

Sevilla (Altafit): “En MCH encontramos un compañero de viaje con el que retomar de forma contundente la expansión”

El director general de la cadena de gimnasios, José Antonio Sevilla, explica el rumbo que toma la compañía después de que la firma de inversión asumiera la mayoría accionarial. “No ponemos cifras al crecimiento, pero queremos ser ambiciosos”, asegura.

Patricia López
12 sep 2018 - 04:59

José Antonio Sevilla: “No tenemos un proyecto de salida en el corto plazo, pero crecer a

Altafit diseña la jugada para abordar el liderazgo de la industria del *fitness* en España. La cadena de gimnasios de bajo coste aspira a convertirse en uno de los grandes *players* del sector en términos de facturación, y para ello ha trazado un plan de crecimiento que solo es posible con el impulso financiero del fondo de inversión MCH. “No ponemos cifras al crecimiento, pero queremos ser ambiciosos”, explica José Antonio Sevilla, director general de Altafit, a *Palco23*.

La compañía, líder en número de gimnasios en España con 54 clubes, está controlada por la firma de inversión desde el pasado julio. Esta operación corporativa supuso la integración con Ifitness, compañía adquirida por el fondo, y que durante este mes completará la fase de *rebranding* para operar a través de la marca Altafit.

Sólo otra cadena del segmento de bajo coste está participada por un fondo de inversión. Se trata de Viva Gym Group, que en España dirige 23 centros y, junto a su red de 35 instalaciones Fitness Hut en Portugal, suma un total de 58 clubes en la Península Ibérica. El resto de cadenas *low cost* se financian con deuda y recursos propios, y la holandesa Basic-Fit lo hizo también a través de la bolsa. Altafit, sólo en España, opera 54 centros.

José Antonio Sevilla: “No tenemos un proyecto de

salida en el corto plazo, pero crecer a nivel internacional está en el plan estratégico”

Para Sevilla, la entrada de MCH en el capital “aporta la estructura, la estabilidad financiera y los recursos para poder consolidar la marca y seguir creciendo. Es algo que en los últimos años no habíamos hecho, que nos habíamos centrado en consolidar”. De ahí que en el último año el consejo de administración decidiera salir al mercado en busca de financiación de terceros y, tras firmar el contrato, la valoración del 100% de la compañía y su deuda ha ascendido a más de 40 millones de euros.

“En MCH hemos encontrado un compañero de viaje con el que retomar de forma contundente el proceso de expansión. Ahora tenemos que ser ambiciosos y elegir los espacios que nos generen la mayor rentabilidad”, explica. Altafit, que durante varios años creció a ritmo de diez aperturas anuales, prefiere no poner cifras a su crecimiento, pero Sevilla asegura que se apostará por las aperturas de centros nuevos y las adquisiciones.

El foco estará puesto en España, sin centrar el punto de mira en una sola región. Es una filosofía que la cadena mantiene intacta respecto a los primeros años, cuando abrió centros en prácticamente todas las comunidades autónomas. Con presencia en 16 regiones, tan solo restan Ceuta y Melilla como únicas comunidades donde la empresa no opera. “Desde el primer día hemos crecido en varios puntos de España, y así vamos a seguir”, afirma Sevilla.

José Antonio Sevilla: “No tenemos un proyecto de salida en el corto plazo, pero crecer a

Image not found or type unknown

Altafit cuenta con 54 gimnasios en España, y prevé dar el salto internacional en los próximos años.

Respecto al salto internacional, la cadena lleva años analizando el mercado portugués, francés, y centroamericano y, aunque aún no ha firmado ningún acuerdo fuera de España, el directivo asegura que “vamos a seguir abordando esas opciones y otros países. No tenemos un proyecto de salida en el corto plazo, pero crecer a nivel internacional está en el plan estratégico”, señala.

Sevilla asegura que el apoyo del fondo va más allá de la aportación de oxígeno financiero para afrontar vencimientos de deuda y volver a crecer. “Las personas del fondo vienen a enriquecernos, a aportar a la metodología. Vamos a seguir trabajando con nuestro método, y apostando por nuestros pilares, que es nuestro equipo y la

experiencia del usuario, pero vamos a aprender en temas de gestión”, valora.

A esta fase de aprendizaje se sumará el que proceda de Ifitness. “Nos aporta valor, y estamos integrando lo positivo de ellos y lo nuestro. Es un enriquecimiento bestial porque nos encontramos con profesionales muy buenos”, opina, sobre un proceso en que el Altafit no planea imponer su metodología sin tener en cuenta el *know how* de Ifitness. Se espera que su integración reporte alrededor de 10 millones de euros de facturación a Altafit, que sumados a los 25 millones que ingresó en 2017, apuntan a una facturación conjunta que supere los 35 millones de euros en 2018.

Más allá del negocio vinculado estrictamente a los gimnasios, el grupo ha desarrollado *wearables* y aplicaciones relacionadas con la monitorización del entrenamiento. Se trata del proyecto Hexxa, que ahora sí dejará en *standby*. “No está en nuestro plan estratégico seguir fabricando dispositivos, pero sí que mantenemos el equipo de desarrollo para trabajar temas internos, como nuestro *software*. Tenemos claro que debemos invertir más en conocer los hábitos de consumo de los clientes”, dilucida. ¿El objetivo? Conocer al consumidor del futuro para definir la estrategia más acertada”.