

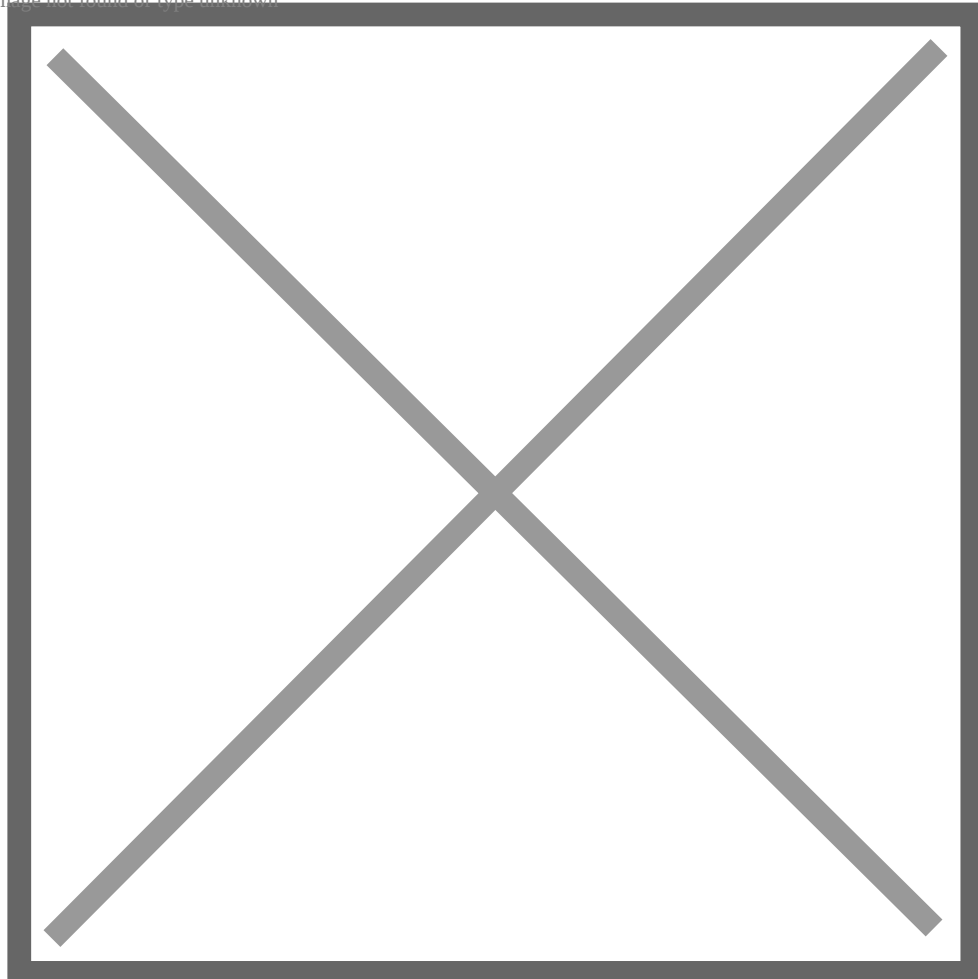
EQUIPAMIENTO

Revés final a Padelmanía: la envían a liquidación para saldar sus deudas

Una de las mayores cadenas de distribución de artículos de pádel de España solicita la venta de su unidad productiva después de presentar concurso de acreedores debido a un alto pasivo de más de cuatro millones.

Guillermo G. Recio
21 jun 2017 - 05:00

Image not found or type unknown



Padelmanía da sus últimos golpes. La que llegó a ser una de las mayores cadenas de distribución de artículos de pádel de España y que llegó a tener casi 40 tiendas, tiene los días contados. Según ha podido saber *Palco23*, la compañía andaluza ha solicitado ya la liquidación, después de presentar concurso de acreedores hace unas semanas y verse incapaz de acordar un nuevo calendario para pagar sus deudas.

Fuentes conocedoras del proceso explican a este diario que la compañía está elaborando un plan de liquidación para poder presentarlo en los juzgados. El objetivo de esta medida es sacar a subasta todos los activos de Padelmanía, como la marca o el *stock* acumulado, para poder saldar sus compromisos con los acreedores. De entre las marcas que vende la cadena de distribución, destacan Star Vie, Adidas, Dunlop, Nox, Head, Bullpadel y Akkeron, entre otras.

Dentro de unas semanas, la empresa podrá empezar a recibir ofertas, entre las cuales estaría la de Time2Padel, que es la compañía que está gestionando el *e-commerce* a través de un acuerdo con Padelmanía. Pero no sólo estará esta empresa, ya que otras cadenas del sector también han mostrado interés en pujar por la sociedad, según fuentes judiciales.

Esta difícil situación llega después de que el pasivo de Padelmanía “alcanzara un nivel muy grande”. Aunque se desconoce la deuda actual de la empresa, a 31 de diciembre de 2015 tenía un pasivo de 4,2 millones de euros, de los cuales 1,8 millones correspondían a entidades financieras.

Las deudas a corto plazo (más de tres millones de euros) llevaron a la compañía a firmar con diversos bancos la refinanciación de 1,06 millones de euros a cinco años con un año de carencia, 98.000 euros a 3 años y 40.000 euros a un año, según consta en su memoria anual de hace dos años.

La solicitud de la tutela judicial se produce después de varios años en pérdidas, pese a facturar 8,2 millones en 2015, un 5,1% más que en el ejercicio anterior. Según los últimos datos del Registro Mercantil, la empresa registró unos números rojos de 343.617 euros, mientras que en 2014 se situaron en 62.458 euros.

Ya hay otras cadenas del sector que han mostrado interés por comprar alguno de los activos de Padelmanía

La empresa presentó un plan de viabilidad a cinco años, entre los que se enmarcaban una serie de medidas a tomar para mejorar la situación económica. Entre ellas se encontraba la diversificación del negocio hacia el *running*, con la nueva enseña Top Running, o la opción de venta de la marca de palas Vision por 400.000 euros tras la adquisición de la empresa Oho 77, que también contaba con marcas como Middlemoon y Paddle Coach. Estos activos seguirán estando ahora a la venta.

En un informe económico al que ha podido acceder este diario, al finalizar el ejercicio

de 2015, el consejero delegado de la compañía, Cristóbal Bohórquez, comentó que “la evolución de los negocios de Padelmanía no ha sido la prevista en función de las expectativas que se habían programado por el órgano de administración, debido a que no se ha producido el crecimiento de ventas y margen en cuantía suficiente para la absorción del coste estructural”.

Según fuentes del sector, el 60% de ventas proceden de los portales online, un canal que en los últimos años ha crecido con fuerza. Padel Nuestro era su principal competidor a nivel de tiendas físicas y de *e-commerce*, pero también hay muchas otras páginas web como Street Padel, Padel VIP o Padel Ibérico, por ejemplo.

Padelmanía ha ido cerrando varios de los establecimientos en España y en estos momentos cuenta con unos 30 puntos de venta repartidos por el país y uno en Portugal, aunque los planes de la compañía pasaban por alcanzar los 65 establecimientos en 2016.

Sin embargo, el crecimiento en su red de distribución iba encaminado a la apertura de pequeños córners en clubes de pádel, ya que se realizó una revisión de las tiendas deficitarias con el objetivo de cerrar algunas de ellas. La entidad no sólo recortó en la externalización de su almacén, sino que también dejaron de patrocinar a Paquito Navarro, el jugador del World Padel Tour (WPT) que durante los últimos años ha lucido el logotipo de la compañía en el frontal de su camiseta.