

FITNESS

Eurofitness retoma el crecimiento con un nuevo gimnasios en Viladecans

La cadena tendrá su primer centro en la comarca del Baix Llobregat, por lo que sumará un total de 21 centros en Cataluña. El nuevo centro no será de obra nueva.

M. L-E.

26 may 2021 - 04:51



Eurofitness sigue con su crecimiento. La cadena sigue aumentando su número de gimnasios y por primera vez tendrá un centro en la comarca de Baix Llobregat, en Viladecans (Barcelona). Según consta en el Registro Mercantil, se ha constituido la empresa Eurofitness Viladecans, que empezó a operar el 24 de marzo con un capital de 3.000 euros.

La nueva empresa tiene como objeto social la “gestión de actividades deportivas, la gestión de centros deportivos y las actividades relacionadas con el deporte y el entretenimiento” y “se deja constancia expresa que este objeto no tiene finalidad lucrativa para los socios”.

La sociedad tiene a Gerard Esteva, presidente de la Unió de Federacions Esportives de Catalunya (Ufec), y a Rafel Niubo, secretario general de Eurofitness, como administradores, y sede en el número 81 de la Rambla de Catalunya de Barcelona.

Según fuentes de la compañía, la operación se corresponde a “un centro que ya existía”, por lo que no es de obra nueva. De hecho, según comentó la compañía, en 2021 no descartaba “alguna oportunidad conjunta con clubes o entidades que han dicho que necesitan apoyo en la profesionalización de la gestión”.

La operación se corresponde a un centro “que ya existía”, por lo que no es de obra nueva

Actualmente, la cadena de gimnasios, que opera bajo el modelo concesional, está reordenando su estructura y creando filiales para todos sus centros. Fundada en 1998, Eurofitness cuenta con veinte centros en Cataluña, uno en Galicia y otro en Eslovenia. La empresa, presidida por Gil Modroño y dirigida por Montserrat Mas, se integró el pasado junio en la Unión de Federaciones Deportivas de Catalunya (Ufec). Tras la fusión, los clubes de la Ufec operan bajo la marca Eurofitness.

La cadena cerró 2020 con una caída de los socios de entre un 30% y un 45%, en función de los clubes. Antes de que se decretase el estado de alarma en marzo del año pasado, la entidad contaba con 60.000 abonados entre todos los centros.

De cara al futuro, la cadena tiene como objetivo expandirse en los mercados de habla hispana, ya sea Latinoamérica o en algunas partes de Estados Unidos. El salto a los nuevos mercados se producirá en función de la evolución de la pandemia, ya que está marcado en la hoja de ruta de la cadena y no hay una limitación geográfica.