

## FITNESS

# Smart Fit mantiene su hegemonía en Latinoamérica y prevé ingresar 350 millones de dólares en 2017

La cadena brasileña entrará en Perú, donde la penetración del sector no alcanza el 2%, y planea acabar el año con 470 clubes operativos.

---

Palco23

16 jun 2017 - 11:40

Image not found or type unknown



Si hay una cadena de gimnasios que domine el mercado del *fitness* en Latinoamérica, esa es Smart Fit. La compañía brasileña, creada en 2009 por el grupo Bio Ritmo, se ha convertido en la líder de la región en número de centros de operativos, y prevé cerrar el año con unas ventas de 350 millones de dólares y 470 clubes.

Hasta ahora, ninguna cadena española se ha lanzado a conquistar el mercado latinoamericano y las únicas que han puesto un pie fuera del país son compañías que operan en el modelo de concesión administrativa y que han concentrado su plan de expansión internacional en Portugal.

La falta de presencia de operadores extranjeros en los mercados latinoamericanos ha permitido a las cadenas locales desarrollar su negocio, por lo que las empresas

españolas que se aventuren a ampliar su negocio en esa región saben que tendrán duros competidores. De hecho, Smart Fit, que se ha desarrollado en el segmento de bajo coste, aspira a seguir creciendo.

“El plan de expansión incluye la apertura de 120 gimnasios en Brasil, México, Colombia y Perú”, destaca André Pezeta, director de expansión internacional, al portal *Mercado Fitness*. “Colombia es el país que hoy presenta las mayores oportunidades de crecimiento y, por ello, es donde más estamos invirtiendo”, ha admitido. En ese país, la empresa brasileña opera 21 instalaciones, doce de ellas en la capital, y prevé cerrar el año con 30 clubes más. Allí, Bodytech es el principal operador, y ahora se plantea abrir centros *low cost* de la mano de un socio local.

El mercado más importante de Smart Fit se concentra en Brasil, donde se mantiene como principal operador del país con una red de 180 gimnasios propios y 58 franquiciados. “En Brasil continuamos creciendo muy fuerte, con el objetivo de abrir 70 nuevos este año”, ha comentado el directivo. La firma también comenzará a ofrecer clases dirigidas en grupo y a buscar ingresos atípicos a través de una línea propia de bebidas isotónicas *merchandising*.

Además, también cuenta con presencia en México, y tantea entrar en Argentina, Paraguay y Ecuador, según informó hace unos meses el consejero delegado de Bio Ritmo, Edgard Corona, a la prensa brasileña. El sector latinoamericano movió 6.000 millones de dólares en 2016, un 7% más que en 2016, concentrando el 81% de la facturación en el mercado brasileño, mexicano y argentino, según el *Ihrsa Latin American Report*.