

Synergym invertirá 9 millones para doblar su tamaño y entrar en Madrid este año

Guillermo G. Recio
2 jun 2016 - 05:00

Cien gimnasios. Esta es la meta que se ha fijado Synergym para los próximos ocho años. De momento, su ambicioso plan para convertirse en una de las mayores cadenas de España pasa por reforzarse fuera de Andalucía, donde cuenta con nueve centros tras abrir en Córdoba en febrero y de donde sólo había salido en una ocasión, para abrir en Lorca (Murcia) en 2015.

El director general de Synergym, Pedro Martínez, explica en una entrevista con *Palco23* que esperan abrir 15 gimnasios hasta finales de 2017, centrándose en Madrid y Andalucía, con nuevos centros en Sevilla y la provincia de Almería. "Queremos seguir nuestro modelo de éxito, de ser un gimnasio de barrio muy cercano y urbano con el que podamos aspirar a tener entre 10 y 15 clubes por región", argumenta.

Sus intereses fuera de Andalucía se centran en un 90% en Madrid, donde "esperamos abrir dos clubes antes de que acabe el año, aunque con todo el proceso puede llevarnos a enero", asegura. La decisión de entrar en la capital española responde al estudio de una herramienta de geomarketing que han desarrollado junto a una empresa de Cádiz, que les ayuda a identificar las regiones, ciudades e incluso barrios con mejores posibilidades para instalarse. Antes de contar con esta herramienta, eligieron Andalucía para desarrollar su cadena por considerar que había menos riesgo de fracasar al inicio de un proyecto a causa de los inferiores costes.



Pedro Martínez, director general de Synergym, junto a sus fundadores, Sergey Miteyko y Leonard Lvovich.

Este ambicioso plan de crecimiento, que supondría doblar el tamaño de la compañía y pasar de 100 a 250 empleados, exigirá unas inversiones de nueve millones de euros que aportarán los propietarios, Leonard Lvovich y Sergey Miteyko, y se complementará con préstamos bancarios.

El directivo explica que los socios gozan de una buena salud financiera y admite sobre la posibilidad de dar entrada a un nuevo inversor que "ha habido algún acercamiento pero por ahora preferimos conservar el poder de decisión, aunque cuando tengamos 40 o 50 gimnasios no puedo asegurar qué pasará". Desde su creación, los accionistas han inyectado 6 millones en el capital de la matriz, Synergym Holdings, de los 3,16 millones se aportaron a principios de mayo.

Su gran reto es conseguir una media de hasta 3.000 abonados por club, que acostumbran a tener una superficie mínima de 1.000 metros cuadrados. A diferencia de los gimnasios de bajo coste tradicionales, Synergym combina las clases con profesores virtuales con sesiones en las que sí participa un entrenador de forma presencial sin coste adicional. En las condiciones del servicio asegura que, también a diferencia de otros operadores, el servicio de ducha y taquilla es gratuito, además de no imponer periodos de permanencia.

De ahí que su precio se aleje de la tradicional tarifa de 19,9 euros y se sitúe en 29,9 euros. Además, han ido ampliando la oferta de cuotas, que van desde pases puntuales de un día por 5,9 euros, a uno semanal de 15 euros o una cuota multicentro de 34,9 euros.

La compañía, que en una primera fase trabajaba con Life Fitness, ahora se ha asociado con Matrix para utilizar su gama de máquinas *premium*, mientras que sí sigue en vigor el contrato con GH Sports para el suministro de maquinaria. Destacan las bicicletas de interior con un sistema virtual para que el usuario pueda realizar una clase personalizada o distraerse con paisajes.