Mindbody triplica sus pérdidas hasta septiembre pese a facturar un 34% más

La compañía de *software* de gestión para gimnasios y reserva de clases dirigidas perdió 35,8 millones de dólares durante los primeros nueve meses del año.

Palco23
7 nov 2018 - 10:30

Mindbody facturó 179,2 millones de dólares (157 millones de euros) hasta septiembre

Mindbody dispara sus pérdidas pese incrementar sus ventas a ritmo de doble dígito. La compañía de *software* de gestión para gimnasios y reserva de clases dirigidas perdió 35,8 millones de dólares (31,3 millones de euros) durante los primeros nueve meses del año. La empresa triplicó sus números rojos respecto al mismo periodo del año anterior pese a incrementar un 34,8% sus ventas.

Hasta septiembre, Mindbody facturó 179,2 millones de dólares (157 millones de euros) a través de tres líneas de negocio. Por un lado, la venta de suscripciones y servicios se incrementó un 41,4%, hasta 112 millones de dólares (98,1 millones de euros). Por otro lado, su segunda línea de negocio fue el cobro de servicios *business to business (B2B)* aumentó un 23,8%, hasta 64,5 millones de dólares (56,5 millones de euros). La venta de productos y otros servicios generó 2,6 millones de dólares (2,2 millones de euros), un 73,3% más.

Brett White, director de operaciones y de finanzas, ha afirmado que “en el tercer trimestre obtuvimos el promedio de ingresos por suscripción mensual más alto de la historia de la plataforma. La previsión para 2019 es seguir expandiendo nuestra marca con nuevos acuerdos con plataformas”, ha añadido. De cara al último trimestre, la compañía prevé crecer entre un 31% y un 35%, lo que le llevaría a facturar entre 65 y 67 millones de dólares (entre 56,9 millones y 58,7 millones de euros).

Mindbody facturó 179,2 millones de dólares (157 millones de euros) hasta septiembre

PALCO23

Fundada por Rick Stollmeyer y Robert Daniel Murphy en el año 2000, Mindbody es un *software* de gestión de negocios online dirigida a las empresas que operan en el sector del *fitness*. La plataforma también va dirigida a los abonados, puesto que permite reservar clases dirigidas. En 2017, adquirió la tecnológica Lymber Wellness, un sistema que ajusta el precio del gimnasio en función de la oferta y la demanda, con el fin de dinamizar el coste de acceso al gimnasio.