

FITNESS

Supera 24h alcanza una red de 10 gimnasios en tres meses

M.Menchén
20 ene 2016 - 05:00

Sidecu tiene claro que la alternativa para crecer son los gimnasios de proximidad, y en pocos meses ha acelerado el desarrollo de la marca Supera 24h. La compañía gallega, especializada en la gestión de centros bajo concesión administrativa, creó después del verano esta nueva marca para crear una red de instalaciones de menor tamaño, y en apenas tres meses ya ha conseguido crear una importante red.

A los dos gimnasios que ya se abrieron en Madrid antes de noviembre, como ya publicó *Palco23*, ahora se le han sumado tres Supera 24h más: en el barrio de As Travesas, en Vigo; en la calle Simón Aranda, en Valladolid, y en la calle Carlos Cepeda de Sevilla. Además, fuentes de la compañía indican a este medio que también se ha confirmado ya un primer emplazamiento en Valencia y Pontevedra, otro más en Vigo y dos más en Madrid. "Es cierto que estamos sondeando el mercado para ver otras posibles localizaciones, pero es ahora, una vez pasadas las fiestas, cuando podemos avanzar un poco", añaden sobre futuras ubicaciones.



Guillermo Druet, consejero delegado de Supera 24h.

Guillermo Druet, consejero delegado y uno de los principales accionistas de Supera,

defendía en noviembre el lanzamiento de este concepto porque "buscamos llegar a aquellos sitios donde ahora no teníamos presencia o donde es complementaria", con unas tarifas medias que oscilan entre los 50 euros y los 55 euros mensuales.

A diferencia de las instalaciones que gestiona actualmente, y que ocupan una media de 8.000 metros cuadrados, Supera 24h 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", señalaba entonces el ejecutivo.

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.

Esta apuesta va en la línea de la realizada previamente por Grupo Duet, que diversificó para reducir su dependencia de proyectos del sector público con la marca Duet Fit. Bajo este formato, ya ha abierto tres centros en Barcelona y ha firmado la apertura de dos más durante este año, como adelantó *Palco23*. En ambos casos, el desafío es abrir mercado en un nicho donde se están posicionando franquicias internacionales como Anytime Fitness o, más recientemente, Snap Fitness.



Los gimnasios de Supera 24h ocupan en torno a 1.000 metros

cuadrados.

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.