

FITNESS

Virgin Active invertirá 190 millones para crecer en Asia y vende 35 clubes en Reino Unido

M.Menchén
15 jun 2016 - 05:00

Asia se ha convertido en el objetivo prioritario de Virgin Active. La cadena de gimnasios, que a mediados de 2015 pasó a manos del fondo sudafricano Brait, ha decidido apostar por esta región del globo después de ver cómo su negocio en Europa no acaba de arrancar, lastrada por los centros *low cost* y una mayor competencia. Por ello, la compañía ha decidido invertir 150 millones de libras (189 millones de euros) durante los próximos seis años.

El grueso de la inversión, 100 millones de libras, se centrará en Tailandia, donde pretende abrir hasta veinte nuevos clubes que se sumarían a los tres ya existentes, con la creación de 1.500 puestos de trabajo. En Singapur, según la información remitida a inversores, se destinarían los 50 millones de libras restantes para abrir entre ocho y diez instalaciones, que se sumarían a la que ya está operativa. "También estamos explorando la expansión en otros mercados asiáticos clave", asegura la compañía.



Virgin Active quiere posicionarse en el segmento 'premium' y familiar.

"A diferencia de otros operadores de la industria, tenemos una marca reconocida mundialmente, que nos da una ventaja para asegurarnos lugares icónicos y los consumidores esperan un producto Virgin que sea diferente y disruptivo en la industria. Tenemos planes ambiciosos para nuestro negocio de Asia, porque creemos que podemos construir nuestra presencia aquí al mismo nivel que en Europa y África del Sur, donde tenemos más de 100 clubes en cada región", ha asegurado el fundador de la cadena, Mateo Bucknall.

Centrar los esfuerzos en esta región también ayudaría a dinamizarla un poco más para seguir compensando los problemas que sufre en Europa. Las ventas en Reino Unido retrocedieron un 4%, hasta los 311 millones de libras (392 millones de euros), y ya ha dejado de suponer más de la mitad del negocio. Una dependencia que se reducirá aún más en 2016, después de que ayer se oficializara la venta de 35 clubes en este país al grupo de salud Nuffield Health.

La compañía explica que su intención es fortalecer la red de 61 clubes que mantendrá en la zona de Londres, sus alrededores, y otras grandes ciudades del país. Además, la estrategia pasará por distinguirse por centros de alta gama, grandes complejos familiares y clubes de tenis. Parte de los ingresos obtenidos (los términos económicos no se han hecho públicos) se destinarán a modernizar diez clubes de la capital británica para elevarlos al concepto de Lujo Collection. "También se abrirá un nuevo club Collection en Mansion House (zona cercana a la City) a finales de este año, invirtiendo más de 6,5 millones de libras y creando 80 nuevos puestos de trabajo".

Está por ver la evolución de Europa, ya que el conjunto de España, Portugal e Italia facturaron sólo un 0,9% más y fue gracias a las adquisiciones en el mercado transalpino, con un total de 115 millones de libras (145 millones de euros). Esta situación de estancamiento o incluso retroceso contrasta con los dos últimos mercados a los que llegaron. En Sudáfrica la actividad sube un 11,4%, hasta los 196 millones de libras (247,1 millones de euros), mientras que en Asia-Pacífico se disparó un 44% y alcanzó los 36 millones de libras (45,4 millones de euros).

El grupo, que presentó ayer los resultados anuales, cerró 2015 con una facturación de 658 millones de libras (829,6 millones de euros), lo que supone un 3% más respecto a 2014. El resultado de explotación (ebitda) subió un 15%, hasta los 142 millones de libras (179 millones) y, aunque no se ofrece el detalle, enfatizan que obtienen beneficios desde 1999. Su deuda alcanza los 402 millones de libras (506,8 millones).

Al cierre del ejercicio, antes de cerrar la venta de 35 gimnasios, la compañía que tiene la licencia del uso de la marca Virgin hasta 2045 sumaba 276 clubes. La masa de abonados se disparó de un año a otro en un 27,8%, hasta los 1,67 millones de clientes.

De cara a los próximos meses, la hoja de ruta de Virgin Active evidencia que España no tendrá ningún tipo de relevancia, más allá de mantener la red de ocho centros, cinco de ellos en la Comunidad de Madrid, que se unen al de Barcelona, Granada, Valencia y Zaragoza. De hecho, es el único país junto a Reino Unido en el que ha reducido capacidad, después de los cierres del último año, ya que en Portugal ha mantenido los cuatro existentes y en Italia han comprado uno y abierto otros tres entre Milán y Turín.

"Esta transacción es una aceleración de nuestra estrategia global para centrarse en los clubes de gama alta en las áreas metropolitanas", indica Paul Wolf, consejero delegado de Virgin Active, sobre esta operación. Además, confía en que esta reestructuración, junto a los planes en Asia, "2016 será otro año de crecimiento". Las ventas del primer trimestre ascendieron a 156 millones de libras (197 millones de euros), lo que supone un alza del 6% nuevamente por el tirón de Asia-Pacífico (+46%) y el Sur de África (+9%).

Esta mejoría se apuntalará con el ambicioso plan para Singapur y Tailandia (tres clubes abrirán ya en 2016), la apertura de quince centros en Sudáfrica y países de la región, así como la mejora de las prestaciones de varias instalaciones en Londres para diferenciarse aún más de los centros de bajo coste. Nuevamente, ni una sola referencia a potenciales inversiones en la filial que lidera Bernardo de Vicente., ni siquiera para potenciar su posicionamiento respecto a otros rivales.