

## FITNESS

# Raúl Ríos (sGo): “La conectividad y la ‘gamificación’ se acabarán asentando en el ‘fitness’”

Cuatro años después de abrir su primer club, la compañía está lista para expandirse en el Levante, una zona en la que pese a la llegada de nuevos *players*, aún presenta ciudades donde crecer, según el directivo.

Patricia López  
21 sep 2017 - 04:57

Raúl Ríos (sGo Center): “La conectividad y la ‘gamificación’ se acabarán asentando en e

Raúl Ríos es el director gerente de sGo Health & Spa Club, un centro deportivo alicantino de 2.500 metros que abrió sus puertas en plena crisis económica. Sorteada la recesión, una etapa en la que el *fitness* español experimentó su mayor fase de crecimiento, la compañía ha modernizado su instalación a través de una inversión de medio millón de euros para encarar el reto de la disrupción tecnológica que afecta al sector. Doctor en gestión de entidades deportivas, Ríos cuenta con una dilatada experiencia en el segmento concesional, hasta que en 2013 decidió lanzar su propia marca de clubes privados. Cuatro años después, la compañía está lista para expandirse con nuevas instalaciones.

Irrumpieron en el sector en 2013, en plena crisis económica. ¿Fue un riesgo emprender un proyecto tan alejado del segmento *low cost*?

Lo fue porque empezamos en época de recesión, pero entramos con el convencimiento de que no podía ir a peor. Ahora la situación está remontando. El problema en aquel momento era la situación macroeconómica, puesto que las entidades bancarias dejaron de financiar este tipo de proyectos del modo en que lo habían hecho anteriormente. No obstante, ahora los bancos se muestran más flexibles aunque nos piden muchas más garantías que antes de la crisis.

¿Se complicó el inicio del proyecto?

En su momento, por mucha experiencia que acumulábamos los que impulsamos Sgo Center partíamos de una mercantil nueva y los bancos eran bastante reacios por

apostar. Una instalación de estas características exige una inversión muy alta, de entorno a dos millones como poco. Pero ahora con la evolución del negocio y las cuentas que presentamos nos miran de otra manera. Perciben que los rendimientos están ahí y que la previsión es positiva.

¿Y qué perspectivas tienen?

Creo que ahora es el momento de abrir nuevos mercados. Estamos analizando posibilidades de expansión porque el modelo de negocio es replicable en otras zonas. Lo que más nos interesa es crecer en el Levante, porque a nivel de gestión y operativo nos conviene crecer cerca de donde ya estamos consolidados. Nuestro objetivo para este año era consolidar la marca y ahora que ya hemos cumplido, queremos abrir nuevos centros.

## “Muchos operadores ya no están interesados en el Levante porque está empezando a haber cierta saturación”

¿Se plantean pujar por licitaciones en régimen de concesión?

Es un modelo que en la Comunidad Valenciana ha funcionado durante mucho tiempo, especialmente en Alicante. Si surge la opción de entrar en concesiones de explotación, entraríamos. Pero lo cierto es que es complicado. Tengo la sensación de que se prima más las aportaciones a la baja de tarifas y precios, que el servicio. Y nuestro modelo va muy enfocado a ofrecer un servicio *premium*.

Alicante es una de las ciudades que ha estado en el punto de mira por parte de los operadores. ¿Cómo ha evolucionado allí la competencia?

Es cierto que en nuestra zona han aparecido nuevos operadores, pero creo que se dirigen a un perfil de cliente diferente al que nosotros nos dirigimos.

¿Se ha convertido en un mercado saturado?

Si bien sigue habiendo hueco donde crecer, comenzamos a percibir que esta zona está un tanto repleta de gimnasios. Y creo que muchos operadores ya no están interesados en esta zona.

La digitalización es uno de los nuevos retos del *fitness*. ¿Cómo la afrontan?

Hemos hecho una inversión de en torno a 500.000 euros con Technogym para renovar todo el equipamiento de cardio, fuerza y la sala de *cyclo indoor*. Queremos permitir a los socios ver su evolución, compararse con el resto de abonados y con el planteamiento de la sesión que hace el entrenador. Lo hemos hecho por una cuestión de posicionamiento. Creo que el tema conectivo y la *gamificación* son dos claves y dos tendencias de futuro en el sector, y confío en que se acabará asentando en la industria.