

FITNESS

Viva Gym ficha como CEO al presidente de la colombiana Bodytech

M.Menchén

27 oct 2016 - 05:00

Viva Gym refuerza su estructura ejecutiva. La cadena española de gimnasios ha fichado como consejero delegado a Juan del Río, que en los últimos dos años ha ejercido como presidente en Colombia de Bodytech, una de las mayores cadenas de centros deportivos en Latinoamérica. Según ha podido saber *Palco23*, el ejecutivo asumió la nueva posición a mediados de septiembre y en su primer mes ya ha visitado la mayoría de clubs.

Licenciado en Empresariales por la Richmond, The American International Univeristy, el directivo español también ha obtenido distintas titulaciones por escuelas de negocios como SDA Bocconi, de Milán, o la Universidad de Cambridge. Antes de fichar por Bodytech en 2013, Del Río fue consejero delegado del *resort* PGA Golf Catalunya entre 2004 y 2009, y director general de la cadena colombiana de restauración Jeno's Pizza entre 2011 y 2013.



Juan del Río, nuevo consejero delegado de Viva Gym.

Su fichaje se produce en un momento importante para Viva Gym, que hace un año dio entrada en su accionariado al fondo de capital riesgo Bridges Ventures. La firma, que

en su día ya invirtió con éxito en la británica The Gym, acostumbra a invertir entre 5 millones y 20 millones de libras en las compañías que adquiere a través de su vehículo de inversión para empresas en crecimiento, aunque los términos de esta operación concreta no han trascendido.

La llegada de Del Río también se produce en plena fase de expansión de la cadena, después de un 2016 en el que se ha priorizado la consolidación de la red existente. Como ya adelantó *Palco23*, el plan trazado contempla la apertura de una treintena de clubs en los próximos tres años, para alcanzar los 50 centros operativos en 2019.

A los 16 centros existentes, se le sumarían otros siete en 2017, diez más en 2018 y trece adicionales en 2019. La inversión media por local ronda los 1,5 millones de euros, por lo que cumplir este objetivo podría exigir una aportación en torno a los 40 millones de euros. "Tenemos la financiación", aseguró entonces a este diario uno de sus fundadores, Bart Mermans.

Por norma general, la cadena busca locales que ocupen entre 1.500 metros y 2.000 metros cuadrados, pero a partir de ahora también probarán con un nuevo formato de menores dimensiones. Por otro lado, en Barcelona abrirán a principios del próximo año su *flagship*, con un local de 3.000 metros cuadrados distribuidos en cuatro plantas.

Del Río, que se pone al frente de un equipo de casi 300 personas y una facturación de 15 millones de euros, se ha fijado el objetivo de evaluar la percepción que se tiene de la marca en los usuarios y acometer la renovación de la imagen de las instalaciones, incluidas sus fachadas, con el convencimiento de que en España los usuarios valoran mucho esta cuestión.

Entre sus cometidos, según explica él mismo a este diario, también estará "desarrollar la organización como líder de la industria a través de la reafirmación de la marca, la construcción de la propuesta de valor, el modelo de negocio y el fortalecimiento de la cultura de empresa".