PALCO23

FITNESS

Sano Center encara la remontada: facturación pre-Covid en 2021

La cadena cerró marzo de 2021 con un 7% menos de clientes en comparación con el mismo mes del año pasado y tiene previsto cerrar el ejercicio en curso con diez nuevos centros.

Miquel López-Egea
21 abr 2021 - 05:00

El sector del fitness empieza a recuperarse. Tras cerrar marzo con sólo un 7% menos de socios que en el mismo mes del año pasado, Sano Center espera superar la facturación de 4,4 millones de euros de 2019, apoyándose en la apertura de nuevos centros. La cadena espera cerrar 2021 con un total de diez nuevos centros, alcanzando, al menos, 67 gimnasios *boutique*.

“Después de tres meses, hay un hito: hemos tenido un comportamiento similar al de marzo de 2020, con tan solo un 7% menos de clientes; esta es la cifra más cercana a una recuperación”, explica Felipe Pascual, consejero delegado de la cadena, a Palco23. “Estamos al 80% del aforo que la ratio de las restricciones permite”, remarca. En marzo de 2020, la cadena contaba con 9.800 clientes.

https://www.palco23.com/fitness/sano-center-encara-la-remontada-facturacion-pre-covid-en-2021

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

“Esperamos mantener la espiral de crecimiento; con estas cifras, si no hay más restricciones, a final de año podríamos estar muy cerca de los resultados de 2019 o incluso, superarlos, ya que en septiembre esperamos que haya un crecimiento en clientes porque incrementaremos el número de centros”, asegura.

“Estamos recuperando muchos de los clientes que todavía no habían regresado, aunque en muchos centros los nuevos clientes suponen un 30% de los usuarios, que han venido rebotados de otros centros o que no estaban ni en un centro de fitness”, remarca. “Hemos generado muchos espacios de seguridad, por lo que pretendemos recuperar este 15% o 20% de socios que todavía no han regresado; si lo conseguimos y mantenemos los nuevos clientes, está claro que en septiembre la cifra estará por encima de la de antes de la pandemia”, subraya.

“En un trimestre hemos avanzado más de medio año, las previsiones eran otras, pero en marzo se ha producido un punto de inflexión que ha afectado a todos los centros; de hecho las nuevas aperturas han experimentado un crecimiento de entre el 30% y el 50% de una apertura normal antes del Covid, lo que demuestra que hay un verdadero interés en este formato”, destaca.

> **Sano Center tenía 9.800 clientes en marzo del año pasado, cuando estalló la pandemia**

La cadena cuenta actualmente con 57 centros, cinco de ellos son coparticipados y el resto franquiciados. En este contexto, la empresa ha abierto en Albacete, Godella (Valencia) y Marbella y ha reabierto el local de Benalmádena (Málaga). Asimismo, este semestre la compañía también inaugurará un centro en Valencia, Almería y Antequera.

En septiembre, la compañía abrirá otro en Almería, Cazorla (Jaén) y en la zona de la Paz de Madrid. “Estamos realizando una serie de contactos y movimientos para acelerar las aperturas en septiembre: estamos muy satisfechos por este comportamiento en el segmento *boutique*”, remarca.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Asimismo, la cadena cuenta con más de 190 trabajadores y prácticamente ha recuperado todos los empleados que se encontraban en expediente de regulación temporal de empleo (Erte). “Estamos compensando el exceso de demanda que tenían los centros, se han ido recuperando los trabajadores, aunque hay algunaslimitaciones”, reconoce Pascual.

“Estamos soportando la pandemia mejor que los grandes formatos o superficies por esta transmisión de seguridad que ofrecemos al cliente”, explica el directivo. “Tenemos ratios más optimizadas, seguros, espacios con material de uso exclusivo, con distancia de seguridad y un cuidado más personalizado”, remarca. “Hemos soportado mejor la pandemia porque ha habido un cambio de tendencia en el consumo”, reitera.

> **Felipe Pascual asegura que los centros *boutique* tienen ventaja a la hora de recuperarse porque “ha habido un cambio de tendencia de consumo”**

“Pronosticábamos que se produciría un cambio en las prioridades del gasto en la cesta de la compra individual; ahora se están priorizando los factores de salud activa, sobre todo en perfiles de más de 30 ó 35 años”, destaca. “Encima de la mesa se ha puesto una nueva prioridad por lo que, en salud, ahora no vale cualquier propuesta, y por lo tanto, el segmento *boutique* está en una posición mejor”, opina.

Sin embargo, “las restricciones se notan siempre”. “En Andalucía vuelven a cerrarse establecimientos no esenciales a pesar de que en la comunidad autónoma se declaró la esencialidad del deporte, algo que es absurdo e incoherente”, señala. En este caso la cadena tendrá que “volver a los entrenamientos ***outdoor*** a partir de las ocho de la tarde”.

Además, la empresa dispone de SanoTV. Como novedad, a partir de ahora la compañía ofrecerá la herramienta a cualquier persona que la quiera utilizar. “Hasta ahora ha sido el acompañante perfecto durante las limitaciones, pero ahora estamos haciendo un replanteamiento y abriremos la plataforma porque es una herramienta fantástica para poder transmitir los valores de la compañía”, afirma. “Todo el mundo puede entender cómo entrenar en casa, los valores de una nutrición responsable o favorecer factores como un descanso de calidad y como el ejercicio puede incidir en la salud o el antienvejecimiento”, remarca.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Sano Center ofrecerá SanoTV en abierto para captar más clientes

En esta línea, Pascual considera que “el entrenamiento virtual es un complemento que no puede eclipsar el planteamiento del entramiento presencial y la socialización que conlleva”. “Presencialmente se alcanza la precisión y la dosis que hace falta y se puede hacer deporte con más personas”, explica.

Por otro lado, el mes pasado la empresa puso en marcha la campaña Reto Sano12, una iniciativa que buscaba un cambio de hábito a todos aquellos perfiles que se han visto perjudicados por el Covid-19, buscando un *target* enfocado más a la necesidad de tener una buena salud. Dentro de esta iniciativa, la empresa sorteó cinco inscripciones totalmente gratuitas al programa de doce semanas.

La empresa tiene presencia en México y Portugal y la inversión prevista para cada establecimiento depende de su situación particular, oscilando entre 50.000 euros y 120.000 euros en función de su aforo potencial y de sus dimensiones, que están entre 200 metros cuadrados y 500 metros cuadrados. En el accionariado de la empresa figuran la consultora Lidera Sport, que ostenta el 87,5% del capital, y Noquimaso como accionista minoritario.

https://www.palco23.com/fitness/sano-center-encara-la-remontada-facturacion-pre-covid-en-2021

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.