió abrir mercado en el entrenamiento funcional con la adquisición de Queenax, un fabricante de módulos que se integrará en Pecor. La compañía también se ha aliado la empresa creadora del programa de entrenamiento Spinning, para lanzar una nueva línea de bicicletas estáticas ante el constante crecimiento de esta clase dirigida.

Life Fitness, en cambio, ha puesto el foco en dos segmentos totalmente distintos: el de las personas sin casi tiempo para ir al gimnasio y que quieren ejercitarse en su puesto de trabajo y la tercera edad. Para cubrir el primer segmento ha creado la marca InMovement, mientras que para el segundo ha tomado el control de Scifit, una marca de máquinas de entrenamiento que le ha permitido “un mayor acceso al creciente mercado de envejecimiento activo, así como los segmentos de bienestar y gimnasio de rehabilitación médica”.

Para el próximo año se prevén nuevos movimientos, especialmente con una recuperación del sector que perciben todos los indicadores. El European Health & Fitness Market Report 2015 calcula que esta industria genera un negocio de 2.134 millones de euros en España, con 4.350 clubes y 4,89 millones de abonados. Y el margen de recorrido es importante, ya que la penetración de este tipo de negocios en

| la sociedad es del 10,2%, la décima de Europa.