

FITNESS

ClubCorp crece un 3% en el primer trimestre, hasta los 206 millones, gracias a las adquisiciones

La compañía *premium* ha comprado cuatro campos de golf y se prepara para dar el salto al segmento de los gimnasios urbanos.

Palco23
20 abr 2017 - 10:42

A ritmo de adquisiciones, ClubCorp cerró el primer trimestre de 2017 con un crecimiento del 3% interanual y una facturación de 221,3 millones de dólares (206,4 millones de euros). La cadena estadounidense de instalaciones deportivas y campos de golf ha acelerado en el sector y ahora aspira a diversificar su modelo de negocio con la apertura de su primer gimnasio urbano.

El consejero delegado de la empresa, Eric Affeldt, ha explicado que “este es el duodécimo trimestre consecutivo en el que registramos un crecimiento en el volumen de ingresos. Seguimos comprometidos en ejecutar nuestra triple estrategia basada en el crecimiento orgánico la reinención y las adquisiciones”.

En lo que va de año, la compañía ha intensificado su política de adquisiciones con la compra de cuatro campos de golf de la competencia ubicados en Detroit, Philadelphia, Baltimore y Maryland. “Estamos entusiasmados con estas operaciones, ya que sólo en un trimestre hemos añadido más clubes que en 2016”, ha añadido.

Los próximos retos de la cadena pasan por construir su primer club urbano en Seattle, donde están ultimando un contrato de arrendamiento para llevar a cabo el proyecto. Ello, sumado a las cuatro adquisiciones, ha provocado que el beneficio interanual en el primer trimestre cayera en 800.000 dólares, hasta los 7,5 millones de dólares (6,9 millones de euros).

“La idea es crear el concepto *boutique*, que abrirá el próximo marzo y que contará con una zona de *cycling*, spa, bar y una zona para que los clientes puedan trabajar y conectarse a Internet”, detalla la compañía sobre el nuevo gimnasio.

ClubCorp es la cuarta cadena de centros deportivos que más factura de Estados

PALCO23

Unidos y la segunda en el segmento *premium*, tan sólo por detrás de Life Time Fitness. Fundada en 1957 en Dallas, ha tejido una red de más de 200 campos de golf y gimnasios bajo el concepto de club social. Opera en 27 estados, cuenta con 430.000 clientes y emplea a 20.000 trabajadores en Estados Unidos.