

## FITNESS

# SmartFit entra en Cataluña: compra dos clubes Perfect Fit y se adjudica la gestión de un tercero

La cadena fundada en Madrid elevará hasta ocho su red de instalaciones tras facturar 3,5 millones de euros en 2018. La empresa invertirá un millón de euros en mejorar los clubes en un plazo de año y medio.

Patricia López  
23 abr 2019 - 05:00

SmartFit cerró 2018 con unas ventas de 3,5 millones de euros, un 20,6% más que el año

SmartFit entra en Cataluña a golpe de adquisición. La cadena de gimnasios ha firmado la compra de dos clubes PerfectFit en Girona y Terrassa (Barcelona), según ha podido saber *Palco23*. Como parte del acuerdo, la compañía también ha asumido la gestión integral de un tercer centro en Mollet del Vallés, que participará del proceso de *rebranding* y en los próximos días empezará a operar como Smartfit. La empresa se reserva una opción de compra que espera materializar antes de que acabe 2019.

Con este acuerdo, la empresa se introduce en una nueva región y asume el 100% de PerfectFit, una marca que desaparecerá tras varios años operando en el país a través de tres antiguos centros de Basic-Fit. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, pero la empresa invertirá en torno a un millón de euros en un plazo de año y medio para readaptar los espacios, modernizar parte del equipamiento e incorporar sus procesos de gestión. Su objetivo es elevar un 40% la base de abonados de cada club, que en total cuentan con 6.000 abonados.

A corto plazo, la empresa se centrará en mejorar los tres centros sin cerrar las instalaciones. “Los cambios se realizarán por fases, lo que provoca que los plazos a menudo rebasen lo que se tardaría en inaugurar un club de cero”, afirma. La cadena aspira a mejorar la oferta y la atención a los clientes, motivo por el que ampliará la plantilla y subrogará los 16 trabajadores de las tres instalaciones. Es el mismo procedimiento que siguió en Cádiz, que poco más de un año después de adquirir el club dobló hasta 2.700 el número de socios, mientras que en Rivas hizo lo propio y elevó las cifras hasta más de 3.400 clientes.

## **SmarFit cerró 2018 con unas ventas de 3,5 millones de euros, un 20,6% más que el año anterior**

La compañía notificará durante los próximos días los cambios a los clientes, aunque Usera afirma que se mantendrán las cuotas y los derechos de cada abonado. “Nos enfocaremos más en el usuario, por lo que se adaptarán los procesos tanto de gestión como de servicio”, explica. Además, en los centros se habilitará una segunda sala de actividades dirigidas.

Este movimiento no sólo supondrá cambios en las instalaciones adquiridas, sino también en el modelo de negocio SmartFit, ya que las instalaciones de Mollet del Vallès y Terrassa cuentan con pistas de pádel, lo que implicará que la cadena debute en la gestión de este tipo de complejos, y una generación adicional de ingresos. En cuanto a las pistas de básquet que se encuentran en la azotea del club de Mollet, la cadena no intervendrá en su gestión porque son equipamiento municipal de libre uso.

No es la primera vez que la empresa recurre al crecimiento mediante adquisiciones, puesto que es una opción a la que recurrió en Cádiz en 2016 y en Rivas (Madrid) el año pasado. “Buscamos buenas ubicaciones y centros con una cartera de clientes pero donde podamos mejorar los números y la gestión”, explica a este diario Nacho Usera, fundador y director general de SmartFit. El directivo afirma que las ventajas de comprar una instalación son el ahorro de una parte de la transformación del local y la incorporación de un complejo con resultados de explotación positivos, “aunque debamos acometer el coste del traspaso”.

SmarFit cerró 2018 con unas ventas de 3,5 millones de euros, un 20,6% más que el año

Image not found or type unknown

De los ocho centros que opera SmartFit, cinco han sido adquiridos.

Además, esta operación ha permitido a la cadena adentrarse en una región en la que no tenía presencia, ya que desde su puesta en marcha en 2014 se ha centrado en crecer en la Comunidad de Madrid y Andalucía. “La idea a medio plazo es focalizar nuestra expansión en aquellos territorios donde tenemos presencia, con el foco en Madrid, Andalucía y ahora Cataluña”, afirma.

Usera reconoce que han surgido oportunidades de inversión en varias zonas de España, pero argumenta que “no tenemos intención de seguir creciendo en otras regiones, porque la dispersión geográfica dificulta logísticamente la operativa y complica la creación de sinergias y de gestión de la marca”. De ahí que SmartFit sólo

haya culminado su entrada en Cataluña ahora que ha podido asegurarse tres clubes de golpe.

La compañía cerró 2018 con una facturación de 3,5 millones de euros, un 20,6% más que el año anterior, gracias a que incorporó a su red el club de Rivas. Ese ejercicio lo finalizó con 13.200 abonados y cinco instalaciones repartidas entre Madrid y su área metropolitana (3), Málaga y Cádiz, a los que se sumarán próximamente los tres de Cataluña.