

Infinit Fitness prepara una ronda de 5 millones para rebasar los 15 centros en España

La cadena de gimnasios de proximidad espera levantar capital a través de préstamos bancarios y aportaciones de capital, abriendo la puerta a nuevos accionistas que apuesten por financiar su expansión.

Patricia López
12 ene 2018 - 04:57

Infinit Fitness cerró 2017 con una facturación de 5 millones de euros, 11 instalaciones o

Infinit Fitness se prepara para cabalgar la ola del gimnasio 24 horas en España. La cadena de gimnasios de conveniencia, la primera junto a Anytime Fitness que abrió gimnasios bajo el modelo 24/7 en España, inaugurará al menos cinco centros propios durante el próximo año. Según ha podido saber **Palco23**, para tirar adelante estos proyectos la compañía lanzará una ronda de financiación por entre cuatro millones y cinco millones de euros, con los que obtener el dinero necesario para crecer.

“Para crecer al ritmo que pretendemos, debemos ampliar capital. Estamos abiertos a encontrar socios capitalistas que aporten entre un millón y dos millones de euros, y el resto será a través de deuda con entidades de crédito”, asegura Marcos Baroja, fundador y consejero delegado de Infinit Fitness. Con esta financiación la empresa espera abrir al menos cinco clubes propios durante 2018, un año en que prevé crecer al menos un 10%, hasta facturar 5,5 millones de euros, y rebasar el umbral de los quince gimnasios en España.

“El año pasado crecimos entre un 5% y un 6%, por debajo de lo esperado porque fuimos ambiciosos con las perspectivas de facturación”, comenta. Tras consolidar sus centros, aumentar su base de clientes y acometer dos aperturas el año pasado, el reto en 2018 pasa por “elevar el ticket medio a través de los ingresos atípicos de entrenamiento personal”, recalca.

Infini Fitness cerró 2017 con una facturación de 5 millones de euros, 11 instalaciones operativas y 6.000 abonados

Se trata de un servicio que supone entre el 10% y el 20% de los ingresos de Infini Fitness, que en 2017 fueron de cinco millones de euros. “Es un servicio estratégico, y nuestro principal valor añadido porque la mayoría de nuestros socios lo contratan”, aclara el directivo, que rechaza diversificar oferta para incrementar los ingresos atípicos.

Este plan se enmarca dentro de la estrategia de la cadena para inaugurar entre diez y veinte clubes corporativos en tres años, a los que se sumarán las instalaciones operadas por terceros. Desde 2011, la compañía ha apostado por un modelo de crecimiento mixto con gimnasios propios, para ganar presencia de marca en Madrid, su principal área de influencia, y franquiciados, para acelerar su expansión lejos de la capital.

Por el momento, la empresa cuenta con 11 clubes, de los cuales diez se encuentran en Madrid y cuatro, incluido uno en el País Vasco, están gestionado por terceros. Con todo, en el largo plazo, la idea es que el 30% de las instalaciones sean propias y el resto estén gestionadas por terceros. “En Madrid preferimos centros propios porque queremos que la gestión de la central esté cerca de los clubes. Fuera de la capital, franquiciar es una fórmula para tener recursos humanos y económicos en otras zonas de España”, afirma el directivo.

Baroja no descarta firmar operaciones corporativas para crecer. “Queremos adquirir centros que se puedan reposicionar al modelo de conveniencia, pero no tenemos ningún proyecto en cartera”, asegura. Sobre esta estrategia, el máximo responsable de la cadena apunta que “aunque algunos centros que han cerrado se plantean abrir con nuestro modelo, el reposicionamiento es complicado”. Según Baroja, “son negociaciones complejas porque los centros están acostumbrados a operar con su modelo, pero nosotros pedimos que lo hagan siguiendo nuestras reglas del juego”.