

FITNESS

L Catterton: la mano que mece al fitness estadounidense a golpe de inversión

Las inversiones del fondo estadounidense en la industria del deporte se han volcado en el sector del fitness, aunque también ha entrado en el accionariado de fabricantes de bicicletas y de textil técnico para la práctica deportiva.

P. López

20 ago 2020 - 04:59



L Catterton es uno de los fondos que más ha apostado por la industria del fitness desde su cuna, Estados Unidos. La primera inversión en el sector del fitness del fondo, cuyo origen está en el gigante del lujo LVMH, en este sector se remonta a 2013, cuando entró en el accionariado de Core Power Yoga. Desde entonces, el fondo ha invertido en una docena de compañías deportivas, el 83% de ellas vinculadas al sector del fitness, ya sea mediante entrada en el capital de cadenas de gimnasios o en fabricantes de equipamiento de entrenamiento para el hogar.

L Catterton es el brazo inversor del gigante del lujo LVMH, que se unió a la firma de capital privado Catterton dando origen a una sociedad con amplia capacidad de maniobra. El grupo cuenta con dos sedes principales en Londres y Greenwich (Connecticut, Estados Unidos), a las que se suman quince oficinas donde cada uno de

los fondos es administrado por sus respectivos equipos locales.

Desde su fundación en 1989, L Catterton ha ejecutado más de 200 inversiones en empresas que destacan en sus respectivos sectores de actividad, con un capital invertido que supera los 15.000 millones de dólares. Con 17 oficinas por todo el mundo y 150 trabajadores, otras de las inversiones más destacadas se encuentran en el sector de la moda, con Pepe Jeans o El Ganso, y la restauración, con Goiko Grill, las dos en España.

L Catterton ha invertido en compañías de fitness *premium*, como Peloton y Equinox, y dirigidas al consumidor final, como ClassPass o Hydrow

Si algo tienen en común las inversiones de L Catterton es que acostumbran a ser en empresas que ofrecen sus servicios a clientes con poder adquisitivo elevado, aunque con el paso de los años ha ido diversificando su cartera de inversiones. La mayor apuesta del fondo por el fitness fue Equinox, en la que entró en 2017. Desde entonces, esta compañía ha pasado de ser una cadena de gimnasios *premium* que cobra cuotas mensuales de 250 dólares, a un grupo del que penden varias marcas, como las *boutiques* Soulcycle, Precision Run y Pure Yoga, o la *low cost* Blink Fitness.

La inversión en un grupo que creó una cadena de bajo coste no es el único ápice de diversificación de las inversiones de L Catterton, que tras años invirtiendo en cadenas de gimnasios ha decidido destinar recursos a ClassPass, una plataforma de intermediación entre los clientes y los gimnasios, que permite al usuario final acudir a cualquier club dado de alta en ClassPass sin pagar la cuota de ninguno de ellos. Este tipo de compañía, a la que algunas cadenas miran con recelo porque se han convertido en rivales de los clubes, también ha recibido el pulmón financiero de L Catterton.

Otro posible rival de los centros deportivos podrían ser los fabricantes de equipamiento de fitness para el hogar, un segmento en el que también ha invertido el fondo. En 2015 entró en Peloton, que valoró el 100% de la compañía en 7.700 millones de dólares cuando debutó en el parqué. El fabricante de máquinas de fitness con pantalla incorporada y conexión para participar en clases dirigidas desde casa ha pasado de fabricar bicicletas estáticas de 2.500 dólares a hacer lo propio con cintas de correr de más de 4.000 dólares la unidad. Lo mismo ha hecho entrando en el accionariado de Tonal, donde también figura la tenista Serena Williams, o en los remos conectados Hydrow.

“El panorama del fitness continúa evolucionando y hemos visto un claro cambio hacia experiencias de entrenamiento en el hogar personalizadas basadas en la creación de contenido para entrenar”, explicó Scott Dahnke, codirector ejecutivo global de L Catterton, tras liderar una ronda de 45 millones de dólares en Tonal.

El plan del fondo es dotar de músculo financiero y aprovechar su conocimiento del consumidor para generar *know-how* a este tipo de compañías que, a diferencia de otros fabricantes, no venden *B2B*, sino que se dirigen directamente al usuario final. Esa ofensiva directa al consumidor de los fabricantes de tecnologías de entrenamiento para el hogar guarda relación con la de las plataformas de intermediación que venden accesos a gimnasios, como la mencionada ClassPass.

La mayoría de las inversiones de la firma en la industria del deporte se dirigen a empresas estadounidenses, si bien en los últimos años ha ampliado el mapa con el fabricante italiano de bicicletas de montaña Pinarello, en el que invirtió en 2017 o la cadena China de gimnasios Will's. También destaca la gestora de instalaciones Bodytech y el fabricante australiano de ropa técnica 2XU.

La industria del fitness, un negocio de más de 94.000 millones de dólares

El sector cerró 2018 con una facturación de 94.000 millones de dólares y 193 millones de personas inscritas a un gimnasio. Norteamérica representó un 35,5% de los abonados y el 37,4% del volumen de negocio, según los datos de Health Racquet & Sports Club Association (Ihrsa), una de las principales organizaciones empresariales del sector de los gimnasios.

El negocio de los fabricantes de máquinas y otros artículos de fitness eleva esta facturación hasta 14.000 millones de dólares, según la firma de estudios de mercado

Alpha. En esa categoría, se estima que los nuevos modelos de negocio basados en ingresos por suscripción, ya sea por *streaming* o bajo demanda en el que se enmarca el modelo de Peloton, mueven 6.300 millones de dólares.