

FITNESS

Hurrell (Bridges): “El impacto social y la rentabilidad no entran en conflicto en la inversión, se retroalimentan”

El director de inversiones de Bridges Fund Management explica las claves de la rentabilidad financiera de los proyectos con cadenas de gimnasios *low cost* como Viva Gym y la relevancia de firmar inversiones con impacto en la sociedad.

Patricia López
16 may 2018 - 04:58

Bridges Fund Management entró en el capital de Viva Gym en 2015 con una inversión de

Inversiones sostenibles y con impacto social como *modus operandi*. No se trata de la estrategia de una organización social, sino del fondo de inversión Bridges Fund Management, que ha logrado derribar le mito de que las cadenas *low cost* no son un negocio en el que confiar dinero.

Tras desinvertir en The Gym en 2015, impulsó una franquicia de Planet Fitness en Estados Unidos y se convirtió en accionista mayoritario de Viva Gym Group, dos apuestas que le han posicionado como uno de los principales fondos de inversión en el sector del *fitness*. “Estamos convencidos de que abordar los problemas sociales con sostenibilidad ayuda a crear mejores negocios con mayores rendimientos económicos”, explica a *Palco23* el director de inversiones del fondo, James Hurrell.

Para Bridges Fund Management, el impacto social de sus inversiones en la industria del deporte está en “hacer que el gimnasio sea accesible y asequible”, defiende. De ahí que todas sus apuestas se hayan centrado en los clubes *low cost*. Con todo, en su cartera de participadas figuran cincuenta compañías de diversos sectores: organizaciones sociales, sociedades especializadas en invertir en activos inmobiliarios y empresas de servicios, desde la alimentación, pasando por la farmacia y la salud.

Bridges Fund Management entró en el capital de

Viva Gym en 2015 con una inversión de 9,5 millones de euros

Todas las empresas tienen algo en común: “Trabajan para lograr los objetivos de desarrollo sostenible fijados por Naciones Unidas”, argumenta. “El sector privado debe jugar un papel significativo y las inversiones con impacto pueden ayudar a dirigir este cambio. Por eso colocamos capital en las compañías que se comprometen con estos desafíos”, justifica.

Pero, ¿es posible maximizar la rentabilidad mediante este tipo de inversiones? Según Hurrell, “el impacto social y la rentabilidad no entran en conflicto, se retroalimentan”, porque “abordar los problemas sociales con sostenibilidad ayuda a crear mejores negocios con mayores rendimientos económicos”. Un ejemplo es The Gym, cadena que creó junto con John Treharne en 2007 y en la que desinvirtió en 2015 multiplicando por 5,8 el valor de la inversión que realizó para hacer crecer la compañía.

El pulmón financiero permitió a la empresa abrir 66 clubes, dar servicio a 363.000 abonados y empleo a 200 trabajadores a tiempo completo, junto a 550 entrenadores personales por cuenta propia.

Tras desinvertir en The Gym, el fondo apostó Viva Gym e Impact Fitness, una de las fran

Image not found or type unknown

Viva Gym tiene más de cincuenta gimnasios y 200.000 abonados en la Península Ibérica.

La búsqueda del impacto social es tan relevante como el rendimiento económico que garantice su sostenibilidad a lo largo del tiempo. Y el sector de los gimnasios *low cost* se ha convertido en un aliado. Dos años después de la venta de The Gym, la cadena ha doblado su cartera de clientes, inaugura veinte clubes al año, factura más de 100 millones de euros y cierra cada ejercicio con beneficios.

Ahora que ya no controla The Gym, el fondo ha centrado su operativa en el mercado ibérico de la mano de Viva Gym Group, cuya misión es convertirse en la cadena líder de la Península sin comprometer su rentabilidad. “Es cierto que algunos operadores de bajo coste no son especialmente rentables, pero llevamos una década invirtiendo en

esta industria y tenemos muy claro el modelo de negocio y la propuesta de valor para ser sostenibles”, explica. Según el directivo, en la receta de la rentabilidad figura seleccionar las mejores ubicaciones, contar con experiencia y conocimiento del mercado local, realizar una inversión apropiada en tecnología, contar con un equipo humano de nivel y ser disciplinados con las inversiones que generan valor.

Dar con la ubicación ideal es uno de los múltiples desafíos de las cadenas y, en esta batalla, no sólo compiten entre sí, sino también con el sector del *retail*. Pese a que los precios del sector inmobiliario están aumentando, Hurrell afirma que la industria del gimnasio continúa teniendo oportunidades de crecer. “Seguimos identificando, firmando y abriendo con éxitos clubes que se ajustan a nuestro modelo en todo el país”, afirma.

Tras desinvertir en The Gym, el fondo apostó Viva Gym e Impact Fitness, una de las franquicias de Planet Fitness en EEUU

Aunque los mercados prioritarios son el español y portugués, el directivo no descarta seguir “haciendo inversiones en Europa, especialmente en aquellos sectores en los que tenemos experiencia, como es el *fitness low cost*”. ¿Dónde está la oportunidad? En España, subraya que radica en “la baja penetración del sector en comparación con otros países, en que es un mercado grande y en que hemos trabajado mucho para adaptar el modelo al consumidor español”.

También es un territorio que ha atraído el interés de los fondos, como ha demostrado Portobello entrando en el capital de Supera, Torreal en Go Fit, Atlas Capital con Servicio, o Baring Private Equity Partners en Forus, entre otros. Para Hurrell, “no es coincidencia que las firmas estén invirtiendo en países donde la penetración es menor que en otras regiones, porque el recorrido que tienen las cadenas por delante y su potencial genera oportunidades de negocio”.

El fondo reforzó su apuesta por Viva Gym el año pasado aportando junto a Hermes PGE 47,69 millones de libras (54 millones de euros) al grupo para adquirir la lusa Fitness Hut y acelerar el ritmo de crecimiento. En la actualidad la cadena opera más de cincuenta gimnasios y tiene 200.000 abonados en la Península Ibérica.