

FITNESS

Sidecu lanza Supera 24h para ganar mercado con gimnasios de proximidad

Marc Menchén
25 nov 2015 - 05:00

Cada vez hay más personas que quieren practicar deporte, pero a la vez el tiempo disponible para la actividad física se recorta ante la aceleración de la actual sociedad o incluso exige unos horarios a los que las cadenas de gimnasios tradicionales no podían adaptarse. Entre ellas Sidecu, que desde sus inicios apostó por los grandes centros de concesión municipal y que ahora ha lanzado al mercado la marca Supera 24h para adaptarse a los nuevos hábitos de consumo.

A diferencia de las instalaciones que gestiona actualmente, y que ocupan una media de 8.000 metros cuadrados, la compañía de origen gallego ha diseñado un formato que sólo requiere de locales de entre 500 metros y 700 metros cuadrados, lo que facilita su implantación en el centro de ciudades. "Son gimnasios más pequeños, muy próximos al hogar o al trabajo de la gente, en zonas con altas tasas de población", explica a *Palco23* Guillermo Druet, consejero delegado de Supera.



Guillermo Druet, director general de Sidecu, en uno de los nuevos centros Supera 24h.

También es una fórmula más económica para acelerar su penetración en el mercado

del *fitness*, ya que frente a las inversiones de más de seis millones aproximadamente que exigía un centro deportivo tradicional de Supera, el nuevo formato es menos intensivo. "No requiere elevados recursos de capital, con inversiones máximas por centro de 300.000 euros y disfruta de bajas barreras de salida, con un bajo coste de desmantelamiento y reaprovechamiento de la maquinaria en otros centros", según expone la compañía en un documento para inversores previo a la emisión de bonos de 55 millones que cerró a principios de año.

Son "gimnasios que abren 24 horas al día, dotados con la maquinaria más moderna, con una tecnología y conectividad de última generación y un trato personalizado", según Druet. En la actualidad ya hay dos centros abiertos en Madrid, ubicados en la calle Víctor Andrés Belaúnde, muy cerca del Santiago Bernabéu, y en la avenida Ciudad de Barcelona, entre Atocha y el Parque del Retiro.

Tras estas dos primeras experiencias, la compañía confía que en un máximo de seis meses se abran otros dos Supera 24h en Madrid y puedan implantar el nuevo formato en ciudades como Vigo, Pontevedra, Valladolid, León y Sevilla, entre otros. "Buscamos llegar a aquellos sitios donde ahora no teníamos presencia o donde es complementaria", añade el directivo. En función de las ciudades, la tarifa media oscilará entre los 50 euros y los 55 euros mensuales.

El lanzamiento de esta división responde a la necesidad de seguir mejorando los ingresos sin que ello afecte al plan de negocio trazado a medio plazo y que, según la información remitida a los inversores, pasa por "poner en valor las nuevas concesiones y reducir el apalancamiento de la compañía". Además, Sidecu espera que su "alto volumen de abonados permita implementar economías de escala adicionales en esta nueva variante de su negocio".

Esta fórmula también permitiría a la compañía empezar a abrir mercado por si pierden peso en el ámbito concesional, uno de los riesgos existentes ante "la fuerte competencia del sector" y que ha provocado "una tendencia a que el pago del canon concesional sea cada vez más alto en las licitaciones". Todo ello, según admiten, "podría dificultar el acceso del grupo a la obtención de nuevas concesiones o a la renovación de las existentes".



Supera quiere potenciar la atención personalizada a los clientes.

Una de las claves para no perder terreno en este ámbito es ofrecer a los ayuntamientos una oferta cualitativa superior, para lo que Druet está trabajando junto a su equipo en adoptar algunas de las demandas de los consumidores. "Hemos detectado un interés creciente, por parte de nuestros clientes, por una atención más personalizada, con entrenamientos individualizados", comenta. Además, también están ultimando la incorporación de "entrenamientos de tipo funcional, de alta intensidad y corta duración, que sean divertidos". De hecho, muchas de estas novedades ya están incluidas en Supera 24h.

En paralelo a este proyecto, la compañía decidió tras el verano recomprar a la banca el 49% de Supera 2016, una sociedad que gestiona las instalaciones de Gran Vía-Alicante, Móstoles, Toledo, Sevilla Este y Sevilla Mar del Plata (este último, aún en fase de construcción). La operación, como ya adelantó [Palco23](#), se ha cerrado por 6,35 millones de euros.

Radiografía de la compañía

En la actualidad, Supera gestiona 29 centros deportivos que se reparten por toda la geografía española (Galicia, Asturias, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía) y el pasado octubre se estrenó en el mercado internacional con una instalación en Lisboa (Portugal). De éstos, 26 se gestionan bajo el modelo de concesión administrativa por parte de ayuntamientos u otros organismos públicos, uno más en alquiler y otro en régimen de usufructo.

La plantilla de todo el grupo se acerca a las 1.000 personas, debido al importante

volumen de trabajadores que se requieren en instalaciones que de media ocupan 8.500 metros cuadrados y disponen de salas de *fitness*, piscinas y actividades dirigidas. En 2014, el promedio de abonados alcanzó los 145.000, con un 35% de los recibos correspondientes a cuotas familiares, en la que por un pago mensual de 39 euros pueden acceder varios miembros de la misma.

En total, el grupo confía en cerrar el año con una facturación superior a los 40 millones de euros, lo que supone un incremento del 10% respecto a los 36,3 millones registrados en 2014. Buena parte de la mejora se deberá a la puesta en marcha de nuevas instalaciones, como la de Lisboa, Guadalajara y Marbella. En el primer semestre, según la información facilitada a los inversores y no auditada, la cifra de negocio mejoró un 3,4% y se situó en 18,82 millones de euros. El resultado neto cayó un 35,9%, hasta los 571.495 euros, por los mayores costes financieros.