

FITNESS

F45 acelera para llegar a quince centros en España en 2022

La cadena de gimnasios terminará el año con cinco operativos en España tras abrir en Mallorca y en Barcelona. La inversión por centro es de entre 300.000 euros y 400.000 euros.

Miquel López-Egea
15 jul 2021 - 05:00



F45 pisa el acelerador. El fondo de inversión estadounidense Regiment Group, que controla el negocio de la cadena australiana F45 en España, donde dispone de la multifranquicia, tiene tres centros operativos en el país (dos en Madrid y otro en Ibiza). La cadena planea terminar 2021 con un total de cinco centros operativos, habiendo abierto en Palma y en Barcelona. En 2022, planea alcanzar un total de 15 centros operativos.

Creada en 2012 en Australia, F45 es una franquicia de fitness que cuenta con más de 2.200 estudios en 60 países de todos los continentes del mundo y basa su programa en un entrenamiento Hiit de 45 minutos de duración. En 2021 empezó a operar en Sudamérica, con presencia en Uruguay, y próximamente desembarcará en Chile. También está empezando a operar en España y Francia.

En el país, la cadena, especializada en centros *boutique* de entrenamiento de alta

intensidad, opera a través de la sociedad Regiment Group Ibiza y tiene 25 empleados. “Queremos hacer un salto a quince centros operativos y en dos años y medio queremos estar alrededor de las 25 o 30 licencias”, señala Adriá Jover, consejero delegado de Regiment Group, a Palco23.

El precio por una licencia es de 60.000 euros

“Queremos estar en todas las regiones donde hay una mínima densidad de población y unos niveles demográficos que puedan sustentar la marca, pero estamos siendo más flexibles de lo que pensábamos al principio”, comenta. “Nuestro producto es de destino y nadie entra por casualidad, no buscamos promoción gratuita: la gente viene a nosotros, quizás estamos en sitios con menos *glamour* pero están bien conectados en coche o transporte público, pudiendo venir de una manera cómoda”, asegura.

Cada franquicia requiere una inversión de alrededor de entre 300.000 euros y 400.000 euros y, de media, se estima una facturación de entre 600.000 euros y 900.000 euros. Además, para obtener una licencia, el franquiciado tiene que pagar 60.000 euros, pero necesita un capital inicial de 120.000 euros o 130.000 euros de la marca, antes de empezar a reclutar el equipo.

Los centros tienen alrededor de 200 metros cuadrados y en España tienen una media de 200 usuarios o 300 usuarios por licencia. “Queremos consolidarnos en la barrera de los 300 abonados en 2021”, sentencia Jover.

La facturación media prevista por centro es de entre 600.000 euros y 900.000 euros

La cadena está catalogada dentro de la gama *premium* y el precio medio por abono es de 150 euros, que incluyen entrenamientos ilimitados y un plan nutricional. El perfil habitualmente suele ser de entre 25 años y 45 años, pero alcanza los 60 años, y más mujeres que hombres.

“No necesariamente vamos destinados al alto poder adquisitivo porque los entrenamientos grupales han cogido mucha fuerza últimamente y la sociedad está entendiendo que es más entretenido que ir al *low cost*, con un servicio distinto; pero España no está acostumbrado a pagar un valor tan alto en gimnasios”, reflexiona Mattias Vidal, *head trainer* y *product manager* de Regiment Group.

El coste por abono es de 150 euros al mes

“Si nos encasillamos, estaríamos dentro del formato premium pero la realidad es otra: tenemos usuarios que normalmente van a otro formato de gimnasio pero que se pasan a nosotros y hacen el esfuerzo”, aclara Montse Navas, directora de marketing y servicios de membresía de la cadena.

Por otro lado, la directiva considera que “si el Covid-19 nos deja, en septiembre vendrá la recuperación”. “Siempre ha sido el momento más álgido y la gente ha ido volviendo poco a poco, se está demostrando que los estudios son centros seguros y no hay contagios”, afirma.

“Lo que tenemos que hacer es seguir haciendo lo que hacíamos antes de la pandemia, es un producto *premium* e innovador; no hay que reinventar nada, sólo hacer nuestro trabajo, pero cruzamos los dedos para que no haya ningún otro cierre: si nos dejan trabajar somos un producto que la gente busca y que no hay que retocar nada”, afirma Jover.

“Actualmente estamos activamente buscando *partners* en cualquier lugar de España donde haya un grupo de gente que tenga cierta experiencia en el sector, buscando operadores en los que podamos invertir en ellos para hacer la experiencia más rápida”, sentencia.