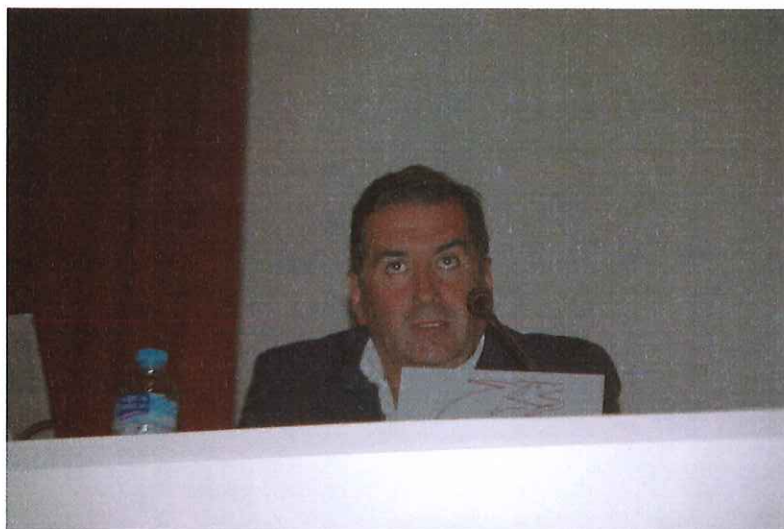


III Congreso Wuics de gestión de centros deportivos

# Go Fit se propone facturar 120 millones en 2023

MARC FONTRODONA el 01 junio 2016 a las 9:33 am



El presidente y fundador de Go Fit, Gabriel Sáez, explicó durante el III Congreso Wuics que en Portugal abrirán su segundo centro este año y están firmando dos aperturas más.


**(1-6-2016). La compañía facturó 40 millones de euros en 2015, una cifra que se han marcado como objetivo triplicar en los próximos ocho años, abriendo centros en -además de España y Portugal- dos o tres países europeos más.**

Dicen que en Fuenterrabia (Guipúzcoa), “das una patada a una piedra y sale un empresario”. De una de esas patadas salió el presidente y fundador de **Go Fit**, Gabriel Sáez, que expuso el caso de su empresa durante el III Congreso Wuics de gestión de centros deportivos.

## EL ORIGEN

“De padres camareros (y de ahí la vocación de servicio), atleta mediocre, jugador de rugby, educado en Jesuitas y Capuchinos, mal estudiante de INEF”. Gabriel Sáez empezó definiéndose así en su intervención en el congreso. Ahora ya lleva 23 años en el sector, “dando respuesta a las administraciones públicas con la construcción, gestión y planificación de servicios deportivos para el ciudadano”, algo que el ejecutivo explica que “empezó en Barcelona, con Rafa Niubò, que vio que no era sostenible el número de

instalaciones deportivas que iban a tener tras los Juegos Olímpicos y había que buscar un modelo para gestionarlo”.




*“No inventamos nada, simplemente interpretamos un modelo a nuestra manera.”*

El presidente y fundador de Go Fit afirmó que “no inventamos nada, simplemente interpretamos un modelo a nuestra manera” cuando en 2009, en Montecarmelo (Madrid) abrieron su primer centro. Tenían una expectativa de llegar a 4.000-5.000 abonados y en mes y medio estaban en 10.000. Después, “gracias a la confianza de Patrick Gandarias de Corpfin Capital, que apostó por este modelo, pudimos seguir con la apertura de centros en Córdoba, Ciudad Real, Málaga... hasta llegar a los 18 que hemos ido abriendo”, reconocía el empresario.

### **LAS CLAVES DEL ÉXITO**

Gabriel Sáez explicó el “cómo” cree que han llegado aquí, remarcando que lo principal fue “definir nuestro camino, que no es ni el más bueno ni el más malo, simplemente es el nuestro y está muy definido”. Entre otras cosas, el ejecutivo aseguró también que siempre han intentado estar “muy conectados con el cliente y el sector, ya que siempre se puede aprender de alguien en una conversación”. “Tener tolerancia absoluta para el error ha sido otra de las claves”, admitió Sáez, quien añadió “la honestidad, el valor, la lealtad o motivar a la organización” como otros de los pilares de Go Fit.



*“La empresa tiene una estructura que está pensada para tener muchos más centros.”*

### **PREPARADOS PARA LA EXPANSIÓN**

Cuidar todos esos aspectos y seleccionar y cuidar muy bien al personal (9 de cada 10 empleados recomiendan trabajar en la empresa), formado hoy en día por 800 trabajadores, deberían ser los fundamentos de la expansión de la enseña, que tiene “una estructura pensada para muchos más centros”, reconocía Sáez.

Y es que, según el presidente y fundador de Go Fit, lo que ahora son 150 millones en activos, 150.000 clientes, 40 millones de facturación (2015) y presencia en España y Portugal, debería convertirse en 300 millones en activos, 500.000 clientes, 120 millones de facturación, un Ebitda de 60 millones, y presencia en cuatro o cinco países de Europa en 2023.



*“En España todavía hay oportunidades, aunque en algunos sitios se nos está yendo de las manos.”*

“Si los números acompañan seguiremos con la expansión”, añadía Sáez, quien comentaba que “en España todavía hay oportunidades, aunque en algunos sitios se nos está yendo de las manos y como no subamos el porcentaje de población que acude a los centros, habrá sobreoferta, algo que en algunas plazas ya sucede”. Sobre su posible entrada en Barcelona, y a pesar de tener “un par de sitios vistos”, el presidente de Go Fit admitió que “la competencia es muy grande y esa es una gran barrera para hacer el paso”.

## **EL MÉTODO GO FIT**

En cualquier caso, ambiciosos objetivos para una enseña que ha encontrado en “la salud” su factor diferencial, explicaba Gabriel Sáez: “estamos ante una tormenta perfecta de media de edad de la población, esperanza de vida y sedentarismo; por eso estamos invirtiendo mucho en el método Go Fit, por el cual el cliente nos va a acabar eligiendo como su centro en dos, cinco o 10 años”.

Con tal de conseguirlo, Sáez confía tanto en la persona encargada del cliente, Jesús Díaz, como en quien lidera las inversiones en investigación, el Dr. Alfonso Jiménez, que está centrado en “lanzar un marcador de salud para los clientes y buscar evidencias científicas que abalen el método Go Fit”, aseguró el empresario.