

FITNESS

McFit reduce un 25% su negocio en España en el año del Covid-19

La cadena cerró 2020 con una facturación de 24,1 millones y prevé una nueva apertura en 2021, hasta alcanzar los cuarenta centros en el país.

Palco23
23 feb 2021 - 10:47



El *low cost* paga por el Covid-19. La cadena de gimnasios McFit cerró 2020 con una facturación de 24,1 millones de euros en el mercado español, un 25% menos que el año anterior, cuando facturó 32,2 millones de euros. Según la compañía, este descenso de la facturación se ha producido por los cierres y las medidas restrictivas para controlar la transmisión del virus, según avanza *CMD*.

Sin embargo, en el segundo trimestre del año la cadena seguirá con su plan de expansión con una nueva apertura, para alcanzar cuarenta centros en el país. Además, la compañía sigue abierta a “todas las localizaciones, tanto con establecimientos a pie de calle como locales situados en centros y parques comerciales”. Para finales de 2021 y 2022 el objetivo es situarse en 45 centros.

Asimismo, la caída de porcentaje es similar a la pérdida de clientes, según Rafael Lirio, consejero delegado de McFit España. La tarifa que más éxito tiene entre sus clientes es la de 29,90 euros al mes, sin limitaciones, pero con una permanencia de doce meses.

McFit ha tenido una caída de clientes similar a la caída de la facturación

El año pasado la cadena de gimnasios realizó cuatro aperturas: Zaragoza, Logroño, Torrejón y Barcelona. Estos clubes, según la cadena, están teniendo una acogida muy buena a pesar de las restricciones impuestas tras los rebrotes. La media de los centros es de entre 1.500 metros cuadrados y 2.000 metros cuadrados, por lo que han podido esquivar parcialmente las restricciones de aforo.

Actualmente la empresa cuenta con 500 empleados. Las instalaciones son propias de la marca, tanto en España como en el resto de Europa, e invierte entre un millón de euros y un millón y medio de euros en cada una.

La compañía incorporó entre 2017 y 2018 dos importantes cambios en su modelo de negocio que le llevaron a incrementar su cuota media hasta los 19,90 euros, y a introducir las actividades dirigidas presenciales, estrategia que ahora ha servido para aguantar el golpe, con una posición en el segmento medio y hasta estudia la posibilidad de apostar por el concepto boutique.

McFit forma parte de RSG Group, empresa alemana que posee 330 centros de fitness en Europa y que está presente en España con las marcas McFit y Cyberobics, y no tiene por ahora intención de adentrarse en ningún otro segmento ni implantar más marcas en el mercado español.