

## Juan del Río: “En Portugal debemos defender una posición de liderazgo que en España aún no tenemos”

El consejero delegado de la nueva holding Viva Gym Group aboga por priorizar el crecimiento orgánico a partir de ahora y crea un comité directivo reforzado que dará autonomía a cada marca.

Patricia López  
10 ene 2018 - 04:57

Convertir Viva Gym en la cadena líder de gimnasios del mercado ibérico con 50 centros operativos en 2019. Ese era el objetivo de Juan del Río, consejero delegado de la compañía, cuando asumió el cargo en 2016. Un año después, la cadena ha cerrado la compra de la portuguesa Fitness Hut, por la que se convierte en el principal operador del sector con un total de 48 gimnasios, a los que se sumarán catorce más en 2018. En conversación con *Palco23*, el consejero delegado de Viva Gym, Juan del Río, y su homólogo en la compañía lusa, Nick Coutts, repasan las claves de la operación.

En virtud de la misma se ha constituido Viva Gym Group, el holding que aglutina a ambas compañías y cuyo consejero delegado es Juan del Río. Se ha creado un comité ejecutivo en el que participan los tres fundadores de Fitness Hut: Nick Coutts, como consejero delegado, Andre Groen, como director de expansión, y JP Carvalho como director de marketing. “Lo que pretende ese comité es entender a esas dos empresas, y ver dónde están las fortalezas de la unión respetando las estructuras de cada cadena”, detalla. En otras palabras, no habrá superposición de estructuras entre Viva Gym y Fitness Hut.

La operación, cuyos detalles económicos no han trascendido, deja al fondo Bridges como principal accionista con más del 60% de las acciones, seguido de Magenta Partners, socio fundador de Viva Gym y que en 2015 vendió parte de su participación a Bridges, y los equipos directivos de las dos cadenas. La operación supone la salida de The Edge Group del capital de la compañía lusa, cuya facturación fue de 31 millones en 2017, por los 18 millones de Viva Gym.

Juan del Río: “Fitness Hut, que es el líder indiscutible en Portugal, llevará el peso de las a

Image not found or type unknown

De izquierda a derecha, Nick Coutts, CEO de Fitness Hut, y Juan del Río, CEO de Viva Gym

Del Río reconoce que sin el apoyo de Bridges la adquisición no hubiera sido posible, y asegura que no teme que “el apoyo de los fondos de inversión haga tambalear nuestra esencia por el hecho de exigir un rápido crecimiento”. Para el directivo, los precedentes del fondo hablan por sí mismos. “Bridges cuenta con experiencia, ha trabajado con The Gym y Pure Gym, sabe mucho de *fitness* y realiza inversiones con impacto social porque favorecen el acceso a la salud y al gimnasio a colectivos que antes no podían permitírselo”, remarca.

Pero, ¿cuál es la hoja de ruta del grupo para los próximos años tras coger de nuevo músculo financiero? Lejos de impulsar el crecimiento en la cadena española, los

esfuerzos se centrarán en la expansión de la empresa adquirida. “Fitness Hut, que es el líder indiscutible en Portugal, llevará el peso de las aperturas en 2018 y 2019. Tiene más sentido consolidar el mercado luso porque es donde tenemos que defender una posición que aún no tenemos en España”, comenta el máximo directivo.

“España y Portugal tienen sentido como un único mercado. Es muy fácil entender Iberia, tanto por parte de los consumidores como de los operadores e inversores. El público va a entender que queremos hacer uso de gimnasios cruzados”, argumenta. Es una opción que ambas cadenas ya están estudiando para ponerlo en práctica próximamente, de forma que un cliente de Viva Gym pueda asistir a un Fitness Hut, y viceversa.

## **Juan del Río: “Fitness Hut, que es el líder indiscutible en Portugal, llevará el peso de las aperturas en 2018 y 2019. Tiene más sentido consolidar el mercado luso”**

Nick Coutts asegura que son dos mercados muy parecidos en cuanto a las oportunidades que surgen en el aspecto inmobiliario, pero Portugal es una región más pequeña con una tasa de penetración del gimnasio inferior, del 8%. Según el consejero delegado de Fitness Hut, “ambos países presentan margen de mejora en este aspecto y, en ambos casos, la dificultad está en encontrar buenas ubicaciones con precios interesantes”.

El directivo asegura que el reto pasa por seguir creciendo en Lisboa, Oporto y sus áreas de influencia, aunque admite que el músculo financiero derivado de la ampliación de capital anunciada por este diario les llevará a crecer en Leiria, en el centro de Portugal.

A diferencia de la mayoría de adquisiciones que se han realizado en la industria durante los últimos meses, esta operación no irá acompañada de un *rebranding*. Cada cadena seguirá operando con su marca en su territorio porque “no somos tan grandes como para pensar que nos beneficiará hacerlo con una sola”, señala Del Río. Ambos ejecutivos coinciden en que la presencia de cada cadena en su mercado es tan amplia que “interesaba mantenerlas”, por lo que ni se intervendrá en la marca ni en la directiva. “No siento la necesidad de intervenir nada, eso es algo propio de las fusiones antiguas. Hay que dar autonomía”, enfatiza.

Además de la alta presencia de ambas empresas en sus respectivos territorios, los ejecutivos admiten que uno de los motivos por los que se ha concretado la operación es que “compartimos modelo de negocio, atributos, valores y gestionamos de manera parecida”, señala Del Río. En este sentido, ambas compañías persiguen “dar acceso al gimnasio a precios reducidos, no renunciar a ubicaciones céntricas pese a ser *low cost*, no tener permanencia obligatoria y ofrecer el servicio de clases dirigidas con horarios amplios”.

## **La operación ha dado paso al hóliding Viva Gym Group, dirigido por Juan Del Río y en el que los fundadores de la cadena lusa figuran como propietarios**

Esta coincidencia de modelo también se da en el volumen de clientes por club, que está en torno a 2.000 abonados, la tarifa por encima de los 24 euros y en operar en locales de 1.800 metros cuadrados de media. Otro de los activos que ambas compañías buscarán explotar a partir de ahora es el de la formación cruzada.

“Fitness Hut es un experto en ventas, en servicio en el gimnasio y es la cadena que ha crecido de manera más consistente y constante en los últimos cinco años. Me gustaría adaptar todo eso a Viva Gym”, admite Del Río, que considera que el principal valor de la unión está en el “conocimiento cruzado y en compartir prácticas”.

“Ellos tienen una formación muy buena en servicio y nosotros en administración y gestión. Vamos a compartir ese conocimiento porque la formación es la palanca para compartir una cultura común. De eso trata esta unión en el largo plazo”, asegura. Por parte de la cadena portuguesa, “creo que tenemos que mejorar la gestión del negocio con el análisis de datos; esto Viva Gym lo hace muy bien y queremos incorporarlo”,

comenta Coutts.

El *fitness* español, en constante consolidación y profesionalización

Tras esta operación corporativa la compañía “no rechaza la opción de ganar tamaño con nuevas adquisiciones”, aunque asegura de que “el crecimiento de ahora en adelante va a ser orgánico porque tenemos el conocimiento para hacerlo”, indica el máximo directivo del grupo, que pronostica que el sector seguirá consolidándose y apostando por el crecimiento inorgánico. “Nosotros somos la punta de lanza de la consolidación, porque quedan muchas uniones entre varias empresas por firmarse”, dilucida.

El mercado español, uno de los más atomizados, “está empezando desaparecer, y los operadores están buscando consolidar para luego acometer crecimiento con el apoyo de los fondos de inversión, que siguen entrando en el sector”, apostilla. Y, sobre el segmento *low cost*, Del Río tiene claro que se está “profesionalizando” tras un 2017 en que las cadenas han “digerido inversiones y disciplinado tarifas por la herencia de las inversiones pasadas, que le estaban restando rentabilidad al sector”.