

FITNESS

Paidesport Center se renueva: invierte 3,2 millones en mejorar sus clubes tras crecer un 5,4% en 2018

La cadena de gimnasios cerró el año con una facturación de 11,6 millones de euros y, de cara a 2019, espera alcanzar unas ventas de 12,3 millones.

P. López
22 mar 2019 - 04:58



Paidesport Center es una de las cadenas con más experiencia del sector en el segmento medio. Fundada en 1980, la compañía ha sorteado la crisis económica y se ha mantenido en un sector en plena fase de concentración. Y, tras desoír los cantos de sirena de firmas de inversión, ha logrado encadenar varios ejercicios caminando en la senda del crecimiento. Según ha podido saber *Palco23*, la compañía finalizó 2018 con una facturación de 11,6 millones de euros, un 5,4% más. La previsión para este año es alcanzar 12,3 millones de euros.

La compañía no prevé que este alza del 6,4% en las ventas se logre mediante nuevas aperturas, si bien no descarta esta idea. “Estamos valorando alguna opción pero no hay nada cerrado; nos gustaría incorporar dos centros en los próximos años”, explica a

este diario David del Hierro, director de operaciones. El responsable afirma que “por la tipología de nuestra compañía no tenemos presión en abrir”, en referencia a la política de la cadena de crecer con fondos propios.

En la actualidad, Padesport Center opera nueve complejos, cinco de ellos ubicados en Madrid, dos en Valencia, uno en Aragón y otro en Asturias. Con 50.100 abonados y 360 empleados en plantilla, la cadena aspira a aumentar la cifra de clientes, motivo por el que ha decidido invertir 1,7 millones de euros en ampliar y remodelar su club de Torrejón de Ardoz, y en cambiar la maquinaria de *fitness* de otros centros.

Padesport ha invertido 1,5 millones de euros en 2018 en remodelar dos de sus gimnasios

“En 2019 la idea es seguir remodelando los centros; el año pasado invertimos 1,5 millones en dos grandes reformas de los clubes de Bassa (Alicante) y Astur (Avilés)”, explica. Forma parte de un plan de renovaciones que la cadena emprendió hace cuatro años, y que le ha llevado a centrarse en su red de clubes operativos y en modernizarlos para adaptarlos a las nuevas tendencias.

En este contexto, el directivo afirma que “los competidores continuamente renuevan su propuesta de valor, lo que nos obliga a estar en continuo análisis de la situación”. En este sentido del Hierro afirma que, además de las actividades *Hiit* y el funcional, “estamos notando la consolidación de los entrenamientos en grupos reducidos”. Y, respecto al uso de la tecnología, afirma que “nos sorprende que no termina de consolidarse el uso extensivo de la conectividad en el entrenamiento; todo el mundo habla de ello pero vemos todavía poca implementación”.

Es una cuestión que se antoja vital para el sector ya que, según afirma, “hay demasiada desconexión entre las *apps* de entrenamiento, los *wearables* y el equipamiento en sí, lo que evita que el sector tenga mayor penetración”. Es un objetivo en el que la compañía desea trabajar para aumentar el alcance del *fitness* en la sociedad, y en ese camino Padesport considera que hay que aprovechar la transversalidad de esta industria. “Una de nuestras mayores asignaturas pendientes como sector es conseguir que seamos un actor respetado y reconocido en el ámbito de la salud”, opina.

Del Hierro afirma que desde el sector no se entiende “cómo las administraciones no valoran y reconocen la aportación de los centros deportivos; este reconocimiento facilitaría la alianza con otros actores sanitarios del sector privado”, argumenta. Sólo

así, y “con un marco legislativo y fiscal más favorable, lograremos alcanzar tasas de penetración de en torno al 17% en el medio plazo”, apunta.