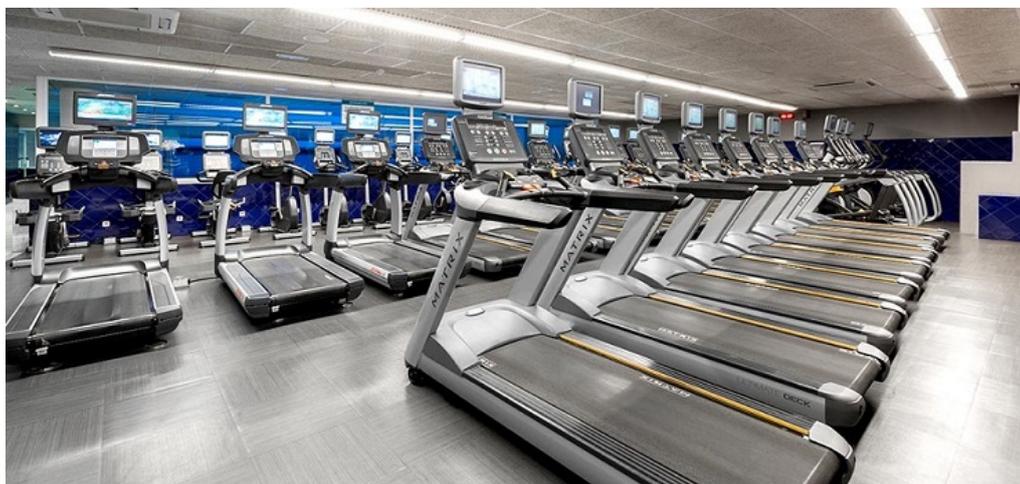


FITNESS

DiR refuerza su dirección de márketing con un ex ejecutivo de Grupo Duet

Pedro Hidalgo se incorpora a la cadena catalana de gimnasios como director de márketing y comunicación. A sus espaldas, ocho años como jefe de esa división en Caprabo y casi doce años en Duet Sports y Duet Fit.

P. López
13 jul 2020 - 04:57



DiR suma talento del sector del fitness para su división de márketing y comunicación. La cadena catalana de gimnasios ha contratado como director para ese departamento a Pedro Hidalgo, que hasta el pasado diciembre fue director de estrategia y comunicación de Grupo Duet. Anteriormente fue responsable de márketing de la compañía catalana, que a finales de 2019 vendió Duet Fit a Viva Gym.

Fue entonces cuando Pedro Hidalgo abandonó la compañía, y siete meses después se ha incorporado a DiR como relevo de Beatriz Pascual, que dejó la cadena el mes pasado. Hidalgo cuenta con una amplia experiencia como responsable de márketing, ya que ha pilotado esa división durante la época de mayor crecimiento de Grupo Duet. Desde 2009, la compañía ha abierto tres centros municipales con la marca Duet Sports y ha lanzado Duet Fit, con la que puso en marcha trece instalaciones en Barcelona

antes de que el grupo lo vendiera a Viva Gym.

En ese periodo de tiempo, la compañía se convirtió en uno de los principales competidores de DiR en Barcelona, la ciudad en la que la empresa ha centrado su actividad desde que se fundó en 1979. Hidalgo, que antes de incorporarse al Grupo Duet trabajó durante ocho años como director de márketing de Caprabo, liderará el área esa misma división en una de las cadenas de gimnasios más reconocidas de Cataluña.

DiR cerró 2019 con una facturación de 50,3 millones de euros

La compañía opera 68 instalaciones en España con cuatro marcas diferentes: la original, DiR, los estudios YogaOne y Jambox, y los centros de proximidad BDiR. Del total de clubes, 65 de ellos están en Cataluña y tres *boutiques* de yoga en Madrid. En total tiene 38 centros YogaOne, de los que 35 son estudios franquiciados.

La compañía controlada por la familia Canela completó 2019 con un resultado antes de impuestos ligeramente por encima de los 700.000 euros. En total, la cadena facturó 50,3 millones de euros, y se consolidó como la cuarta empresa del sector con mayor volumen de negocio en la Península Ibérica, tan solo superada por Viva Gym Group, Metropolitan y GO fit.