

Synergym aparca sus planes en Madrid para crecer en el sur de España

Patricia López
8 mar 2017 - 04:56

Ha pasado un año desde que Synergym inauguró su décimo gimnasio y puso punto y final a su primera fase de crecimiento. Desde entonces, la compañía ha digerido inversiones, contratado al ex responsable de expansión de McFit Juan Antonio Ortega para dirigir el área de desarrollo, y ha reorganizado sus prioridades para seguir ganando presencia a pie de calle.

En conversación con *Palco23*, el director general de Synergym, Pedro Martínez, explica que ha aparcado los planes de apertura en Madrid para crecer en el sur de España. "La capital nos interesa por su volumen de población y demanda, pero hemos decidido aplazar la entrada en Madrid porque era precipitado intentar competir con operadores ya consolidados en esa región", comenta. "Somos bastante conservadores, una empresa pequeña que nos hace ser muy precavidos con cualquier inversión que hagamos", añade.

En lugar de dar este salto, la cadena fundada en 2014 ha apostado por intensificar su hegemonía en el sur del país. "No descartamos Madrid, pero nuestro plan de expansión contempla abrir seis clubs durante el último trimestre de 2017, especialmente en Andalucía", detalla el ejecutivo. Aunque aún no tienen ninguna localización cerrada, la enseña andaluza tiene claro que "queremos entrar en Sevilla, Granada y Almería, duplicar presencia en Murcia y estamos negociando ubicaciones en Alicante", concreta Martínez.

Synergym tiene su principal área de influencia en Andalucía, donde es el segundo operador con mayor implantación a pie de calle con nueve instalaciones. Tal y cómo ya se comentó en el dossier Los Reyes del Fitness 2017, la compañía ha replicado su modelo de proximidad aprovechando que las grandes cadenas nacionales han apostado por hacerse crecer en Madrid y Cataluña.



La cadena andaluza aspira a finalizar 2017 con seis aperturas en el sur de España.

La empresa se ha impregnado del optimismo que se respira en el sector y aspira a cerrar el año con una red de 16 centros. "El crecimiento de esta industria en España va a venir dado por el modelo de bajo coste y por el crecimiento de los gimnasios en régimen de concesión administrativa, que han visto como se ha reavivado el tema de las licitaciones", y admite que "es algo que celebro porque indica que el sector está creciendo".

Sobre el *estado de forma* de la industria, el director general de Synergym afirma que el segmento de bajo coste ha evolucionado. "El gimnasio *low cost* de hace cinco años no tienen nada que ver con el actual. El segmento vivió un *boom* impulsado por la crisis económica, que empujó a los clientes a buscar alternativas más baratas, pero a día de hoy hemos mejorado en calidad y oferta", comenta. "La evolución va a ir por el seguir siendo muy competitivos en el precio y mejorar la calidad para atraer el público".

De ahí que, aunque su tarifa se sitúa en 29,9 euros al mes, haya ajustado el precio hasta los 19,9 euros en su club del malagueño barrio de Los Tilos "para atraer a los ciudadanos de esta zona, que tienen menor poder adquisitivo". Además, la compañía ofrece pases puntuales de un día por 5,9 euros o semanal de 15 euros para "captar a los clientes turistas que vienen de vacaciones y que optan por la modalidad de pago por uso".

A día de hoy, la cadena cuenta con una red de diez instalaciones en Andalucía y Murcia. En concreto, opera en Málaga (7), Córdoba, Cadiz y Lorca, con un centro en cada ciudad. Synergym está controlada por los inversores Leonard Lvovich y Sergey Miteyko, pero el responsable de la gestión del día a día es Pedro Martínez, que accedió

PALCO23

a la dirección general de la cadena procedente de O2 Centro Wellness. Su gran reto es conseguir una media de hasta 3.000 abonados por club.