

## The Gym dispara un 25% sus ventas hasta junio, con 42,5 millones

Palco23  
1 sep 2016 - 10:46

The Gym mantiene un ritmo de crecimiento de doble dígito. La cadena británica de gimnasios de bajo coste ha cerrado el primer semestre de 2016 con unas ventas de 36,1 millones de libras (42,5 millones de euros), lo que supone un incremento del 25,1% respecto al mismo período del año anterior. Además, ha conseguido dejar atrás las pérdidas de 4 millones de libras que registró entre enero y junio de 2015, ya que se ha anotado un beneficio de 2,5 millones de libras (2,9 millones).

La compañía, que ante este nuevo escenario ha decidido entregar un dividendo de 0,25 peniques por acción, también ha logrado mejorar su resultado de explotación, que sube un 35,2% y alcanza los 11,5 millones de libras (13,5 millones). Ello, pese a las amortizaciones y depreciaciones, que siguen subiendo fruto de las nuevas inversiones. Según añaden en su comunicado a inversores, el ebitda de los centros operativos crece de media un 2,7%.

Ello también se explica por un crecimiento más moderado de los gastos operativos, que suben un 24,7%, hasta 19,6 millones de libras (23 millones). Además, se han rebajado drásticamente los costes financieros, de 4,4 millones a 0,4 millones de libras, gracias a la amortización de deuda acelera por la salida a Bolsa.

En lo que va de año, se han abierto seis nuevos clubes, que elevan a 80 el total de la red, y que han favorecido que la base de abonados se haya incrementado un 19,4%, al pasar de 355.000 socios en junio a un total de 424.000 personal en el mismo mes de 2016. Además, han conseguido incrementar el precio que paga mensualmente cada usuario en un 1,6%, hasta 14,31 libras (16,8 euros).

"Permanece el objetivo de abrir entre 15 y 20 clubes al año y estamos en una fuerte posición para 2017. Nuestros clubes existentes tienen buenos resultados que han contribuido a un fuerte crecimiento de la rentabilidad del grupo", ha señalado John Treharne, consejero delegado, quien en los últimos meses ha reforzado su equipo directivo: Nick Henwood, nuevo responsable de operaciones tras pasar por David Lloyd, y Barney Harrison, que dirigirá el marketing tras varios años en el grupo de medios Sky.