

BH Fitness pone rumbo a los 150 millones de euros y abre una filial en Turquía

El fabricante de equipamiento para instalaciones deportivas da un nuevo paso en su internacionalización y sitúa el mercado alemán como uno de sus próximos retos.

M.Menchén
27 nov 2017 - 04:59

BH Fitness pone rumbo a los 150 millones de euros y abre una filial en Turquía

BH Fitness tiene sus principales instalaciones en Vitoria desde hace casi cincuenta años, pero su cuartel general del País Vasco hoy es el eje sobre el que pivota un negocio con fábricas en México, Portugal y Asia, además de un centro de desarrollo tecnológico en Taiwán. El último paso de su internacionalización ha sido la apertura de una filial en Turquía, con el objetivo de consolidar su facturación por encima de los 150 millones de euros.

El mercado otomano es uno de los que mayores perspectivas de crecimiento tienen dentro de Europa, pues actualmente sólo el 2% de la población es cliente de un gimnasio. Se trata de un porcentaje de penetración que sólo supera al de Rusia, y que es prácticamente seis veces inferior al de España, según el último estudio de *European Health & Fitness Market Report 2016*, que elaboran Deloitte y Europe Active. “Es probable que ofrezca un mayor potencial de crecimiento en el medio y largo plazo”, indican sobre el país, cuya industria del *fitness* factura 1.015 millones de euros.

El director general de la compañía, Pablo Pérez de Lazárraga, explica a *Palco23* que con ésta ya son cuatro las delegaciones propias que tienen en Europa, donde hay personal tanto comercial como técnico. A la de Turquía, se le suman las de Portugal, donde también tienen una fábrica, Francia y Alemania.

BH Fitness estima que Asia acabará siendo su principal mercado, pues ya supone el 30% del negocio y es el que más crece

El ejecutivo indica que, al igual que en España, en el mercado galo han logrado posicionarse en el segmento de centros independientes y de titularidad pública. En Alemania, por el contrario, admite que el fabricante nacional tiene mucho peso, pero que “es un objetivo claro” para los próximos años. “Allí la fidelidad es muy importante”, ahonda sobre una de las particularidades del país, el segundo más importante en términos de facturación para la industria del *fitness* con más de 5.000 millones de euros.

Europa, junto a Oriente Medio y África, donde trabajan con algún distribuidor, representa en torno al 40% de la facturación. Pérez de Lazárraga asume que Asia podría acabar desbancando a esta región en términos de ingresos, pues, si bien hoy supone el 30% del total del negocio, “es el mercado que más crece y el que tenemos mayores oportunidades. Es un mundo ávido de tecnología y rápidamente la absorben”, señala.

De hecho, el centro donde desarrollan la mayoría de innovaciones tecnológicas se encuentra en Taiwán. “Toda la electrónica es nuestra, y después hay toda una serie de componentes que son de proveedores compartidos con otros fabricantes”, indica. Este centro de trabajo también sirve como sede para toda Asia, mientras que en Shanghai tienen a un centenar de personas que trabaja exclusivamente en China.

El grupo vasco distribuye la fabricación de sus productos entre España, Portugal, México y China, donde tiene su centro tecnológico

En el gigante asiático también se encuentra la factoría donde producen toda la línea de equipamiento doméstico, que supone el 30% de las ventas. En San Luis de Potosí (México), donde el Atlético de Madrid ha comprado un club de fútbol, se fabrican todas las máquinas de musculación, mientras que el resto se reparte entre España y Portugal. En América también tienen oficinas en California.

PALCO23

En Vitoria, la planta principal suma 20.000 metros cuadrados, que se añade a un almacén de otros 12.000 metros. Además, es ahí donde tienen toda una línea de recuperación de máquinas que se arreglan y se vuelven a poner a la venta en mercados menos desarrollados, al igual que hacen otras industrias como la del automóvil. “Es una manera de reciclar y reducir nuestra huella en el medio ambiente”, defiende el ejecutivo.