

FITNESS

DiR coge el Puente Aéreo: entra por primera vez en Madrid con su marca YogaOne

Cuarenta años después de su puesta en marcha, el grupo de gimnasios abrirá sus primeros clubes fuera de Cataluña, donde ha centrado su actividad desde sus orígenes. Los dos estudios de yoga se inaugurarán en septiembre y octubre en Las Ventas y Moncloa.

Patricia López
26 ago 2019 - 05:00



DiR ha construido un grupo de gimnasios que factura 46 millones de euros sin necesidad de abandonar su mercado original: Barcelona. Ahora, la cadena catalana ha decidido dar un paso más allá y, por primera vez en su historia, abrir lejos de su zona de confort y hacerlo a lo grande: la compañía inaugurará en otoño dos **boutiques** YogaOne en Madrid. Según ha podido saber **Palco23**, en septiembre prevé abrir un club en el distrito madrileño de Ventas, a un minuto caminando de la céntrica calle de Alcalá, y en octubre lo hará en la zona de Moncloa, en el distrito de Chamberí.

El reto para la compañía no es menor, pues entra en una de las plazas más competitivas del mercado español del **fitness** sin la ventaja competitiva que en

Barcelona ha supuesto su fuerte notoriedad de marca entre los ciudadanos. De ahí que la entrada no sea con su buque insignia, sino con uno de los formatos que van dirigidos a un segmento específico y donde no hay ninguna gran cadena estatal.

De esta manera, DiR vuelve a crecer apoyándose en YogaOne, que desde su puesta en marcha en 2016 ha inaugurado 27 clubes y se ha convertido en la principal palanca de crecimiento en número de aperturas de la cadena. El modelo de expansión se basa en la franquicia, que sin incluir el canon de entrada requiere de una inversión mínima de 50.000 euros para construir el club, con una dimensión de al menos 200 metros cuadrados.

YogaOne, cadena de clubes de yoga del grupo DiR, abrirá sus primeros estudios en Madrid en otoño

La compañía fundada por Ramon Canela ha encontrado el apoyo de franquiciados que optan por abrir un club para emprender y hacer negocio en un segmento de mercado que está muy fragmentado en España. A cambio, DiR recibe un *fee* por el uso de la marca, y apoya al club en cuestiones relacionadas con la búsqueda y la negociación de locales, la estrategia de marketing y la comunicación y la realización de las obras.

En tres años, YogaOne ha inaugurado 25 instalaciones franquiciadas y dos propias, que fueron las primeras que empezaron a operar en Tuset y Mandri (Barcelona). Junto a los dos proyectos de Madrid, la cadena ha programado para este año siete aperturas más en la capital catalana y su área de influencia. En concreto, entre septiembre y octubre se abrirán estudios en L'Hospitalet de Llobregat, Sant Boi de Llobregat y El Prat de Llobregat, y se ampliará la red de instalaciones de YogaOne hasta 36 locales en España.

DiR también está trabajando en la expansión de la cadena de clubes de proximidad BDiR, con cuatro aperturas en proceso. Para una de ellas ha ampliado el plazo de inversión en su sexta ronda de *crowdfunding* para inaugurar un centro en Barcelona. La compañía ha superado el objetivo inicial de captar 440.000 euros al conseguir más de 560.000 euros, pero se ha dado una semana más para levantar capital.

En las seis rondas de micromecenazgo que la compañía ha abierto desde 2016 ha levantado más de tres millones de euros, con el apoyo de más de 800 pequeños inversores, que al destinar recursos a estos proyectos se convierten en accionistas de los clubes. Este modelo de financiación se ha complementado con otras vías más

tradicionales, como la emisión de bonos que emprendió en 2010 para renovar alguna de sus instalaciones.



Para abrir un centro YogaOne, los franquiciados deben abonar el canon de entrada y realizar una inversión de al menos 50.000 euros para acondicionar el local.

Desde entonces, ha ido refinanciando su pasivo y en la actualidad la deuda neta se sitúa en 19 millones de euros, de la que 12 millones corresponden a deuda bancaria, a la que se añaden los compromisos con los bonistas.

A través de sus cuatro marcas, DiR opera 55 instalaciones en Cataluña entre centros franquiciados y propios. La cadena cerró 2018 con unas ventas de 46,8 millones de euros, un 6% más que el año anterior, y un resultado de explotación de 5 millones de euros, un 20% más. El beneficio antes de impuestos fue de 200.000 euros, según ha comunicado la compañía.