

EQUIPAMIENTO

Viva Gym se alía con Fnac para ganar clientes 'low cost' en España

Palco 23
5 dic 2014 - 05:00

Las alianzas comerciales entre las marcas viene siendo una tónica habitual, también en el mundo del deporte. Viva Gym quiere aprovechar la extensa base de datos de Fnac para captar nuevos clientes en España, a través de una oferta por la que los socios del grupo francés de distribución podrán beneficiarse de un descuento del 50% en la matrícula de la cadena de gimnasios de bajo coste.

La promoción se produce cuando Viva Gym está a punto de alcanzar la quincena de centros deportivos en el mercado español, casi cuatro años después de iniciar sus operaciones. La empresa, controlada por el fondo de capital riesgo Magenta Partners (92,5%) y el consejero delegado, Bart Mermans (7,5%), tiene actualmente trece gimnasios que funcionan a pleno rendimiento y en los próximos días se abrirá otro en Móstoles (Comunidad de Madrid).

Será la segunda instalación de Viva Gym a en la zona de Madrid, donde ya tiene un gimnasio en el barrio capitalino de Las Tablas. La cadena también tiene dos centros en Barcelona (Meridiana y Plaza Europa, en la zona limítrofe con L'Hospitalet) y dos más en Valencia y cercanías (uno está en el municipio de Godella). Su red española se completa con los locales de Málaga (donde también tiene su sede), Almería, Jerez, Granada, Sevilla, Vigo, Cartagena y Zaragoza.

Viva Gym suele buscar locales de hasta 2.000 metros cuadrados para sus gimnasios, en los que suele invertir en torno a 1,7 millones de euros para su apertura. La intención de la empresa, que compite en el segmento del bajo coste con otras enseñas como Duet Fit, Basic Fit o Simply Fit, es alcanzar los cuarenta centros entre 2016 y 2017. Los accionistas aseguraron que para la fase inicial de la compañía estaban en disposición de invertir veinte millones de euros.

PALCO23

La firma ofrece unas tarifas que van desde los 14,90 euros si se escoge únicamente el horario de mañana, hasta los 24,90 euros si el usuario escoge poder ir libremente a cualquier hora del día. Estas tarifas están muy lejos de los más de 50 euros que pueden costar centros de perfil medio-alto, como DiR o Metropolitan, ya que tiene una estructura de costes inferior al reducir el número de clases dirigidas y ofrecer menos servicios adicionales al cliente, como la entrega de toallas.