

FITNESS

Snap Fitness crece pese a la sequía de aperturas y factura 3,8 millones en 2018

La cadena no inauguró ningún gimnasio en 2018, pero incrementó sus ventas un 49% en los últimos doce meses gracias al aumento de clientes en los centros ya operativos. La compañía espera abrir dos centros en Girona y Valencia.

P. López
13 mar 2019 - 04:59

Snap Fitness ha incrementado su facturación un 49% en 2018 pese a no realizar ningun

Snap Fitness ha cerrado un 2018 tranquilo en cuanto a aperturas, pero positivo en cuanto a facturación. La filial española de la cadena de gimnasios 24 horas finalizó el año con unas ventas de 3,8 millones de euros, casi un 50% más que el ejercicio anterior operando la misma cantidad de centros. ¿El motivo? El aumento la eficiencia de cada instalación, que sumó una media de 300 abonados más respecto a 2017.

Fue un año de consolidación para Snap Fitness en España, un país en el que no ha logrado crecer de manera tan rápida como se esperaba en un primer momento. Cabe recordar que el objetivo de la compañía es cerrar 2020 con un centenar de clubes operativos, y en la actualidad cuenta con once complejos abiertos en Barcelona, Reus, Tarragona y Madrid. Sus planes pasan por entrar en Girona y Valencia a corto plazo, una expansión que se realizará bajo la batuta de Lift Brands, el grupo que ha recomprado la masterfranquicia de España para controlar su expansión.

Esta operación ha marcado el inicio de 2019 para la cadena. El objetivo es que la central se involucre en el día a día de la filial sin dejar de lado al equipo directivo que pilotó la llegada de la marca al país. De hecho, Albert Marco continúa como director general y también Eduard Puig en márketing y Anett Kovács, al frente de desarrollo de negocio. Además, se ha fichado a Ester Ribera como directora de operaciones y a Alex Bonet como jefe de venta de franquicias.

Snap Fitness ha incrementado su facturación un 49% en 2018 pese a no realizar ninguna apertura

No ha trascendido en qué zona de Valencia abrirá Snap Fitness, pero en Girona lo hará en la estación de tren, a quinientos metros de donde opera un Anytime Fitness, cadena con la que rivaliza en el segmento de los gimnasios 24 horas. En esa ciudad también opera O2 Centro Welless.

Durante 2018 la empresa también ha empezado a dar a conocer la cadena 9Round, que forma parte del grupo Lift Brands, y que desea introducir en el mercado español. La marca se ubica en el segmento *boutique* y se basa en estudios de entrenamiento de alta intensidad y *kickboxing* en instalaciones de menor tamaño que un Snap Fitness. Por ejemplo, mientras que un 9Round crece en locales de no más de 140 metros cuadrados con inversiones iniciales de hasta 154.000 euros, un Snap Fitness requiere locales de al menos 500 metros cuadrados con un desembolso inicial de 450.000 euros.

Por este motivo, 9Round ha conseguido crecer en 18 países con un total de 728 instalaciones desde que se fundó en 2008. Snap Fitness, por su parte, cuenta con más de 2.000 centros en 27 países. Además, el grupo opera otras marcas, como Yogafit los gimnasios *premium* Steele Fitness y el programa Fitness on Demand, que trabaja con cadenas hoteleras, escuelas y centros de *fitness* a través de clases virtuales.