

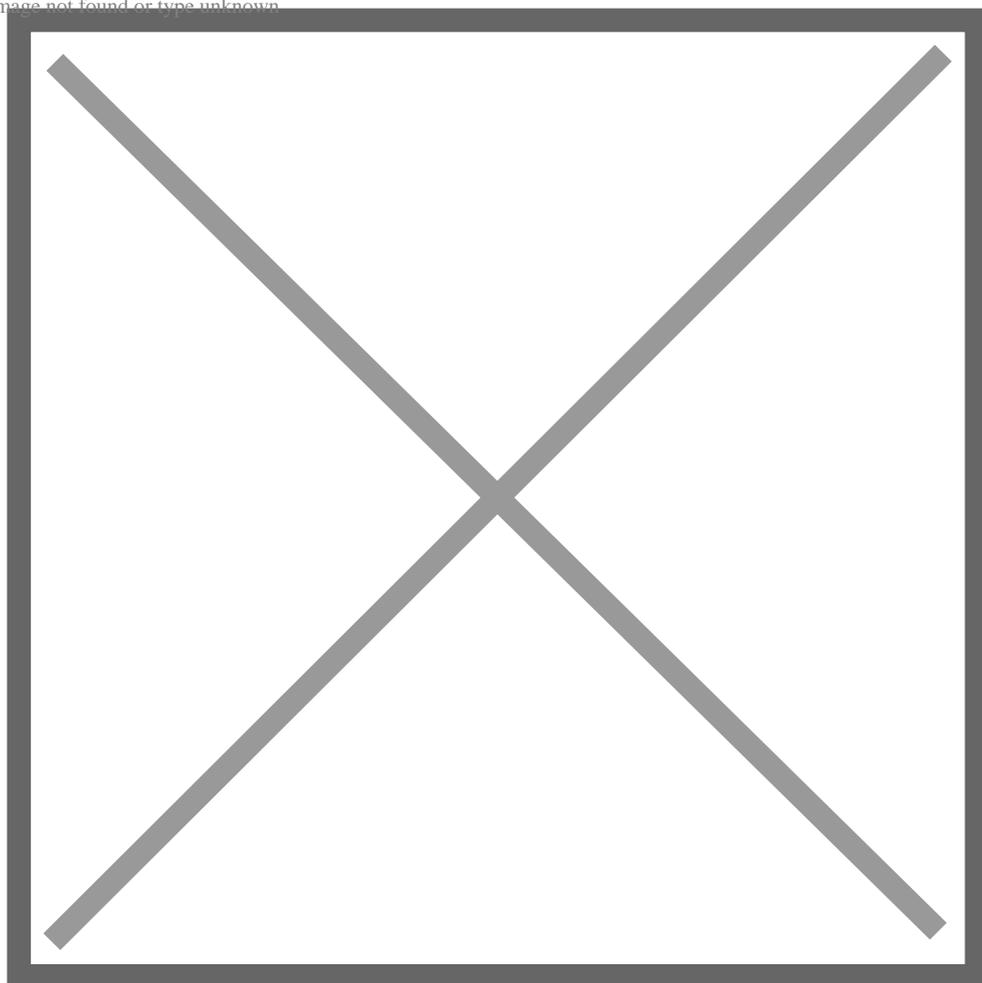
FITNESS

Viding pone rumbo a los 10 millones y planea dar el salto a los clubes privados

La compañía controlada por el grupo sanitario Taper prevé tener una red de al menos diez centros operativos en 2020.

Patricia López
11 jul 2017 - 04:57

Image not found or type unknown



Que la crisis económica ha favorecido el desarrollo de las cadenas de gimnasio *low cost* es una realidad, pero no sólo han sido las compañías de bajo coste las que han vivido una etapa de efervescencia durante una coyuntura económica complicada. Viding, empresa que opera en régimen de concesión administrativa, acaba de inaugurar su tercer centro en España y prevé cerrar el año con 10 millones de euros en ingresos, casi el triple de lo facturado en 2015.

Esta cifra de facturación será posible “gracias a que cerraremos nuestro primer año con tres instalaciones abiertas, dos de ellas con cierto recorrido, como son la de Sevilla y la de Madrid”, explica Jaime Ross, director general de la compañía, a *Palco23*. Fundada hace seis años, la compañía empezó a operar en la capital hispalense en 2013 con una inversión de 6,5 millones de euros, una cifra muy alejada de los 28 millones que ha destinado para abrir en Madrid y en Tarragona.

La cadena ha invertido 34,5 millones de euros para abrir tres centros deportivos en régimen de concesión administrativa

“En plena crisis económica no construía nadie y contratamos la obra de Sevilla a precios asombrosamente bajos. Esa situación es irrepetible, ahora los precios del inmobiliario están subiendo”, comenta sobre la situación económica que ha permitido el despliegue de Viding en el *fitness* español durante los años de recesión.

Este es, a su vez, el motivo que ha empujado a la empresa a la diversificación de su modelo para operar, por primera vez, con clubes propios. “El segmento concesional está muy parado porque la oferta por parte de las entidades públicas se ha reducido. Si queremos seguir creciendo tenemos que encontrar alternativas”, indica. De ahí que el próximo proyecto de la enseña controlada por el grupo sanitario Taper sea la apertura de un gimnasio privado en el barrio de Salamanca, un proyecto al que le seguirán más aperturas.

Sobre los nuevos retos, Gross afirma que “no nos genera inquietud la diversificación porque apostaremos por la misma filosofía. Además, nos gustaría seguir abriendo en Madrid porque hay espacio para crecer”. Según el directivo, “España es un mercado poco concentrado si lo comparamos con otros países, donde hay más de 4.000 gimnasios pero no hay un operador con hegemonía clara”. De ahí que Viding confíe en sus oportunidades de crecimiento y de hacerse un hueco en un sector “que sigue en desarrollo”.

“El segmento concesional está muy parado. Si queremos seguir creciendo tenemos que encontrar alternativas en el modelo de clubes privados”

La empresa tiene claro qué mercados tantear y cuáles evitar, y Barcelona es uno de ellos. “No nos planteamos crecer en esa ciudad porque la competencia es tremenda. Habiendo zonas más vírgenes y tranquilas, no tiene sentido meterse en la boca del lobo. Buscamos la demanda insatisfecha”, justifica. Para dar con las ubicaciones más interesantes, Viding ha incorporado a Cristina de Albuquerque como responsable de expansión y desarrollo.

Otro de los pilares de su estrategia de crecimiento es que la cadena planea firmar ampliaciones de capital con el apoyo de sus socios para acometer su plan de expansión. “Planeamos contar con al menos diez instalaciones en 2020 e invertimos entre diez y doce millones de euros por centro, por lo que es necesario contar con el apoyo de los socios para seguir creciendo”, detalla. De hecho, ya ha cerrado dos ampliaciones de capital desde que se fundó. La primera fue por 2,5 millones de euros en 2014 y la segunda un año después, por 631.000 euros.

La empresa inició su actividad bajo el nombre Gesport Inversiones y Desarrollo en 2011, y no fue hasta 2012 cuando el Grupo Taper la adquirió. “Era una operación que tenía sentido porque el deporte es previsión de la salud y Taper es una empresa dedicada al negocio sanitario”, indica. Su entrada provocó que, un año después, la cadena pasara a llamarse Viding, coincidiendo con el inicio de su operativa en Sevilla.