

FITNESS

Santagadea Sport compra la sede de la Federación madrileña de fútbol para abrir un club tras facturar 37 millones

La gestora de instalaciones, que facturó 37 millones en 2017, no es ajena a la fase de consolidación que vive el sector, motivo por el que ha creado un equipo para estudiar adquisiciones y vinculaciones a nuevos proyectos.

Patricia López
24 ene 2018 - 04:58

Santagadea Sport opera nueve instalaciones en España, a la que se sumará el centro de

Santagadea Sport da el pistoletazo a su renovado plan de expansión. La gestora de instalaciones ha dejado atrás un año en que ha centralizado su marca, definido su estrategia de crecimiento en el mercado español y adquirido la cadena Método Fenómeno. “Este año va a ser intenso desde el punto de vista constructivo, con una proyección de 12 nuevas instalaciones”, asegura a *Palco23* Antonio López, consejero del grupo Santagadea.

El punto de partida será Madrid, donde la empresa ya trabaja para volver a crecer tras perder presencia en la capital. La compañía ha adquirido las oficinas de la Federación madrileña de Fútbol, ubicadas en el número 27 de la calle Benjamín Palencia, en el distrito de Vallecas. “Es una zona que nos gusta porque hay poca competencia y cuenta con 200.000 habitantes alrededor”, apunta.

De modo que, un año después de verse forzada a cerrar su buque insignia, la cadena se ha asegurado la apertura de un centro deportivo en la capital, que se sumará a la apertura anunciada por este diario en Cádiz.

Santagadea Sport facturó 37 millones en 2017 y opera nueve instalaciones en España

“Santagadea está participando en varias licitaciones, y ha cerrado un importante acuerdo privado que garantiza a la compañía la disponibilidad de suelo en ciudades muy interesantes desde el punto de vista de la construcción y explotación”, apunta el directivo, que prefiere no desvelar las ubicaciones.

Lo que sí ha aclarado es que el mercado madrileño y barcelonés despierta el interés de la cadena. “Tienen demanda para albergar nuevos espacios deportivos, por lo que son destinos de interés para nosotros”, asegura.

Para acometer el conjunto de aperturas que tiene previstas, la empresa invertirá en cada club entre seis y nueve millones de euros en obra y equipamiento, una cantidad que “dependerá del resultado de las licitaciones y de los proyectos en cartera”, aclara. Más allá del crecimiento orgánico, la compañía no cierra la puerta a las adquisiciones. “No descartamos vincularnos a nuevos proyectos, creemos en la evolución del sector y hemos creado estructura y equipo para ser ambiciosos en este sentido”, admite López.

Santagadea Sport opera nueve instalaciones en España, a la que se sumará el centro d

Image not found or type unknown

Santagadea Sport ha cambiado de marca tras la integración de Método Fenómeno.

La cadena asegura que la adquisición de Método Fenómeno, una cadena de centros *boutique* de entrenamiento personal, ha sido clave en la redefinición de su modelo de negocio. “La consolidación del concepto *boutique* y el pago por uso ha dejado una clara necesidad de ampliar estos servicios dentro de las instalaciones de gran formato”, subraya. De ahí que la cadena vaya a integrar estos espacios en sus centros de gran formato. “La idea no es comercializar la licencia de esta línea de negocio, sino centrar los esfuerzos en incorporar el concepto a nuestras instalaciones”, manifiesta.

Fundada en 2010, Santagadea es una compañía dedicada a la promoción de proyectos vinculados al sector deportivo, hotelero y del ocio. Para operar en el segmento de la actividad física, adquirió Aossa y creó la marca Brnfit, ambas

especializadas en la dirección de gimnasios concesionales, la elaboración de planes de viabilidad y licitaciones, y el asesoramiento en política deportiva municipal. Ahora, la empresa ha realizado el cambio de marca y de imagen corporativa para operar a través de Santagadea Sport.

En total, opera nueve instalaciones, cinco en régimen de concesión administrativa y cuatro propias. Andalucía, con cuatro clubes a la espera de abrir en Cádiz, es su principal área de influencia. Le sigue la Comunidad de Madrid, donde gestiona tres centros, uno de ellos adquirido a Altamarca, la compañía concesionaria a partir de la que nació AltaFit. A estos se le suman dos clubes más en Gijón y Badajoz. La división de deportes de la compañía facturó 37 millones de euros en 2017 y dio trabajo a 900 profesionales, entre personal fijo y discontinuo.